

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADOS
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO
ASESOR DR. CARLOS HUMBERTO INTERIANO



**Estrategia de comunicación
para el desarrollo
de la clínica dental
“Ana Edith Hernández Escobar”**

**Trabajo de graduación presentado por:
Lic. Axel Amílcar Santizo Flores
Previo a optar al título:
Maestro en Artes en Comunicación para el Desarrollo
Guatemala, octubre de 2016**

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Autoridades centrales

Rector
Secretario General

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo
Dr. Carlos Enrique Camey Rodas

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director

Consejo Académico de Postgrado

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Lic. Mario Enrique Campos
Representantes docentes

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Secretario

Publicista Anaité Machuca
Periodista Mario Barrientos
Representantes estudiantiles

Lic. Johnny González
Representante de egresados

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Ávalos
Secretaria

Tribunal Examinador

Dr. Carlos Humberto Interiano
M.A. Elpidio Guillén de León

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
M.A. Donaldo Vásquez Zamora



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



Guatemala, 24 de octubre de 2016
Orden de impresión
No.037-2016 GAMP/Machq

Estudiante
Axel Amílcar Santizo Flores
Carné No. 100012177

Estimado Estudiante Santizo:

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 de la clínica dental Ana Edith Hernández Escobar”**, 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, ubicado en el Primer Piso del edificio Bienestar Estudiantil, un Trabajo de Graduación y un cd en formato PDF en Biblioteca Flavio Herrera y un trabajo de graduación y un cd en formato PDF en Biblioteca Central de esta Universidad.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional egresado 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”


MSc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC


M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Director Dpto. de Estudios de Postgrado

c.c. Archivo
Recibido
2. 11. 2016
16:50

“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN



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

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar una investigación llena de dificultades y vicisitudes como es el desarrollo de un trabajo de graduación, previo a obtener el título de **Maestro en Comunicación para el Desarrollo**, es inevitable que nos acometa el instinto humano egocentrista que nos lleva a aquilatarnos la mayor parte del mérito en la aportación que se ha hecho. Sin embargo, un análisis objetivo nos demuestra inmediatamente que la dimensión de esta investigación hubiese sido imposible sin la participación de personas e instituciones que nos han suministrado las cosas para que este trabajo llegase a buen puerto. Es por ello, un verdadero honor utilizar este espacio para ser justo y consecuente con ellas, **expresándoles mis sinceros agradecimientos**.

Primero, debo agradecer a mi Dios nuestro Señor por haberme dado la sabiduría, la fortaleza, la entereza, la paciencia y sobre todo, haberme permitido levantarme y levantarme y seguir adelante en contra de toda adversidad que se cruzó en mi camino.

Segundo, una gratitud muy especial al Dr. Carlos Humberto Interiano, “mi mentor”, maestro de maestros por haberme guiado en la realización de este trabajo de graduación que se ve compensado con el grado académico.

Tercero, expresar mi más sincero agradecimiento a las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Usac, quienes amparados en el estado de derecho, entereza y resuelta autoridad, y, reconocimiento de méritos y derechos, jamás hubiese cerrado este círculo académico de mi vida. Muchas gracias amigos y compañeros.

Cuarto, agradecer también a la Dra. Stephanie Lambour, Directora, y a los colaboradores de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, su amabilidad y disponibilidad durante mis estancias en el trabajo de campo, durante las cuales tuve todo el soporte profesional y logístico para alcanzar los objetivos propuestos. Muchas gracias por permitirme vivir una experiencia tan significativa para mi formación como investigador de proyectos de comunicación para el desarrollo.

Cuarto, expresar mi más sincero agradecimiento a la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva por su apoyo incondicional, y, especialmente al señor alcalde Ingeniero Edwin Felipe Escobar Hill, al haberme honrado en realizar el proyecto de Comunicación para el Desarrollo en la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar, previo a obtener el título de **Maestro en Comunicación para el Desarrollo**.

Quinto, entre los profesionales miembros de la Fundación *Spear Open Wide* debo destacar el aporte proporcionado por la Licda. Evelyn Paiz, ya, que en las veces que sostuvimos conversaciones de carácter social, histórico y actual del proyecto de clínicas abiertas de la Fundación *Spear Open Wide*, se vieron claramente compensadas por la calidad de las mismas, altamente enriquecedoras en los tres ámbitos. Muchas gracias Licda. Paiz y espero que en el futuro la vida nos de más oportunidades para compartir impresiones.

Sexto, expresar mi agradecimiento especial a dos amigos y compañeros muy especiales; Dr. Wagner Díaz Choscó y M.A, Elpidio Guillén de León, quienes fueron siempre generoso y dispuesto como pocos, en compartir conocimientos y experiencias de tipo profesional y personal que fueron de gran valor.

Séptimo, y, por supuesto, el agradecimiento más profundo y sincero va para mi familia; hijos y nietos. Sin su apoyo, colaboración e inspiración habría sido imposible llevar a cabo esta ardua empresa. Y, que este éxito los motive a conseguir y alcanzar las metas propuestas, **ser profesionales**, tarde o temprano porque todo llega en el momento justo

Octavo, sobre todo, debo agradecer infinitamente a la Licda., M.A. Irma Yolanda Marroquín García de Santizo, mi esposa, quien con su perseverancia fue ese motor que me impulsó a no claudicar en los tres tropiezos que se me presentaron a lo largo de este proceso, por todo eso, **te amo**. Ya que, siempre estuviste a mi lado, la que siempre me aconsejas, la que más me inspira, con la que más me divierto porque me alegras la vida, la que más feliz me haces, y a la que más quiero con todo mi corazón. **Te amo Yolanda**.

Introducción

Introducción

La comunicación se desarrolla dentro de los sistemas políticos, económicos y religiosos como un punto que influye por medio de la creación del mensaje la percepción del pensamiento modificando directamente en las creencias y opiniones dentro de la organización de las comunidades tanto antiguas como modernas.

La comunicación tiene varias formas de expresión en las cuales predominan la escritura, la pintura y la comunicación oral que se encargan de esparcir ideas, pensamientos, sentimientos, sueños, metas y objetivos los cuales deben ser tomados en cuenta.

El estudio se estructuró como todo proceso de investigación con objetivos, que permitieron la caracterización del escenario de la investigación: Ciudad Peronia, y conocer los aspectos sociales de esta comunidad se diseñó un objetivo general del cual se desprendieron los objetivos específicos, que sirvieron como base para la estructuración del presente proyecto. Con el fin de cumplir los estándares de la organización de un plan formal desde su diseño hasta la posterior ejecución, y cumplir con los parámetros de la aplicación de un plan comunicacional, se puntualizaron los siguientes objetivos.

Objetivo general, que permitió planificar un proyecto de comunicación para el desarrollo dirigido a la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, ubicada en la comunidad “La Selva” en Ciudad Peronia, del municipio de Villa Nueva, departamento de Guatemala.

Los objetivos específicos permitieron fortalecer el trabajo de difusión del servicio que se realizan en la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” por medio de un proyecto de comunicación para el desarrollo que se estructura en el presente trabajo. Permitiendo a la vez dar a conocer el trabajo de los médicos

Introducción

guatemaltecos y de los que forman parte la Fundación *Spear Open Wide* dentro de Ciudad Peronia, así como en los públicos secundarios y terciarios, en materia de prevención de la higiene bucal, reconstrucción de las piezas bucales y tratamiento de caries, creando líderes comunitarios capaces de comunicar la información de la prevención bucodental.

El avance entre las ciencias sociales y el creciente desarrollo tecnológico han permitido que los medios de comunicación masivos y las redes sociales han generado elementos generales que son necesarios para el análisis dentro de las sociedades actuales. Dentro de la normatividad teórica de las redes de comunicación se observa como existe la influencia directa dentro de las percepciones generadas por la opinión pública y como el manejo de ésta puede maniatar o liberar el pensamiento de las comunidades que se ven bombardeadas por estos mensajes, que son pertenecientes a las estructuras de la comunicación básicas.

De esta manera y dentro del extenso marco de estudio de las ciencias aplicadas a la teoría de la comunicación, se observa que dentro de estos modelos existe cada vez más una tendencia mayor a ser parte integral para motivar los ejes transversales del desarrollo social.

Estos ejes de desarrollo social, se ven influenciados por las nuevas teorías como la comunicación para el desarrollo y comunicación para el cambio social las cuales están diseñadas y generadas para motivar desde una visión estratégica, planificación y con capacidad de ejecución: buscar vías reales, aplicables y sostenibles para las comunidades que no tienen los medios económicos para ser parte de la comunicación homogeneizadora de pensamientos estructurales que son realizados desde los medios comunicativos que buscan la influencia social por medio del control de la opinión y percepción.

Introducción

De esta manera estos modelos de comunicación social, buscan que la información sea capaz de tener altos índices de apropiación dentro de las comunidades para que se generen altos índices de vinculación que solo puede generarse al tomar en cuenta dentro de los procesos de generación de las ideas y la puesta de planificación, que permite que la sociedad beneficiada participe integralmente dentro del proyecto.

Esto llevado a la realidad nacional y en especial caso al asentamiento de Ciudad Peronia en el municipio de Villa Nueva, con la “Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar”, la cual tienen una gran influencia dentro del campo social, siendo un proyecto de salud que mejora la calidad de vida de miles de comunitarios. A pesar de ello, la clínica sigue siendo influyente como un tratamiento de reacción al problema, y no en función de prevención de salud bucodental. Motivando, a proponer mejorar el plan de comunicación para el desarrollo, con el fin de fomentar una cultura de limpieza e higiene bucal.

Se creó una serie de diagnósticos de carácter social que permitieron observar que era viable y racional implementar un plan comunicacional social que ayude al desarrollo, una de las formas claves para mejorar la calidad de vida de los guatemaltecos, nace de tener una cultura de prevención en el ámbito de salud.

En la construcción de este plan, fue necesaria la convivencia con profesionales de la salud dental, asistentes, enfermeros, funcionarios públicos de la Alcaldía de Villa Nueva, funcionarios y representantes de la Fundación *Open Wide* con el objetivo de conocer las ideas y pensamientos de todos los actores, con el objetivo de lograr que el proyecto fuese vinculante y permitiera la apropiación de la realidad nacional, siendo parte importante dentro de las actividades realizadas.

Introducción

Los elementos presentados dentro de la teoría y llevados a cabo dentro de la estructuración permitieron crear canales comunicacionales validos que fueron los puntos de desarrollo ligando los vacíos que existen en este aún desconocido campo de la comunicación para el desarrollo y la importancia de activar estos canales de desarrollo social.

Introducción

Capítulo I

Marco Institucional

1.1 Origen de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”	1
1.2 Funcionamiento de la institución.....	8
1.3 Proyecto dentro del que se inserta el plan de comunicación para el desarrollo.....	13

Capítulo II

Antecedentes y metodología de la investigación

2.1 Delimitación del tema.....	16
2.2 Síntesis histórica de Villa Nueva.....	18
2.3 Departamento de Guatemala.....	21
2.3.1 Mapa del departamento de Guatemala.....	22
2.4 Municipio de Villa Nueva.....	22
2.4.1 Extensión territorial.....	23
2.4.2 Población.....	23
2.4.3 Límites.....	23
2.4.4 Demografía.....	23
2.4.5 Geografía.....	23
2.4.6 Economía.....	24
2.4.7 Proyección estimada de habitantes.....	24
2.4.8 Períodos intercensales.....	25
2.4.9 Idioma.....	25
2.4.10 Feria patronal.....	25
2.4.11 Servicios de salud.....	25
2.4.12 Sitios arqueológicos.....	26
2.4.13 Densidad demográfica.....	26
2.4.14 Rangos de edades.....	27

2.4.15 Cobertura de necesidades básicas.....	27
2.5 Caracterización de Ciudad Peronia.....	28
2.6 Objetivos.....	29
2.6.1 Objetivo General.....	30
2.6.2 Específicos.....	30
2.7 Justificación del tema.....	30
2.8 Planteamiento del problema.....	33
2.9 Aspectos metodológicos.....	35
2.10 Sistematización del proyecto.....	38
Capítulo III	
Marco Teórico	
3.1 Fundamentos teóricos.....	40
3.2 Comunicación.....	40
3.3 Modelos de comunicación.....	42
3.4 Taxonomía de la comunicación.....	46
3.5 Elementos del proceso de la comunicación.....	46
3.5.1 Esquema del proceso de la comunicación.....	47
3.5.1.1 Emisor.....	47
3.5.1.2 Mensaje.....	47
3.5.1.3 Código.....	48
3.5.1.4 Contexto.....	48
3.5.1.5 Canal.....	49
3.5.1.6 Receptor.....	50
3.5.1.7 Respuesta.....	50
3.6 Características de la retroalimentación.....	50
3.7 Desarrollo.....	51
3.8 Desarrollo humano.....	51
3.9 Enfoque: desarrollo basado en los derechos humanos.....	52
3.10 Enfoque del derecho al desarrollo.....	54
3.11 Comunicación para el desarrollo.....	55

3.12 Características de la comunicación para el desarrollo.....	61
3.13 Comunicación para el desarrollo un recuento de medio siglo.....	62
3.13.1 Entrevista.....	62
3.14 Comunicación para el desarrollo en organizaciones.....	63
3.15 Herramientas en procesos de comunicación para el desarrollo.....	64
3.16 Funciones de la C4D.....	65
3.17 Comunicación para el cambio de comportamiento.....	68
3.18 Comunicación para el cambio social.....	69
3.19 Salud y la comunicación para el desarrollo.....	70
3.20 Definición de salud.....	75
3.21 Nuevo paradigma de la salud.....	75
3.22 Comunicación y salud.....	76
3.23 Campañas de promoción de salud.....	79
3.24 Comunicación estratégica.....	80
3.25 Estrategia de comunicación.....	82
3.25.1 Estrategia.....	82
3.26 Fenómeno comunicacional.....	84
3.27 Teoría social de la comunicación.....	88
3.28 Aplicación de la teoría en la práctica.....	96
Capítulo IV	
Proyecto de comunicación para socializar la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar.....	
	101
4.1 Análisis de FODA.....	101
4.2 Diseño del proyecto de comunicación para el desarrollo.....	105
4.3 Diagnóstico del proyecto.....	107
4.4 Diseño del proyecto.....	110
4.5 Objetivos del proyecto.....	111
4.6 Construcción del proyecto.....	113
4.7 Estrategia de comunicación para el desarrollo: participación de Líderes comunitarios y estudiantiles.....	114

4.7.1 Líderes comunitarios.....	114
4.7.2 Capacitación.....	115
4.7.3 Socialización del mensaje.....	116
4.7.4 Desarrollo de charlas de socialización.....	117
4.7.4.1 Líderes comunitarios.....	117
4.7.4.2 Líderes estudiantiles.....	119
4.7.5 Tópicos de las charlas.....	120
4.7.6 Medios de comunicación para socializar el proyecto de comunicación para el desarrollo de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” ..	122
4.7.6.1 Medios masivos.....	123
4.7.6.2 Medios alternos.....	124
4.7.7 Destinatarios.....	133
4.7.8 Actividades programadas y presentación del proyecto a las autoridades para evaluación de los aspectos explicativos y construcción del proyecto y su aplicación.....	134
4.7.9 Aspectos explicativos del proyecto realizado.....	135
Capítulo V	
Presentación y análisis de resultados.....	138
5.1 Resultado del proyecto.....	138
5.2 Análisis de resultados.....	142
5.3 La importancia del tema en las ciencias de la comunicación.....	145
Conclusiones.....	146
Recomendaciones.....	149
Referencias.....	150
Anexos	

Índice de Iconos

Ícono No. 1	Panorámica de Ciudad Peronia.....	3
Ícono No. 2	Dra. “Ana Edith Hernández Escobar”.....	5
Ícono No. 3	Entrada frontal de la clínica “Ana Edith Hernández Escobar”.....	8
Ícono No. 4	Lic. Evelyn Paiz y Lic. Axel Amílcar Santizo Flores.....	9

Índice de esquemas

Esquema No. 1 Esquema de la comunicación.....47

Índice de diagramas

Diagrama No. 1 Herramientas.....	65
Diagrama No. 2 ¿Qué queremos lograr?.....	66

Índice de mapas

Mapa No. 1 Ciudad Peronia.....13
Mapa No. 2 República de Guatemala.....21
Mapa No. 3 Departamento de Guatemala y sus municipios.....22

Índice de cuadros

Cuadro No. 1 Modelos de comunicación.....45



Capítulo I

Marco institucional

Capítulo I

Marco institucional

1.1 Origen de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

El proyecto de la implementación de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, fue creado el 22 de enero de 2012, en la comunidad La Selva en el asentamiento “Ciudad Peronia”, ubicado en Villa Nueva, municipio del departamento de Guatemala.

Proyecto que es parte de un plan comunitario impulsado por el Ing. Edwin Felipe Escobar Hill (Alcalde: 2012-2016 y 2016- 2020). Obra que tiene como objetivo minimizar los problemas de salud que afectan el área en mención y forma parte de una política integral para mejorar las condiciones de vida de los villanovanos.

El plan fue gestionado e impulsado por el Ing. Edwin Escobar Hill. Él gestionó los fondos en organizaciones no gubernamentales (ONG´s) tanto nacionales como internacionales; además, se cuenta con la participación de la comunidad, la Municipalidad de Villa Nueva¹, el Gobierno Central, universidades y particulares. Los principales involucrados para el desarrollo inicial del proyecto son:

- Fundación *Spear Open Wide*

Organización sin fines de lucro que desde el inicio dona los insumos para el funcionamiento de la clínica, además de proveer dentistas provenientes de Estados Unidos que son miembros donadores de la fundación para servir a los vecinos villanovanos. Médicos que viajan

¹ Ver organigrama de la Municipalidad de Villa Nueva (Anexo No. 1).

costeando sus gastos de transporte hacia Guatemala, así como su hospedaje y alimentación.

- Sirona Dental Systems

Socio internacional de la fundación *Spear Open Wide*. Entidad que se encargó del equipamiento técnico de la clínica. Los aparatos donados son modernos y responde a tecnología de punta.

- Alcaldía de Villa Nueva

El Ing. Edwin Felipe Escobar Hill, fue electo como alcalde de Villa Nueva (Octubre de 2011), y realizó los contactos con *Spear Open Wide* y *Sirona Dental Systems* organizaciones a quienes les presentó el proyecto, aun no siendo alcalde, el cual fue aceptado. Se reunió con los vecinos de Ciudad Peronia para gestionar el terreno municipal con el aval de la comunidad que lo tenía en posesión.

El Ing. Escobar Hill, fue juramentado como Alcalde de Villa Nueva el 15 de enero de 2012.

- Asociación por una mejor Guatemala

Organización sin fines de lucro conjuntamente con la Licda. Evelyn Paiz, miembro de la Junta de Desarrollo de Proyectos y Directora de Enlace de América Latina, donaron salones construidos con un sistema prefabricado de madera, que permite su construcción en un día. Con este sistema se construyó la edificación que resguarda la clínica de Ciudad Peronia, así como la administración de las mismas. Personas particulares y el Ing. Escobar donaron los salones, convirtiéndose en la edificación social, primera en su tipo en Guatemala.

- Líderes comunitarios de Ciudad Peronia

El COCODE² donó materiales y colaboró con la mano de obra para la construcción de la clínica, cuyo sistema prefabricado permite que se construya en un día.

³ Ícono No. 1, vista panorámica de Ciudad Peronia



- Universidad de San Carlos de Guatemala (Usac)

Apoya con estudiantes de último año de la carrera de odontología que realizan su Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), con la dirección de médicos odontólogos de planta (guatemaltecos y estadounidenses), que llegan por cuarenta semanas al año a la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, a brindar su servicio social.

² Los Consejos Comunitarios de Desarrollo o COCODES son la estructura comunitaria creada para impulsar la participación de la población en la planificación del desarrollo y en la gestión pública a nivel local.

³ Ícono No.1, Panorámica de Ciudad Peronia. Fuente: http://www.prensalibre.com/noticias/comunitario/Ciudad-Peronia-abandono_0_731326900.htm Recuperado 15/6/16.

- Universidad Mariano Gálvez (UMG)

Apoya con estudiantes que realizan su Ejercicio Profesional Supervisado en los dos semestres del año. En el 2014, construyeron y donaron a la clínica dental el área de salud oral (ver imágenes en anexos)

- Ejército de Guatemala

Brinda seguridad ciudadana a la clínica para la protección de los pacientes y equipo técnico y médico que labora y colabora en la misma.

Las instituciones citadas permitieron que naciera el proyecto y, además, que pudiera funcionar para atender así a personas de escasos recursos, quienes no tenían oportunidades de atenderse la dentadura, debido a lo oneroso que resultan los tratamientos.

Fue así como nace la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, única en su género en toda la República de Guatemala.

El nombre de la clínica es en honor a la primera odontóloga que fundó la primer clínica dental de servicio social en el municipio de Villa Nueva, su prioridad fueron los ancianos, niños y pobres. Premiada por la Universidad de Harvard por su investigación de campo titulada “Enfermedad periodontal en Guatemala”.



Ícono No. 2, Dra. Ana Edith Hernández Escobar
(20/7/69- 29/12/2000)

Spear Open Wide ha sido la columna principal para el funcionamiento de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, debido a los altos costos de operación que representa esta clínica, sin el apoyo de impulso hubiera sido imposible atender a centenas de pacientes desde sus inicios. De acuerdo al convenio establecido debe pasar un período de cinco años para convertir este proyecto en autosostenible.

El origen del proyecto está diseñado como una solución a corto, mediano y largo plazo, tras la búsqueda de mejorar la calidad de vida de los villanovanos en el sector salud. Según lo comunicado por miembros de la Fundación *Spear Open Wide*, el deterioro de la infraestructura en el campo de salud de los países en vías de desarrollo es notable, aunado a la poca cobertura que brinda el gobierno central, garante de la salud pública en los países.

El alcalde de Villa Nueva Edwin Felipe Escobar Hill⁴, en entrevista (25/7/16), sostenida con el autor de la presente tesis, explicó el porqué de la creación de la clínica dental al comentar que:

Con el propósito de apoyar al Gobierno Central, y ante todo, con el fin de servir a los vecinos de Villa Nueva me he enfocado en impulsar programas integrales de salud que mejoren la calidad de vida nuestra a comunidad. Es así como se ha fundado en el municipio Centros Comunitarios de Salud, los que denominamos CECOMSALES; asimismo, inauguramos el Centro Cérvico Uterino para la Detección Temprana de Cáncer, debido a que me llegaron estadísticas que nuestras mujeres morían de cáncer por no prevenir esta enfermedad.

⁴ Entrevista (27/7/16), con el Ing. Edwin Escobar, Alcalde de Villa Nueva.

Y dentro de este proceso, contamos con el servicio de salud dental, el cual brindamos, principalmente, en la clínica de Ciudad Peronia y, también, en dos furgones móviles de atención dental y salud primaria. Aunado a ello, ofrecemos ferias de la salud en donde se hacen exámenes de diabetes, toma de presión, entre otros.

El propósito de esta política es que una comunidad puede aspirar al desarrollo si sus habitantes están sanos. Solo de esta forma podrán rendir adecuadamente en sus estudios y en el trabajo. Pero he de agregar que, la mayoría de habitantes del municipio es de escasos recursos, por lo tanto, en lo último que piensan es en invertir en su salud, y menos en la dental.

De esta manera en la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” se pretende mejorar la salud pública dentro de los cascos de pobreza, motivando la solución de uno de los mayores problemas dentro de la administración pública: el cuidado dental y en este caso específico, el de los villanovanos.

Según el Programa Mundial de Salud Bucodental de la Organización Mundial de la Salud, las enfermedades de carácter odontológico afectan al “60%-90% de los escolares y casi el 100% de los adultos tienen caries dental en todo el mundo”⁵. Problema que se incrementa en comunidades rurales-urbanas que son víctimas de la pobreza, ya que la pérdida total o parcial de piezas dentales se inicia entre las edades de 25 a 35 años.

Un comunicado de prensa del Departamento de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva, la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” beneficia a más de un mil pacientes mensuales⁶, desde su fundación y se estima que un total de 125,000 personas han sido tratadas con éxito, a quienes se les han solucionado los problemas dentales.

⁵ Publicado abril del 2012, <http://www.who.int/medicentre/fsheets/fs318/es/> recuperado (15/6/16).

⁶ Publicado abril del 2012. <http://www.villanueva.gob.gt/inauguran-clinicas-dentales-en-ciudad-peronia> Recuperado: 30/6/16.

Estos importantes números han significado para la comunidad de Ciudad Peronia, un apoyo a sus vecinos que cuentan con un lugar en el cual pueden “*recuperar su sonrisa*” siendo este un *slogan* que es utilizado por el alcalde Edwin Escobar Hill.

Cabe mencionar que, Ciudad Peronia, atraviesa una precaria situación social, en donde se observó que no existen suficientes canales para la seguridad y gobernabilidad del sector, lo cual lo convierten en una zona de alto riesgo y grandes rezagos institucionales que impiden un mayor servicio a la comunidad.

Se deduce que existe una gran necesidad de crear condiciones de vida, encaminados a la búsqueda y fortalecimiento del “desarrollo social”, esto por medio de la implementación de proyectos públicos-privados que buscan, dentro del servicio comunitario, brindar programas que sean capaces de proponer diferentes perspectivas para el tratamiento de los problemas que aquejan a las sociedades más desamparadas y pobres de Guatemala.

Se propone que por medio de las fundaciones nacionales e internacionales coadyuven a un desarrollo externo para las comunidades en pobreza, abandonadas históricamente. Ante las deficiencias estatales, estas comunidades se ven obligadas a desplegar planes en conjunto con instituciones y personas que brinden alternativas para su progreso, las cuales son necesarias para la construcción de una democracia participativa.

El origen social del plan comunitario, necesita reforzarse con un plan de comunicación estratégica, que promueva el desarrollo de manera efectiva e integral.

1.2 Funcionamiento de la institución

El funcionamiento interno de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”⁷ tiene como objetivo incentivar, dentro de la población, la prevención y tratamiento de las enfermedades dentales para mejorar la salud integral en las comunidades de escasos recursos, que habitan cerca del proyecto y, que culturalmente no prestan atención a la salud.



*Ícono No. 3, entrada frontal de la clínica
"Ana Edith Hernández Escobar"*

Equipo de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

- Gabinetes.
- Cinco unidades de consultorios dentales
- Una estación de esterilización
- Equipo de rayos X
- Computadoras con software

⁷Ícono No. 3, propiedad del autor. Junio de 2016.

- Insumos para la reparación dental.
- Herramientas odontológicas.

Datos suministrados por la Licenciada Evelyn Paiz⁸, miembro de la Junta de Desarrollo de Proyectos y Directora de Enlace de América Latina, el costo total de la donación de equipo y

suplementos médicos bucales ascendió a cerca de 2.5 millones de dólares, los cuales fueron canalizados por las fundaciones *Spear Open Wide, A-dec, Patterson Dental, Sirona y Por una Mejor Guatemala.*

El equipo dental de la clínica en mención está valorado en millones de dólares.



Lic. Evelyn Paiz y Lic. Axel Amílcar de Santizo Flores.

La administración de este proyecto ha estado bajo la responsabilidad de la Municipalidad de Villa Nueva, su aporte económico consiste en pago de luz, agua, extracción de basura y demás necesidades requeridas para el funcionamiento pleno de la clínica.

La clínica es atendida diariamente por:

- 1) Dra. Stephanie Lambour, Directora y Coordinadora de la clínica.
- 2) Dr. Rodrigo Dávila, Odontólogo.
- 3) Vivian García, Asistente y traductora.

⁸ Ícono No. 4, Propiedad el autor.

- 4) Zaira Carrasco, Recepcionista.
- 5) Lizeth Guzmán, Asistente y personal de mantenimiento, y
- 6) Estudiantes del último año de la carrera de odontología que realizan su Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Universidad Mariano Gálvez.

Y por estar ubicado en zona roja se cuenta con el apoyo del Gobierno Central brindando el apoyo policial y militar, encargados en resguardar el inmueble, a sus colaboradores y pacientes.

El equipo de odontólogos, asistentes de dentistas y enfermeros quienes brindan ayuda y atención especializada a personas de todas las edades en horario de 8:00 am a 3:00 pm., de lunes a viernes.

Los equipos donantes o colaboradores están integrados por cinco dentistas provenientes de Estados Unidos que donan su trabajo; cada profesional se hace cargo de costear su boleto aéreo, su estadía en Guatemala, que incluye hospedaje (en Antigua Guatemala) y alimentación.

La Fundación *Spear Open Wide*, les asiste con profesionales norteamericanos de la odontología, en cuarenta grupos al año, quienes planifican sus grupos voluntarios de trabajo y costean sus pasajes, estadía y alimentación. Las autoridades locales únicamente les apoyan con transporte y protección.

Los grupos son rotados cada semana cumpliendo un ciclo de cuarenta semanas al año en el que los profesionales provenientes de Norteamérica atienden a la población guatemalteca. La Municipalidad de Villa Nueva se encarga del transporte que los lleva y trae del hotel ubicado en Antigua Guatemala, así como coordina con el Gobierno Central la protección del

grupo de profesionales, quienes son escoltados por policías nacionales y militares.

Las semanas en las cuales no se cuenta con odontólogos norteamericanos, los pacientes son atendidos por estudiantes de último año de la carrera de Odontología y quienes se encuentran realizando su Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Universidad Mariano Gálvez. Éstos son auxiliados y acompañados por médicos odontólogos guatemaltecos, quienes laboran de planta en la clínica dental.

El compromiso de la Fundación *Spear Open Wilde* es apoyar a la clínica dental de Ciudad Peronia por cinco años. Período en el que ha proveído de todos los insumos para que los médicos dentales puedan trabajar con total comodidad.

Al cumplir dicho lapso (febrero de 2017) la clínica dental dejará de recibir el apoyo de la Fundación *Spear Open Wide*, y será entregada a la Municipalidad de Villa Nueva para que la continúe funcionando al servicio de los guatemaltecos que habitan en el lugar, ya que, los médicos y practicantes han superado y demostrado en estos años de capacitación estar preparados para responsabilizarse de la clínica cuando se dé el traslado de ésta a las comunidades para que funcionen de forma independiente y autofinanciable.

Actualmente, a los pacientes se les cobra Q10.00. Este cobro es simbólico y pretende generar un ingreso económico externo para que la clínica se mantenga en funcionamiento y se encamine a la autosostenibilidad.

Sin embargo, sería imposible que en el futuro funcione bajo esta política de cobro. Ello, ha incidido a buscar nuevas alternativas de apoyo y se ha gestionado desde el año 2015 a la fecha, posibles donantes, uno de ellos es

el Club Rotario Guatemala, quien es uno de los potenciales socios estratégicos que tiene la Municipalidad de Villa Nueva.

En la actualidad el servicio ha trascendido, es decir ha aumentado la demanda y acuden pacientes de todo el municipio de Villa Nueva e incluso de diferentes departamentos de la República de Guatemala.

Desde la implementación de la clínica y gracias al trabajo conjunto que se ha logrado realizar entre las organizaciones participantes, cabe decir:

1. Se cuenta con más de 125,000 pacientes atendidos.
2. Han colaborado más de 500 voluntarios (230 dentistas y 285 asistentes dentales / higienistas estadounidenses).
3. Entre los tratamientos a los pacientes se registran más de 11,000 paquetes para que se practique la limpieza bucal dentro de la casa.
4. Se han proporcionado 35,000 tratamientos a pacientes con flúor.
5. Se ha capacitado a más de 300 estudiantes de Odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala y Universidad Mariano Gálvez, quienes realizaron sus prácticas en la Fundación *Spear Open Wide*.
6. Se ha dictado una conferencia a más de 300 estudiantes en Odontología Avanzada en universidades locales.

1.3 Proyecto dentro del que se inserta el plan de comunicación para el desarrollo

El proyecto comunicación para el desarrollo, clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” ubicada en comunidad La Selva de Ciudad Peronia, Villa Nueva, se inserta como un proyecto de comunicación social, de ser el enlace directo entre la clínica dental y la población necesitada.



9 Mapa No. 1. Ciudad Peronia

Con el objetivo de comunicar los aspectos básicos del trabajo la Fundación *Spear Open Wide* y la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, se formulan estrategias de comunicación dirigidas a evidenciar la importancia que tiene la higiene bucal como una herramienta para la prevención y mejoramiento de la salud bucodental.

⁹ Fuente: <https://www.google.com.gt/@14.5716418,-90.6077391,312m/data=!3m1!1e3> Recuperado 15/6/16

Entre las necesidades de salud en la comunidad objeto de estudio sobresalen: la pérdida de piezas, gingivitis, caries, entre otras; situaciones que pueden afectar, en múltiples variables, la vida de las personas que padecen estas condiciones.

De tal modo, se busca canalizar, por medio de la socialización de la información, los beneficios de la ayuda humanitaria internacional y nacional, las cuales construyen herramientas y vías alternas para el fortalecimiento, no solo de los programas en salud pública de Guatemala, sino de la sociedad en general.

Se pretende, por medio de la generación de propuestas para la solución de problemas, orientar a la población para que pueda convertirse en miembro activo dentro de sus comunidades e impulsar y construir su desarrollo promoviendo una cultura para la prevención y mejoramiento de la salud bucodental.

Los proyectos de desarrollo tratan de poner en práctica opciones referidas tales como: derechos humanos de las personas, pues un ciudadano al participar directa y activamente impulsarán acciones que beneficiarán a la comunidad y por ende, a cada miembro. La población activa es capaz de promover cambios importantes, pero necesariamente debe conocer los beneficios y obligaciones, he ahí la importancia de la comunicación.

Si bien es cierto, el trabajo que se realiza en la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” no podrá erradicar los problemas de salud bucodental en su totalidad, es importante su desarrollo para beneficio de miles de pacientes que habitan en Ciudad Peronia, las comunidades colindantes, así como para el resto de Villa Nueva.

Guatemala tiene poca cobertura en el área de salud e higiene bucodental, pero es importante para el beneficio de miles de guatemaltecos comprender esta realidad e invitar enérgicamente a la población a participar en el cambio, para ello, es imprescindible la aplicación de modelos de comunicación para el desarrollo.



Capítulo II
Antecedentes y
metodología de la
investigación

Capítulo II

Antecedentes y metodología de la investigación

2.1 Delimitación del tema

El propósito de planificar un proyecto de comunicación para el desarrollo para la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” ubicada en la comunidad La Selva en Ciudad Peronia de Villa Nueva, se ve delimitado en acciones específicas para el mejoramiento de las condiciones de vida de los ciudadanos que habitan en el lugar y en las comunidades cercanas a ésta.

El plan se centró en crear una estrategia de comunicación que busca transmitir mensajes clave; para dar a conocer la labor social que se realiza en la clínica, como es la atención dental para personas de escasos recursos y a una población más allá del área de atención.

Para el logro de los objetivos propuestos se contactó a los médicos de la Fundación *Spear Open Wide*. Se les informó que los mensajes que se generarán estratégicamente serán difundidos en canales de televisión abierta: canal 7 y GUATEVISIÓN, radios como TGW, radio Universidad, radio María y radio Estrella, canales de cable comunitario, radios comunitarias, canal de televisión de la Municipalidad, periódico Villanovano que se publica en el área, boletines informativos, instructivos, Rotafolios, publicidad exterior, teatro callejero, charlas informativas a líderes comunitarios y estudiantiles para multiplicar el mensaje, así como charlas clave a la población en iglesias, salones comunitarios, gimnasios, colegios y escuelas. Para ello, deberán ser seleccionados y capacitados los facilitadores para que manejen adecuadamente el tema y que pretendan, al igual que la estrategia comunicativa, evidenciar el trabajo realizado en la clínica dental “Ana Edith Hernández escobar”.

La discusión de la utilización de las redes sociales en una estrategia de comunicación para el desarrollo se mantiene; sin embargo, al estudiar el área creemos indispensable socializar utilizando las plataformas de *Twitter* y *Facebook* debido a la penetración que tienen en las áreas a las cuales se dirigirá el proyecto.

La población tiene acceso a teléfonos inteligentes que poseen redes sociales, además, al ser la juventud el sector predominante en el área, su acceso a la computación es preponderante, por esta razón, se incluirá una estrategia para *Twitter* y *Facebook*.

Ciudad Peronia es el eje central del proyecto, pero la colindancia con otras colonias que se encuentran en la línea de pobreza, incentiva a que se den a conocer estos programas como beneficiarios en segundo grado. Es así como se sugiere llevar el mensaje de la labor que se realizan en la clínica Dental "Ana Edith Hernández Escobar, en Ciudad Peronia y a comunidades cercanas como son: Jerusalén, Villas del Amanecer I, Villas del Amanecer II, Oasis, El Gran Mirador, Emmanuel, Nueva Esperanza y El Calvario.

Asimismo, a los complejos poblacionales más alejados de Ciudad Peronia, pero que son parte del municipio, tales como: El Mezquital, El Búcaro, San José Villa Nueva, Ulises Rojas, colonias Santa Isabel I y II, Eterna Primavera, Alioto López Sánchez, El Paraíso, El Frutal, Las Nubes, El Tabloncito, El Zarzal Guillén y demás zonas que integran Villa Nueva.

Se centra el proyecto en la temporalidad del año 2016. Después de cuatro años de funcionamiento de la clínica dental, se observó y corroboró que se han brindado grandes resultados, los cuales podrían ser mejorados con un plan de comunicación estratégica para el desarrollo.

2.2 Síntesis histórica de Villa Nueva

La etimología del término “Villa”, habla de una categoría menor que ciudad y mayor que pueblo. Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española¹⁰, Villa significa “Población que tiene algunos privilegios con que se distingue de las aldeas y lugares.” (1988:97).

En Guatemala, el Acuerdo Gubernativo del 7 de abril de 1,938 fija los requisitos a llenarse para que un poblado pueda obtener por disposición del Ejecutivo, categoría de Villa, y por lo general son algunas cabeceras municipales, que durante el período hispánico, en Guatemala, la Real Audiencia de la Capitanía y Gobernación General, concedía la merced de Villa a ciertos poblados en que predominaban los españoles.

Sobre el significado del término Villa Nueva, se dice que en 1917 cuando el pueblo de San Miguel Petapa sufrió una inundación severa, la gente que sobrevivió a ésta, subió a una villa que estaba deshabitada parcialmente, y recuerdan que uno de los dirigentes del grupo expresó:... “vamos a la villa nueva”..., y eventualmente éste se convirtió en el nombre de la población que actualmente se conoce¹¹ (Gall F.1976:52).

Según documentos consultados del siglo XVIII, el 9 de octubre del año 1762, en la primitiva Petapa y debido a fuertes lluvias, bajó un torrente de un cerro cercano a la población, la cual arrasó, perdiendo la vida unos 83 habitantes, librándose el resto de la población. Convenido el traslado, la misma se pasó hacia el noroeste, sobre las lomas de la cordillera, donde se fundó con el nombre “Nuestra Señora de la Concepción de las Mesas”, en terrenos que fueron de Don Tomas de Barillas, tierras que poseía y cedió Blas de Rivera.

¹⁰ *Diccionario de la Real Academia (1988:97). España.*

¹¹ *Gall, F. (1976:52). Diccionario Geográfico de Guatemala. Guatemala. Tipografía Nacional.*

En el transcurso de los años, el poblado cambió su nombre por Villa Nueva. En una obra escrita alrededor del año 1800 por el bachiller y sacerdote Domingo Juarros, se lee lo siguiente:

La Villa Nueva de Petapa, población de mulatos, situada en un hermoso llano a 4 leguas de la metrópoli, es de buena planta, su plaza espaciosa, sus calles rectas de sur a norte y de este a oeste; tiene algunas casas decentes, iglesia matriz muy capaz y bien adornada, cuyo titular es la Concepción de Nuestra Señora, y una ermita del Calvario. Sus vecinos se ocupan en siembras de maíz.

En su compendio, Juarros también anotó que Villa Nueva formaba parte de la Provincia de los Sacatepéquez y Amatitlanes, y especificó en diferenciar a la actual Villa Nueva de Petapa, así como antes de su traslado a raíz de la inundación en 1762, tal como se lee en otra parte de su obra:

(...) antiguamente estaban unidos estos dos lugares y formaban un pueblo grande y de mucho comercio: los indios tenían una iglesia y cura regular y los ladinos eran asistidos por su párroco secular, en iglesia separada; pero habiéndose arruinado esta población en el año de 1762, por un diluvio que inundó una parte del reino, se determinó pasarlo a otro sitio, en cuya traslación se separaron los ladinos de los indios y formaron estas dos poblaciones. (Juarros, Domingo, 1800).

Referente al poblado antiguo, Petapa, el decreto de la Asamblea Nacional Constituyente del 4 de noviembre 1825, citado por Manuel Pineda Mont en su Recopilación de Leyes como Ley 5ª, dividió el territorio del Estado de Guatemala en 7 departamentos. Perteneciente a los departamentos de Guatemala y Escuintla, se mencionó a la Villa Nueva de Petapa. En la división territorial del Estado de Guatemala para su administración de justicia por el sistema de jurados, según decreto del 27 de agosto 1836, se mencionó a Villa Nueva dentro del Circuito Sur de Guatemala.

El arzobispo doctor don Pedro Cortés y Larraz realizó una visita pastoral a su diócesis entre los años de 1768 y 1770. Fue una notable figura en el clero, tenaz opositor al detrimento económico del Reino de Guatemala por el traslado y edificación de la nueva capital después de los terremotos de Santa Marta del año de 1773, que arruinaron a la ciudad actualmente conocida como Antigua Guatemala.

En su obra relata que llegó a la entonces Parroquia de San Miguel Petapa y que la actual Villa Nueva, mencionada como Villa de la Concepción estaba a 1.5 leguas de distancia de la cabecera parroquial, con 218 familias que hacían un total de 601 personas. Se refirió a la destrucción de la primitiva Petapa y el traslado posterior a Villa Nueva, escribiendo lo siguiente:

“...en esta mudanza los indios y ladinos que hacían un pueblo formaron dos. Uno es el nuevo Petapa y es el de los indios, y otro la Villa de la Concepción y es el de los ladinos, quedando en el pueblo arruinado los vecinos y pocas personas que se dicen arriba. El idioma materno de los indios y el que regularmente hablan es el pokoman. Agregó que en la Villa había un eclesiástico llamado don Joaquín Muñoz. (Cortés y Larraz, Pedro: 1770).

En la actualidad, además de la agricultura, que es el original patrimonio de los habitantes, en los últimos años se han instalado dentro de la circunscripción varias industrias como fábricas de hilados, de tejidos, de plástico, etc., que antes funcionaban en su mayoría en la capital.

La fiesta titular se celebra por lo general durante la segunda semana de diciembre, en honor de la Virgen de Concepción, patrona del pueblo. El día principal es el 8, en que la iglesia conmemora la Purísima Concepción de María. En lo religioso, se considera como parroquia extraurbana de la

arquidiócesis de Guatemala erigida a raíz de su traslado; su archivo data del 9 de mayo de 1768¹².

2.3 Departamento de Guatemala

Con relación con la organización del territorio, el artículo 224 de la Constitución Política de la República de Guatemala¹³ establece que “el territorio de la República, se divide para su administración en departamentos y éstos en municipios”.

¹⁴Mapa No. 2. República de Guatemala



El territorio de Guatemala, está dividido en 22 departamentos, cada uno en municipio.

El departamento de Guatemala, está dividido en 16 municipios, uno de ellos es el municipio de Villa Nueva.

¹²Municipalidad de Villa Nueva. Documento. Sin fecha.

Villa Nueva (2012).<http://www.villanueva.gob.gt/datos-generales-villanueva-guatemala> consultada el 25/5/16.

¹³ Constitución Política de la República de Guatemala y sus reformas (1993). Tipografía Nacional. Guatemala.

¹⁴ Mapa de la República de Guatemala. Recuperado

<https://www.google.com.gt/search?q=imagen+de+mapa+de+guatemala+con+sus+departamentos&rlz>. Recuperado 30/5/16.

2.3.1 Mapa del departamento de Guatemala y sus municipios¹⁵

Mapa No. 3.



2.4 Municipio de Villa Nueva

Surgió como un poblado en el período hispánico en el año 1762. Es uno de los 340 municipios de la República de Guatemala y pertenece al departamento de Guatemala. En 1935, el municipio se incorporó al departamento de Guatemala.

¹⁵Mapa No. 3. Fuente: http://www.mapasguatemala.net/villa-nueva_guatemala.html#fotografias
Recuperado 16/6/16.

2.4.1 Extensión territorial

141 kilómetros cuadrados

2.4.2 Población:

Según el Censo Poblacional del Instituto Nacional de Estadística,¹⁶ realizado en el año 2002, la población total de este municipio es de 355,901 habitantes.

2.4.3 Límites

Al norte con los municipios de la ciudad de Guatemala y Mixco. Al este con San Miguel Petapa y Villa Canales; al sur con Amatitlán y al oeste con Santa Lucía Milpas Altas; municipio del departamento de Sacatepéquez.

2.4.4 Demografía

El municipio de Villa Nueva tiene una población de 474 368 habitantes de acuerdo a datos del año 2008¹⁷, datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadística.

2.4.5 Geografía

Las aldeas del Municipio de Villa Nueva son: Bárcenas, Ciudad Real, El Tabloncito, Najerita, Ramírez y San José. Los caseríos son: El Calvario, El Tablón, La Barca, San Antonio, El Frutal, Villalobos, Cruz Grande, El Carmen, El Zope, Santa Rosa, El Paraíso y Roldán. Tiene los siguientes cerros: Loma de Trigo, Monterrico y San Rafael. Ríos: Mashul, Parrameño I, Platanitos, Villalobos y San Lucas. Quebradas: agua Tibia, del Frutal, del

¹⁶ Instituto Nacional de Estadística (2003). *Censo de población. Guatemala.*

¹⁷ Instituto Nacional de Estadístico 2008). *Guatemala.*

Tablón, del Zope, El Arenalito, Piedras Moradas, Rincón del Cedro, Rincón del Rito o Agua Escondida, Santa Catarina y el lago de Amatitlán¹⁸.

Actualmente, aldeas y caseríos han sido fraccionados convirtiéndose en más de 300 colonias, en fraccionamientos y asentamientos. Algunas de ellas, se encuentran en la parte central (zona 1) y el resto en las 13 zonas que corresponden a la jurisdicción del municipio. También existen colonias residenciales y cuentan con los servicios básicos. Se encuentran en Villa Nueva, asentamientos muy saturados poblacionalmente, Tal es el caso de: El Zarzal, y Ciudad Peronia¹⁹, datos obtenidos en la Municipalidad de Villa Nueva.

2.4.6 Economía

A pesar que la agricultura es el original patrimonio de sus habitantes, en las últimas dos décadas se han instalado dentro de la jurisdicción de este municipio varias industrias que antes funcionaban en su mayoría en la capital guatemalteca; como fábricas de hilados, de tejidos, de plástico, procesadoras de alimentos, etcétera. Todo ello ha contribuido a su crecimiento poblacional²⁰, en Diccionario Municipal²¹.

2.4.7 Proyección estimada de habitantes

Residentes, como población de tránsito y flotante supera el millón, una población joven del 47.27% -de 0 a 19 años de edad, cuenta con un 7.59% de población indígena y el 51.73% de su población la constituyen mujeres.

¹⁸ *Municipio de Villa Nueva. Documento s/f.*

¹⁹ *Municipalidad de Villa Nueva. Documento sin fecha. Consultado 3/6/16.*

²⁰ *Diccionario Municipal, s.f.*

2.4.8 Períodos intercensales

Los periodos intercensales 1981-94 reportan que Villa Nueva creció a un ritmo del 12.4% anual, pasando de 20,236 habitantes censados como urbanos en 1981 a 101,295 en 1994, multiplicando su población urbana en 5% en ese período, pasando a tener 301,947 habitantes asentados en áreas urbanas en el 2002, lo que representa el 84.84% de su población, se constituye en el municipio con el más elevado índice de crecimiento del país.

Se le ubica como el tercer municipio más poblado del país, luego de Guatemala y Mixco, con un total de 355,901 habitantes censados al año 2002²². La proyección actual del Instituto Nacional de Estadística ubica a este municipio como el segundo municipio más poblado de la República.

2.4.9 Idioma

El idioma oficial es el español. Aunque en los primeros pobladores de origen indígena, el idioma materno era el Pocomán.

2.4.10 Feria patronal

En honor a la Virgen de Concepción el 8 de diciembre²³ (Diccionario Municipal 2001).

2.4.11 Servicios de salud

En cuanto a los servicios de salud se muestra una situación muy precaria, no existe hospital nacional. Se cuenta únicamente con tres centros de salud, uno de ellos data de 1960. Cuatro sanatorios o puestos de salud; insuficientes para atender a los villanovanos.

²² Instituto Nacional de Estadística (2003). *Censo de población y Habitación. Guatemala*.

²³ *Ibíd*em

2.4.12 Sitios arqueológicos

El Municipio de Villa Nueva posee sitios arqueológicos, como: El Frutal, Eucaliptus, Falda, Santa Clara, Taltic, Villa Nueva, Zarzal.

2.4.13 Densidad demográfica²⁴

De acuerdo a los datos aportados por la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN) recogidos por el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística, -INE-, la densidad demográfica de Villa Nueva, en el año 2002, era de 355,901. Actualmente, este número es cuestionable, y según información de la administración municipal, emitida por el alcalde Ing. Edwin Escobar Hill en el 2016, el número de habitantes asciende a un millón y medio.

De acuerdo con la información proporcionada por los indicadores se observa que en el municipio de Villa Nueva, la mayoría de habitantes son mujeres; grupo que representa el 55% del total (195,749). (SEGEPLAN).

Rango de edades	
0-4 años	45,611
5-9 años	44,849
10-14 años	40,560
15-19 años	37,229
20-24 años	38,473
25-29 años	31,087
30-34 años	26,229
35-39 años	21,942
40-44 años	19,049
45-49 años	14,414
50-54 años	12,229
55-54 años	7,241
60-64 años	5,419
65-69 años	4,004
70-74 años	3,106
75-79 años	2,032
80 + años	2,425
Elaboración propia información SEGEPLAN	

²⁴ Densidad demográfica: densidad proviene del término latin “densitas” y significa el grado de concentración de unos elementos dentro de una superficie, por su parte la demografía proviene del griego “**demo**” (pueblos) y “**grafía**” (escribir). Podemos decir entonces que la densidad demográfica se trata de estudiar la relación entre la cantidad de personas que ocupan un territorio y el tamaño de éste, es decir, cuando observamos un territorio pequeño habitado por numerosas personas decimos que existe una densidad alta, pero si por el contrario, tenemos pocas personas habitando un territorio extenso, decimos que la densidad es baja . <http://conceptodefinicion.de/densidad-demografica/> Recuperada 15/6/16.

2.4.14 Rangos de edades

Los rangos de edad en Villa Nueva reflejan el mismo fenómeno que se presenta a nivel nacional. Se observa un crecimiento en la densidad poblacional de niños, adolescentes y jóvenes, grupos que superan a los adultos jóvenes y mayores²⁵.

2.4.15 Cobertura de necesidades básica

Según SEGEPLAN (2002:4), la línea de pobreza en Villa Nueva es de un 13% del total poblacional, lo cual abre una brecha de Q48 millones para que se genere un desarrollo social.

Dentro de los rezagos en la cobertura de las necesidades básicas de este 13% de población villanovana, es que no accede al salario base de Q.2, 747.04, este grupo no logra alcanzar al costo de la canasta básica, y afecta directamente las siguientes variables: desnutrición infantil, cercanía de los servicios básicos, costo de los servicios básicos.²⁶

De estas variables de investigación se desprende el servicio de salud, el cual resulta aún insuficiente, a pesar de que por medio de proyectos municipales se han abierto clínicas oftalmológicas, dentales, clínicas ambulantes, centros municipales de salud, y un centro para la detección temprana de cáncer de mama y cérvico-uterino.

Estas clínicas tienen como objetivo suplir los vacíos en las políticas públicas del gobierno central que han sido insuficientes y, en varios caso inoperantes, manteniéndose una tendencia a que la brecha entre pobreza y desarrollo sigue en aumento lo que convierte la salud en

²⁵ SEGEPLAN. (2013). *Set de indicadores municipales de Villa Nueva. Única edición SEGEPLAN, Guatemala.*

²⁶ SEGEPLAN (2012:4). *Mapa de pobreza y nivel de desigualdad en Guatemala. Variables de investigación para el estudio de la pobreza en Guatemala.*

reactiva y no preventiva, vulnerando aún más los escasos fondos económicos.

2.5 Caracterización de Ciudad Peronia

Ciudad Peronia surge en 1987, es un asentamiento con población de escasos recursos económicos, es conocida como la zona 8 del municipio de Villa Nueva, conformado por 12 colonias, 2 caseríos, 4 asentamientos y 2 fincas.

Ciudad Peronia, está conformada por 38 comunidades y la parte central está asentada en el Cerro que anteriormente pertenecía a la finca “*La Selva*”. Los inicios de Ciudad Peronia se remontan hacia 1986, durante el gobierno del Lic. Vinicio Cerezo Arévalo, que estableció un programa habitacional para personas de escasos recursos.

Los servicios con los que actualmente cuenta Ciudad Peronia son: telefonía celular y domiciliar, servicio extraurbano de transporte (Peronia hacia la ciudad capital y viceversa), hacia el centro de Villa Nueva y dos rutas internas, servicio interno de mototaxi. Servicios básicos de salud (centro de salud y clínicas médicas) educación (escuelas, colegios), agencias bancarias. Pollo Campero, farmacias, estación de policías y de bomberos, iglesias de diversas dogmas y canchas deportivas, etc.

En la 5ta calle y 3era avenida final zona 8, comunidad “*La Selva*”, de Ciudad Peronia, se ubican la clínica dental “*Ana Edith Hernández Escobar*”, (referencia en capítulo I, de este estudio).

Según referencia del Dr. Glen Wysel, presidente y cofundador de la Fundación *Spear Open Wide*, es importante destacar que a nivel mundial (Speareducation.com/openwide. 30/09/2016), la clínica dental “*Ana Edith*

Hernández Escobar” es el primer proyecto de construcción de clínicas abiertas que realiza esta fundación, con el apoyo de las comunidades y las buenas relaciones con las autoridades locales.

Según información de la Fundación *Spear Open Wide* publicada en su página en el año 2012: “Peronia es una improvisada comunidad, con más de 85,000 habitantes, está localizada a las afueras de la ciudad de Guatemala, en el Municipio de Villa Nueva. También es el tercer asentamiento más poblado en Central América, en donde un cincuenta y uno (51%) de su población es más joven de 20 años. Y donde el setenta y seis (76%) por ciento es menor que 35, antes que *Spear Open Wide*, abriera no existía un dentista entrenado en el área”²⁷ .

Los datos obtenidos por informes de *Spear Open Wide* se observa el poco acceso a la salud que tienen los habitantes del área, situación que no deja de ser alarmante. Por medio de información brindada por la Organización Internacional de la Salud, los problemas bucales afectan al 100% de los adultos, realidad a la que no escapan los habitantes de Ciudad Peronia, así como las comunidades colindantes.

La mayoría la población es joven, lo que lleva a pensar, en la necesidad de brindarle un desarrollo pleno por medio de una salud bucal óptima.

2.6 Objetivos

Luego de la caracterización del escenario de la investigación: Ciudad Peronia, y conocer los aspectos sociales de esta comunidad se diseñó un objetivo general del cual se desprenden los objetivos específicos, que sirven como base para la estructuración del presente proyecto.

²⁷ Publicado abril del 2012, <https://openwidefoundation.org/project/the-results/> Recuperado: 30/6/16.

Con el fin de cumplir los estándares de la organización de un plan formal desde su diseño hasta la posterior ejecución, y cumplir con los parámetros de la aplicación de un plan comunicacional, se puntualizaron los siguientes objetivos.

2.6.1 Objetivo general

Planificar un proyecto de Comunicación para el Desarrollo dirigido a la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, ubicada en la comunidad “La Selva” en Ciudad Peronia, del municipio de Villa Nueva, departamento de Guatemala.

2.6.2 Específicos

- Fortalecer el trabajo de difusión del servicio que se realizan en la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” por medio de un proyecto de comunicación para el desarrollo que se estructura en el presente trabajo.
- Dar a conocer el trabajo de los médicos guatemaltecos y de los que forman parte la Fundación *Spear Open Wide* dentro de Ciudad Peronia, así como en los públicos secundarios y terciarios, en materia de prevención de la higiene bucal, reconstrucción de las piezas bucales y tratamiento de caries, creando líderes comunitarios y estudiantiles capaces de comunicar la información de la prevención bucodental.

2.7 Justificación del tema

La planificación y la importancia de un proyecto de comunicación para el desarrollo, para impulsar una estrategia de comunicación para socializar los servicios de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”; ubicada en la comunidad La Selva en Ciudad Peronia, Villa Nueva, se caracteriza por ser un aporte al paradigma de las ciencias de la comunicación para con la

comunidad, lo cual según la ONU, brindando y entendiendo que la información es una de las herramientas básicas que logran que el desarrollo sea un proceso centrado en las personas y no en las organizaciones o funcionarios públicos²⁸.

Lo anterior lleva a justificar que es un tema de interés, para fundaciones nacionales como internacionales, para Consejos Departamentales de Desarrollo Urbano y Rural (CODEDES),²⁹ funcionarios públicos del gobierno central y municipal, interesados en fomentar y aumentar la vinculación ciudadana a los proyectos que se desarrollan dentro de las áreas sociales más vulnerables, mismas a las que está enfocado el presente proyecto.

Con la colaboración de las autoridades de la comuna villanovana, se presenta un proyecto formal que permitirá la vinculación de la sociedad con la presentación de políticas formales de comunicación, fomentando el diálogo y la construcción de espacios dentro de la comunidad para que se mejoren los caminos democráticos y crear las vertientes necesarias para generar una mejor calidad de vida entre las personas que habitan en círculos de pobreza.

La comunicación para el desarrollo tiene un efecto directo en la sociedad más golpeada por la pobreza.

La comunidad internacional, incluidas las organizaciones de las Naciones Unidas, ha reconocido la importancia de responder a las necesidades de información y comunicación de las personas marginadas y vulnerables. Ha entendido el papel que la comunicación puede desempeñar en el empoderamiento de las personas para influir sobre las *decisiones que afectan a sus vidas*. ³⁰ONU (2011: p-V).

²⁸ ONU (2011: p-V) Prólogo, en el texto: *Comunicación para el Desarrollo Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*.

²⁹ Decreto No.11-2002 (12/3/2000), del Congreso de la República de Guatemala, se puede obtener más información respecto a los COCODEDES.

³⁰ *Ibidem*

De esta manera, más que la realización de un proyecto comunicacional a corto alcance en materia de salud pública, el fin es el acercamiento de posibles pacientes por medio de una socialización de comunicación; utilizando medios de comunicación tradicionales y no tradicionales. También se propone la capacitación de personas que sean capaces de compartir la información de los beneficios de una higiene bucal para con la salud y el desarrollo humano.

Para ello, es necesario, según las Naciones Unidas, que la comunicación para el desarrollo cuente con la participación de los miembros de la comunidad beneficiada, como principales actores en el “desarrollo de los instrumentos de planificación de programas, así como en la asignación de recursos, para fortalecer la comunicación y la información como herramientas básicas que hagan del desarrollo un proceso centrado en las personas” ONU³¹; (2011: p-V Prólogo. 2011).

El ponente centrado en un proyecto de comunicación para el desarrollo y comprendiendo las acciones realizadas por la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, toma como punto de partida, los consensos de la población para divulgar la realidad social de su entorno.

Aunado a lo anterior, la administración municipal de Villa Nueva, ha sentado las bases para atender a la población villanovana en atención de salud bucodental; con el apoyo de la iniciativa privada, instituciones internacionales y/o municipales. Se cuenta con el apoyo de la comunidad de Ciudad Peronia.

³¹ *Ibidem*

2.8 Planteamiento del problema

El problema central se basa en la necesidad de evidenciar la importancia que tiene fortalecer el cuidado bucodental, como parte de la salud integral del individuo.

La población que habita en el área de influencia del presente estudio, es de escasos recursos, su prioridad dista de la asistencia a la dentadura; o bien, carece del conocimiento acerca de la prevención de enfermedades bucales y de la propia higiene bucal. Desconoce de los tratamientos y no tienen conocimiento de las secuencias que se derivan al tener una dentadura insana.

Importante es construir estrategias de carácter social, que utilicen la comunicación para el desarrollo, que permitan ser los vehículos que viabilicen los medios que trasladarán el mensaje acerca de la importancia de prevenir enfermedades bucales, así como su curación y tratamiento. El área de influencias es Ciudad Peronia y áreas aledañas; así como el resto de comunidades que en su conjunto integran los ocho polos del municipio de Villa Nueva.

A estas áreas se les compartirá la existencia de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, ubicada en la comunidad La Selva en Ciudad Peronia, que prácticamente dona el servicio, mismo que es de alta calidad y brindado por médicos guatemaltecos y estadounidenses, alumnos de último año de la carrera de odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala y Mariano Gálvez.

Para socializar este servicio y la necesidad urgente de prevenir las enfermedades bucales o iniciar un tratamiento de curación, se compartirán

historias de éxito, así como lo que puede suceder de no entrar a una disciplina curativa.

El proyecto de comunicación para el desarrollo, diseñado en el presente trabajo previo a optar el grado académico, es sustentable y será un modelo para ser utilizado, no solo en la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, sino en otros programas similares que puedan existir en el resto de Villa Nueva.

Dar a conocer lo que se realiza en la clínica dental en mención puede invitar a replicar el modelo de atención e implementarlo en otras comunidades del país. Las políticas de salud pública son responsabilidad del Estado, pero al carecer de las mismas, en Villa Nueva, se fundó otra forma de atención a pacientes necesitados.

El planteamiento del problema central está contenido en el objetivo específico del proyecto: “Crear un plan de comunicación para el desarrollo dirigido a la clínica dental Ana Edith Hernández Escobar y la importancia, no solo de sus acciones para con la salud, sino para motivar la prevención de las enfermedades bucodentales” dentro de las cuales se pueden analizar las variables más importantes como la prevención y el trabajo de la clínica en la comunidad.

Esto permite observar que existen dos líneas de acción para la construcción de un modelo comunicacional dentro de la comunidad de Ciudad Peronia y pueda ser replicada en diversos proyectos por la municipalidad, entre otras instituciones.

Primera línea; es de vital importancia remarcar los logros alcanzados por la clínica, porque el acceso a la salud para los guatemaltecos de escasos recursos es dificultoso; o bien, si acude a los servicios estatales, éstos están

en total abandono y carentes de brindar atención, por falta de personal e insumos médicos, crisis que el gobierno central a la fecha no ha solucionado.

El Ministerio de Salud Pública de Guatemala³² sostiene que, el acceso a servicios y productos de salud por medio del gasto de bolsillo golpea la economía familiar de la mitad de la población en situación de pobreza, impide el acceso para los más vulnerables y también puede llevar al empobrecimiento a población con mejores ingresos, cuando los problemas de salud que enfrentan requieren servicios de alto costo y atención prolongada.

Y como segunda línea; la planificación, diseño y estructuración de un plan que permita conocer los logros alcanzados por la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, así como testimonios de pacientes, administradores, enfermeros, asistentes de dentista, estudiantes de odontología, odontólogos nacionales e internacionales con el objetivo fundamental de dar a conocer las historias de éxito.

De esta manera, se plantearon dos estrategias para desarrollar y crear un plan de comunicación para el desarrollo eficiente dentro de Ciudad Peronia, el cual es formar líderes comunitarios con la capacidad de impartir talleres de la importancia de la higiene bucodental a los habitantes y comunidades aledañas, con el objetivo de ser preventivos debido a que, es la mejor forma de evitar la destrucción de las piezas bucales y otras enfermedades que puedan ser degenerativas, como la gingivitis y las caries.

2.9 Aspectos metodológicos

La metodología utilizada para la realización del proyecto tiene una doble vertiente. Como primera vertiente; se estructuró el trabajo bibliográfico para

³² Para mayor información sobre los aspectos y reformas de los programas de salud en Guatemala leer el texto “Proceso para la Reforma de la Salud en Guatemala, Saliendo de la crisis y construyendo el futuro”. 2016.

agenciar un soporte teórico a la comunicación y para que fuera más eficaz. Pese a ello, el mundo comunicacional es cambiante y se vale, muchas veces del sentido común, los años de experiencia, las necesidades del área, las herramientas de comunicación con las que se cuenta, todo con el objetivo de entender las dinámicas sociales.

La segunda vertiente; consistió en el diseño del presente proyecto observando las necesidades de la comunidad, esto se logra formando parte del objeto de estudio y comprendiendo las relaciones inter-sociales que se manejan dentro de la comunidad denominada Ciudad Peronia, para crear cápsulas de información que sean del agrado de los habitantes, con el fin de generar un plan vinculante.

Detallando estas vertientes metodológicas o variables del proyecto que son necesidad de un plan comunitario de comunicación y la obtención de información directa, se permitió detallar el soporte bibliográfico en diversos documentos, boletines informativos, libros, folletos, sobre los beneficios que genera la comunicación para el desarrollo en las comunidades más vulnerables.

Este estudio se nutre de otras experiencias en el campo de proyectos anteriores desarrollados a nivel mundial. Se tomaron los aspectos positivos que éstos han tenido dentro de las comunidades, como ejes de conversión para mejorar la salud, el desarrollo social y la participación ciudadana con el fin primordial de construir una vida más justa y más democrática donde se tenga acceso a la salud.

De esta forma, se creó la hipótesis con el objetivo de vincular las variables del tema, como un claro ejemplo de examinar el problema hacia atrás y las posibilidades hacia el futuro, entendiendo que la comunicación debe ser ubicada en escenarios prospectivos, en donde se convierta en una estrategia

eficaz y eficiente para lograr centrarse como una columna para el cambio, y a su vez, un motor de desarrollo.

Por esta razón, es notoria la necesidad de ligar estas variables a “una teoría científico social que se preocupa por analizar sistemáticamente la naturaleza, el funcionamiento y los efectos de la comunicación social”³³ (Igartua 2006: 2), siendo el método científico de las ciencias sociales el más utilizado para la presentación de trabajos académicos.

El paradigma comunicacional, requiere de una metodología científica capaz de fundamentar su proceso de implementación y estudio dentro de las relaciones sociales y cómo la información enviada por el emisor es recibida y comprendida por el receptor. Además, la hipótesis central del proyecto y las variables deben tener un aspecto metodológico coherente que les permita ser puesto a prueba.

El proyecto, aparte del marco teórico en donde se detallan los paradigmas comunicacionales utilizados para la implementación del plan de comunicación para el desarrollo, clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, ubicada en la comunidad La Selva en el asentamiento Ciudad Peronia, de Villa Nueva, requiere de un marco metodológico que lo vincule dentro de la ciencia.

En tal virtud, se diseñó el plan para cumplir con la rigurosidad académica de las ciencias sociales, las cuales son: formulación del problema de investigación, definición de objetivos y marco teórico, operacionalización del problema, elaboración de hipótesis, especificación de variables, delimitación de las unidades de análisis, diseño de la investigación, selección de

³³ *Igartua, J.J. (2006:2) El método científico aplicado a la investigación en comunicación social conceptos amplios sobre la metodología y las ciencias de la comunicación en la modernidad. Aula Abierta. Lecciones Básicas Portal de Comunicación. Barcelona, España. Edición Métodos de Investigación en Comunicación.*

estrategias, diseño de la muestra, elección de técnicas de recogida de datos, análisis de datos, factibilidad de la investigación, fuentes bibliográficas, recursos disponibles, recursos necesarios, planificación temporal.³⁴, estos métodos estandarizados por el método científico genera validez a la investigación y al mismo tiempo por ser un proyecto “*cualitativo*” dentro del marco de las ciencias de la comunicación, se vale de la observación de las relaciones sociales de una manera que conlleva, a que el diseño siempre esté centrado en la capacidad de reproducir fenómenos sociales reales y a su vez cuestionables para la construcción de la ciencia.

2.10 Sistematización del proyecto

El proyecto está diseñado para ser vinculante con la realidad social de la comunidad estudiada, por lo cual, dentro de la sistematización se recurrió a herramientas de investigación y construcción de estrategias, que permitieran comprender las necesidades por las cuales atraviesan las familias que habitan esta región de Villa Nueva. El proyecto además se basa en la identificación de líderes comunitarios y estudiantiles capaces de esparcir el mensaje en los talleres de comunicación para el desarrollo en las comunidades.

Otra estrategia a la que se recurrió fue la utilización de medios de información como un vínculo directo entre el emisor y el receptor de los mensajes.

Para fortalecer la parte cualitativa de la investigación se entrevistó a las siguientes personas: Ing. Edwin Escobar Hill, Alcalde del municipio; Dra. Charity Crawford, Directora Ejecutiva de *Spear Open Wide*; Licda. Evelyn Paiz, miembro de la Junta de Desarrollo de Proyectos y Directora de Enlace de América Latina; Dra. Stephanie Lambour, Directora y Coordinadora de la

³⁴ Ídem.

clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”; administradores, odontólogos, asistentes, colaboradores líderes comunitarios y pacientes de la clínica (ver anexo de entrevistas). Con ello se logró obtener información de los actores principales sobre el trabajo que se realiza, así como la importancia del cuidado, tratamiento y prevención de enfermedades bucodentales.

Es así como la investigación se sistematizó por medio de la realización de las siguientes acciones dentro del campo de estudio:

- Entrevistas a los actores principales.
- Planificación de los temas más importantes que se quieren dar a conocer.
- Capacidad de comprensión y vinculación de la información reproducidas para con la comunidad.
- Libertad dentro del campo de acción debido a que el proyecto de comunicación ofrece cierta flexibilidad y uso común en la toma de decisiones.

La información del campo de estudio y los receptores del mensaje, permitieron proponer temas directos, claros y concisos que buscan ser ligados de manera permanente dentro de la socialización del mensaje en Ciudad Peronia y en las comunidades aledañas y que hagan suyo el mensaje para una mejor salud bucal, y sean agentes multiplicadores de la estrategia de este plan de comunicación para el desarrollo.

Se dividió el trabajo en cuatro grandes direcciones; las cuales se citaron dentro del diseño final del trabajo en el Capítulo IV. Las entrevistas directas con los actores principales redujeron en gran manera el tiempo de recolección de datos. Además de permitir vincularse de manera directa con las necesidades que requiere la investigación.



Capítulo III

Marco teórico

Capítulo III

Marco teórico

3.1 Fundamentos teóricos

Para la realización del marco teórico se revisaron teorías de comunicación que permitieron comprender los procesos comunicacionales, navegando desde conceptos básicos a niveles de mayor complejidad, que auxiliaron a orientar los objetivos de esta investigación y crear una estrategia de comunicación para la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”.

En los procesos del desarrollo de la humanidad, la comunicación ha estado presente. “Esta relación desarrollo–comunicación, ha sido estrecha y ha evolucionado conjuntamente. A cada concepción de desarrollo le ha correspondido una manera de entender la comunicación y no sólo de entender, sino de practicar” (Cadavid³⁵ 2006:4).

3.2 Comunicación

“La comunicación es un principio, el paso, de lo individual a lo colectivo y la condición de toda vida social. De una manera general, la comunicación consiste en un cambio de mensajes cargados de significados...” Douvignaud³⁶ (2002)

Comunicación deriva de la raíz latina “communis”: poner en común algo con otro. Es la misma raíz de comunidad, de comunión; expresa algo que se comparte: que se tiene o se vive en común³⁷. El término comunicar³⁸ tiene su origen en el latín. Proviene del verbo communicare y éste de communis,

³⁵ Cadavid, Amparo (2006: 4). *La comunicación para el desarrollo. ¿Qué comunicación para cual desarrollo?* Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net. Colombia.

³⁶ Douvignaud, Jean (2000) *Guía Alfabética*. México. Ed. Anagrama.

³⁷ <http://www.escuelafalsborda.org/images/comunicacion/La-comunicacin-en-la-accin-popular---Mario-Kaplun-II.pdf> Consultada: 20/05/16.

³⁸ <http://quees.la/comunicar/> consultada: 20/05/16.

commune cuyo significado es poner en común, que pertenece a varios o a todos.

Expone Borden y Stone³⁹, que la comunicación: “es la única manera de que disponemos para ponernos en contacto con los demás y, aun cuando no nos demos cuenta de cuánto dependemos de ella, constituye el centro de nuestra existencia” (1982:82). En el libro *Comunicación y semiología* el Dr. Interiano⁴⁰, expone su postulado de comunicación.

La comunicación es un fenómeno de interacción social. Esto es un hecho indiscutible. Toda sociedad necesita para su desarrollo, establecer relaciones entre los hombres, y éstos con sus instituciones. Y para ello, es incuestionable que debe hacerlo utilizando la comunicación, en cualquiera de sus manifestaciones.

En otras palabras, la comunicación es el oxígeno de la sociedad; es el elemento a través del cual el hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico, y en todos los órdenes de la vida. Por ello puede semejarse al plasma en donde se desarrollan todas las relaciones sociales de producción de bienes materiales y espirituales: Y en efecto, la humanidad no habría podido alcanzar los estadios de desarrollo actuales, sino se hubiera contado con los mecanismo necesarios para la transferencia de conocimiento y de la experiencia particular *de los demás seres humanos que compartían un mismo núcleo vital.* (1997:9).

El arte de la oratoria lo desarrollaron los griegos y los romanos con el fin de poder hablar en público; su objetivo era alcanzar un buen nivel de persuasión, es decir que el mensaje logre afectar al receptor del mismo. Autores modernos coinciden con esta idea, la comunicación es importante siempre que el mensaje transmitido afecte de alguna manera al que lo recibe. David Berlo⁴¹ lo expresa de la siguiente manera:

³⁹ Borden, G. y Stone, J. (1982) *La comunicación humana*. El Ateneo, Buenos Aires.

⁴⁰ Interiano, Carlos H. *Semiología y Comunicación* (1997:9). Guatemala.

⁴¹ Berlo, David K. (1969:10-11). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. Argentina. El Ateneo.

Nuestro objetivo básico en la comunicación (...) es influir en los demás (...) en resumen, nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente. La intención de una obra de teatro puede ser la de querer producir en el público una respuesta "me gustó, y, al mismo tiempo, tener por objeto tratar de modificar la futura conducta de los espectadores con respecto a temas sociales o políticos.

El que asiste a un debate público lo hace porque disfruta de la pompa de la situación y porque, al mismo tiempo, quiere obtener ciertas informaciones que habrán de ayudarlo a tomar una decisión en la próxima elección. (1969:10-11).

Existen autores que ven la comunicación como la transmisión de mensajes e información, de un individuo -o un organismo- a otro, según motivaciones diversas y utilizando elementos de conocimiento que ambos tienen en común (Costa⁴², 1999).

3.3 Modelos de comunicación

Sánchez⁴³, en el libro *Modelos y Esquemas de Comunicación* explica que:

Un modelo de comunicación puede ser una explicación de la interacción comunicativa en un fragmento del mundo real, o entre sujetos que pertenecen a él. A través de un modelo se puede estudiar un fragmento de mundo, asirlo, entenderlo.

El modelo permite moldear, manipular, simular (...) Los modelos son flexibles, dinámicos. Un modelo facilita la comprensión del todo desde la parte en estudio; pero entendida integralmente. Los modelos de comunicación permiten, pues, el estudio de la comunicación y su desarrollo entre los seres humanos y su construcción cultural (...) Los modelos de comunicación pretenden explicar la realidad de las interacciones comunicacionales, por supuesto, de un mundo ideal. Se propone el estudio y desarrollo de la comunicación humana en contextos delimitados y concretos.

⁴² Costa, Joan. (1992). *Identidad corporativa y estrategia de empresa*. Barcelona: Ediciones CEAC.

⁴³ Sánchez Uriel (2006: 21-22,44). *Modelos y Esquemas de Comunicación: algunos acercamientos*. Colombia.

Un modelo de comunicación es una preocupación por la interacción. El sentido de la comunicación, sus medios, la relación entre emisor y receptor, el ambiente en el cual se desarrolla y los ruidos que la afectan; la trascendencia de dichas interacciones comunicativas para los seres humanos, las sociedades y sus organizaciones, son la razón para modelar la comunicación” (2006: 21-22,44).

Islas⁴⁴ cita a Castro y Zaraet (2006), en el sentido que la obra de Aristóteles, La retórica, presenta el modelo comunicativo tratado por éste filósofo.

Se ocupó de analizar las maneras en que los seres humanos se comunican entre sí. (...) Retomando los datos anteriores, se puede aseverar que Aristóteles, mediante su obra La retórica, es el primero en teorizar por escrito las aportaciones de los sofistas y las de Platón, las bases de la comunicación humana mediante tratados analíticos expositivos (...) las ideas que aportó sirvieron como base para explicar el proceso de la comunicación en general.

La comunicación es un proceso que se va construyendo cada día, la postura de Habermas⁴⁵, refiere que: “La comunicación es algo que se va construyendo cada día, la verdadera comunicación llega cuando emisor y receptor establecen consensos, es decir llegan a ponerse de acuerdo” (2002:19). Para Mac Bride⁴⁶, la comunicación es:

Comunicación es el intercambio de mensajes, en la cual se utiliza cualquier medio disponible para hacerlo llegar a su interlocutor, hay que entenderla de forma amplia y no solo como el acto de intercambio de mensajes, ya que ésta abarca el quehacer individual y colectivo de las personas. (1980:37).

⁴⁴ Islas O. <https://octavioislas.files.wordpress.com/2013/08/modelos-de-comunicacion3b3n.pdf> recuperado el 23/6/16.

⁴⁵ Habermas, Jürgen (1987) Teoría de la acción comunicativa. Taurus. Buenos Aires.

⁴⁶ Mac Bride, S. (1980:37). Comunicación e información en nuestro tiempo. Un solo mundo. Voces múltiples. México. Fondo de cultura económica.

Existen diversos modelos de comunicación, y de acuerdo al orden de su importancia, el ponente presenta una síntesis de los puntos de vista de: Aristóteles, Harold D. Laswell, Claude Shannon y David Berlo, en el cuadro siguiente.

Cuadro No. 1. Modelos de comunicación

Aristóteles	Harold D. Laswell	Claude Shannon y Warren Weaver	David K. Berlo
<p>Definió la comunicación (sólo retórica en su concepto), como la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión, es decir, convencer e inducir a la acción.</p> <p>Sólo contempla parcialmente el fenómeno de la comunicación.</p> <p>Prácticamente de este modelo parten todos los demás.</p> <p>Su propuesta:</p> <p>QUIÉN Persona que habla.</p> <p>QUÉ Discurso que pronuncia.</p> <p>A QUIÉN Persona que escucha.</p>	<p>Modelos lineales</p> <p>Proponía una fórmula de concatenación o encadenamiento lineal de cinco preguntas</p> <p>QUIÉN</p> <p>Emisor, el origen, la fuente de toda comunicación.</p> <p>DICE QUÉ</p> <p>El Mensaje Análisis del contenido, procediendo a una clasificación sistemática y cuantitativa.</p> <p>POR CUÁL CANAL</p> <p>Medios utilizados para transmitir el mensaje: el mejor canal.</p> <p>A QUIÉN Análisis del receptor.</p> <p>CON QUÉ EFECTO</p> <p>Impacto del estímulo contenido en un mensaje dado.</p>	<p><i>Modelo de comunicación pensado en función de la cibernética</i></p> <p>No tiene en cuenta el contenido del mensaje.</p> <p>Aplica a cualquier mensaje, independiente-mente de su significación.</p> <p>Se mide según el sistema binario. Compuesto por cinco elementos. Se considera un E-R ampliado. Explica poco sobre la comunicación humana. Ha demostrado ser muy útil.</p> <p>Fuente</p> <p>Emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir.</p> <p>TRANSMISOR</p> <p>Emisor técnico, transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos.</p> <p>CANAL</p> <p>Medio técnico que transporta las señales codificadas por el transmisor (teléfono, cables, red, etc.)</p> <p>RECEPTOR</p> <p>Receptor técnico, decodifica el mensaje transmitido en un lenguaje comprensible para el destinatario.</p> <p>DESTINATARIO</p> <p>Verdadero receptor a quien está destinado el mensaje (audiencia de radio o TV, teléfono).</p> <p>RUIDO (ADICIONAL)</p> <p>Es un perturbador, parasita en diverso grado la señal durante su transmisión.</p>	<p>Modelo que descubre la conducta individual de las personas que intervienen en un proceso social</p> <p>Describe la operación del organismo (desde el punto de vista de la red de comunicación)</p> <p>Componentes:</p> <p>FUENTE</p> <p>Constituye el origen, el punto de partida sensible a factores como las habilidades, el conocimiento, las actitudes y la posición socio-cultural.</p> <p>ENCODIFICADOR</p> <p>Traduce a una clave el mensaje destinado a obtener la respuesta esperada. Supone habilidades de hablar y escribir.</p> <p>MENSAJE</p> <p>Es el producto físico verdadero del emisor y su estructura debe estar compuesta por un código, un contenido y un tratamiento del mensaje.</p> <p>CANAL</p> <p>Es el vehículo de transporte el cual habrá de dirigirse a uno de los sentidos o varios para su percepción.</p>

Fuente: elaboración propia.

3.4 Taxonomía de la comunicación

Importante es la taxonomía⁴⁷ que propone Papalini⁴⁸ de cómo se puede concebir y comprender en proceso de comunicación.

- *Como simple transmisión de un estado o propiedad, que puede referirse a objetos inanimados.*
- *Como un comportamiento de un ser viviente que influye sobre otro.*
- *Como intercambio de valores sociales.*
- *Como transmisión de información.*
- *Como el acto de compartir significados socialmente intercambiados.*

3.5 Elementos del proceso de la comunicación

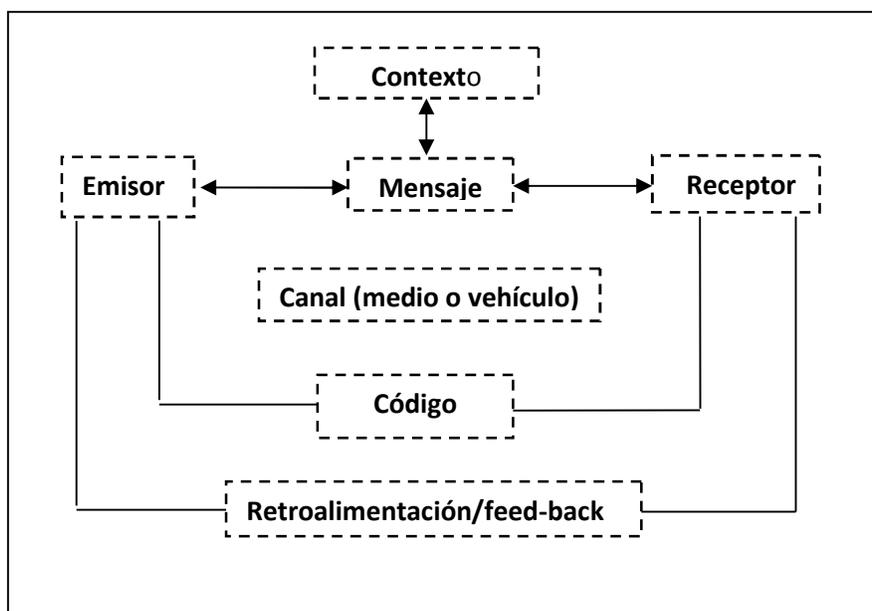
En todo proceso de comunicación es importante no obviar ningún paso, de hacerlo el proceso no es efectivo, las etapas que conlleva este proceso son: emisor, mensaje, receptor, canal, código, contexto, retroalimentación (respuesta, realimentación, retorno).

⁴⁷ Ciencia que trata de los principios, métodos y fines de la clasificación. Definición de taxonomía (<http://definicion.de/taxonomia/>) Pérez. P., Merino, M. Publicado: 2010. Consultado 1/6/16.

⁴⁸ Papalini, V. A. (2002) "La comunicación: espacio teórico para la ideología contemporánea y su crítica". Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Santa Cruz de la Sierra (Bolivia), junio de 2002. Documento mimeografiado.

3.5.1 Esquema del proceso de la comunicación⁴⁹

Esquema No.1



Fuente: Santizo M. Axel L. (2014:21)

3.5.1.1 Emisor

Es quien abre el proceso de la comunicación, quien de acuerdo a sus intereses codifica el mensaje que envía al receptor o receptores.

3.5.1.2 Mensaje

Todo mensaje tiene una intencionalidad, ya sea para bien o para mal. El *emisor* es quien elabora el mensaje, de acuerdo a sus intereses personales, pueden ser, emocionales, académicos, de negocios, etc.

⁴⁹ Santizo M. Axel L.(2014:21) Diagnóstico y propuesta estratégica de comunicación interna para la dirección de delegaciones departamentales de la Contraloría General de Cuentas. Guatemala. Usac-ECC.

Para Berlo el *mensaje*⁵⁰, “son eventos de conductas que se hayan relacionados con los estados internos de las personas, garabatos en el papel, sonidos en el aire, marcas en la piedra, movimientos del cuerpo, etcétera, son los productos del hombre, el resultado de sus esfuerzos, para codificar, es decir cifrar o poner en clave, común sus ideas (1969:34).

3.5.1.3 Código

Para la construcción del mensaje, el “emisor”, utiliza un *código*, el cual debe ser común tanto para él como para quien recibe el mensaje. Para el Dr. Interiano⁵¹ el código:

Es el conjunto estructurado de signos, en base a ciertas leyes propias, utilizado para la elaboración de mensajes. Cuando se afirma que es un conjunto estructurado nos estamos refiriendo a que los mismos deben de cumplir con ciertas leyes de selección y combinación, las cuales han sido sugeridas o establecidas socialmente. O sea, que el código es un producto de un acuerdo social. Lo cual lleva a confirmar lo importante que es tomar en cuenta el “código” en el proceso de elaboración de mensajes, tanto para el emisor como para el receptor (1997:18).

3.5.1.4 Contexto

La premisa de *contexto*, para el Dr. Interiano⁵²:

El contexto es el marco socio-económico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado período histórico. Decimos que cada mensaje debe ser elaborado especialmente para ser transmitido a perceptores que pertenezcan a un contexto determinado. Esto significa que, en la elaboración y transmisión de un mensaje debemos considerar el contexto al cual se dirige dicho mensaje. En otras palabras de hacer referencia o referirse a un contexto determinado. (1997:18).

⁵⁰ Berlo, David K. (1969:34). El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Argentina. El Ateneo.

⁵¹ Interiano H. Carlos. (1997:18). Introducción a la Semiología. Guatemala.

⁵² *Ibidem*.

Múnera⁵³ y Sánchez definen el *contexto* como:

El entorno que exige cierto comportamiento específico de comunicación verbal y no verbal para lograr su efectividad, ya que influye en el comportamiento del emisor y del receptor; puesto que afecta el sentido. Garantiza el contenido común para que se dé el entendimiento entre los interlocutores (2003:78).

3.5.1.5 Canal

Dentro del proceso de la comunicación, el *canal*, es un elemento de importancia, porque sin este paso es imposible que el receptor o receptores reciban el mensaje. Existen diversos canales para que viajen los mensajes, ejemplo: la voz, la escritura, etcétera. Al canal, también se le llama medio o vehículo.

El Dr. Interiano⁵⁴ en atención a los canales como medios que trasladan los mensajes, explica:

Los canales o medios de comunicación son diversos y dependen de las circunstancias y necesidades históricas de la humanidad. Desde los inicios del género humano, como ente transformador de su entorno se ha utilizado diversidad de canales, los cuales van desde los más simples, como los silbatos, las señales de humo, hasta los más sofisticados, nacidos del gran salto cualitativo que dio la humanidad con la *revolución industrial en el siglo XVIII*. (1997:16).

⁵³ Múnera U, Pablo Antonio y Sánchez Z., Uriel H. (2003). *Comunicación empresarial. Una mirada corporativa*. Medellín, Colombia: Colección Hermes 5. Asociación Iberoamericana de Comunicación Estratégica. AICE.

⁵⁴ Interiano. H. Carlos (1997). *Semiología y comunicación*. Guatemala.

3.5.1.6 Receptor

Es quien recibe el mensaje, seguidamente lo descodifica, analiza y procede a reconstruir el mensaje de acuerdo con sus propias experiencias y conocimientos, ello, le permite sintetizar la información recibida y procesar un nuevo mensaje. El *receptor* puede ser individual o colectivo.

3.5.1.7 Respuesta

A este paso se le da el nombre de: retorno, realimentación y retroalimentación, este momento se da cuando el receptor reconoce el código en el cual fue codificado el mensaje, el contexto, etc. Si hay respuesta al mensaje enviado el proceso ha sido todo un éxito, de lo contrario, puede ser que el mensaje no se recibió, no se comprendido, o quizá se ignoró.

3.6 Características de la retroalimentación

Berlo K, David⁵⁵, en el libro El proceso de la comunicación sintetiza las características de la retroalimentación:

- *Para enriquecer la información*
- *Descriptiva, para que sea eficaz.*
- *Específica, de manera que indique la comprensión del mensajes.*
- *Oportuna: en el lugar y contextos adeudos (1984).*

⁵⁵ David K. Berlo. (1969:34). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica.* Argentina. El Ateneo.

3.7 Desarrollo

Amartya Kumar Sen, Premio Nobel de Economía en 1998, opina que, el desarrollo consiste en la extensión de las capacidades y libertad humanas⁵⁶.

Los factores que contribuyen a conseguir dicha libertad son capacidades (humanas), principalmente adquiridas como resultado de un amplio acceso a servicios sociales, como son la educación, el acceso a una atención sanitaria, derechos ciudadanos y de representatividad política. Solo adquiriendo ciertas capacidades, los individuos verán extendidas sus oportunidades para orientar sus vidas hacia un futuro próspero. O, dicho de otro modo, sólo accediendo a ciertos derechos (el desarrollo humano comparte muchos de los principios de los derechos humanos), las personas pueden desarrollar su pleno potencial.

3.8 Desarrollo humano

En el Informe⁵⁷ Nacional de Desarrollo Humano, presenta su punto de vista sobre el desarrollo humano:

El desarrollo humano es un paradigma de desarrollo que va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses. Las personas son la verdadera riqueza de las naciones. Por lo tanto, el desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que valore.

Para que existan más oportunidades lo fundamental es desarrollar las capacidades humanas: la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida. Las capacidades más esenciales para el desarrollo humano son entre otras; disfrutar de una vida larga y saludable, haber sido educado, acceder

⁵⁶ Véase Sen 1999. *Development As Freedom*. New York, Oxford University Press.

⁵⁷ Informe Nacional de Desarrollo Humano. Guatemala. PNUD. Recuperado (7/7/16). <http://desarrollohumano.org.gt/desarrollo-humano/concepto/>

a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y poder participar en la vida de la comunidad. Sin estas capacidades; se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y muchas oportunidades en la vida permanecen inaccesibles.

Aunque este modo de concebir el desarrollo es con frecuencia olvidado en el afán inmediato por acumular bienes y riquezas financieras, no se trata de algo nuevo. Los filósofos, economistas y líderes políticos destacan desde hace tiempo que el objetivo, la finalidad del desarrollo es el bienestar humano. *Como dijo Aristóteles en la Grecia Antigua: La riqueza no es, desde luego, el bien que buscamos, pues no es más que un instrumento para conseguir algún otro fin.*

3.9 Enfoque: desarrollo basado en los derechos humanos

El enfoque de desarrollo basado en los derechos humanos identifica los sujetos de derechos (colectivos e individuos con reivindicaciones válidas) y los garantes (entidades estatales y no estatales con obligaciones correspondientes), y se centra en reforzar tanto la habilidad de los sujetos para reivindicar y lograr sus derechos como la de los garantes de cumplir con su obligaciones

El empleo de todos los medios tradicionales y nuevos (televisión, radio, diarios, internet y telefonía móvil, teatro itinerario o comunitario, espectáculos con marionetas y poesía). Así como los debates cara a cara, forman parte del enfoque de comunicación para el desarrollo basado en derechos.

Los medios de información comunitarios proporcionan una plataforma para las voces de las personas y brindan oportunidades para que los colectivos marginados participen de manera informada en el discurso del desarrollo.

Asimismo, los enfoques de comunicación para el desarrollo fortalecen los esfuerzos para desarrollar los derechos de opinión y expresión, así como el derecho a recibir información, como consagran el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

El derecho a la información es, por encima de todo, un elemento de ciudadanía. Conciernen ante todo al funcionamiento social de los ciudadanos, no solamente en relación con las autoridades públicas, sino también en cuanto a las relaciones entre ellos y con entidades privadas. El derecho a la información debería incluirse en los artículos sobre derechos civiles de las constituciones junto con los restantes derechos individuales.⁵⁸
Ankerman (2006:89).

Desde la óptica de la comunicación para el desarrollo, los sujetos de derecho debe verse como ciudadanos que reclaman al gobierno y otros organismos estatales información accesible y clara sobre asuntos que conforman sus vidas, así como oportunidades para expresar opiniones que sean escuchadas y tenidas en cuenta en la realización de políticas.

Los garantes aparecen como actores estatales responsables de asegurar y propiciar un entorno legislativo y regulador para los medios de interés del público y las comunidades, para proveer información diversa y actualizada para responder a la opinión pública. PNUD⁵⁹, (2008:13).

⁵⁸ Ankerman, John M, Sandoval B., Irma E. (2006:89), *Global Explosion Of Freedom of Information Laws*. 58 *Administrative Law Review* 85, cita a Mark Bovens, *Information Rights: citizenship in the*.

⁵⁹ Véase: *Integrating Communication for Development into the Common Country Assessment (CCA) and the United Nations Development assistance Framework (UNDAF)*. Documento de trabajo (2008). PNUD, Centro de gobernabilidad de Oslo.

3.10 Enfoque del derecho al desarrollo

En 1986, la Asamblea General de Naciones Unidas (AGNU), adopta la Declaración del Derecho de Desarrollo⁶⁰; en su artículo primero, este derecho se define como:

Un derecho humano inalienable en virtud del cual todo ser humano y todos los pueblos están facultados para participar en un desarrollo económico, social, cultural y político en el que pueden realizarse plenamente todos los derechos humanos y libertades fundamentales, a contribuir a ese desarrollo y a disfrutar de él. (AGNU 4/12/1986).

Para Marks⁶¹, el enfoque del derecho al desarrollo va más allá del enfoque de los derechos humanos en el desarrollo, ya que, por un lado, el derecho al desarrollo humano en sí mismo que engloba todos los derechos humanos, y, además, propone un programa para integrar el enfoque de los derechos humanos en el proceso del desarrollo. Esta doble característica del derecho al desarrollo, se cree que está muy bien conceptualizada en la propuesta del experto independiente del Proyecto sobre el Derecho al Desarrollo de la Comisión de Derechos Humanos en Ginebra, el profesor indio Arjun Sengupta⁶², en su dictamen a la citada Comisión.⁶³

“Denomina el derecho al desarrollo un derecho compuesto, que comprende el derecho a un medio y a un fin. El medio es el propio proceso del desarrollo, y el fin son los resultados del proceso, es decir el respeto de los derechos humanos considerados un todo integrado.” (2004:79-203).

⁶⁰ Resolución 41/128 de la Asamblea General de las Naciones Unidas(4/12/1986).

⁶¹Marks, S.P. (2001). *El arco de derechos humanos para el desarrollo: cinco enfoques*, Foro Mundial del Desarrollo. PNUD, Río de Janeiro, en: http://222.hsph.harvard.edu/fbcenter/FXBC_WP18-Marks.pdf

⁶² Sengupta A. (2004:79-230). *Desarrollo de los derechos Humanos*. Oxford Development Studies.

⁶³ Examen de los procesos alcanzados y los obstáculos encontrados en la promoción, la aplicación, el ejercicio y el disfrute del derecho al desarrollo, Comisión de Derechos Humanos. Grupo de Trabajo sobre ejercicio y el disfrute del derecho, Comisión de Derechos Humanos (17/02/2004).

3.11 Comunicación para el desarrollo

"El compromiso del periodista está esencialmente con la noticia. El del comunicador para el desarrollo, con el cambio de conducta". Luis Ramiro Beltrán, periodista, boliviano

La propia definición de desarrollo de Servaes⁶⁴(1996), integra el nuevo enfoque que hoy comparte la comunidad científica sobre el término, al considerarlo un proceso multidimensional que incluye cambios en las estructuras sociales, actitudes, instituciones, crecimiento económico, mayor igualdad y erradicación de la pobreza. Su visión de desarrollo como "un completo cambio por una vida mejor" es muy similar al expresado por el Nobel de economía Amartya Sen.

La comunicación para el desarrollo —conocida como *C4D* por su traducción del inglés *Communication for Development*—es una herramienta para la incidencia social y política. Promueve la participación y el cambio social con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, medios comunitarios y tecnologías modernas de información.

La C4D no es un añadido sino una actividad transversal en la gestión de proyectos para fortalecer el diálogo con socios y personas beneficiarias con el fin de aumentar la participación ciudadana y fomentar la apropiación y sostenibilidad.

- Facilitar acceso a la información
- Involucra y partir
- Empoderar
- Compartir y aprender
- Incidencia social y política⁶⁵ (2014:10).

⁶⁴ Servaes, J. (1996) *Introduction: Participatory communication and research in development settings*. In Servaes, J., Jacobson, T. & White, S.A. (Eds.), *Participatory communication for social change*. Thousand Oaks: Sage.

⁶⁵ *Comunicación para el desarrollo: poniendo las bases*. (2014:10). Berna. División América Latina y el Caribe Cooperación Suiza (COSUDE)

El punto de vista de UNICEF⁶⁶, de la comunicación para el desarrollo:

La comunicación para el desarrollo eficaz no se limita al suministro de información, sino que también implica la comprensión de las personas, de sus creencias y valores, y de las normas sociales y culturales que rigen sus vidas.

La comunicación para el desarrollo requiere que se logre la participación de las comunidades y se preste atención a los adultos y niños cuando éstos individualizan los problemas, proponen soluciones y toman medidas al respecto.

Se considera que la comunicación para el desarrollo es un proceso bidireccional mediante el cual es posible compartir ideas y conocimientos, empleando para ello una amplia gama de herramientas y enfoques de comunicación que potencian a los individuos y a las comunidades con el propósito de que tomen las medidas necesarias para mejorar sus vidas.

El desarrollo humano significa no solo que los individuos cuentan con los recursos suficientes para cubrir sus necesidades básicas, sino también que tienen acceso a los sistemas de salud y educación, adecuados niveles de seguridad personal, plenas libertades políticas y culturales, así como la capacidad para cultivar sus intereses y desarrollar sus potencialidades productivas y creativas, entre otras cosas (2015).

Relata Beltrán⁶⁷, fue a finales de 1940 cuando el gobierno de Estados Unidos decidió que los países subdesarrollados necesitaban apoyo, por lo que se creó un programa internacional de asistencia en donde se incluyó una unidad dedicada a la información, lo cual, es una de las raíces de lo que se llamó después comunicación para el desarrollo.

⁶⁶ UNICEF (2015). *Comunicación para el desarrollo*. <http://www.unicef.org/spanish/cbcs/> Recuperada el 21/06/16.

⁶⁷ Beltrán, L. (Julio, 2005). *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo*. Simposio llevado a cabo en el III Congreso Panamericano de la Comunicación. Argentina, Buenos Aires.

La comunicación para el desarrollo tiene su origen en la teoría de la modernización, pensamiento y práctica de desarrollo predominantes tras la Segunda Guerra Mundial⁶⁸. Época en la que según Fraser, Restrepo y Estrada⁶⁹ “prevalecía la idea de que las prácticas tradicionales en los países en vías de desarrollo debían ser sustituidas, cuanto menos complementadas, y que el progreso debía alcanzarse mediante aportaciones externas”. (1988:220). Los medios de comunicación eran vistos con el potencial para actuar como agentes clave del cambio acota Melkote⁷⁰, S., H.L. S.

Llevaran los vientos de la modernización a las comunidades tradicionales aisladas y sustituyeran sus estructuras de vida, valores y comportamientos por los de las sociedades modernas occidentales. Los medios de masas eran considerados como el vehículo idóneo para transferir ideas del mundo desarrollo al mundo en desarrollo. (2001:144).

En la década de 1970 aumentaron las voces contrarias que ponían de manifiesto, los problemas humanos asociados al modelo de la modernización.

Unesco⁷¹, registra que en América Latina, esta discrepancia provocó la génesis de la teoría de la dependencia, la cual conceptualizó al mundo como un núcleo industrializado compuesto por unos pocos países ricos y una periferia subdesarrollada que comprendía numerosos países pobres.

Según esta teoría, el núcleo colonialista y capitalista se desarrolla a expensas de las antiguas colonias, cuya función principal consiste en abastecer de

⁶⁸ El modelo de modernización, que contempla el desarrollo como una modernización, dominó el pensamiento de desarrollo hasta la década de 1970. Colin Fraser y Sonia Restrepo-Estrada sostienen en su obra *Communicating for Development: Human Change for Survival (1998)* que más de dos décadas después de que los problemas del enfoque de modernización fueran evidentes, persisten ejemplos en los que el diseño de proyecto es básicamente descendente y basado en supuestos sobre comportamiento en lugar de comunicación y participación.

⁶⁹ Fraser, C., S. Restrepo-Estrada (1988). *Communicating for Development: Human Change for Survival*. I.B. Taurus Publishers, Londres y Nueva York,

⁷⁰ Melkote, S., H.L. Steeves (2001:144). *Comunicación para el desarrollo en el Tercer Mundo: teoría y práctica para el empoderamiento*. Nueva Delhi, Sage Publications.

⁷¹ Unesco. (2007). *Enfoque común del sistema de Naciones Unidas: El papel de la comunicación para el desarrollo en el logro de los objetivos para el desarrollo del milenio*. UNESCO/PNUD, Paris.

materias primas y mano de obra barata a los países más ricos, lo cual impide que los segundos alcancen el nivel de los primeros.

En los 70, esta teoría arraigó en muchos países de África, Asia y América Latina. Si bien los defensores de la teoría de la dependencia presionaron a favor de un flujo de información más equilibrado en el ámbito internacional, existen escasos indicios de que presionaran a favor de formas de comunicación más horizontales en los propios países. En su lugar, los estados tendieron a perpetuar el uso descendente de los medios de masas sin apreciar de manera adecuada el potencial de los medios de comunicación privados o de ámbito local.

A finales de la década de los 70, quedó claro que el público no era un receptor de información pasivo y que los medios de comunicación no bastaban para cambiar la mentalidad y el comportamiento de las personas. Fue entonces, cuando la perspectiva de “otro desarrollo” comenzó a influenciar el pensamiento y las prácticas de comunicación.

Sus defensores sostenían que la participación de la comunidad era esencial en el diseño y la implementación de los programas de desarrollo, ya que la realidad del desarrollo se experimentaba dentro de las comunidades⁷².

Según Unesco⁷³, los sistemas de comunicación y los medios alternativos fueron considerados como mecanismos importantes del ámbito local para que las personas se involucraran en actividades de desarrollo:

La comunicación para el desarrollo, fue entendida como un proceso recíproco, en el que las comunidades podían participar como agentes clave de su propio desarrollo. A finales de la década de los 80, la noción de desarrollo participativo, en especial la evaluación rural participativa, en la que las comunidades pobres se implican directamente en la definición de sus propios problemas y soluciones,

⁷² Everett Rogers esbozó el paradigma “Otra perspectiva” como respuesta a los defectos percibidos en teorías de desarrollo anteriores.

⁷³ UNESCO (2007). *Towards a Common UN System Approach: The Role of Communication for Development in Achieving the MDGs*.

se había impuesto en muchas organizaciones de desarrollo, especialmente en las organizaciones no gubernamentales (ONG). (2007:17).

El objetivo último de comunicación para el desarrollo acota Melkote⁷⁴: Es similar al de otras disciplinas en el campo del desarrollo: aumentar la calidad de vida de la población, incluyendo un incremento de la renta, y bienestar, erradicar la injusticia social, promover la reforma de la tierra y libertad de expresión y establecer centros comunitarios para ocio y entretenimiento (2001:229).

McCall⁷⁵, junto a la Organización de las Naciones Unidas -ONU-, en un recuento de experiencias de comunicación para el desarrollo en el mundo, expone:

Esta comunicación es considerada un proceso social, no una estrategia, pues busca el diálogo en las comunidades y ser parte del cambio que requieren las personas. Su objetivo es impulsar, realizar e implementar programas y planes que busquen el desarrollo de la calidad de vida de las personas. Desde 1988, La Mesa Redonda Interinstitucional de las Naciones Unidas sobre Comunicación para el Desarrollo es la plataforma para el diálogo y la implementación de esta comunicación para buscar un desarrollo sostenible. (2011: 1).

En 1997, la Organización de las Naciones Unidas –ONU- define a la comunicación para el desarrollo como “una comunicación que tiene la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación que busquen el diálogo y permitan que las comunidades manifiesten sus intereses y necesidades”.

El Artículo 6, de la Resolución 51/172 de la Asamblea General, las Naciones Unidas adoptaron la definición formal de comunicación para el desarrollo:

La comunicación para el desarrollo destaca la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que

⁷⁴ Melkote, S. (2001:229) *“Communication for development in the Third World: Theory and practice. En Singhal, A. & Rogers, E. India’s communication revolution. London, UK: sage publications.*

⁷⁵ McCall, E. (2011). *“Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas”.* Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Estados Unidos.

las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones e intereses y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo.

En el 2006, en el Consenso de Roma⁷⁶ se definió a la comunicación para el desarrollo como:

Un proceso social basado en el diálogo mediante una amplia gama de herramientas y métodos. También persigue un cambio en distintas áreas como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo. No tiene que ver *con las relaciones públicas o la comunicación corporativa*. (2007:35).

Para Daza⁷⁷, la importancia de la comunicación para el desarrollo, deriva en el proceso de ser una comunicación que busca el diálogo, la participación, la apropiación de parte de las personas y principalmente busca el cambio en la localidad, en comunidad, así surge esta comunicación:

- A partir de la práctica.
- Su desarrollo ha sido en Latinoamérica
- Por sí sola no produce efectos automáticos en los objetivos que se buscan para desarrollarse.
- La radio en la comunicación para el desarrollo, surge como eje del diálogo y participación.
- El diálogo forma parte vital de la comunicación para el desarrollo.
- Existe una apropiación de parte de los comunitarios, hacia los medios alternativos y no los autoritarios (2008).

⁷⁶ *Iniciativa de la comunicación alimentación y agricultura de las organizaciones de las Naciones Unidas y el Banco Mundial (2007). FAO- & The World Bank.*

⁷⁷ Daza, G. (2008). "Comunicación para el Desarrollo". *Revista Mediaciones*, 8, 85-94. Consultada: 228/5/16). <http://biblioteca.uniminuto.edu/ojs/index.php/med/article/view/290/289>.

3.12 Características de la comunicación para el desarrollo

La guía práctica de comunicación para el desarrollo⁷⁸ presenta las características de la comunicación para el desarrollo, así:

Comunicación interpersonal, medios tradicionales y medios nuevos. Bajo el título de C4D suman una amplia gama de instrumentos, métodos y canales que son muy distintos entre sí.

El denominador común es la manera como los aplicamos: comunicar para el desarrollo significa establecer un diálogo, apoyar el cambio social y comunicar con sensibilidad para el entorno cultural.

La comunicación para el desarrollo (C4D), por ende, no la podemos comprender únicamente como una actividad sino más bien como una actitud. Importa menos qué herramienta utilizamos y más cómo y con qué fin lo hacemos.

La comunicación para el desarrollo se basa en el diálogo: es la palabra más apropiada para resumir el concepto de comunicación para el desarrollo (...) Mientras, la comunicación para el desarrollo busca fomentar el proceso de compartir y aprender conjuntamente. Se dirige a un interlocutor que opina, pregunta y comunica sus necesidades.

La experiencia nos enseña que la comunicación participativa contribuye más al cambio de actitudes y mentalidades, que simples pautas e informaciones de carácter unidireccional.

Para lograr un diálogo de igual a igual entre diversos grupos de actores, se requieren espacios físicos o virtuales donde hombres y mujeres puedan encontrarse sin obstáculos e intercambiar libremente sus opiniones.

Una de las tareas básicas de la C4D es crear oportunidades, para que las personas se transformen en protagonistas de su propio desarrollo.

⁷⁸ *Comunicación para el desarrollo: una guía práctica (2014: 11). Cooperación Suiza. División América Latina.*

La experiencia nos enseña que la comunicación participativa contribuye más al cambio de actitudes y mentalidades, que simples pautas e informaciones de carácter unidireccional. (2014: 11).

3.13 Comunicación para el desarrollo un recuento de medio siglo

3.13.1 Entrevista

En la búsqueda de los comunicadores de hoy⁷⁹

En el artículo titulado “La comunicación para el desarrollo: un recuento de medio siglo”, Franco Ch. Fanny P. López R.. A. María, en entrevista con Luis Ramiro Beltrán, declara que las banderas por el desarrollo que asumieron los comunicadores críticos en los años setenta y ochenta, siguen vigentes.

Se le preguntó lo que él considera, necesario en el perfil de un comunicador de hoy, para asumir tales banderas. Al respecto dijo:

Yo diría que hay tres aspectos fundamentales requeridos en la formación de los comunicadores para el desarrollo.

El primero, es el aprendizaje del uso óptimo de los medios de comunicación, masivos, interpersonales y mixtos, en la función educativa pero no formal.

El segundo, es la orientación y la metodología para hacer esa comunicación educativa fuera del aula, basada en el diálogo franco, verazmente participativo y cordial, no en el monólogo impositivo, o sea, él debe aprender a ser inspirador, promotor, mediador y servidor, no un vertical y rígido preceptor.

⁷⁹ Franco Ch. Fanny P., López, R. Ana (20011)- *Una Mirada a las raíces de la comunicación para el desarrollo. Entrevista con Luis Beltrán. Segno pensam. Vo..30No.58 Bogota Jan./June 2011. En http://www.scielo.org.co/scielo-phop?script_arttex&pid=?script=sci_arttextpid=s0120-48232011000100010. Recuperado /7/7/16.*

Y el tercero, a mi modo de ver, es la capacitación en la programación de sus acciones, sean ellas de contacto directo o indirecto; es decir, formación sistemática en la planificación de mensajes, en el seguimiento de ellos hacia el público previsto y en la evaluación del impacto alcanzado. Especial atención debe ser puesta en que el comunicador para el desarrollo aprenda a conocer a fondo la naturaleza de su público y los objetivos de los mensajes que habrá de dirigir a éstos.” (Franco. 2011: 30).

3.14 Comunicación para el desarrollo en organizaciones

A lo largo del sistema de Naciones Unidas, los enfoques participativos e inclusivos asociados a la comunicación para el desarrollo son elementos básicos en una amplia gama de proyectos sectoriales como gobernabilidad, medios de vida, medio ambiente, educación, salud y género.

En estos proyectos se emplean enfoques de comunicación para el desarrollo con miras a facilitar vínculos, mejorar el conocimiento y la sensibilización; crear capacidades de recursos humanos en las comunidades y en el gobierno, cambiar prácticas y comportamientos, normas y actitudes, aumentar la autoestima y la eficacia dentro de las comunidades y entre ellas.⁸⁰

Participar en las decisiones (políticas) que afectan nuestras vidas es un derecho básico y es de suma importancia también en la cooperación para el desarrollo.

Los proyectos planificados e implementados con la participación de la población, tienen mayor grado de apropiación y en consecuencia son más duraderos y sostenibles.

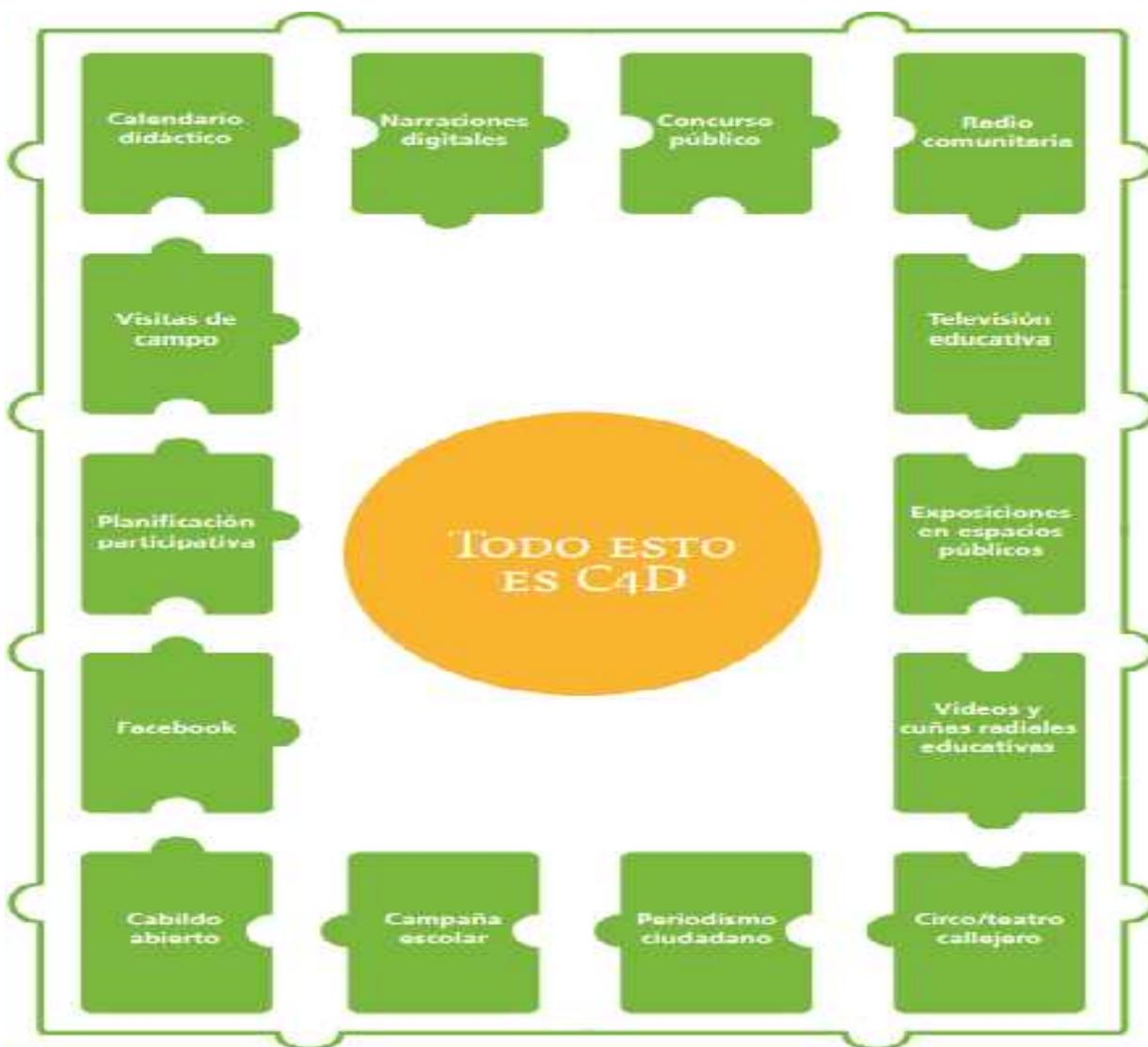
⁸⁰ UNESCO: *Towards a Common UN System Approach: e Role of Communication for Development in Achieving the MDGs* page. 26.

3.15 Herramientas en procesos de comunicación para el desarrollo

La participación se logra principalmente con las herramientas de la comunicación para el desarrollo, sus siglas son C4D⁸¹, creando espacios de comunicación que sean socialmente inclusivos, que permitan un verdadero diálogo entre la ciudadanía, las instituciones comunales o nacionales y los socios de cooperación. El diagrama siguiente presenta diversidad de herramientas que permiten hacer posible la comunicación para el desarrollo.

⁸¹ *Agencia Suiza para el Desarrollo COSUDE. (2014:13). Comunicación para el desarrollo Una guía práctica (2014:17).*

Diagrama No. 1. Herramientas



3.16 Funciones de la C4D

Cada función de la comunicación para el desarrollo⁸² debe partir de la pregunta ¿qué queremos lograr?, interrogantes que marcan caminos de qué es lo que queremos hacer, como se presenta en el presente en el diagrama siguiente.

⁸² Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE.(2014:17). *Comunicación para el desarrollo una guía práctica.*

⁸³Agencia Suiza para el Desarrollo COSUDE. (2014:13). *Comunicación par a el desarrollo Una guía práctica.*

84 Diagrama No. 2. ¿Qué queremos?



Complementa la primera función las tres siguientes:

- Facilitar el acceso a la información y al conocimiento
- Promover la participación
- Empoderar: dar voz a las personas excluidas.

⁸⁴ Diagrama No. 2. ¿Qué queremos lograr? Tomado de Comunicación para el desarrollo Una guía práctica. Agencia Suiza para el Desarrollo COSUDE. (2014:13).

Los medios de comunicación en países en desarrollo suelen reflejar la óptica de las élites económicas o sociales. Las perspectivas de otros grupos sociales -pobres, mujeres, jóvenes- quedan excluidas del debate nacional aun siendo mayoría. Una función primordial de la C4D es permitir que las voces de las personas excluidas sean escuchadas y participen en el diálogo nacional.

¿Cómo lograrlo?

La C4D debe contribuir a que aprendan a usar los medios de comunicación para expresar sus opiniones y necesidades. Además, convertirse en portavoces de su propia causa. También se deben crear nuevos canales si los tradicionales están cerrados para este tipo de información. Así la C4D se transforma en una herramienta poderosa para romper el aislamiento, aumentar la incidencia política y fomentar la inclusión social de grupos menos privilegiados.

- Compartir y aprender

La cooperación al desarrollo no es una hazaña solitaria, casi siempre abarca una variedad de actores: ministerios estatales, autoridades municipales, Organizaciones No Gubernamentales (ONG), sector privado, donantes internacionales, entre otros aspectos. La calidad de la comunicación entre los socios es clave para el impacto de los programas.

La C4D debe contribuir a una cultura de intercambio y transparencia que permita limar asperezas, crear consenso e impulsar el aprendizaje entre los socios. Compartir el conocimiento y gestionarlo de manera transparente y de fácil acceso para todas las personas, es otra función importante de la comunicación para el desarrollo.

3.17 Comunicación para el cambio de comportamiento

La comunicación para el cambio de comportamiento (CCC), es un “proceso interactivo para desarrollar mensajes y enfoques a través de una mezcla de canales de comunicación con el objetivo de fomentar y preservar comportamientos positivos y adecuados”⁸⁵. Probablemente es el enfoque más conocido, ya que, ha sido utilizado ampliamente, por los programas de desarrollo en la década de los 50.

La comunicación para el cambio de comportamiento considera que los cambios sociales e individuales son dos caras de la misma moneda. Ha evolucionado de programas de información, educación y comunicación (IEC) a promover mensajes más adaptados, un mayor diálogo y competencia local, teniendo como foco la aspiración y consecución de resultados que mejoren la salud⁸⁶. Se considera un recurso básico de numerosos programas relacionados con la salud, en especial los programas para combatir el VIH y el sida.

En la década de los 90, se utilizaron cada vez más estrategias de comunicación exhaustivas para lograr cambios de comportamiento, incluyendo la movilización de las comunidades, la orientación centrada en el cliente y las intervenciones en la red social. Estas estrategias reconocen que el comportamiento individual está determinado por el contexto social, cultural, económico y político, de ahí, que puedan incorporar elementos como la educación entre iguales, el *marketing* social, la educación para el

⁸⁵ OIT y Family Health International (FHI): *HIV/AIDS, Behaviour Change Communication toolkit for the workplace*. OIT, 2008. Disponible en inglés en: http://www.ilo.org/aids/Publications/lang--en/docName--WCMS_115460/index.htm

⁸⁶ *Ibidem*.

entretenimiento, las políticas públicas, la incidencia de los medios de comunicación, el empoderamiento personal y comunitario, así como las relaciones públicas.

Dicha evolución ha llevado a algunas organizaciones a adoptar el término más inclusivo; Comunicación Estratégica (CE)⁸⁷. Algunos comentaristas destacan la ideación como el aspecto central de la relación entre comunicación y comportamiento, es decir, la difusión de nuevas formas de pensamiento a través de la comunicación y de la interacción social en comunidades locales y con una cultura determinada⁸⁸.

3.18 Comunicación para el cambio social

En el Informe⁸⁹ de la Octava Mesa Redonda Interinstitucional de las Naciones Unidas, destaca que la comunicación para el cambio social:

“Es el diálogo como idea fundamental para el desarrollo y la necesidad de facilitar la participación y el empoderamiento de las personas pobres. Utiliza enfoques participativos. Subraya la importancia de la comunicación horizontal, el papel de las personas como agentes del cambio y la necesidad de las estrategias de negociación y de las alianzas.

La comunicación para el cambio social se centra en los procesos de diálogo, mediante los cuales, las personas pueden superar obstáculos e identificar vías que les ayuden a alcanzar los objetivos fijados por ellas mismas. A través de estos procesos de diálogo público y privado, todos los miembros de la sociedad civil (mujeres, hombres, niñas y niños) definen quiénes son, qué quieren y necesitan y qué debe cambiar para conseguir una vida mejor.

⁸⁷ Por ejemplo, el Centro de Comunicación para Programas de la Universidad Johns Hopkins, como figura en el Informe de la Mesa redonda sobre Comunicación para el desarrollo, (2001: 37-44).

Los enfoques de comunicación para el cambio, se centran en acciones colectivas para la comunidad y cambios sociales a largo plazo, y están alejados del comportamiento individual. Se rigen por los principios de tolerancia, autodeterminación, equidad, justicia social y participación activa.

Los elementos de un proceso de comunicación para el cambio son: un catalizador, el reconocimiento del problema de la comunidad, el diálogo comunitario, la planificación y la acción colectiva.

La comunicación para el cambio es una idea en continua evolución. Algunas organizaciones de las Naciones Unidas reconocen el éxito de iniciativas programáticas que combinan procesos de diálogo comunitario con enfoques de medios de masas y otras vías de comunicación e incidencia dedicadas a informar y motivar⁹⁰. Tomando en cuenta que, el comportamiento en temas de salud y desarrollo está arraigado en la sociedad, las estrategias inclusivas de comunicación para el desarrollo utilizan una gama de enfoques para provocar el cambio individual y social.

3.19 Salud y la comunicación para el desarrollo

Es así como entramos al campo de los aportes de la comunicación para el desarrollo, desde su modelo temático aporta al campo de la salud social y la importancia que esto tiene para ser adoptado como una estrategia a largo plazo. Para Gumucio-Dagron⁹¹.

⁹⁰ *Definición de Comunicación para el cambio social de la agencia ONUSIDA aparecida en el Informe de la consulta técnica de ONUSIDA sobre comunicación para el cambio social.*

⁹¹ *Gumucio-Dagron (2010:67) Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social. The Rockefeller Foundation, Estados Unidos.*

Aunque no existe un modelo único de promoción de la salud, el nombre designa estrategias y acciones que se organizan desde el Estado, con apoyo de otros agentes externos, para llegar a la población supuestamente con el propósito de que ésta participe activamente en la toma de decisiones sobre las políticas y programas de salud que afectan su vida (2007:67).

Dentro de otros aspectos vemos que:

Se establece una distinción entre el apoderamiento para la salud del individuo y de la comunidad. El apoderamiento para la salud individual se refiere principalmente a la capacidad del individuo para tomar decisiones y ejercer control sobre su vida personal. El que está dirigido a la salud de la comunidad supone que los individuos actúen colectivamente con el fin de conseguir una mayor influencia y control sobre los determinantes de la salud y la calidad de vida de su comunidad, siendo este un importante objetivo de la acción comunitaria para la salud. Gumucio-Dagron⁹² (2010:67).

Es así como las comunidades dentro de un marco de participación activa y equitativa, ve como la calidad de vida está intrínsecamente ligada al proceso de la salud, lo que permite que se den pautas para un “cambio social” dentro de la colectividad; es decir, que las comunidades comprenden la necesidad de atender las mejoras dentro del campo de la prevención para evitar enfermedades mayores, en este caso evitar la pérdida de piezas bucodentales y otras enfermedades degenerativas de la salud bucal.

Dentro de este marco y la importancia de planes de la comunicación para el desarrollo, se dirige el presente trabajo de tesis a la socialización de las clínicas dentales” Ana Edith Hernández Escobar”, pues si bien la Alcaldía de Villa Nueva y la Fundación *Spear Open Wide* tienen intereses sociales

⁹² Gumucio-Dagron (2010:67). *Cuando el doctor no sabe: Comentarios críticos sobre promoción de salud, comunicación y participación. Colima México.*

de esparcir la noticia del servicio social que se presta, en estos momentos la comunicación a los vecinos, es baja.

Por lo cual, “se habla de los programas de salud, pero no se elabora sobre el papel de la promoción de los mismos. Los programas de salud, en sí, por muy buenos que sean, no existen si no es en relación con la población”, Gumucio-Dagron⁹³ (2010:67). Es así como dentro del marco lógico de la comunicación para el desarrollo se permite establecer lineamientos si se debe comunicar, promocionar o informar a la población beneficiada, y se observa que un plan comunicacional sobrepasa las barreras de la simple promoción.

La información, como se vio anteriormente, es parte del proceso de la comunicación y la socialización se base en estas dos para entregar, de manera educativa y agradable el mensaje a la comunidad.

La importancia de mantener una estrategia comunicacional, nace de que los aspectos sociales pueden ser cambiados, por medio de una estrategia que establezca lineamientos sobre qué es la comunicación para un cambio social, siendo el punto de partida para iniciar una pequeña revolución dentro del marco lógico del pensamiento homogeneizador, en el campo de la salud. Este proceso lo vemos aplicado a las ventajas de oportunidad como son; implementar estrategias duraderas por medio de un cambio de paradigma.

⁹³*Ibidem.*

Cerqueira⁹⁴, hace énfasis en que:

La comunicación de la salud es un esfuerzo de la comunidad organizada para lograr políticas que mejorarán las condiciones de salud de la población y los programas educativos, para que el individuo mejore su salud personal así como para el desarrollo de una maquinaria social que asegure a todos los niveles de vida adecuados para el mantenimiento y mejoramiento de la salud (1997:45).

Dentro del manejo de esta estrategia se observó que la fundación *Spear Open Wide* y la Alcaldía de Villa Nueva eran los encargados de realizar la comunicación, hecho que la institucionaliza y no la acerca con la realidad social. De esta manera, teóricos y expertos recomiendan que:

*El proceso de la comunicación para la salud ha estado dominado mucho tiempo por el personal de salud y no por personal especializado en comunicación. Esto ha llevado a diseñar programas de comunicación que en lugar de resaltar los valores de la salud, resaltan la problemática de las enfermedades. Es decir, una comunicación sobre la enfermedad, más que una comunicación para la salud.*⁹⁵Gumucio-Dagron (2010:67).

Lo que conlleva, a que no se informe sobre el proyecto y los objetivos de las clínicas que por medio del fortalecimiento y tratamiento de los pacientes busca generar pautas que puedan ser llevadas a la necesidad de la implementación de un cambio social. Como se ha mencionado es conveniente buscar un plan que deje y sienta las bases de que por medio

⁹⁴ Cerqueira, M.T. y H. A., editores (1997). *La promoción de la salud y la educación para la salud en América Latina. Un análisis sectorial*, San Juan. Puerto Rico. Universidad de Puerto Rico.

⁹⁵ Gumucio-Dagron (2010:67). *Cuando el doctor no sabe: Comentarios críticos sobre promoción de salud, comunicación y Participación*. México.

de un mejoramiento de la calidad y salud bucodental se pueden llegar a tener mejor calidad de vida, lo que lleva a largo plazo que la estrategia comunicacional en salud sea organizada por expertos, pero aplicada por los mismos comunitarios llevando el mensaje, que sea directo y concreto a la realidad del fenómeno analizado.

De esta manera, el mensaje actual de la comunicación para el desarrollo, en especial, el enfocado en la materia de la salud, busca inculcar un pensamiento reflexivo y profundo hacia las comunidades a las cuales va dirigida, contradiciendo que la “idea errónea de que la comunicación de la salud o de la nutrición es informar o difundir mensajes de forma masiva para convencer a los demás de lo que nosotros pensamos que es bueno para ellos”, citado en UNICEF ⁹⁶(2014:29). Por esta razón se propone, por medio de la comunicación para el desarrollo, fortalecer no solo las acciones ejecutadas por la Fundación *Spear Open Wide* en apoyo con la Alcaldía de Villa Nueva, sino la creación de una comunicación enfocada hacia la sociedad.

Ya que, se utiliza la comunicación como eje transversal de desarrollo para el mejoramiento de la salud por medio de mensajes reflexivos y grupos que ayuden a la socialización de la información, alejándose de ser homogeneizadora de un pensamiento publicitario, sino que acercando a la sociedad representada, en este caso por la comunidad de Ciudad Peronia y otras regiones vulnerables a tener acceso a la salud bucodental.

⁹⁶UNICEF (2014:29). *Comunicación para el Desarrollo en Seguridad Alimentaria y Nutricional*. Fondo de las Naciones Unidas, Guatemala.

3.20 Definición de salud

Para la Organización Mundial de la Salud “es el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades⁹⁷; es lograr un equilibrio para el organismo, el cual depende de una serie de factores socioeconómicos, biológicos y ambientales” (2006:12).

Para Tapia⁹⁸ y Mota

La salud pública es responsabilidad de los gobiernos, a quienes corresponde la organización de todas las actividades comunitarias que, directa o indirectamente, contribuyen a la salud de la población con la mejor calidad posible. Es decir, que al referirse a salud pública deben prevalecer los programas de Promoción y Prevención orientados hacia la educación de la población a miras de un desarrollo sostenible de la sociedad con altos estándares de bienestar y salud (2005:4).

3.21 Nuevo paradigma de la salud

El nuevo paradigma de la salud, según la UNESCO⁹⁹ está orientado a las personas: procesos de base que dan igual atención al individuo, la familia y la comunidad, pero especialmente trabajan con los menos favorecidos y con aquéllos en riesgo, como las mujeres, los niños y los ancianos. (1994:16)

⁹⁷ Constitución de la Organización mundial de la salud”(2006) (en línea9, disponible en: http://www.who.int/governance/eb/who_contitution_sp.pdf, recuperado: 30/6/16.

⁹⁸ Tapia Conyer, Roberto; Motta Murguía, Ma. de Lourdes (2005:149). “El Derecho a la Protección de Salud Pública”, en Ingrid Brena Sesma, Salud y Derecho, UNAM, México.

⁹⁹ UNESCO(1994:1-16) Profiles: United Nations Agencies: WHO en Approaches to Development Communication: An Orientation and Resource Kit eds. Mayo, J. & Servaes, J. Paris .

En 1964 Wilbur¹⁰⁰ Schramm, comunicólogo de la Universidad de Stanford; publicó un trascendental estudio sobre comunicación y cambio en los países en desarrollo”. Percibiendo a la comunicación masiva como:

(...) “vigía”, “maestra” y “formuladora de políticas”, estipuló en detalle un conjunto de papeles de ella en la atención de las necesidades de la gente en cuanto al desarrollo. Sostuvo que éstas eran: 1) estar informada de los planes, acciones, logros y limitaciones del esfuerzo pro desarrollo; 2) hacerse partícipe del proceso de toma de decisiones sobre asuntos de interés colectivo; y, 3) aprender las destrezas que el desarrollo les demanda dominar.

Al cumplir estas funciones, los medios de comunicación configuraban, una atmósfera general propicia a la consecución *del cambio social indispensable para lograr el desarrollo*. (1964:6).

La comunicación de apoyo al desarrollo es el uso de los medios de comunicación: masivos, interpersonales o mixtos, como herramienta instrumental para el logro de los objetivos y prácticas de instituciones privadas como públicas, dígase, gobierno central y municipal, iniciativa privada en ejecutar proyectos específicos en pos del desarrollo económico y social.

3.22 Comunicación y salud

La comunicación es un conector y constructor cultural. Es una herramienta de unidad dentro de las comunidades que permite el establecimiento de identidad y parámetros culturales, ayudando a homogeneizar los diversos estilos de vida.

¹⁰⁰ Schramm, Wilbur (1964). *Mass media and national development*. Stanford, California, Stanford University Press; and Paris, Unesco.

Asimismo, la comunicación, junto a la globalización y los avances tecnológicos de este siglo, han eliminado las fronteras informativas, pues hoy en día no hay barrera que pueda bloquear el acceso a la información y el intercambio cultural.

Cabe mencionar que si bien el acceso e intercambio cultural es más fácil ahora que hace algunos años, no hay que olvidar esa parte de la población que no tiene acceso a las nuevas tecnologías; por lo que de alguna forma u otra, quedan fuera de una interacción cultural e informativa más allá que la de su propia comunidad. Es entonces la comunicación la intersección entre las diferentes culturas y comunidades de este mundo globalizado, en el que con el transcurrir de los días la interacción se va volviendo más importante e indispensable para seguir con el desarrollo.

Con lo anterior se pone en evidencia la necesidad inherente de la comunicación en todos y cada uno de los procesos de desarrollo de la comunidad y, la salud no es la excepción, pues es un tema que requiere de una interacción constante entre todos sus protagonistas y merece grandes esfuerzos comunicativos que permitan transmitir conocimiento e información necesaria para mantener controlados los problemas de salud pública y garantizar que el nivel de vida y bienestar de la población mejore progresivamente. Pereira y Cardozo¹⁰¹, asientan que:

Al relacionar la comunicación con la promoción de la salud hay que tener en cuenta que se desempeña dentro de una dimensión social por lo que los planes y proyectos deben articularse bajo las siguientes dimensiones: ética, política, social, económica, cultural y comunicativa (2004:14).

¹⁰¹ Pereira, José Miguel; Cardozo, Martha.(2004:14) "Comunicación, desarrollo y promoción de la salud". Enfoques, balances y desafíos. VIII Congreso Iberoamericano de la comunicación; Universidad Nacional de la Plata, Argentina.

En este proyecto, se tendrá en cuenta la dimensión social que se relaciona con la generación de una mejor calidad de vida y como la comunicación se desarrolla bajo diversas formas de comunicación para el desarrollo, socializándose a través de estrategias: visuales, corporales, interpersonal, grupal, masiva, organizacional y estratégica, cada una de ellas utilizada en diferentes momentos de la vida de cada ser humano y dependiendo del objetivo al que se desee llegar.

En el tema de salud, las dimensiones de la comunicación para el desarrollo, permiten canalizar los mensajes por medio de diversos canales como el diálogo o negociación y como red para permitir que los mensajes comunicativos sean de mayor efectividad.

Importante es enfatizar que la comunicación sea la herramienta que garantice efectividad en todas las acciones de salud. Debe tener un componente estratégico que tenga en cuenta no sólo los objetivos a los que se deseen llegar, sino también las características de la población a la que se va a dirigir la acción para así lograr persuadir al público objetivo por medio de sus propias necesidades y expectativas.

El ponente se trazó objetivos en el presente estudio, realizando un diagnóstico de la situación actual de la comunicación de la clínica dental "Ana Edith Hernández Escobar", ubicada en comunidad La Selva, Asentamiento Ciudad Peronia, Zona 8 de Villa Nueva.

Para alcanzar este objetivo en primera instancia, se realizó un estudio de los conceptos más sobresalientes de comunicación y se relacionó con la salud; luego, se investigó sobre el conocimiento que tiene la población de Ciudad Peronia, en atención a su salud bucal.

A través de la historia, hasta llegar a lo que es actualmente, posteriormente, se hizo un análisis de cómo se desarrollan los programas y temas de promoción y prevención a nivel público, privado y de medios de comunicación, se identificaron de forma clara conceptos, programas y participantes de los actuales programas y cómo el desarrollo de éstos inciden en la modificación de los comportamientos de los usuarios y los factores ambientales relacionados con dichos comportamientos que directa o indirectamente promueven la salud, previenen enfermedades o protegen a los individuos de las consecuencias de no prevenir (ver anexos); y finalmente, se establecieron conclusiones de la situación actual en nuestro país en tema de socialización y prevención, para así plantear alternativas de solución a nivel de comunicación que sirvan de guía para los diversos protagonistas del sistema de salud y permitan un avance a nivel de herramientas comunicativas eficientes para impulsar el desarrollo en nuestro país, por medio del mejoramiento de la calidad de vida.

Para fines de este estudio, se define la comunicación para el desarrollo como el proceso de comunicación que busca un desarrollo comunitario mediante su participación, en la búsqueda de una mejor calidad de vida.

3.23 Campañas de promoción de la salud

Al igual que el *marketing* social, la promoción de prácticas saludables a través de campañas de comunicación, se originó primero en el mundo occidental. Para combatir el alcoholismo o el tabaquismo entre la década de los 70 y 80, el Gobierno de Estados Unidos, emprendió una serie de programas informativos y propagandísticos que más tarde fueron adaptados y exportados al mundo en desarrollo.

Las técnicas de promoción de la salud parten de la premisa que ciertos comportamientos individuales nocivos para la salud -como el tabaquismo, las dietas ricas en grasas o la falta de ejercicio- pueden ser corregidos con la intervención adecuada. Plantea, por tanto, un modelo individual de modificación de conducta en los que el conocimiento se transmite de arriba hacia abajo modificando las ideas previas y fomentando la adopción de actitudes consideradas beneficiosas. (102Waisbord 2001:37).

3.24 Comunicación estratégica

Para Tironi¹⁰³, la comunicación estratégica es: “la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses u objetivos” (2006:27).

Este proceso permite proyectar la identidad de las organizaciones en una imagen que provoque confianza en su entorno relevante y en su público objetivo

De la literatura revisada sobre modelos de planificación estratégica de comunicación, se ha seleccionado a dos autores, especialmente porque proponen formatos bien definidos sobre los pasos a seguir para construir un buen plan de comunicación, ellos son: Garrido¹⁰⁴ (2004) y Capriotti¹⁰⁵ (2009).

¹⁰² Waisbord, S. (2001) *Family tree of the theories, methodologies and strategies in development communication: Convergence and differences*. Rockefeller Foundation

¹⁰³ Tironi, E y Cavallo, A. (2004). *Comunicación estratégica. Vivir en un mundo de señales*. Tauros Editora. Madrid.

¹⁰⁴ Garrido (2004) Garrido, F. (2004). *Comunicación estratégica*. España. Gestión 2000.com.

¹⁰⁵ Capriotti, Peri. (2009). *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Colección de libros de la empresa, Santiago, Chile.

La metodología para diseñar el plan de comunicación estratégica, según Garrido (2004) se compone de dos segmentos o líneas de acción: análisis y diseño, que deben trabajarse por separado y de Capriotti, que se compone de tres fases: investigación de comunicación que se puede observar, inicia con una intervención de la comunicación, a través de una auditoría, tal como la recomienda Libaert¹⁰⁶ (2008) en su obra El plan de comunicación organizacional.

La comunicación estratégica es la forma en que los objetivos de comunicación, son factibles ser traducidos en lenguaje claro, para el receptor, para que éste los pueda asimilar correctamente.

En pocas palabras, es la coordinación de distintos recursos comunicativos, tanto internos como externos, en instituciones privadas como públicas con el propósito de diferenciarse una de otra y lograr un posicionamiento y recordación en los públicos de sus productos o servicios a los que se dirige. Asimismo, debe ser entendida como un proceso participativo, en el que se determina las formas de acción con las que se pretenden conseguir los objetivos propuestos, Nieves¹⁰⁷, refiere:

Se requiere de una adecuada planificación, entendiendo ésta como el proceso por el que una organización, una vez analizado el entorno en el que se desenvuelve y fijados sus objetivos a corto y largo plazo, selecciona las estrategias más adecuadas para lograr esos objetivos y define los proyectos a ejecutar para el desarrollo de esas estrategias (2006:4)

¹⁰⁶ Libaert, T. (2008). *El plan de comunicación organizacional*. México: Limusa

¹⁰⁷ Nieves Cruz, F. (2006:4). *Comunicación estratégica*. Recuperado <http://www.gestilis.com/canales7/ger/comunicacionestratica.htm>. Recuperado: 1/8/16.

La comunicación no siempre puede valorarse como estrategia, para poder considerarla como tal, el requisito indispensable es que el emisor la haya elaborado y planeado conscientemente teniendo un objetivo claro a alcanzar y contemplando las posibles decisiones y reacciones de los diversos públicos a los que va dirigida la acción. Haciendo uso de la interacción simbólica para potenciar su ruta para resolver sus problemas y cumplir que su objetivo específico sea efectivo.

3.25 Estrategia de comunicación

3.25.1 Estrategia

Para Morín E¹⁰⁸. “La estrategia permite, a partir de una decisión inicial, imaginar un cierto número de escenarios para la acción, escenarios que podrán ser modificados según las informaciones que nos lleguen en el curso de la acción y según los elementos aleatorios que sobrevendrán y perturbarán la acción” (2007:1103).

Estrategia viene del vocablo griego “strategos”, que significa “un general”, por tanto, el concepto tiene su origen en el mundo militar, Mintzberg, Brian y Voyer¹⁰⁹ (1997).

Para Soriano¹¹⁰ “una estrategia es la selección y organización de actividades futuras que, partiendo de los recursos disponibles, se estructuran armónicamente. Para Ruiz¹¹¹ (2009), una estrategia comunicacional es cuando dos o más personas con objetivos

¹⁰⁸ Morín Edgar. (2007:1103). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona, Gedisa.

¹⁰⁹ Mintzberg, H., J. B 1997. *El proceso estratégico, conceptos, contextos y casos*. México. Prentice Hall Hispanoamericano, S.A.

¹¹⁰ Soriano, Claudio L. *La estrategia básica de marketing*. Madrid. Ediciones Díaz Santos, S.A.

¹¹¹ Ruiz (2009) RUIZ, G. (2009): “Estrategia de Comunicación-Artículo”. Madrid, España. <http://cangurorico.com/2009/02/estrategia-de-lacomunicacion.html> Recuperado (31/8/16).

similares se unen para alcanzar una meta; para lograr objetivos específicos con una coordinación impecable en todos sus aspectos. Santizo¹¹², en su tesis cita el pensamiento de Arellano, quien refiere que:

La estrategia de comunicación es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida". (2014:62).

Una estrategia de comunicación, en términos generales, es un proyecto de comprensión puntualiza Massoni.

Un principio de inteligibilidad que busca abordar a la comunicación como fenómeno complejo y fluido. Complejo, en tanto presenta múltiples dimensiones (por ejemplo; informativa, ideológica interaccional, sociocultural); fluido, porque la dimensión comunicativa es una dimensión intermedia y como tal, convoca un cierto movimiento, se ubica siempre a medio camino entre el fondo y la forma. No se nos presenta como lo dado, sino *más bien como una inteligibilidad a resolver*"¹¹³ (2004:45)

La estrategia permite una cierta flexibilidad, que habilita a reconocer y rescatar lo aleatorio del contexto para así, ir moldeando nuestro plan de intervención en función de las informaciones y actores que vayan emergiendo en el proceso comunicacional.

¹¹² Santizo M. A, L. (2014:62). *Diagnóstico y propuesta estratégica de comunicación interna para la dirección de delegaciones departamentales de la Contraloría General de Cuentas*". Guatemala.

¹¹³ Massoni I, Sandra: (2004:45) *Estrategias como mapas para navegar en un mundo fluido*. Brasil

Los conceptos coinciden en que es un objetivo propuesto, enfocado a distintas directrices, que apunten a la ejecución perfecta de un plan, como explica Pérez¹¹⁴, en la obra *Estrategias de comunicación*, que son tres características básicas:

La primera tiene que ver con el establecimiento de un plan con las acciones a realizar, la segunda es la definición de los objetivos a fin de delimitar las intenciones del plan y la tercera consta de la determinación de un punto inicial donde se emprenderá los pasos ya establecidos para lograr los objetivos finales. (2008)

3.26 Fenómeno comunicacional

En el sentido más básico y lineal, el estudio del fenómeno comunicacional puede ser comprendido como expone Aguado¹¹⁵, en su obra *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*:

Proceso que es concebido como un intercambio de algo (Información en un mensaje) entre dos polos (emisor y receptor). Es un proceso lineal y unidireccional, por lo que la comunicación se concibe como una sucesión de episodios o turnos de ida y vuelta de la información entre emisor y receptor (una transacción de "algo a cambio de algo"). Geométricamente la comunicación así concebida puede expresarse como una línea recta que une dos puntos. (2004:18).

Atendiendo a la evolución de los medios masivos: prensa, radio, televisión y, en la actualidad redes sociales, se observa cómo la comunicación es un proceso más complejo que trasciende más allá de la relación que existe entre el emisor y el receptor de un mensaje.

¹¹⁴ Pérez 2008 Pérez, R. (2005): *"Estrategias de comunicación"*. Ariel. Barcelona.

¹¹⁵ Aguado, J. (2004:18). *Introducción a las Teorías de la Comunicación y la información*. España. Universidad de Murcia España.

El proceso comunicativo puede ser entendido como un entramado más profundo de simbologías, estructuras y supra estructuras, que son capaces de manifestarse dentro de las relaciones sociales y, asimismo, generar cambios dentro de la opinión pública y la concepción de las personas acerca de la vida entre otros aspectos.

Al ser claros los mensajes pueden ser transmitidos por una serie de procesos no solo verbales, pues existen diversos tipos de comunicación y, la forma en como éstos son codificados, convirtiéndose en parte importante del desarrollo social, político y democrático en la historia de la humanidad.

Es así como existen diferentes teorías comunicacionales, a través de las cuales se ha estudiado el desarrollo que éstas tienen y cómo han logrado modificarse y reinventarse junto con el progreso social; pues la información transmitida por los medios de comunicación es parte fundamental en la toma de decisiones de las comunidades y por lo tanto, ha tenido que ajustarse a la evolución misma de la sociedad y a las exigencias actuales.

La definición más cercana de comunicación se delimita en el programa de Naciones Unidas para el Desarrollo¹¹⁶, así:

La comunicación es esencial en el desarrollo humano. Los procesos de comunicación son fundamentales para ampliar las prácticas de empoderamiento, a través de las cuales las personas consiguen entender por sí mismas asuntos, considerar y debatir ideas, negociar y participar en debates públicos de ámbito local y nacional (2011:56).

¹¹⁶ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2011). *Comunicación para el Desarrollo Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Centro de Gobernabilidad de Oslo, Noruega.

Debido a que se tiene la “capacidad de producir y reproducir sentidos utilizando la presuposición, la anticipación, la inferencia, etc. son, pues, sujetos socioculturales, esencialmente comprensibles desde su historia y contexto” Aguado¹¹⁷, J (2014:14).

Para identificar los modelos o teorías explicativas, la comunicación y la complejidad que ésta representa dentro del estudio de los fenómenos sociales, se debe lograr discernir entre los diversos campos de los cuales se deben identificar los siguientes patrones comunicacionales o interactividad de los mensajes:

- Que el número más reducido posible de señales se ajuste la mayor cantidad de mensajes diferentes.
- Que se seleccione el canal más apropiado para hacer circular más información y al mayor número de usuarios.
- Que se construya el código más rentable para el mayor número posible de mensajes y con la menor ambigüedad en su determinación.
- Que se limite al mínimo los “riesgos” de la distorsión y del ruido en la transmisión, provocados por aquellos fenómenos con los que forzosamente hay que contar al no poder ser eliminados de la naturaleza.

¹¹⁷ Aguado, J (2014:14). *Introducción a las Teorías de la Comunicación y la información. España. Universidad de Murcia: España.*

Martin, M. Piñuel, J.M. Gracia. Sanz, M. Arias¹¹⁸, comentan que:

Teoría de la comunicación también se abre al estudio de objetos muy diversos: en la tarea comunicativa se recurre al empleo de substancias materiales sobre las que actúa el actor para producir expresiones: se maneja la energía de cuya modulación proceden las señales, e intervienen instrumentos biológicos o tecnológicos para hacer posible la interacción comunicativa. (1982:35).

De esta manera se observa que la comunicación es generadora de información y es aquí en donde se deben introducir los análisis, ya que la transmisión del mensaje producirá una serie de cambios en los pensamientos, emociones, conductas sociales y políticas, por medio de la utilización de los canales correctos.

Se observan ciertas características de estrategia dentro del método comunicativo, para la construcción de códigos del mensaje y están supeditadas a la capacidad que tengan los receptores para interpretarlos dentro de un marco extenso de información cotidiana, esto debido a un intenso bombardeo comunicativo al cual los seres humanos responden. Es así como funcionan, expresa Díaz¹¹⁹:

Las teorías de la comunicación de masas, por lo tanto, son las que se encargan de esquematizar y dar un modelo que nos indique cuál es la manera en la que se llevan a cabo los actos comunicativos, así como sus efectos en cuanto al tiempo y al espacio dentro de un ámbito social" (2012:8).

¹¹⁸ Martin, M. Piñuel, J.M. Gracia. Sanz, M. Arias

¹¹⁹ Díaz, L, (2012:8). *Teorías de la comunicación*. Ediciones Red Tercer Milenio, México D.F, México.

Funcionando dentro de un marco de diversas teorías que son capaces de ser explicar ciertos aspectos de la vida y las interrelaciones que estudian.

Por lo tanto, la teoría principal dentro de la estructuración de este plan, se centra en la teoría de la comunicación social y la desembocadura que ésta tiene en el estudio de las relaciones con los medios de comunicación y las alternativas que se presentan como la construcción de planes basados en lo que es la comunicación para el desarrollo, que busca descentralizar los antiguos modelos.

El propósito es generar un proyecto que informen a la población, y que lleve el mensaje que se necesita, rompiendo ciertos patrones repetitivos que se ven manifestados en la forma de cómo se presenta la comunicación de masas o de consumo.

3.27 Teoría social de la comunicación

El estudio central de la teoría social de la comunicación es la relación que existe entre los medios masivos y cómo éstos generan ciertos parámetros de comportamiento que modifican el pensamiento de las comunidades o asignan roles sociales muy difíciles de vencer o cuestionar, ya que son instrumentos que buscan, la asignación de ideologías que condicionan comportamientos.

El estudio de los medios de comunicación y su relación con el sistema social y las variables se encargan de que:

Los productos comunicativos y el uso que se hace de esa información sea para contribuir a la producción y reproducción de la sociedad. La existencia de información se produce, distribuye y usa de forma

institucionalizada y que concierne a los aconteceres que interesan a la comunidad en su conjunto, es la razón porque las ciencias de la comunicación pueden tener una disciplina que pertenece al ámbito de los estudios sociales” Serrano¹²⁰ (1992:16-23).

Dentro de este marco del estudio de la comunicación social, se ve que el principal postulado es conocer, por medio de la separación de la comunicación (supraestructura) con el poder: político, económico, religioso, entre otros (infraestructura), los roles asignados que se dan dentro del marco de relaciones sociales. Ello significa que dentro de los aparatos y conglomerados de los medios de comunicación masiva existen beneficios particulares, por los cuales las capas sociales que ostentan el dominio buscan implementar ideas que beneficien los intereses económicos, sociales, políticos y religiosos.

Los medios de comunicación que forman parte de la superestructura, es decir, del conjunto de procesos, ideas, valores y modelos dominantes que sirven al mantenimiento de una infraestructura” ¹²¹Aguado (2014:183).

Esta interrelación entre la sociedad y los medios de comunicación produce opinión pública dentro de las comunidades, y como se ha mencionado, de manera institucionalizada con un efecto conciencizador.

Aguado¹²² cita a Muñoz¹²³ (1989:128), quien comenta que para la comprensión de cómo la comunicación afecta las relaciones sociales y por medio del continuo bombardeo de mensajes, se debe tener en cuenta:

¹²⁰ Serrano, M. (1992:16). *Presentación de la Teoría Social de la Comunicación*. Revista REIS. Madrid, España.

¹²¹ Aguado, J (2014:183). *Introducción a las Teorías de la Comunicación y la información*. España. Universidad de Murcia

¹²² Aguado, J. (2004:183). *Introducción a las Teorías de la Comunicación y la información*. Universidad de Murcia: Murcia, España.

- La fragmentación, socialización y repetición de los contenidos.
- Uniformidad y estandarización de los mensajes.
- Homogeneización de los públicos.
- El fetichismo de la mercancía se extiende al ámbito de la cultura.
- Selección de los valores en función de los intereses estratégicos.
- La moral del éxito como fundamento dominante.
- Autoritarismo latente por industrialización de las conciencias (2004:183).

Se observó que la comunicación clásica de los medios tiene como principal objetivo la homogeneización de los públicos, lo que reproduce una constante repetición de las acciones sociales como un interés estratégico dentro de un pensamiento autoritario.

Por lo tanto, la comunicación debe ser social, y anteponerse a los pensamientos que se encuentran contenidos dentro de la supraestructura y se debe acercar más a presentar caminos y vías democráticas capaces de generar aperturas sociales.

Estas aperturas sociales pueden ser entendidas como una crítica legítima acerca de lo que es la ética e ideología implantadas por los medios de comunicación masivos. Esta crítica permitirá que comunidades que se encuentran en vulnerabilidad o que estén cerca de la línea de pobreza y pobreza extrema, logren comprender la importancia de vincularse dentro las

actividades sociales, por medio de la información para conocer que existen otras formas de desarrollo, dentro de las cuales la comunicación debe de fungir como un enlace en la realidad social y no como un ente de la industrialización de las conciencias.

Dentro de la teoría social actualmente se desprenden modelos que:

Han reconocido la importancia de responder a las necesidades de información y comunicación de las personas marginadas y vulnerables. Han entendido el papel que la comunicación puede desempeñar, en el empoderamiento de las personas, para influir sobre las decisiones que afectan a sus vidas, en Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo¹²⁴ (2011: V).

Uno de los modelos más importantes para trasladar información a comunidades marginales y vulnerables es la comunicación para el desarrollo. Acción que se abre el diálogo y se socializa el conocimiento con el objetivo de crear estrategias que sean un punto referencial de mayor equidad y sin la industrialización de la conciencia.

En conclusión, la comunicación para el desarrollo es una de las opciones actuales, impulsada por las Naciones Unidas, como un punto de partida para la ejecución de planes estratégicos que logren brindar el apoyo a las comunidades vulnerables, en este sentido, se estructuró el plan de comunicación para el desarrollo, “Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar”, ubicada en comunidad La Selva de Ciudad Peronia, Villa Nueva.

De esta manera, se “promueve la participación y el cambio social con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, medios comunitarios

¹²⁴ Programa de las Naciones Unidas (2011: V). *Comunicación para el Desarrollo Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Publicado por el Centro de Gobernabilidad de Oslo, Noruega.*

y tecnologías modernas de la información”¹²⁵ Agencia suiza para el Desarrollo y la Cooperación (2014:1).

La comunicación para el desarrollo es un punto de eje transversal que le da a las sociedades vulnerables el arranque para crear espacios en los cuales se distinguen tres aspectos básicos que son clave de identificación para ejecutar un plan eficaz que toque todos los aspectos necesarios para ser tomados en cuenta, estos aspectos son:

- La comunicación para el desarrollo se basa en el diálogo
- La comunicación apoya el desarrollo y el cambio social
- La comunicación es sensible a la cultura social

Estos puntos son importantes para el diseño de todo plan de comunicación para el desarrollo, para mantener un diálogo abierto, que permitan comprender las necesidades de la comunidad a la cual se dirigen las estrategias articuladas.

Es importante comprender un contexto que a veces no es tomado en cuenta, cuando se desea comunicar algo; sin embargo, se necesita tener un pleno conocimiento de la realidad social y cómo se manifiestan las relaciones entre los grupos que se ven afectados. En el presente caso de comunicación dirigido a las comunidades circunvecinas a la clínica dental ubicada en comunidad La Selva en Ciudad Peronia, un punto de referencia que puede motivar la estrategia comunicacional; se trata de que, en las comunidades se comprenda la necesidad que se tiene en materia de salud, y en especial el cuidado bucodental.

¹²⁵ Agencia suiza para el Desarrollo y la Cooperación (2014:1). *Comunicación para el desarrollo Una guía práctica. Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación CUSUDE.*

No se puede olvidar que si se quiere cambiar un modelo social incrustado, en el cual la salud preventiva no forma parte del presupuesto de una familia de escasos recursos y por lo tanto, no es parte fundamental la visita al dentista; una estrategia de comunicación para el desarrollo es el mecanismo adecuado para llevar el mensaje de prevención y curación bucodental, pues no se necesita más que voluntad y tiempo para acudir a tratarse los dientes, siendo la salud bucodental parte de la salud en general.

Los expertos proponen que la comunicación para el desarrollo debe de ser una unión: “Si logramos construir un puente entre los valores tradicionales y los modernos, creamos procesos de cambio más sólidos e inclusivos”, Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo¹²⁶ (2011:5).

De esta manera, se adentra en el campo de los aportes que la comunicación para el desarrollo, desde su modelo temático aporta al campo de la salud social y la importancia que esto tiene para ser adoptado como una estrategia a largo plazo. Para Dagron¹²⁷

Aunque no existe un modelo único de promoción de la salud, el nombre designa estrategias y acciones que se organizan desde el Estado, con apoyo de otros agentes externos, para llegar a la población supuestamente con el propósito de que ésta participe activamente en la toma de decisiones sobre las políticas y programas de salud que afectan su vida. Dentro de estos aspectos vemos que: se establece una distinción entre el apoderamiento para la salud del individuo y de la comunidad.

El apoderamiento para la salud individual se refiere principalmente a la capacidad del individuo para tomar decisiones y ejercer control sobre su vida personal. El que está dirigido a la salud de la comunidad supone que los individuos actúen colectivamente con el fin de conseguir una mayor afluencia y control sobre los determinantes de la salud y la calidad de vida de su comunidad, siendo este un importante objetivo de la acción comunitaria para la salud.

¹²⁶ Programa de Naciones Unidas para EL Desarrollo (2011:5).

¹²⁷ Gumucio- Dagron (2007:67). Historias de comunicación participativa para el cambio Social. The Rockefeller Foundation. EE.UU.

Las comunidades dentro de un marco de participación activa y equitativa, ve como la calidad de vida está intrínsecamente ligada al proceso de la salud, lo que permite que se den pautas para un “cambio social” dentro de la colectividad; es decir, que las comunidades comprenden la necesidad de atender las mejoras dentro del campo de la prevención para evitar enfermedades mayores, en este caso evitar la pérdida de piezas bucodentales y otras enfermedades degenerativas de la salud bucal.

La importancia de planes de comunicación para el desarrollo, rige el presente trabajo de tesis a la socialización de las clínicas dentales “Ana Edith Hernández Escobar”, pues si bien la Alcaldía de Villa Nueva y la Fundación *Spear Open Wide*, tienen intereses sociales de esparcir la información del servicio social que se presta, en estos momentos la comunicación a los vecinos, es baja. Se habla de los programas de salud, pero no se elabora sobre el papel de la promoción de los mismos. Los programas de salud, en sí, por muy buenos que sean, no existen si no es en relación a la población.

Es así, como dentro del marco lógico de la comunicación para el desarrollo se permite establecer lineamientos que si se debe comunicar, promocionar o informar a la población beneficiada, y se observa que, un plan comunicacional sobrepasa las barreras de la simple promoción.

La información, como se vio anteriormente, es parte del proceso de la comunicación y la socialización se basa en estas dos vertientes para entregar, de manera educativa y agradable el mensaje a la comunidad.

Cerqueira¹²⁸, hace énfasis en que:

La comunicación de la salud es un esfuerzo de la comunidad organizada para lograr políticas que mejorarán las condiciones de salud de la población y los

¹²⁸ Cerqueira, M.T. y H. A., editores (1997). *La promoción de la salud y la educación para la salud en América Latina. Un análisis sectorial*, San Juan. Puerto Rico. Universidad de Puerto Rico.

programas educativos, para que el individuo mejore su salud personal así como para el desarrollo de una maquinaria social que asegure a todos los niveles de vida adecuados para el mantenimiento y mejoramiento de la salud (1997:45).

Para la estructura de esta estrategia se observó que la fundación *Spear Open Wide* y la Alcaldía de Villa Nueva eran los encargados de realizar la comunicación, hecho que la institucionaliza y no la acerca con la realidad social. De esta manera, teóricos y expertos recomiendan que el proceso de la comunicación para la salud ha estado dominado mucho tiempo por el personal de salud y no por personal especializado en comunicación. Esto ha llevado a diseñar programas de comunicación que en lugar de resaltar los valores de la salud, resaltan la problemática de las enfermedades. Es decir, una comunicación sobre la enfermedad, más que una comunicación para la salud.

Lo que conlleva, a que no se informe sobre el proyecto y los objetivos de las clínicas que por medio de fortalecimiento y tratamiento de los pacientes busca generar pautas que puedan ser llevadas a la necesidad de la implementación de un cambio social. Como se ha mencionado con anterioridad, es conveniente buscar un plan que deje y sienta las bases de que por medio de un mejoramiento de la calidad y salud bucodental se pueden llegar a tener mejor calidad de vida, lo que lleva a largo plazo que la estrategia comunicacional en salud sea organizada por expertos, pero aplicada por los mismos comunitarios llevando el mensaje, que sea directo y concreto a la realidad del fenómeno analizado.

El mensaje actual de la comunicación para el desarrollo, en especial, el enfocado en la materia de la salud, busca inculcar un pensamiento reflexivo y profundo hacia las comunidades a las cuales va dirigida, contradiciendo que la “idea errónea de que la comunicación de la salud o de la nutrición es

informar o difundir mensajes de forma masiva para convencer a los demás de lo que nosotros pensamos que es bueno para ellos”, citado en UNICEF ¹²⁹(2014:29).

Por esta razón, se propone, por medio de la comunicación para el desarrollo, fortalecer no solo las acciones ejecutadas por la Fundación *Spear Open Wide* en apoyo con la Alcaldía de Villa Nueva, sino la creación de una comunicación enfocada hacia la sociedad.

Ya que, se utiliza la comunicación como eje transversal de desarrollo para el mejoramiento de la salud por medio de mensajes reflexivos y grupos que ayuden a la socialización de la información, alejándose de ser homogeneizadora de un pensamiento publicitario, sino que acercando a la sociedad representada, en este caso por la comunidad de Ciudad Peronia y otras regiones vulnerables a tener acceso a la salud bucodental.

3.28 Aplicación de la teoría en la práctica

Ciudad Peronia, como se ha mencionado en los capítulos anteriores, es una de las áreas más vulnerables del país, integra un asentamiento humano formado, en su mayoría, por víctimas de las áreas rurales, que huían del conflicto armado interno¹³⁰ y que por iniciativas del gobierno en turno se les facilitó el acceso al terreno. Posteriormente, a estas áreas se sumó redes delincuenciales, entre ellas sicarios, narcotraficantes, por mencionar algunos.

¹²⁹ UNICEF (2014:29). *Comunicación para el Desarrollo en Seguridad Alimentaria y Nutricional*. Fondo de las Naciones Unidas, Guatemala.

¹³⁰ *Conflicto Armado Interno*. *El Conflicto Armado Interno - también denominado Guerra en Guatemala, Guerra Civil en Guatemala o Enfrentamiento Armado en Guatemala- fue la guerra civil interna ocurrida en Guatemala entre 1960 y 1996 y que enfrentó al Ejército de Guatemala con civiles subversivos organizados en una guerrilla. La guerra, que duró 36 años, dejó 250 000 personas muertas o desaparecidas y culminó de manera oficial con la firma de los Acuerdos de Paz*. (Diccionario Histórico Biográfico, 2004).

Las grandes desigualdades económicas, sociales y culturales que existen en el país, marcan de gran manera el dinamismo de la vida en Ciudad Peronia, ya que, a pesar de sufrir estos rezagos dentro del desarrollo el área estudiada es considerada como área roja, debido a los altos índices de violencia que existe dentro de la comunidad por la estructuras de pandillas y grupos dedicados al sicariato.

Dentro de este marco lúgubre vemos que las desigualdades sociales se expresan con una marcada falta de salud pública que tiene su legitimidad, desde el gobierno central pasando por los gobiernos municipales y repercutiendo dentro de las comunidades más vulnerables, ya que éstas no tienen acceso a doctores privados o centros de salud pública que ofrezcan calidad en atención salubrista; si no la tienen en la salud general, menos en la bucodental.

En Guatemala, la salud es uno de los problemas sociales, que requieren atención, en especial los de higiene bucodental, debido a que no se tiene la cultura de atención en prevención de la salud bucodental; por la falta de recursos, falta de información y por no estar cerca de un odontólogo /dentista que les oriente sobre atención bucodental certificado para la atención de los problemas de esta índole.

De esta manera, los programas de fundaciones extranjeras que ayudan a llenar el vacío dentro de las políticas públicas en salud como las clínicas dentales “Ana Edith Hernández Escobar”, es un claro ejemplo de que existen formas de solventar problemas puntuales dentro del país.

La puesta en marcha de esta clínica, que beneficia a cantidades de vecinos de Ciudad Peronia, como se ha citado en capítulos anteriores, se hizo realidad con el aporte de organizaciones sin fines de lucro y con el aporte de la comunidad.

La clínica dental ha sido un éxito dentro de la región; como lo expresó la Directora Ejecutiva de la Fundación *Spear Open Wide*, Dra. Charity Crawford, en entrevista semiestructurada (07/09/2016), ver anexo. Dio a conocer los beneficios de contar con una clínica dental de carácter social es importante, si se acompañan de un plan de comunicación para el desarrollo enfocado en temas de salud, si se logrará un mayor alcance de usuarios beneficiados. Este hecho ayudaría a la sociedad a realizar un cambio social directo dentro de la lógica de pensamiento de que existen rutas para la prevención de enfermedades bucodentales.

Dentro de la lógica teórica de la comunicación social para el desarrollo, la mayor importancia de su aplicación para ser aceptada y dinamizada dentro de la sociedad es que conlleve un previo diálogo con la comunidad para que ésta conozca estrategias claras que puedan ser aplicadas a su entorno y sean aceptadas por el mayor número de personas, tratando de que son participativa y estratégicas, que permitan llevar este modelo a otras realidades de la vida cotidiana.

Como se indicó anteriormente, alejándose de la cotidianidad y homogenización de la información de la comunicación clásica o promociones de carácter publicitario, lo que dentro del marco teórico se plantea como una ventana que rompe con los paradigmas clásicos y lleva la comunicación a ser reflexiva para obtener una apropiación de la realidad más próxima por parte de los afectados.

Lo que va de la mano con uno de los segundos postulados presentados arriba, la comunicación para el desarrollo debe ser parte de la cultura local, así que el proyecto para dar a conocer las clínicas dentales y la importancia de la higiene bucal debe estar ligada a las acciones y concepciones acerca de la vida que se esgrimen al público objetivo, de esta forma se observó la

importancia en la participación de los círculos sociales más influyentes de la comunidad de Ciudad Peronia.

Por último, la comunicación social para el desarrollo debe, como su nombre lo indica, apoyar el desarrollo y ser parte del cambio, en este caso enfocada a la salud bucodental. Dentro de las críticas realizadas por los teóricos y expertos de esta rama comunicacional vemos que estas dos variables clave fueron tomadas en cuenta dentro de este proyecto, y no solo se dirigió a la causa final de las enfermedades bucodentales, como lo es la pérdida de dientes.

Algunos expertos en campañas a nivel mundial, mencionan que éstas se enfocan únicamente en la enfermedad final, pero no en estrategias comunicacionales que busquen la prevención o garanticen que luego del tratamiento se deben seguir ciertos cuidados básicos como lo son el cepillado de dientes tres veces al día, la utilización de seda dental (hilo) y en las posibilidades, el enjuague bucal, tal como lo hace la comunicación para el desarrollo, que por medio de la vinculación con las comunidades busca ser un eje que modifique el pensamiento social.

Junto con los cuidados básicos, se menciona la visita a las clínicas dentales por lo menos una vez al año. Se observó que es importante recalcar que una buena higiene bucal es beneficiosa para la salud debido a que se evitan posibles infecciones bacterianas, mal nutrición debido a la incapacidad de procesar los alimentos por el sistema digestivo si éstos no están previamente bien masticados, lo que a su vez se ve ligado a problemas del tracto digestivo como son la gastritis y úlceras.

Por esta razón, se buscó una comunicación capaz de ser un ente transversal de pensamiento, reflexión y cuestionamiento, que ayude a comprender que puede garantizar una mejor calidad de vida. Resaltando los valores de la salud como un bastión para empezar a gestionar cambios profundos en atención y prevención a su salud bucal.



Capítulo IV

Proyecto de comunicación
para socializar la clínica
dental “Ana Edith Escobar”

Capítulo IV

Proyecto de comunicación para socializar la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

4.1 Análisis FODA

Como un método de análisis para comprender la situación de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, frente a la combinación de ventajas y desventajas que se pudieron presentar durante el diseño y planificación de este proyecto y para su ejecución en el campo de estudio, pese a que esta institución no tiene un carácter empresarial o económico, no busca generar ganancias por medio de su funcionamiento, se aplicó un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).

El análisis FODA permite tener en cuenta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los escenarios internos y externos de los cuales tenemos que estar al tanto, para asegurar que el proyecto de comunicación para el desarrollo de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, tenga un camino viable y ante todo funcional para la realidad de Villa Nueva.

Para la realización de este análisis se separa el componente interno, el cual ocupará la parte superior del plano cartesiano, mientras que, en la parte inferior se toman en cuenta las características externas que influyen en el proyecto.

A continuación se plantean los hallazgos más importantes sobre la situación a la cual se enfrenta la clínica y el porqué es tan importante la implementación de un plan comunicacional para mantener la salud bucodental.

En tal virtud se observa que la principal amenaza es que, la sociedad guatemalteca no tiene una costumbre arraigada en el cuidado bucodental, siendo ésta reproducida por generaciones, lo que ha restado la importancia de una dentadura sana.

Además, el sistema de salud guatemalteco está en total deterioro y si no es capaz de brindar atención primaria a su población, menos aún podrá apoyar la salud bucodental que sería de interés secundario o terciario.

FODA

Fortaleza

- Primera clínica con dentistas calificados en Ciudad Peronia.
- Precios bajos y accesibles.
- Busca incluir a la sociedad en una vida de higiene bucal.
- Primera clínica dental con proyección social que sirve dos jornadas anuales en atención a niños y adultos con capacidades especiales.
- Contar con cinco islas dentales de última tecnología.
- Transporte gratuito en jornadas especiales y pacientes de lugares lejanos.

Amenaza

- Sociedad civil de Guatemala en su mayoría no les preocupa la higiene bucal.
- No cambiar el pensamiento ancestral e implantar dentro del imaginario social los beneficios de tener una dentadura sana.
- En otra administración municipal ya no podría recibir el aporte económico como el que cuenta actualmente.
- No encontrar nuevos patrocinadores o colaboradores y se convierta en autofinanciable

Oportunidad

- Implementar una cultura de higiene bucal en uno de los asentamientos más grandes y los alrededores del Municipio de Villa Nueva.
- Ser autofinanciable.

Debilidad

- Ubicación, lejana y de difícil acceso.
- No cuenta con un plan comunicacional dirigido a la clínica.
- Sectores sociales no saben de su existencia.

Podría pensarse que las bandas de sicariato y delincuenciales del área de Ciudad Peronia, como de otras comunidades del municipio de Villa Nueva; afectan, no solo la atención que se brinda en la clínica de Peronia, sino también la movilización y la llegada de los profesionales estadounidenses, guatemaltecos, personal administrativo y los mismo pacientes; sin embargo, hasta la fecha han dejado trabajar libremente sin reportarse ningún atentado o atraco, lo cual hace intuir que estas personas apoyan la obra en beneficio de la población. Razón por la cual, se considera que el mensaje producto de la estrategia de comunicación para el desarrollo llegará al público objetivo.

Al conocer estas *amenazas*, se evidenció que la oportunidad es saber cómo implementar un plan comunicacional diferente, que recomiende pero que no imponga y que sea confortativo con los habitantes de Ciudad Peronia y áreas aledañas, para que puedan vincular sus pensamientos y poner en tela de juicio la necesidad de una dentadura más sana.

Las *fortalezas* a nivel interno son las características más importantes a recalcar dentro del programa de comunicación para el desarrollo, debido a que existe la posibilidad de hacer constante mención sobre el calificado equipo profesional que labora dentro de esta clínica.

Los profesionales norteamericanos son calificados y están al día de los nuevos avances y procedimientos dentales; además, utilizan un equipamiento con la mejor tecnología para la reparación de piezas bucales (el cual también fue donado desde que inició la clínica). Un servicio profesional, con materiales de última generación y equipo de punta están al alcance de las comunidades por los precios más accesibles dentro del mercado (Q10.00 la consulta).

Asimismo, existen médicos guatemaltecos y practicantes de los últimos años de odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Universidad Mariano Gálvez. Lo citado anteriormente es una verdadera *fortaleza* de servicio de primera calidad, debido a que esta clínica no busca ser un negocio y hacerse con recursos monetarios.

Estas *fortalezas* permitieron comprender que la oportunidad más importante es la construcción de un plan comunicacional, cuya *debilidad* es que no se cuenta con el mismo, pero que puede convertirse en una acción capaz de romper los paradigmas establecidos con respecto al cuidado bucal y lograr que la ciudadanía comprenda la *oportunidad* que tiene de prevenir las enfermedades bucodentales y en otros casos, proceder a su curación, lo cual se convierte en una gran *oportunidad*.

4.2 Diseño del proyecto de comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo es una de las opciones actuales, impulsada por las Naciones Unidas, como un punto de partida para la ejecución de planes estratégicos que logren brindar el apoyo necesario a las comunidades vulneradas.

Este es el modelo teórico dentro del cual se estructuró el plan de comunicación para el desarrollo, clínica Dental “Ana Edith Hernández Escobar”, ubicado en comunidad La Selva de Ciudad Peronia, Villa Nueva.

Como se planteó dentro del marco teórico de este proyecto y conociendo los resultados del análisis FODA, este capítulo propone los pasos requeridos para la implementación del proyecto de comunicación para el desarrollo de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, lo cual involucra las variables como reflexión, socialización, apropiación de la cultura, entre otras.

Para poder ejecutar estas variables es necesaria la aplicación de un modelo que esté diseñado y que sea vinculante y socialmente correcto para que sea de interés de las comunidades a las que va dirigido. De esta manera, se proponen los siguientes pasos que se encuentran contenidos dentro del texto: “Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo” propuesta de Tufro, L. Chemen, S. Ed.¹³¹, que propone una metodología directa, sencilla y aplicable al modelo de salud que se busca implementar.

Los pasos estipulados son los siguientes:

- Diagnóstico del proyecto.
- Diseño del proyecto.
- Ejecución del proyecto.
- Evaluación del proyecto¹³².

Todo proyecto ejecutado dentro del mundo de la comunicación o cualquier otra ciencia necesita un proceso de planificación, otro de ejecución, a lo que posteriormente se le une la evaluación del proyecto ejecutado y las viabilidades que tiene para que perdure dentro de un límite establecido como referencia de socialización o comunicación.

A continuación se detalla el proceso, llevado a cabo dentro del rubro del diseño de la investigación contemplando los cuatro métodos generados por los autores citados (Tufro, L. Chemen, S. Ed.), con el fin de ordenar el proceso comunicativo y estar apegado a un modelo metodológico aplicable al contexto de la realidad guatemalteca y centrado siempre en la comunidad de Ciudad Peronia y sus alrededores.

¹³¹ Tufro, L. Chemen, S. Ed. (2006:65). *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*. Buenos Aires argentina. Editorial, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.

¹³² *Ibidem*

4.3 Diagnóstico del proyecto

Para que el proyecto sea eficaz, se tiene que conocer el área o la comunidad y, estar al tanto de lo que sucede en el área dentro de la cual se aplicará el proyecto, para que este pueda ser incluyente y que la comunidad participe con el objetivo de asegurar cambios profundos en la forma de pensamiento social.

De esta manera se recopilaron datos estadísticos de Ciudad Peronia acerca de su etnografía, densidad poblacional y breves datos históricos como fecha de su fundación, desarrollo, entre otras cosas. Pero lo más importante para la legitimidad y duración del proyecto es el apropiarse de la realidad actual. El proyecto de comunicación puede extenderse a otros asentamientos humanos y municipios, como fue planteado en los capítulos anteriores.

Sin embargo, Ciudad Peronia es el punto de partida, proyecto que podrá replicarse a las comunidades planteadas en el presente trabajo; no obstante, será nuestro plan piloto, del cual se desprenderá la comunicación para las áreas planteadas.

En Ciudad Peronia se ubica uno de los asentamientos más violentos y grandes de Centro América, lo que ejerce una gran presión dentro de las dinámicas sociales, ya que, la criminalidad es parte de la cultura, así como el poco desarrollo económico, lo cual no permite un desarrollo en materia social como la salud, educación y nutrición de los pobladores.

Se estima que existan 85,000 habitantes siendo una de las mayores concentraciones de personas en Villa Nueva. Su población se encuentra por encima de la línea de pobreza en el país, dificultando así el acceso a la salud (eje central para la construcción del proyecto).

Dentro de la salud general se desprende la salud bucodental, la cual es una de las últimas prioridades estatales. La atención a los pacientes, obligación del Estado, es atendido en Ciudad Peronia por la donación de una de las clínicas dentales más avanzadas en el país. En ella trabajan especialistas guatemaltecos y estadounidenses que apoyan y donan a la población en la salud bucodental.

Los datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), entre el 60% y 90% de los escolares de 10 a 18 años, y casi el 100% de adultos (18 en adelante) tienen problemas bucales. Teniendo en claro que, en su mayoría, la población de Ciudad Peronia es joven, ello se demuestra en que el 76% por ciento está comprendido entre las edades de 10 a 35 años.

Estos números son preponderantes dentro del diagnóstico para plantear un plan comunicacional, ya que, si se cruzan los datos estadísticos con la coyuntura presentada por la Organización Mundial de la Salud se observa que la edad promedio para la pérdida de piezas bucales o problemas serios en salud bucal es a los 25 años. Si a esto se le suma que la mayoría de habitantes dentro de Ciudad Peronia es joven, aumentaría el riesgo o ya cuentan con piezas dentales pérdidas o infecciones de encías que afectan directamente la salud clínica de la sociedad o bien, pueden reportar otras enfermedades.

A lo anterior se le suma la pobreza y pobreza extrema en la cual se encuentra la mayoría de los habitantes que no cuentan con especialistas calificados en el área. Además, que en la cultura guatemalteca conforme a la salud donde no existe un sentido de prevención para con las enfermedades y se observa que hay un amplio foco dentro de los problemas bucales.

Según la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN), la realidad de Ciudad Peronia por ser un asentamiento grande y poblacionalmente habitado, es que no se cuentan con un sistema de salud público capaz de atender con dignidad a la población. Además de esto la actual realidad nacional tiene un sistema de salud en precariedad por lo cual la salud bucal pública es ignorada, ya que, ni siquiera se cuenta con planes por parte del Ministerio de Asistencia de Salud de la República de Guatemala para solventar esta situación.

Junto con esto, se observa que dentro de los medios de comunicación nacionales el tema de salud bucodental no forma parte de la agenda setting por lo cual es obviada de la realidad nacional. El fin de este proyecto es ubicar y utilizar la plataforma de la clínica dental de Peronia, como un apoyo o arista para concienciar y generar reflexión acerca de las necesidades de la protección a las piezas y sobre todo a tener una cultura de prevención y de continuidad con la higiene, luego que las enfermedades dentales hayan sido tratadas.

El diagnóstico se generó por medio de la técnica de la observación participativa, reuniones con representantes y colaboradores de la clínica, y pacientes, acción activa y participativa buscando siempre la vinculación de la sociedad para no implementar ideas externas a la realidad sobre: ¿Cómo debe ser el desarrollo?, sino ser un mecanismo vinculante y ejecutor que genere estrategias a largo plazo para cambiar la realidad en la cual se encuentran muchos de los habitantes de Ciudad Peronia.

De esta manera y según lo mencionado por ¹³³ Tufro, L. Chemen, S. Ed. (2006:78).

Una vez que logramos seleccionarlos y jerarquizarlos, decidiremos qué problema es el que debe abordar el proyecto. Podemos abrir un espacio para que la comunidad discuta, opine y decida, o bien, tomar directamente la decisión sobre qué problemática abordar, y luego corroborarla con los informantes clave de la comunidad.

El punto de partida, es establecer las bases dentro de la comunidad para ejecutar de manera necesaria las decisiones que modificarán el entorno y como se expresará el mensaje.

4.4 Diseño del proyecto

Durante esta etapa se generó un amplio proceso de discusión, referente a la parte dentro de la cual se deben vincular diferentes aspectos para la estructuración del plan y proyecto final, con el objetivo de generar un impacto dentro de la lógica social de Ciudad Peronia y comunidades aledañas.

Dentro de este segundo paso del proyecto, es necesario sentar las bases de la comunicación y cómo se espera la creación de un plan vinculante y concatenante entre los planes de la Fundación *Spear Open Wide*, la Alcaldía de Villa Nueva, el COCODE de Ciudad Peronia y la comunidad en general. La realidad que se observa es la de poder unir el diagnóstico con la situación que se quiere corregir.

¹³³ Tufro, L. Chemen, S. Ed. (2006:78). *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*. Buenos Aires, Argentina. Editorial, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.

Queda claro que esta etapa “es la instancia en la que pensamos cómo vamos a intervenir en la comunidad sobre la base de la información obtenida en el diagnóstico” ¹³⁴Tufro, L. Chemen, S. Ed. (2006:98). Para esto es necesario la creación de la formulación de objetivos, definir quiénes son los beneficiarios del proyecto y por último, diseñar las actividades que serán llevadas a cabo.

Los objetivos establecidos del proyecto fueron presentados en el Capítulo II de este documento.

4.5 Objetivos del proyecto

Los objetivos fueron construidos a través de la observación y la interacción directa con los grupos sociales interesados en la participación del proyecto, lo cual permitió que se realizara un cruce de variables para detectar las necesidades básicas de qué se debe mejorar dentro de la realidad social, generando variables que permitieran una investigación preliminar.

- Crear un proyecto de comunicación para el desarrollo basado en la “clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” y la importancia, no solo de sus acciones para con la mejora de la salud dental y reconstrucción de piezas dentales, sino motivar la prevención de las enfermedades bucodentales como gingivitis, sangrado de encías, tumores, cáncer en la faringe y problemas cardiacos y en otros órganos.
- Incluir dentro del plan de comunicación para el desarrollo un plan de comunicación social utilizando los mecanismos de las comunidades para no generar gastos extra, además de utilizar las plataformas de la

¹³⁴ Tufro, L. Chemen, S. Ed. (2006:98). *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*. Buenos Aires, Argentina Editorial, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.

Municipalidad de Villa Nueva (redes sociales, radio, canal, periódico y boletines en escuelas e iglesias y redes de boca en boca).

- Dar a conocer el trabajo de la Fundación *Spear Open Wide* dentro de Ciudad Peronia en materia de prevención de la higiene bucal, reconstrucción de las piezas bucales y caries, creando líderes comunitarios y estudiantiles capaces de comunicar la información de la prevención.

Con los objetivos expuestos se buscó exponer claramente los fines y realizar un diagrama de los pasos a seguir dentro del proyecto. Para la elaboración del plan de comunicación para el desarrollo basados dentro del campo de la salud de forma que sea, preventiva y a su vez reactiva.

Los objetivos específicos buscan detallar actividades y abarcar mayores espacios que permitan, esparcir dentro del marco social, al cual se planificó llevar la información. Para esto se deja en claro a los participantes de la comunidad, actores que influirán activamente dentro de la toma de acciones, así como el interés de la utilización de los espacios de comunicación que existen dentro del marco institucional de la Alcaldía de Villa Nueva.

En la comunicación para el desarrollo se motiva a participar, dentro del proyecto a la comunidad. En primera instancia, para que conozcan la estrategia de comunicación a través de la cual se dan opciones de divulgación para llevar el mensaje al resto de la población.

En el caso presente, el tema a tratar es la prevención de enfermedades buco dentales y su curación, por medio de la participación en talleres ya sea como organizador o como moderador para la aplicación de las tácticas en el proceso de comunicación como parte primordial del desarrollo humano dentro de Ciudad Peronia y los lugares a los cuales se quiere llegar con el mensaje.

4.6 Construcción del proyecto

Para la construcción del proyecto fue necesario comprender que “en muchas comunidades, los medios efectivos de comunicación no son, a veces, ni la radio, ni la televisión, lo son, los líderes comunitarios: maestros, presidentes de comités, alcaldes auxiliares, sacerdotes, pastores evangélicos, Consejos Comunitarios de Desarrollo (COCODES). Por otro lado, también “existen formas más estructuradas, como los mismos medios de difusión: radio, prensa, cine, internet, televisión, etc.” UNICEF¹³⁵ (2014:40).

De esta manera, se logró analizar que dentro de marco de Ciudad Peronia y lugares aledaños, la comunicación no es un problema ya que, en su mayoría, a pesar de ser las comunidades más pobres de Villa Nueva existen grandes cantidades de insumos tecnológicos como internet, celulares, computadores a los cuales se suman los medios de comunicación masivos tradicionales.

Lo interior hace más fácil la capacidad de ejecución del proyecto, ya que el aprovechamiento de estas plataformas modernas, genera que se vincule la población de menor edad, mientras que la comunicación de boca a boca, por medio de la gente y los medios clásicos de comunicación permiten que las poblaciones con mayor edad puedan sentirse identificadas, dentro de la lógica del pensamiento, y los jóvenes utilizan las redes sociales, pues están a su alcance.

Siguiendo los lineamientos de la comunicación para el desarrollo, el mensaje debe ser capaz de vincularse con todos los sectores para lo cual fue importante separar por grupos generacionales el mismo, con el fin de que llegue al grupo objetivo.

¹³⁵ UNICEF (2014:40) *Comunicación para el desarrollo en seguridad alimentaria y nutricional. Fondo de las Naciones Unidas, Guatemala.*

Los mensajes, estrategias planteadas y proyecto de comunicación para el desarrollo dentro de Ciudad Peronia y lugares circunvecinos, fueron establecidos de la manera siguiente:

4.7 Estrategia de comunicación para el desarrollo: participación de líderes comunitarios y estudiantiles

4.7.1 Líderes comunitarios

Se detectó a los líderes comunitarios para convocarlos a participar en talleres de capacitación que les permita obtener el conocimiento de los especialistas en odontología, para informarse acerca de las enfermedades bucodentales, su curación, y ante todo, de su prevención. Asimismo, se les invitará a formar parte de los agentes multiplicadores del mensaje a la población de Ciudad Peronia y de los ocho polos de desarrollo que integran el municipio de Villa Nueva.

Se organizarán talleres en las fechas siguientes: 12, 19 y 26 de noviembre de 2016, de 9:00 am a 12:00 pm, en el Salón Anexo de la Municipalidad de Villa Nueva. Los líderes comunitarios que serán convocados son:

- Integrantes de los 5 COCODES de segundo nivel (líderes comunitarios) que funcionan en el municipio. Haciendo un total de 60 vecinos.
- Líderes religiosos.
- Representantes de la Escuela de Enfermería de la Municipalidad de Villa Nueva.
- Representantes de la Dirección de Cultura y Deportes de la Municipalidad de Villa Nueva.

- Representantes de la Coordinadora de la Juventud
- Representantes de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva.
- Alcaldes auxiliares.

4.7.2 Capacitación

La capacitación estará dividida en dos fases, así:

- *Taller No. 1:* “Higiene y enfermedades bucodentales: prevención y curación”, impartido por la directora de la clínica, Dra. Stephanie Lambour y médicos colaboradores de la misma, dirigido a líderes comunitarios de los ocho polos de desarrollo que integran el municipio de Villa Nueva.
- *Taller No. 2:* “Estrategias de comunicación para el desarrollo” impartido por “colaboradores” de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, asimismo, serán los responsables de organizar los grupos de facilitadores de los ocho polos de desarrollo que integran el municipio de Villa Nueva, que multiplicarán el mensaje y les entregarán los materiales, insumos y el cronograma de actividades para divulgar el mensaje.

4.7.3 Socialización del mensaje

Para divulgar el mensaje en Ciudad Peronia y los ocho Polos de desarrollo del municipio de Villa Nueva, se planificó integrar ocho grupos de cinco facilitadores.

Para la convocatoria de las personas que recibirán el mensaje, se solicitará el apoyo organizacional del señor director de la Dirección de Desarrollo Comunitario de la Municipalidad de Villa Nueva, la cual tiene contacto permanente con la población villanovana.

En la administración del alcalde Ing. Edwin Felipe Escobar Hill, se dividió a este municipio en ocho Polos de Desarrollo, por lo que, se planificó socializar el mensaje con cada uno de éstos.

Las fechas para realizar la socialización del mensaje en cada uno de los ocho polos de desarrollo serán: 11 y 25 de enero. 1, 15 y 22 de febrero. 1, 8 y 15 de marzo de 2017. Éstas se planificaron realizar en salones municipales, escuelas o salones parroquiales, pero, todo dependerá del lugar que asigne el señor Heber Leal, Director de la Dirección de Desarrollo Comunitario.

Es importante aclarar que las charlas conciencien que el cuidado bucal es una necesidad para obtener un buen desarrollo y nutrición; además, por ser parte de la salud integral.

Se debe dejar claro que los padres, hermanos y adultos en general, deben enseñar a los menores que, por lo menos, tienen que cepillarse los dientes tres veces al día, utilizar hilo dental y si es posible, enjuague bucal dos veces al día, ello con el fin de prevenir enfermedades de riesgo para la salud. Las charlas también se

encaminarán a detectar las consecuencias que tienen el mal cuidado de los dientes como: las caries, gingivitis, piorrea, periodontitis, halitosis, y sangrado de encías, que traen como consecuencia la pérdida de piezas dentales.

Otro mensaje importante, es invitar a las personas a acudir al dentista una vez al año, y si tienen algún padecimiento, asistir inmediatamente al médico, debido a que pueden presentarse tumores encapsulados o cáncer en la faringe, problemas de digestión, problemas cardiacos y otros órganos principales cuya detección temprana permitirá enfrentar un tratamiento con mayores posibilidades de éxito. Asimismo, se les asesorará con opciones más económicas que pueden sustituir la pasta dental o enjuague bucal, pero que también protegen la dentadura.

La asistencia al dentista puede sobrepasar las posibilidades económicas de las personas que habitan algunas áreas marginales de Villa Nueva, por lo que se les informará que existe la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, ubicada en comunidad La Selva de Ciudad Peronia, que atiende indistintamente a un coste de Q10 por consulta, lo cual es un precio accesible para dicha población. Incluso, cuando la Directora y Coordinadora de la clínica detecta que el paciente no tiene posibilidades de cancelar la consulta, se le exonera del pago.

4.7.4 Desarrollo de las charlas de socialización

4.7.4.1 Líderes comunitarios

- Presentar lista de asistencia
- Presentar una encuesta que permitirá establecer el cuidado dental de los asistentes, la cual tendrán únicamente cinco preguntas:

1. ¿Cuántas veces se cepilla los dientes al día?
 2. ¿Cuándo veces al año asiste al dentista?
 3. ¿Tiene caríes o dolor de dientes o muelas en este momento?
 4. ¿Conoce la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”?
 5. ¿Cuánto puede invertir en dinero para la salud dental?
- Leer algunas respuestas, con el fin de introducir el tema.
 - Exponer el mensaje utilizando un rotafolio (ver sección de anexos) , por medio del cual explicarán:
 - a) Importancia de la higiene bucal y dental para la prevención de enfermedades bucodentales.
 - b) Explicar las enfermedades bucales más comunes (pérdida dental, gingivitis, caries, mal aliento).
 - c) Explicar los problemas en salud que pueden generarse de las enfermedades bucales, como son: mala nutrición, infecciones biológicas, facilidad para la recepción y transmisión de virus, contracción de las encías entre otras¹³⁶.
 - d) Técnicas y mecanismos para prever las enfermedades bucales, tales como: cepillado de dientes, uso de hilo dental, enjuague bucal. Explicación sobre como recomiendan los expertos realizar estas técnicas.

¹³⁶ Consecuencias de la mala higiene bucal según la Organización Mundial de la Salud, consultado en la página de internet, <http://www.who.int/es/>. Recuperado: (8/8/16).

- Primariamente a la asesoría, a los asistentes se les pedirá, días antes, que lleven un pedazo de azulejo, un cepillo y una pequeña pasta dental. Harán juntos el ejercicio de limpieza de dientes y practicarán la forma correcta de hacerlo.
- Al finalizar se realizarán preguntas a los asistentes y les entregará una guía dental (ver anexo), para que lo compartan en sus hogares.
- Lo que se pretende es un cambio dentro del pensamiento social y a su vez la reflexión de la importancia en el cepillado y la higiene bucal e informar a los asistentes que existe la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, que brinda la atención de tipo social, accesible a las posibilidades económicas de la población que habitan en círculos de pobreza y extrema pobreza.

4.7.4.2 Líderes estudiantiles

Esta técnica es muy similar a la selección de líderes comunitarios, debido a que se deben seleccionar grupos humanos emprendedores dentro de los colegios y escuelas del área de Ciudad Peronia y Polos de Desarrollo.

Al igual que la fase anterior, con los líderes estudiantiles se necesitan dos etapas de capacitación dentro de las cuales, la primera, está orientada para que los menores de edad reciban un curso de higiene bucal y las técnicas adecuadas para el cuidado de los dientes como base de referencia para realizar las charlas. Así como la entrega del material para impartir el mensaje.

En la segunda etapa, se impartirán clases de oratoria y de manejo de audiencias con el objetivo de hacer las pláticas más dinámicas y que los contenidos sean expresados de forma concreta para que no se pierdan detalles importantes del mensaje dentro del grupo de alumnos que reciben la plática.

Es importante comprender que dentro de los grupos que recibirán esta plática, su mayoría está comprendida entre las edades de 15 a 18 años, ya que, se necesita empezar a generar un cambio directo dentro de la concepción de la salud y una modificación del pensamiento en las estructuras sociales a largo plazo, por lo tanto, es importante atender a esta generación, la cual garantizará un aprendizaje total sobre la higiene y los cuidados dentales, además de inculcarles las visitas al dentista para una revisión.

4.7.5 Tópicos para las charlas

Dentro del marco de las charlas a los “*speakers*” o “portavoces” del proyecto, se les darán ciertos lineamientos sobre los temas que deben de ser tratados con las personas que reciban las charlas, con el objetivo de ser dinámicas y breves. Está previsto que duren media hora como máximo.

La estrategia será adaptada a los estudiantes con un lenguaje adecuado debido a que los facilitadores son los propios jóvenes de los establecimientos educativos públicos y privados. La actividad será coordinada por la Dirección de Educación de la Municipalidad de Villa Nueva.

Serán capacitados 32 líderes estudiantiles, cuatro para convertirse en facilitadores de instituciones educativas en cada polo de desarrollo. El día que recibirán la capacitación por parte de los médicos de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar” y el personal de la Dirección de Comunicación social será el viernes 27 de enero de 2017, en el Salón Anexo a la Municipalidad de Villa Nueva.

Se coordinará con la Dirección de Educación de la Municipalidad de Villa Nueva, los centros educativos donde se llevará la información planteada en la estrategia de comunicación para el desarrollo. Se planificará la primera ronda, que es la propuesta en el presente trabajo de tesis, llegar a un establecimiento por polo de desarrollo, y si los colaboradores municipales lo consideren pertinente podrán realizar otras rondas.

Se solicitará realizar la divulgación del mensaje en gimnasios o patios de recreo del establecimiento, la Municipalidad se compromete a facilitar toldos y sillas a través de la Dirección de Cultura y Deportes, encargada de proporcionar estos enseres. Se plantea trabajar con los tres primeros grados, pues se busca educar para el hoy y el mañana.

Las fechas para impartir las charlas a las ocho escuelas seleccionadas serán los viernes: 10 y 24 de febrero; 10 y 24 de marzo; 28 de abril; 12 y 26 de mayo; y, para finalizar, el 9 de junio, todos en el año 2017.

Cronograma No. 1. Actividades, planificación y ejecución del proyecto comunicacional 2016-2017

Cronograma de actividades planificación y ejecución del proyecto comunicacional																																				
Actividades	jun-16				jul-16				oct-16				nov-16				ene-17				feb-17				mar-17				abr-17				may-17			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planificación de la estrategia Plan de Comunicación para la Socialización de la Clínica Dental “Ana Edith Hernández Escobar”.																																				
Presentación ante las autoridades municipales.																																				
Presentación ante las autoridades Universitarias.																																				
Inicio de la capacitación de los líderes comunitarios que impartirán las charlas.																																				
Inicio de la capacitación de los líderes juveniles o de colegio que impartirán las charlas.																																				
Charlas para miembros mayores de la sociedad COCODES																																				
Charlas en las 8 escuelas y colegios.																																				

4.7.6 Medios de comunicación para socializar el proyecto de comunicación para el desarrollo de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

Para socializar el proyecto de comunicación para el desarrollo de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, se utilizarán medios masivos y medios alternos, así: masivos: prensa, radio y televisión; alternos: televisión por cable, redes sociales, obra de teatro, publicidad exterior, rotafolios, afiches y guía dental (ver anexos).

4.7.6.1 Medios masivos

1. Televisión abierta

Para la ejecución de este proyecto de comunicación para el desarrollo se planificaron los siguientes canales de televisión abierta: Canal 7, con su programa “Nuestro Mundo por la Mañana”; GUADEVISIÓN, con su programa “Viva la Mañana”, que son programas con enfoque social, formato de revista, y segmentos de entrevistas. Por otra parte, porque son dirigidos y producidos por profesionales egresados de las ciencias de la comunicación, que ya confirmaron un espacio en el segmento de entrevistas. Espacios que se aprovecharán para presentar a profesionales fundadores de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”: Dra. Charity Crawford, Directora Ejecutiva de Fundación *Spear Open Wide*, Ing. Edwin Felipe Escobar Gil, Alcalde de Villa Nueva; Licda. Evelyn Paiz, miembro de la Junta de Desarrollo de Proyectos y representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spear Open Wide* Guatemala; y Américacentral, Dra. Stephanie Lambour, Directora y coordinadora de la clínica dental “Dra. Ana Edith Hernández Escobar”.

2. Radio

En la ejecución del proyecto, estratégicamente se planificó en el medio radio a: radio nacional TGW, Radio Universidad, Radio Estrella, y Radio María, ya que, son emisoras que en su programación, predomina el formato de servicio social. Formatos en los cuales se presentarán entrevistas (previa solicitud anticipada) con representantes de la Fundación *Spear Open Wide*, autoridades municipales, profesionales odontólogos de la clínica y líderes comunitarios que motivarán la prevención, el cuidado y el tratamiento

bucodental, y pondrán a la orden los servicios que ofrece la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”. En ese espacio radial, se podrán atender consultas al aire.

Asimismo, se planificaron y ejecutaron cinco spot publicitarios de 15 segundos, que generen conciencia de la importancia de la prevención, el cuidado y el tratamiento bucodental, e informarán los servicios que brinda la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”. Estos spot, de acuerdo a la planificación de medios, serán transmitidos en estas emisoras radiales durante 12 semanas (tres meses), con ocho menciones diarias en forma rotativa.

4.7.6.2 Medios alternos

1. Televisión por cable

La Municipalidad de Villa Nueva cuenta con un medio de comunicación alternativo de televisión por cable que se denomina MVN Tv, para difundir noticias e información institucional y del acontecer diario del municipio. Por ser un medio alternativo, para efectos de este proyecto, se planificaron y realizaron cinco spot de 15 segundos, que contienen una dramatización con musicalización animada y popular, que generen conciencia de la importancia de la prevención, el cuidado y el tratamiento bucodental, e informen los servicios que brinda la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”.

Estos spot, que de acuerdo a la planificación de medios, serán transmitidos en este canal de cable durante 12 semanas (tres meses), con ocho menciones diarias, en forma rotativa, y los responsables de su difusión (pauta), serán el Director (ra) de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva y el Coordinador del canal

MVN Tv., (ver anexo). MVN Tv, por ser un medio de comunicación que pertenece a la Municipalidad de Villa Nueva, no cobrará los costes por el tiempo que se utilice en la presentación de entrevistas y difusión (pauta) de los spot publicitarios.

En su programación de formato social o noticioso se presentarán las entrevistas (previa solicitud anticipada) con representantes de la Fundación *Spear Open Wide*, autoridades municipales, profesionales odontólogos de la clínica, líderes comunitarios y testimonios de historia verídicas de los pacientes que fueron beneficiados con la labor social que realiza la clínica dental, y motivarán a la prevención, el cuidado y el tratamiento bucodental, y pondrán a la orden los servicios que ofrece la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”.

Los mensajes clave son: “**No pierdas tu sonrisa**” y “*Acude a la clínica dental Ana Edith Hernández Escobar*”.

Los spot publicitarios que se transmitirán en el medio radio y televisión por cable, tendrán la misma línea de comunicación, conectores semánticos y lingüísticos: “**No pierdas tu sonrisa**”.

2. Periódico

El “Villanovano” es un medio impreso de comunicación alternativa de la iniciativa privada del municipio de Villa Nueva, su publicación es mensual y gratuita, cuya circulación es de 30 mil ejemplares, alcanzando un promedio de 150 mil lectores mensuales.

Por ser un medio impreso (periódico) que circula mensualmente en el municipio, en la planificación del proyecto de comunicación para el desarrollo de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, se planificó solicitar a la directora de este medio, Licda. Ana De León, la inserción de tres piezas publicitarias (anuncios), cuyo mensaje refuerce lingüística e iconográficamente el mensaje que se transmitirá a través del medio radio y televisión, con el fin de mantener una misma línea de comunicación y conectores semánticos **“No pierdas tu sonrisa”**.

Estos anuncios deben pautarse en contraportada, a página completa, por tres meses. Pauta publicitaria no tendrá ningún coste, por ser un periódico autofinanciable que ofrece mensualmente una página gratuita a la Municipalidad de Villa Nueva.

Asimismo, se le requirió a la Directora de dicho medio que, mensualmente (3 meses) publique tres reportajes acerca de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, en los cuales se narré las historias con los casos más emblemáticos del antes y el después de pacientes que han recuperado su confianza y salud dental, dos de ellos, deben ser historias reales de niños con capacidades especiales que son atendidos en las dos jornadas anuales: “Olimpiadas Especiales” (Véase anexos). Y un reportaje especial con la primera paciente: “*Sindi*”, que recuperó su sonrisa total, en la primera semana de inauguración de la clínica, atendida por profesionales de la odontología estadounidenses.

3. Redes sociales: *Facebook* y *Twitter*

Las redes sociales son comunidades on line de personas con intereses o actividades en común. Conectándose a través de internet generan

contactos afines, tanto para fines sociales como comerciales.¹³⁷ Las redes sociales tiene la capacidad de influir de manera profunda dentro del contexto del pensamiento de los jóvenes villanovanos y de Ciudad Peronia.

La Municipalidad de Villa Nueva tiene su propia página *Web*, así como su sitio de *Facebook* y *Twitter*, donde se pueden transmitir los mensajes. Mientras que la clínica dental, posee su sitio de *Facebook* y su propia cuenta en *Twitter*, redes sociales en las que se pueden apoyar para socializar mensajes e invitaciones sistematizadas promocionando la labor social que realiza la clínica dental, y motivar a la prevención, el cuidado y el tratamiento bucodental, y pondrán a la orden los servicios que ofrece esta clínica.

Además, de ser un servicio gratuito y a cargo de un community manager, el autor del presente trabajo, sugirió en la planificación de medios, que los cinco spot de 15 segundos para televisión se difundan por las redes sociales bajo la responsabilidad de la encargada de redes sociales del Departamento de Comunicación de la Municipalidad, señorita Claudia Guzmán, de esta manera los costes económicos se mantendrán bajos al utilizar las estructuras de comunicación que ya posee la Alcaldía de Villa Nueva.

Los cinco spot en *Facebook* y *Twitter*, deberán ser adaptados a 15 segundos, pues al ingresar a estas redes sociales aparecerán sin necesidad de ser abiertos por medio de una aplicación especial (link). Asimismo, se planificaron y produjeron tres “post” que son anuncios elaborados con imágenes y texto. Post que reforzarán el mensaje que

¹³⁷ <http://escritoriofamilias.educ.ar/datos/redes-sociales.html>. Recuperado 17 de septiembre de 2017

se transmitirá a través del medio periódico, radio, y televisión, con el fin de mantener una línea de comunicación y conectores semánticos: **“No pierdas tu sonrisa”**

Mensajes que fueron adaptados a un público joven, que es el principal usuario de las redes sociales, inculcándoles una cultura de salud bucal, así como los beneficios que se generan al asistir regularmente al dentista. Y, en caso, de tener enfermedades, lo indispensable es la curación. Y, se pretende que este grupo objetivo pulse; me gusta, comente y comparta los mensajes para virilizar los mismos.

Se recomendó la producción de un reportaje de dos minutos para subirlo a la página *Web* y las plataformas de *Facebook* de la Municipalidad y de la clínica dental. Al igual, a sus plataformas de *Twitter* y colocarles un link para subir ese reportaje de dos minutos.

Para flexibilizar la presente estrategia y mantener los costes bajos, como lo demanda la comunicación para el desarrollo; investigaciones previas sobre el inventario de las oficinas de comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva, arrojaron que se tiene el equipo y personal calificado para hacer posible la producción de este proyecto.

4. Publicidad exterior: transporte colectivo

Este medio está considerado como altamente eficaz, productivo y rentable, con el más bajo costo posible por millar, que es la medida que se utiliza en publicidad para medir el rendimiento de la inversión, “es ideal para compañías publicitarias con amplia cobertura o para cubrir mercados segmentados geográficamente, tiene como público

objetivo las personas en movimiento, usualmente en vías de transportación y siempre fuera de casa”¹³⁸ Galindo. (2007).

La publicidad móvil se clasifica dentro de la publicidad exterior, porque es un tipo de publicidad en movimiento y dentro de ella, por sus propias características, podemos ubicar a: autobuses, taxis, vehículos privados y vehículos diseñados para ello.

Para efectos de este proyecto de comunicación para el desarrollo, se recomendó dentro de la publicidad móvil al transporte colectivo que presta sus servicios dentro del municipio de Villa Nueva, para transportar a los usuarios a los diferentes puntos del municipio, los cuales son: bicitaxi y mototaxi (tuctuc), Este tipo de transporte es autorizado y controlado por la Dirección de Servicios Públicos de la Municipalidad.

Para el transporte colectivo de bicitaxi, se sugirió la elaboración de mantas verticales de vinil que serán colocadas en los costados de la estructura metálica que sirve de base para la protección del usuario del sol y del agua, y, en los mototaxi (tuctuc), se recomendó la elaboración de mantas horizontales de vinil que serán colocadas en la parte trasera de éstos. Estas mantas de vinil deben diseñarse siguiendo el formato, la línea de comunicación y conectores semánticos; **“No pierdas tu sonrisa”**, que se pautarán en medios masivos y alternos. Asimismo, se sugirió que esta estrategia de publicidad en el transporte colectivo: mototaxi, se implemente en Ciudad Peronia, ya que es, el área de influencia de esta investigación.

¹³⁸ Galindo (2007)[7]. Galindo, J. Recuperado: <http://www.monografias.com/trabajos62/publicidad-exterior/publicidad-exterior2.shtml#ixzz4NEB8i4WI> . 1 de septiembre de 2016

5. Teatro callejero

Es una expresión cultural que se creó con el fin de acercar las expresiones teatrales al pueblo. El teatro callejero puede ser utilizado para llevar mensajes simples. De esta manera, la exposición del mensaje se multiplica más allá de la audiencia disponible en un tiempo y lugar determinado. Así, se va dejando un pequeño cuadro de educadores capaces de hablar con sus propias organizaciones y contactos individuales.

Es por ello, que en la estrategia de comunicación para el desarrollo, se planificó y elaboró un libreto o guion teatral para ser escenificado en el parque central de Villa Nueva, Ciudad Peronia, y los municipios colindantes.

Esta táctica de la estrategia de comunicación para el desarrollo se realizará bajo la responsabilidad de la Coordinadora de la Juventud y dirigida por Carlos Rodríguez Franco, Coordinador del Canal Municipal y del área de teatro de la Municipalidad.

Para realizar esta estrategia del proyecto el ponente escribió un libreto para teatro (ver anexo), el cual se titula: “**No pierdas tu sonrisa**”, concepto creativo que se utiliza como línea de comunicación estratégica en todo el proyecto de comunicación para el desarrollo. Dicho nombre surgió de dos variables. La primera, producto de una encuesta que se realizó a 50 villanovanos en el parque central de Villa Nueva, el lunes 1 de agosto; y a 50 pacientes de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, en Ciudad Peronia, el 3 de agosto de 2016, con el objetivo de que eligieran el nombre que más les gustaría para informarles cómo cuidar su salud bucodental. Las opciones fueron: “**No pierdas tu**

sonrisa” o “Sonríe por siempre”. La tabulación arrojó que el 89% de habitante del municipio y pacientes de la clínica eligió la primera opción, es decir: **“No pierdas tú sonrisa”.**

La segunda variable que se tomó en cuenta para la selección del nombre, va de la mano con el mensaje que se dará a la población y el cual tiene dos vías. La primera, orientada a la salud preventiva de los dientes y va dirigida a niños y jóvenes, principalmente, quienes al atender la higiene dental, disminuyen la posibilidad de evitar caríes, gingivitis o sangrado de encías, lo que se traduce en evitar la pérdida de piezas dentales.

La segunda, dirigida a los adultos porque cuando han perdido dientes o muelas o están en mal estado, atraviesan etapas de depresión, inseguridad, baja autoestima y hasta se esconden o tapan la boca. Sin embargo, tienen la oportunidad de reconstruir o implantar sus piezas dentales, mediante tratamientos avanzados que se brindan en la clínica en mención. Por lo tanto, se les invita a *no perder su sonrisa*, a través del cuidado continuo y supervisado por un profesional.

La obra de teatro cuenta con cuatro personajes y un presentador; que serán dirigidos por Carlos Rodríguez Franco, Coordinador del Canal Municipal y del área de teatro de la Municipalidad.

Se elegirán ocho actores y dos presentadores de la Coordinadora de la Juventud de la Municipalidad de Villa Nueva, con el fin de tener dos grupos para que se alternen en los días de actividades.

Las fechas de montaje y presentaciones de la obra teatral serán los días sábados y domingos, así:

Día	Febrero	Marzo	Abril	Año
Sábado	4, 11, 18 y 25	4, 11, 18 y 25	1, 8, 15, 22 y 29	2017
Domingo	5, 12, 19 y 26	5, 12, 19 y 26	2, 9, 16, 23 y 30	2017

Obra de teatro que será dirigida por Carlos Rodríguez Franco, Coordinador del Canal Municipal y del área de teatro de la Municipalidad. A quien se le hizo entrega del guión teatral: “**No pierdas tu sonrisa**”.

6. Rotafolios

Un rotafolios consiste en un objeto semejante a un cuaderno, pero mucho más grande. Contiene una secuencia de láminas o folios unidos entre sí por una argolla, gancho o soporte. Es de gran ayuda didáctica, podemos utilizarlo como apoyo visual para desarrollar charlas con personas adultas, para planificar con los niños el desarrollo de un taller, etc.¹³⁹.

Es por ello, que en la estrategia de comunicación para el desarrollo, se planificó y elaboró una historieta de cuatro láminas (ver anexo) para ser utilizadas en los talleres de capacitación a líderes comunitarios y líderes estudiantiles, con ellas se busca apoyar la exposición de un contenido con dibujos, frases, láminas o textos ilustrativos que sintetizan las ideas, y ser apoyo didáctico para los ocho grupos de cinco facilitadores cada uno, cuya misión es divulgar el mensaje en Ciudad Peronia y en los ocho Polos de Desarrollo del municipio de Villa Nueva.

¹³⁹ <http://www.monografias.com/trabajos82/rotafolios-como-recurso-didactico/rotafolios-como-recurso-didactico.shtml#ixzz4NFFNCR2O>. Recuperado, 1 de septiembre de 2016

Para desarrollar esta táctica de la estrategia de comunicación para el desarrollo se solicitará el apoyo organizacional del señor Heber Leal, Director de la Dirección de Desarrollo Comunitario de la Municipalidad de Villa Nueva, la cual tiene contacto permanente con la población villanovana.

Para realizar esta estrategia del proyecto, el ponente planificó y dirigió la producción de esta historieta (ver anexo), la cual se titula: “**No pierdas tu sonrisa**”, concepto creativo que se utiliza como línea de comunicación estratégica en todo el proyecto de comunicación para el desarrollo.

4.7.7 Destinatarios

Dentro de los destinatarios que serían beneficiados dentro del proyecto tenemos que es la sociedad civil como un actor directo, entre otros. Este grupo resalta como el más importante, ya que, finalmente es a este grupo al que está dirigido el proyecto.

Destinatarios	
Sociedad civil	Directo
Fundación Open Wide	Directo
Alcaldía de Villa nueva	Directo
Líderes comunitarios	Directo
Líderes estudiantiles	Directo
Equipos de salud	Indirecto
Equipos de trabajo	Indirecto

También se observó que no existe un sesgo dentro de la importancia de la edad, ya que el derecho al acceso público para este servicio no tiene distinción de sexo, etnia, edad o clase social, asegurando ser un punto de desarrollo social.

En su mayoría la clase social a la que está dirigida es joven, ya que es más de la media que habita dentro de la zona de Ciudad Peronia y comunidades alrededor. Se observa una ventaja estratégica dentro de este proceso y es que pese a que, es considerada una zona de alto riesgo por la influencia de las pandillas y pobreza, se tiene acceso a medios de comunicación básica como; radio, televisión y prensa escrita.

A la cual se suma una gran cantidad de medios de comunicación modernos y alternos como lo son la Internet, el uso de computadores y celulares inteligentes. Aunado a esto se tiene la comunicación social, ya que los líderes comunitarios tienen alta injerencia en las decisiones que se toman a nivel social y cuentan con apoyo directo de funcionarios políticos de la Municipalidad de Villa Nueva.

De esta manera dentro de la evaluación de los destinatarios se observaron estas variables estratégicas para la utilización y generar una mayor influencia dentro del objetivo comunicacional que se tiene previsto.

4.7.8 Actividades programadas y presentación del proyecto a las autoridades para evaluación de los aspectos explicativos y construcción del proyecto y su aplicación

Este apartado dentro del diseño del proyecto es el más importante debido a que es justamente aquí, en donde se detallan los procesos seleccionados por los actores directos previo a la asesoría brindada para la creación de un “*plan comunicativo*” que represente las necesidades y objetivos que se quieren lograr, no solo como parte del trabajo de campo sino que también se beneficie la sociedad por medio del mensaje que se plantea brindar.

Para el efecto, se programaron una serie de reuniones, en dos meses, con el objetivo de fomentar conciencia del grupo objetivo y el intercambio de ideas necesarias para la construcción de espacios que sean percibidos como puentes que se interconecten con soluciones puntuales.

Para la implementación del proyecto y la unificación de ideas se concertó una serie de reuniones con duración de un mes, en el cual el equipo técnico (que cuenta con equipos de líderes comunitarios), y con apoyo de la Fundación *Spear Open Wide* y la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva y Directora de la clínica dental, fueron los más interesados en la aplicación y sostenibilidad del tema.

Por la importancia estratégica que se genera junto con la reducción de costos dentro de los rubros de salud y la de mejorar la calidad de vida, motivar a la prevención, es el mensaje más importante para la mejora y el mantenimiento de la salud bucodental

De esta manera se estableció como penúltimo paso, la presentación a las autoridades ya que es el proceso en el cual se pulen ideas y se observa la viabilidad de ciertas ideas que puedan acercarse a las metas y resultados deseados dentro del proyecto.

4.7.9 Aspectos explicativos del proyecto realizado

El plan está dividido en dos rubros, los cuales se diferencian en que el primero, es la explotación de las estructuras institucionales las cuales son COCODES y líderes comunitarios con alta influencia; además de hacer una búsqueda de grupos estudiantiles que se encarguen de la propagación de las ideas de salud y prevención apropiativa, por medio de talleres y dinámicas de grupos, las cuales se detallarán adelante.

En segundo rubro, se planifica la utilización de los medios de comunicación de la Municipalidad y medio amigos que se identifican con la labor social, que son aptos para desarrollar la presente estrategia de comunicación para el desarrollo; asimismo, la utilización de las plataformas electrónicas de la Municipalidad de Villa Nueva y clínica dental.

Los medios amigos, es decir, los que apoyan el proyecto se mencionaron anteriormente, el Canal de cable de la Municipalidad, llamado MVN Tv; y programas de enfoque social como Nuestro Mundo por la Mañana en canal 7 y Viva la Mañana de GULATEVISIÓN, con enfoque de revista y con el tratamiento de temas sociales. Asimismo, se planificó el periódico Villanovano.

En cuanto a radios, se solicitó el apoyo de TGW, radio Universidad, radio Estrella y radio María. Todos los medios citados representan una puerta para extender la comunicación al municipio y a otras áreas, además, esta comunicación permite tener una reducción en los gastos, porque no se debe comprar espacios publicitarios o realizar pautas dentro de los medios de comunicación masivos nacionales. Además, los mensajes serán compartidos en las entrevistas, por los mismos pobladores.

Como quedó expuesto el interés de la acción está enfocado en los beneficios de la salud y la higiene bucal más que en las enfermedades generadas por este padecimiento. Punto de partida para crear las primeras ideas para el diseño de este proyecto de comunicación para el desarrollo, planificado estratégicamente.

En el proyecto se discutieron los pasos a seguir, en el cual existe una extensa participación de personas de la comunidad interesadas en el mensaje y en la adquisición de conocimientos aplicables a diversas

realidades a las cuales se ven enfrentadas. La comunicación para el desarrollo siendo una propuesta crítica puede brindar las herramientas para un cambio sistemático del pensamiento en cuestiones de salud, educación y seguridad bucodental.

Los dos rubros programados tendrán una temporalidad de tres meses exactos, en los cuales se plantea lanzar estrategias paralelas con el objetivo de que obtengan un mayor impacto en la percepción social y la opinión pública.

- Primer rubro; la socialización de comunicación para el desarrollo

Como se detalla a continuación, el primer rubro del plan de comunicación para el desarrollo son los talleres informativos, impartidos por las personas de la población que deben ser previamente capacitadas para tal fin de transmitir el mensaje de prevención y curación de la salud bucodental. Así como de la existencia de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”.

La duración es de tres meses, ya que se planea cubrir gran parte de colonias, colegios y escuelas con una charla interactiva y dinámica. El mismo tiempo durará la campaña en medios de comunicación.

Se tienen planificados seis seminarios, dos por mes que dure la socialización. Posteriormente, los líderes comunitarios serán invitados a continuar con el proyecto.

Segundo rubro; la campaña medios de comunicación

Se proponen mayores actividades dentro del rubro de la socialización del mensaje en los medios de comunicación, con el apoyo visual, auditivo y perceptivo de la obra que realizan los colaboradores dentro de las escuelas, que sirvan como un refuerzo, que por medio de los mensajes clave llama a la reflexión y al pensamiento estratégico de la importancia de cuidar la salud.



Capítulo V
Presentación y análisis de
resultados

Capítulo V

Presentación y análisis de resultados

5.1 Resultado del proyecto

La investigación, documentación, organización, planificación y ejecución de un proyecto de comunicación para el desarrollo requiere de gran coordinación con las instituciones beneficiadas, los actores participantes en el proceso de diseño, los ejecutores encargados de llevar el mensaje y por último el acompañamiento que se da luego de haber lanzado la campaña, para evaluar y medir si ésta tiene el apoyo social esperado.

La medición de resultados dentro del proyecto se analiza por medio de la consecución de los objetivos, lo que permitirá observar si se logró alcanzar por medio de las estrategias y logísticas aplicadas dentro del proyecto, fueron efectivas, logrando vincularse con la sociedad por medio de la sensibilización del mensaje generando aristas que puedan ser los cimientos para una mejora social de la importancia de la prevención de la salud bucal.

Se puede mencionar que, dentro del proceso total del proyecto se tuvo la ayuda de la Alcaldía de Villa Nueva, Fundación *Spear Open Wide* y colaboradores de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, como principales contactos para entender de una forma más profunda el tema y la posible incidencia que el plan presentado y desarrollado pudiese tener dentro de las comunidades.

Dentro de estas reuniones con los diversos actores se pudo constatar que, pese a la buena labor que ejecuta la oficina de Comunicación Social de la Alcaldía de Villa Nueva, en motivar a los vecinos de la comunidad. Era necesario un plan comunicacional enfocado estrictamente en la salud de

las comunidades, en este caso específico lo que concierne al cuidado bucal.

Además, uno de los principales logros es brindar salud como un foco de desarrollo para las comunidades, lo cual, ayuda tanto al Gobierno Central como el Gobierno Municipal, por esta razón se contó con el apoyo del Alcalde Ing. Edwin Felipe Escobar Hill, como uno de los principales interesados en que el plan de comunicación para el desarrollo enfocado en la clínica se pusiese en marcha y pudiese ser replicado en otras áreas de su gestión.

El plan que está dividido en dos líneas de acciones, dentro de los cuales se debe tener en claro para la evaluación de resultados, los logros alcanzados dentro del primer rubro, que buscará la explotación de las estructuras institucionales las cuales son COCODES y líderes comunitarios con alta influencia; además de hacer la vinculación de grupos estudiantiles que se encarguen de la propagación de las ideas de salud y prevención aproximativa, por medio de talleres y dinámicas de grupos, las cuales se detallaron con anterioridad.

Como segundo rubro, para la evaluación de los resultados es observar la actividad y utilización de los medios de comunicación de la Municipalidad y medios amigos que se identifican con la labor social, que son aptos para desarrollar la presente estrategia de comunicación para el desarrollo; asimismo, la utilización de las plataformas electrónicas contenidas en Facebook y Twitter las cuales no cuentan con el suficiente movimiento y uso. Se sigue la creación de videos testimoniales que pretenden ser un link con la sociedad, mostrando los pacientes que ya han sido tratados y poseen dentaduras sanas.

Dentro de los medios de comunicación mencionados con anterioridad, se buscará el apoyo de medios de difusión masiva como canal 7, con su programa Nuestro Mundo por la Mañana y GUATEVISIÓN con el programa Viva la Mañana, que son programas con enfoque de revista y con el tratamiento de temas sociales.

En el canal por cable MVN Tv de la Municipalidad de Villa Nueva, se transmitirán, por tres meses (12 semanas), 5 spot (en forma rotativa) y en cada uno de ellos se cuenta una historia diferente con mensajes de prevención y curación bucodental; así como motivar la visita a la clínica.

Asimismo, se presentarán las entrevistas (previa solicitud anticipada) con representantes de la Fundación *Spear Open Wide*, autoridades municipales, profesionales odontólogos de la clínica, líderes comunitarios y testimonios de historia verídicas de los pacientes que fueron beneficiados con la labor social que se realiza en la clínica dental.

Se planificó solicitar a la directora del periódico Villanovano, Licda. Ana De León, la inserción de tres piezas publicitarias (anuncios), y la publicación de tres reportajes acerca de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, en los cuales se narren dos historias emblemáticas del antes y el después de pacientes que han recuperado su confianza y salud dental; dos de ellos, con niño con capacidades especiales y otro que cuente la historia de “*Sindi*”, la primera paciente que recuperó su sonrisa en dicha clínica.

En cuanto al medio radio, se solicitará el apoyo de: TGW, Universidad, Estrella y María. Todos los medios citados representan una puerta para extender la comunicación a Ciudad Peronia, el municipio villanovano y a todos aquellos que estén en la línea de la pobreza y que tenga piezas dentales en riesgo y deban de ser tratadas con urgencia, siendo las radios

tanto comunitarias como comerciales medios de divulgación noticioso para el esparcimiento del mensaje por masa, lo que podría generar un **“boca en boca”** de los interesados que escuchen el mensaje y estén familiarizados con el proyecto. Siendo un punto clave en donde se podrían ver grandes resultados en la motivación de vecinos a realizarse un chequeo sobre la salud bucal.

Como quedó expuesto, el proyecto está enfocado en los beneficios de la salud y la higiene bucal, ya que según lo expuesto, es una de las afecciones más comunes pero menos tratadas a nivel mundial, lo que se incrementa en las comunidades de escasos recursos.

Estas variables fueron clave para el diseño de este proyecto de comunicación para el desarrollo, debido a que, se debía de motivar por los ejes comunicativos necesarios para que luego de una planificación estratégica el resultado alcanzado fuese óptimo.

Estos ejes dentro del proyecto fueron plasmados dentro del diseño, lo cual denotó, dentro de las acciones previas a la ejecución de la campaña, el interés y motivación que existe dentro de las comunidades para incentivar la participación de personas y líderes comunitarios para que el resultado final del proyecto que gira en torno a crear mecanismos sustentables de salud bucal, permita plasmarse dentro de la comunidad de Ciudad Peronia y Villa Nueva. El fin es implementar una cultura que sea capaz de brindar, mejorar y crear las herramientas necesarias para un cambio sistemático y sostenido del pensamiento en cuestiones de salud, y educación en el tema bucodental.

El resultado más valioso para la comunicación para el desarrollo es mejorar las relaciones interpersonales por medio de una metodología sistemáticamente establecida, que se da a través del entendimiento y necesidades básicas del entorno al cual se desea llegar.

5.2 Análisis de resultados

El análisis de los resultados obtenidos, debe de ser realizado al medir la efectividad alcanzada del proyecto comunicacional frente a la modificación del imaginario social de la comunidad, es decir la capacidad que tuvo el mensaje de penetrar por medio de los distintas técnicas en la estrategia del proyecto. Siete ejes contenidos en dos rubros que puedan ser vinculados con la salud bucal y su importancia.

La importancia del primer rubro, es clave en el análisis de los resultados y la capacidad de influir de manera directa dentro de las comunidades sin límite de tiempo ni intermediarios. Este apartado está formado por miembros de la comunidad, como lo mencionaba la directora de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”. Dra. Stephanie Lambour, *“La comunicación de cara a cara ha sido clave debido a que los pacientes son los que se encargan de distribuir la información”*¹⁴⁰, siendo clave para que los resultados puedan ser efectivos.

Primer rubro

- Líderes comunitarios
- Líderes estudiantiles.
- Teatro callejero
- Publicidad exterior: transporte colectivo

¹⁴⁰ Citado en anexos.

De esta manera, vemos que los líderes comunitarios y estudiantiles pueden apoyar en estas acciones de comunicación de cara a cara, que ya se da dentro de las comunidades y pueda ser mejorado para ser comunicacionalmente útil para el proyecto y esté lleno de conocimiento que pueda ser utilizado por los vecinos en lo referente a la salud bucal.

Es por esto, que el análisis de los resultados del primer rubro, debe de ser analizados de manera estricta, debido a que, mejorar la comunicación de boca en boca y lograr colocar en el imaginario social, la frase central del proyecto “**No pierdas tu sonrisa**”, para que sea reproducida convirtiéndose en el motor del cambio social.

Segundo rubro

- Proyecto para la prevención y curación bucodental por medio del canal por cable Municipal de Villa Nueva –MVN Tv-
- Socialización del mensaje por medio de historietas y entrevistas en: radio TGW, Universidad, Estrella y María.
- Socialización del proyecto en el periódico Villanovano.
- Socialización del mensaje en redes sociales Facebook y Twitter.

Los resultados de los proyectos comunicativos del segundo rubro están basados en dar resultados por medio de la socialización del mensaje, por medio de diversas actividades que serán transmitidas en la televisión, radio, prensa y por la historieta cómica que son el soporte de los líderes, que tienen como objetivo fortalecer el boca a boca.

Los resultados de ambos rubros, pueden ser analizados dentro del contexto de la realidad social a la cual se intenta influir, debido a que la comunicación oral en conjunto con el proyecto mediático, busca medir socialmente y ser capaz de presentar cambios dentro del imaginario social.

5.3 La importancia del tema en las ciencias de la comunicación

Las ciencias de la comunicación en la actualidad son uno de los bastiones y puntos clave para el proceso de la democratización, reflexión, cuestionamiento y más importante aún, sirve para implementar dentro de la sociedad la capacidad de generar interrogantes reales sobre los temas a los cuales los medios de comunicación sujetan a su audiencia.

Es un punto clave para la modificación de conductas que muchas veces suelen ser homogeneizadoras y reproductivas de un mensaje que no tiene vínculos con la realidad o sirve con una función trascendental; controlar el pensamiento y manejar la opinión pública dirigida por una serie de mecanismos los cuales a su vez, condicionan al accionar de los receptores.

Se puede ver entonces que la comunicación social, tiene como principal objetivo romper esta continuidad del pensamiento, ya que resulta lineal y en varios casos se ve la repetición del pensamiento condicionado dentro de comunidades para acercarlas a un falso desarrollo, lo cual es clave entender para su posterior estudio, aplicación y ejecución dentro de un contexto político guatemalteco.

La ruptura del pensamiento lineal comunicativo nace de cuestionar el “stablishment” de la lógica comunicacional, y presenta modelos que son más directos con el interés de los grupos sociales, que en varios casos no pueden ser tomados en cuenta dentro del desarrollo debido a que las comunidades o sectores donde viven son propensos a la violencia, pobreza, desnutrición y falta de recursos que corrijan las grandes brechas dentro de la educación y salud.

Es por esta razón, que la temática de implementar pequeños proyectos de comunicación para el desarrollo que se concentran en la sociedad real a la cual están sujetos, permite que se expanda una serie de experiencias dentro de un país necesitado de modelos que propongan realidades distintas a un desarrollo impuesto.

En síntesis, la importancia que ha tenido en las últimas décadas la comunicación para el desarrollo en distintas partes del mundo, en especial los países de África y las regiones más pobres de Asia y Latino América, ha sentado las bases de la efectividad que se tiene al ligar a comunidades abandonadas a un proceso comunicativo. El hecho asegura que las generaciones venideras puedan y sean capaces de comprender el mensaje establecido que sugiere un amplio cambio social dentro de la realidad nacional; pero asimismo, ser un punto de inflexión que, como comunicadores deberíamos de estudiar, investigar y expandir ideas innovadoras que fortalecerán la comunicación dentro de la realidad nacional.

CONCLUSIÓN

1. A través de este estudio se pudo constatar la importancia que existe dentro de la lógica social comunitaria, la creación de materiales que sean capaces de servir como plataforma y que permitan reconocer las debilidades que se tiene, como pueblo, frente a un desarrollo “político, económico y social”.
2. Se observó que la estrategia para palear esos vicios por medio de proyectos ajenos al Gobierno Central y a la Administración Municipal, siempre son opciones viables, que a su vez sirven de bastiones para iniciar procesos más extensos de cuestionamiento y reflexión acerca de las actividades llevadas y generadas en pro de la ciudadanía.
3. El desarrollo y la comunicación parecen variables alejadas dentro de un campo político disperso y socialmente antagónico de las realidades, a las cuales como población estamos obligados a vivir aun estando dentro de la misma área o región.
4. Se pudo establecer que las sociedades más vulnerables están exentas de esta comunicación y son obligadas a caer en un juego estructurado, que no permite flexibilidad para las ideas o necesidades que no sean de la mayoría. Es el caso de Ciudad Peronia, uno de los asentamientos más grandes de Centro América, con problemas de la calidad de salud. De esta manera y con gestiones público-privadas aparecen Fundaciones como *Open Wide* y el alcalde de Villa Nueva Ing. Edwin Felipe Escobar Hill, que interesados en el mejoramiento de la calidad de vida de poblaciones de escasos recursos implementaron una estrategia de contención conocida como la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, que busca palear una situación olvidada por los gobiernos y deja a la ligera, por lado, a la población guatemalteca como es el cuidado bucodental.

5. Esta clínica, desde su inicio, ha mostrado avances para el mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes de Ciudad Peronia, y demás sectores habitacionales de Villa Nueva, ahí nace el interés de elaborar un plan de comunicación para el desarrollo, que sea una vitrina, no solo para dar a conocer las acciones de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, sino para que pueda ser un punto motivacional que sienta paradigmas de cambio sobre la importancia de prevenir y curar los dientes. El 90% de la población mundial tiene padecimientos en la dentadura y se hace más difícil de palear cuando se trata de sociedades bajo la línea de pobreza, debido a que los fondos económicos familiares están destinados para gastos que tienen mayor urgencia que la salud, y más que la salud bucodental.
6. Es común que personas pierdan piezas dentales o padezcan de enfermedades bucales importantes, con el objetivo de prevenir esta situación en Ciudad Peronia y en el municipio de Villa nueva, nació el proyecto de comunicación para el desarrollo, **No pierdas tu sonrisa**: clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, ubicada en comunidad La Selva , Ciudad Peronia, Villa Nueva.
7. Se utilizaron técnicas de comunicación para el desarrollo, se realizó una estrategia que aporta un plan sistemático que informe, vincule, pero ante todo, lleve a que la sociedad encuentre una realidad diferente apropiándose de la realidad dentro de la cual viven, lo que empieza con pequeños mensajes de cómo mejorar el cuidado y la higiene bucal de toda una población, en el presente caso, de Ciudad Peronia y demás sectores habitacionales del Municipio de Villa Nueva.

8. Que se conciencie a la población que se debe de prevenir las enfermedades bucodentales, como las caries y el sangrado de encías; o bien, curar o reponer la dentadura cuando por descuido se perdió; pero, que la población conozca que existen métodos para no perder la sonrisa, debido a que, ello conlleva a una baja autoestima y dificultad para comunicarse, sin contar los problemas de salud que involucra el carecer de dientes que repercuten en diversas enfermedades.

9. En el área en mención, no hay excusa para no acudir a una clínica dental, debido a que existe la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”, que es atendida por profesionales guatemaltecos y estadounidenses a un costo accesible de Q10.0 la consulta, y en algunos casos las personas pueden ser exoneradas.. Así que con prevención, o con reposición de piezas dentales: **‘No pierdas tu sonrisa’**.

RECOMENDACIONES

De las conclusiones se desprenden las siguientes recomendaciones:

- Dentro del afán de crear sociedades más democráticas, la comunicación para el desarrollo se observa como un canal viable, de bajo costo y socialmente inclusivo para que las comunidades con mayores necesidades sociales, económicas y políticas sean capaces de comprender su coyuntura y situación dentro de la sociedad. Se recomienda a las autoridades de la Municipalidad de Villa Nueva, persuadir a los villanovanos a empoderarse de la cultura de la higiene bucal
- El apoyo para proyectos como *Open Wide Foundation* no solo representan un foco de mejoras en la calidad de vida de los guatemaltecos mejorando la salud bucal. Sino que representa una valiosa ayuda en materia de la enseñanza de la prevención social para un futuro mejor de las comunidades que no poseen los recursos para los tratamientos dentales.
- El Estado debe de ser el principal proveedor de salud para la sociedad civil, la corrupción y la insolvencia de mantener un Ministerio de Salud Pública disfuncional, condiciona a que la salud en general sea de carácter reactivo, lo cual representa un desgaste económico para el Estado y un costo a nivel social para la población la cual es la principal afectada por la ineficiencia de los Gobiernos.
- Este tipo de proyectos por medio de fundaciones, genera y fortalece las políticas públicas, los aspectos democráticos al tratar los problemas directamente dentro del foco del inconveniente suscitado como son los problemas bucales en uno de los asentamientos más pobres de Guatemala y más grandes de Centro América.



Referencias

Referencias

Agencia Suiza para el Desarrollo COSUDE. (2014). Comunicación para el desarrollo Una guía práctica (2014:17).

Agencia Suiza para el Desarrollo COSUDE. (2014). Comunicación para el desarrollo Una guía práctica.

Agencia suiza para el Desarrollo y la Cooperación (2014). Comunicación para el desarrollo Una guía práctica. Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE.

Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE.(2014). Comunicación para el desarrollo una guía práctica.

Aguado, J (2014). Introducción a las Teorías de la Comunicación y la información. España. Universidad de Murcia: España.

Aguado, J (2014). Introducción a las Teorías de la Comunicación y la información". España. Universidad de Murcia

Aguado, J. (2004). Introducción a las Teorías de la Comunicación y la información. España. Universidad de Murcia España

Aguado, J. (2004). Introducción a las Teorías de la Comunicación y la información. Universidad de Murcia: Murcia, España.

América Latina. Un análisis sectorial, San Juan. Puerto Rico. Universidad de Puerto Rico.

Ankerman, John M, Sandoval B., Irma E. (2006), Global Explosion Of Freedom of Information Laws. 58 Administrative Law Review 85, cita a Mark Bovens, Information Rights: citizenship in the.

Beltrán, L. (Julio, 2005). La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo". Simposio llevado a cabo en el III Congreso Panamericano de la Comunicación. Argentina, Buenos Aires.

Berlo, David K. (1969). El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Argentina. El Ateneo.

Berlo, David K. (1969:34). El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Argentina. El Ateneo.

Borden, G. y Stone, J. (1982) La comunicación humana. El Ateneo, Buenos Aires.

Cadavid, Amparo (2006). La comunicación para el desarrollo. ¿Qué comunicación para cual desarrollo? Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net. Colombia.

Capriotti, Peri. (2009). Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Colección de libros de la empresa, Santiago, Chile.

Cerqueira, M.T. y H. A., editores (1997). La promoción de la salud y la educación para la salud en América Latina. Un análisis sectorial, San Juan. Puerto Rico. Universidad de Puerto Rico.

Cerqueira, M.T. y H. A., Editores (1997). La promoción de la salud y la educación para la salud en

Colin Fraser y Sonia Restrepo-Estrada (1988) Communicating for Development: Human Change for Survival. México.

Comunicación para el desarrollo: poniendo las bases. (2014). Berna. División América Latina y el Caribe Cooperación Suiza (COSUDE)

Comunicación para el desarrollo: una guía práctica (2014). Cooperación Suiza. División América Latina.

Constitución Política de la República de Guatemala y sus reformas (1993). Tipografía Nacional. Guatemala.

Costa, Joan. (1992). Identidad corporativa y estrategia de empresa. Barcelona: Ediciones CEAC.

David K. Berlo. (1969:34). El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Argentina. El Ateneo.

Decreto No.11-2002 (12/3/2000), del Congreso de la República de Guatemala, se puede obtener más información respecto a los COCODEDES.

Definición de Comunicación para el cambio social de la agencia ONUSIDA aparecida en el Informe de la consulta técnica de ONUSIDA sobre comunicación para el cambio social.

Agencia Suiza (2014 Comunicación para el desarrollo Una guía práctica. Agencia Suiza para el Desarrollo COSUDE.

Díaz, L, (2012). Teorías de la comunicación. Ediciones Red Tercer Milenio, México D.F, México.

Diccionario de la Real Academia (1988). España.

Diccionario Municipal, s.f.

Douvignaud, Jean (2000) Guía Alfabética. México. Ed. Anagrama.

El Centro de Comunicación para Programas de la Universidad Johns Hopkins, como figura en el Informe de la Mesa redonda sobre Comunicación para el desarrollo, (2001: 37-44).

Fraser, C. , S. Restrepo-Estrada (1988). Communicating for Development: Human Change for Survival. I.B. Taurus Publishers, Londres y Nueva York,

Fraser, C. , S. Restrepo-Estrada (1988). Communicating for Development: Human Change for Survival. I.B. Taurus Publishers, Londres y Nueva York,

Gall, F. (1976:52). Diccionario Geográfico de Guatemala. Guatemala. Tipografía Nacional.

Garrido, F. (2004). Comunicación estratégica. España. Gestión 2000.com.

Gumucio- Dagron (2007). Historias de comunicación participativa para el cambio Social.

Gumucio-Dagron (2010) Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social. The Rockefeller Foundation, Estados Unidos.

Gumucio-Dagron (2010). Cuando el doctor no sabe: Comentarios críticos sobre promoción de salud, comunicación y participación. Colima México.

Habermas, Jürgen (1987) Teoría de la acción comunicativa. Taurus. Buenos Aires.

Igartua, J.J. (2006) El método científico aplicado a la investigación en comunicación social conceptos amplios sobre la metodología y las ciencias de la comunicación en la modernidad. Aula Abierta. Lecciones Básicas Portal de Comunicación. Barcelona, España.

Iniciativa de la comunicación alimentación y agricultura de las organizaciones de las Naciones Unidas y el Banco Mundial (2007). FAO- & The World Bank.

Instituto Nacional de Estadística (2002). Censo de población y Habitación. Guatemala.

Instituto Nacional de Estadística (2003). Censo de población. Guatemala.

Integrating Communication for Development into the Common Country Assessment (CCA) and the United Nations Development assistance Framework (UNDAF) (2008). Documento de trabajo (2008). PNUD, Centro de gobernabilidad de Oslo.

Interiano H. Carlos. (1997). Introducción a la Semiología. Guatemala.

Libaert, T. (2008). El plan de comunicación organizacional. México: Limusa

Mac Bride, S. (1980). Comunicación e información en nuestro tiempo. Un solo mundo. Voces múltiples. México. Fondo de cultura económica.

Massoni I, Sandra: (2004) Estrategias como mapas para navegar en un mundo fluido. Brasil

McCall, E. (2011). Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Estados Unidos.

Melkote, S. (2001) Communication for development in the Third World: Theory and practice. En Singhal, A. & Rogers, E. India's communication revolution. London, UK: sage publications.

Melkote, S., H.L. Steeves (2001). Comunicación para el desarrollo en el Tercer Mundo: teoría y práctica para el empoderamiento. Nueva Delhi, Sage Publications.

Mintzberg, H., J. B 1997. El proceso estratégico, conceptos, contextos y casos. México. Prentice Hall Hispanoamericano, S.A.

Morín Edgar. (2007). Introducción al pensamiento complejo. Barcelona, Gedisa.

Múnera U, Pablo Antonio y Sánchez Z., Uriel H. (2003). Comunicación empresarial. Una mirada corporativa. Medellín, Colombia: Colección Hermes 5. Asociación Iberoamericana de Comunicación Estratégica. AICE.

Municipalidad de Villa Nueva. Documento sin fecha. Consultado 3/6/16.

Municipalidad de Villa Nueva. Documento. Sin fecha.

Municipio de Villa Nueva. Documento s/f.

Nieves Cruz, F. (2006). Comunicación estratégica. México.

ONU (2011: p-V). Prólogo, en el texto: Comunicación para el Desarrollo Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas.

Papalini, V. A. (2002). La comunicación: espacio teórico para la ideología contemporánea y su crítica".

Pereira, José Miguel; Cardozo, Martha.(2004). Comunicación, desarrollo y promoción de la salud. Enfoques, balances y desafíos. VIII Congreso Iberoamericano de la comunicación; Universidad Nacional de la Plata, Argentina.

Pérez 2008 Pérez, R. (2005). Estrategias de comunicación. Ariel. Barcelona. Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Santa Cruz de la Sierra (Bolivia), junio de 2002. Documento mimeografiado.

Ministerio de Salud Pública. (2016). Proceso para la Reforma de la Salud en Guatemala, Saliendo de la crisis y construyendo el futuro. 2016. Guatemala.

Programa de las Naciones Unidas (2011: V). Comunicación para el Desarrollo Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Publicado por el Centro de Gobernabilidad de Oslo, Noruega.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2011). Comunicación para el Desarrollo Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Centro de Gobernabilidad de Oslo, Noruega.

Resolución 41/128 de la Asamblea General de las Naciones Unidas (4/12/1986) Rockefeller Foundation. EE.UU.

Sánchez Uriel (2006). Modelos y Esquemas de Comunicación: algunos acercamientos. Colombia.

Santizo M. A, L. (2014). Diagnóstico y propuesta estratégica de comunicación interna para la dirección de delegaciones departamentales de la Contraloría General de Cuentas". Guatemala.

Schramm, Wilbur (1964). Mass media and national development. Stanford, California, Stanford University Press; and Paris, Unesco.

SEGEPLAN (2012). Mapa de pobreza y nivel de desigualdad en Guatemala. Variables de investigación para el estudio de la pobreza en Guatemala.

SEGEPLAN. (2013) .Set de indicadores municipales de Villa Nueva. Única edición SEGEPLAN, Guatemala.

Sen, Amartya Kumar (1999). Development As Freedom. New York, Oxford University Press.

Sengupta A. (2004:79-230). Desarrollo de los derechos Humanos. Oxford Development Estudios. Examen de los procesos alcanzados y los obstáculos encontrados en la promoción, la aplicación, el ejercicio y el disfrute del derecho al desarrollo, Comisión de Derechos Humanos. Grupo de Trabajo sobre ejercicio y el disfrute del derecho, Comisión de Derechos Humanos (17/02/2004).

Serrano, M. (1992:16). Presentación de la Teoría Social de la Comunicación”. Revista REIS. Madrid, España.

Servaes, J. Jacobson, T. (1996) Introduction: Participatory communication and research in development settings. In Servaes, J., Jacobson, T. & White, S.A. (Eds.), Participatory communication for social change. Thousand Oaks: Sage.

Soriano, Claudio L. (2007) La estrategia básica de marketing. Madrid. Ediciones Díaz Santos, S.A.

Tapia Conyer, Roberto; Motta Murguía, Ma. de Lourdes (2005). “El Derecho a la Protección de Salud Pública”, en Ingrid Brena Sesma, Salud y Derecho, UNAM, México.

Tironi, E y Cavallo, A. (2004). Comunicación estratégica. Vivir en un mundo de señales. Tauros Editora. Madrid.

Tufro, L. Chemen, S. Ed. (2006). Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Buenos Aires argentina. Editorial, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.

UNESCO (1994) Profiles: United Nations Agencies: WHO en Approaches to Development Communication: An Orientation and Resource Kit eds. Mayo, J. & Servaes, J. Paris .

Unesco. (2007). Enfoque común del sistema de Naciones Unidas: El papel de la comunicación para el desarrollo en el logro de los objetivos para el desarrollo del milenio. UNESCO/PNUD, Paris.

UNESCO (2007).Towards a Common UN System Approach: e Role of Communication for Development in Achieving the MDGs.

UNICEF (2014). Comunicación para el Desarrollo en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Fondo de las Naciones Unidas. Guatemala.

UNICEF (2014). Comunicación para el desarrollo en seguridad alimentaria y nutricional. Fondo de las Naciones Unidas, Guatemala.

Waisbord, S. (2001) Family tree of the theories, methodologies and strategies in development communication: Convergence and differences. Rockefeller Foundation



E-grafías

Consecuencias de la mala higiene bucal según la Organización Mundial de la Salud, consultado en la página de internet, <http://www.who.int/es/>. Recuperada 8/8/16.

Constitución de la Organización mundial de la salud”(2006) (en línea9, disponible en: http://www.who.int/governance/eb/who_contitution_sp.pdf Recuperado: 30/6/16.

Daza, G. (2008). Comunicación para el Desarrollo. Revista Mediaciones, 8, 85- 94. Consultada: <http://biblioteca.uniminuto.edu/ojs/index.php/med/article/view/290/289>. Recuperado 28/5/16.

Definición de taxonomía (<http://definicion.de/taxonomia/>) Pérez. P., Merino, M. Publicado: 2010. Recuperado 1/6/16.

Densidad demográfica. <http://conceptodefinicion.de/densidad-demografica/> Recuperada 15/6/16.

Franco Ch. Fanny P., López, R. Ana (20011)- Una Mirada a las raíces de la comunicación para el desarrollo. Entrevista con Luis Beltrán. Segno pensam. Vo..30No.58 Bogotá Jan./June 2011. En http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=arttext&pid=?script=sci_arttextpid=s0120-48232011000100010. Recuperado /7/7/16.

Galindo (2007)[7]. Galindo, J. Recuperado: <http://www.monografias.com/trabajos62/publicidad-exterior/publicidad-exterior2.shtml#ixzz4NEB8i4WI> . 1 de septiembre de 2016

<http://www.gestilis.com/canales7/ger/comunicacionestrsgica.htm>. Recuperado: 1/8/16.

<http://escritoriofamilias.educ.ar/datos/redes-sociales.html>. Recuperado 17 de septiembre de 2017

<http://quees.la/comunicar/> Recuperada 20/05/16.

<http://www.escuelafalsborda.org/images/comunicacion/La-comunicacin-en-la-accin-popular---Mario-Kaplun-II.pdf>
Recuperada 20/05/16.

<http://www.monografias.com/trabajos82/rotafolios-como-recurso-didactico/rotafolios-como-recurso-didactico.shtml#ixzz4NFFNCR2O>.
Recuperada, 1 de septiembre de 2016

Mapa de ciudad Peronia- Municipio de Villa Nueva
<https://www.google.com.gt/@14.5716418,-901.6077391,3127m/data=1301!le3>
Recuperado: 20/6/16.

Informe Nacional de Desarrollo Humano. Guatemala. PNUD.
Recuperado (7/7/16). <http://desarrollohumano.org.gt/desarrollo-humano/concepto/>

Ícono No. 1. Fuente:
http://www.prensalibre.com/noticias/comunitario/CiudadPeronia-abandono_0_731326900.htm Recuperado 15/(6/16).

Islas O.
<https://octavioislas.files.wordpress.com/2013/08/modelos-de-comunicacic3b3n.pdf>
Recuperado el 23/6/16.

Mapa No. 1. Fuente:
<https://www.google.com.gt/@14.5716418,-901.6077391,3127m/data=1301!le3>
Recuperado: 5/6/16.

Mapa No. 2. Fuente:
<https://www.google.com.gt/search?q=imagen+de+mapa+de+guatemala+con+sus+departamentos&rlz>. Recuperada 30/5/16.

Mapa No. 3. Fuente:
http://www.mapasguatemala.net/villa-nueva_guatemala.html#fotografias
Recuperada 16/6/16.

Marks, S.P. (2001). El arco de derechos humanos para el desarrollo: cinco enfoques, Foro Mundial del Desarrollo. PNUD, Río de Janeiro, en: http://222.hsph.harvard.edu/fbcenter/FXBC_WP18-Marks.pdf
Recuperada 27/6/16.

OIT y Family Health International (FHI): HIV/AIDS, Behaviour Change Communication toolkit for the workplace. OIT, 2008.

Disponible en inglés en: http://www.ilo.org/aids/Publications/lang--en/docName--WCMS_115460/index.htm

Publicado abril del 2012, <http://www.who.int/medicentre/fsheets/fs318/es/>

Recuperada 15/6/16.

Publicado abril del 2012, <https://openwidefoundation.org/project/the-results/>

Recuperada 30/6/16.

Publicado abril del 2012. <http://www.villanueva.gob.gt/inauguran-clinicas-dentales-en-ciudad-peronia> Recuperada 30/6/16.

Ruiz (2009) RUIZ, G. (2009)

Estrategia de Comunicación-Artículo. Madrid, España.

<http://cangurorico.com/2009/02/estrategia-de-lacomunicacion.html>

Recuperada 31/8/16.

UNICEF (2015).

Comunicación para el desarrollo. <http://www.unicef.org/spanish/cbsc/>

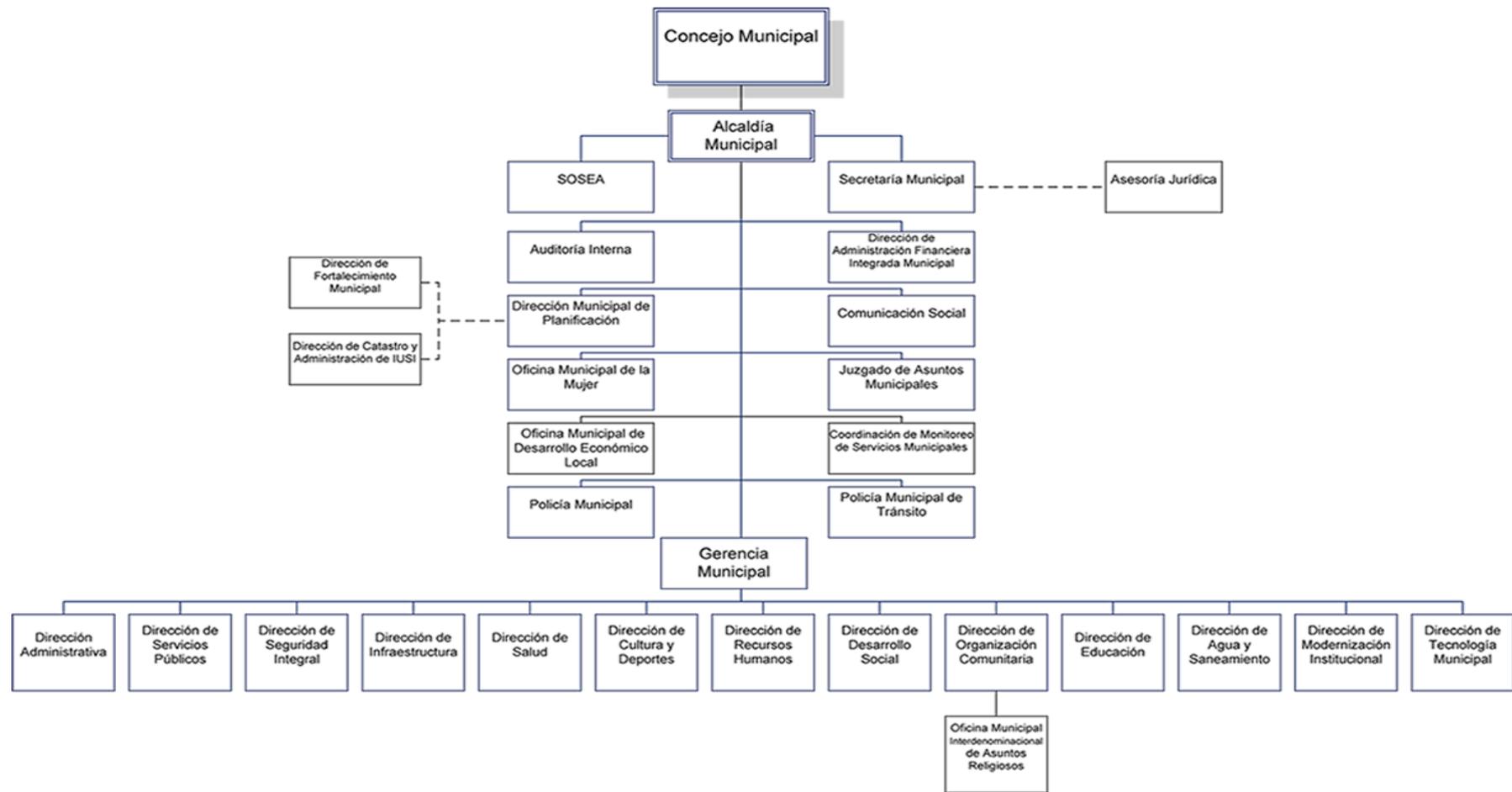
Recuperada el 21/06/16.

Villa Nueva (2012).<http://www.villanueva.gob.gt/datos-generales-villanueva-guatemala>

Recuperada el 25/5/16



Anexo
Organigrama
Municipalidad de Villa
Nueva



VILLA NUEVA
Próspera, educada
y segura

Alcalde **EDWIN ESCOBAR**

www.villanueva.gob.gt





Anexo
Entrevistas

ANEXO DE ENTREVISTAS

Entrevista No. 1



Entrevista: Dra. Stephanie Lambour

Directora y Coordinadora

Clínica dental “Ana Edith

Hernández Escobar“

Entrevistador: Dra. Lambour ¿Cómo nace la idea y el proyecto?

Entrevistada: bueno, el proyecto empezó el 23 de enero del 2012. Por medio de una persona de Estados Unidos que vino a Guatemala, que quería ayudar a la gente en Guatemala y no solo organizar las clásicas jornadas médicas de un día. Ya que, ella no quería venir a hacer las extracciones, debido a ese deseo de emprendedora conocieron a la licenciada Evelyn Paiz y nació el deseo de crear una clínica que no sólo atendiera por jornadas médicas, si no que fuera estacional y diaria. De esta manera la Licda. Paiz propuso la idea al alcalde Escobar, contándole la idea de hacer clínicas dentales en Villa Nueva.

De esta manera la gente americana vio que el proyecto podía realizarse a la brevedad, ya que el Alcalde ofreció construir en 7 días el establecimiento, y en 11 días que estuviera en completo funcionamiento.

Entrevistador: Dra. ¿Este terreno es bastante grande, cuénteme si fue donación de Open Wide, del Alcalde o la comunidad de Peronia lo regaló?

Entrevistada: bueno, el proyecto se originó por medio de la alianza entre la Municipalidad y Open Wide Foundation, la cual ha brindado a la Municipalidad todos los insumos para el tratamiento dental, mientras la Alcaldía realiza los pagos al personal.

Entrevistador: ¿Me imagino que en casi 5 años de funcionamiento dentro del servicio social y comunitario que ustedes han desarrollado, me podría contar de casos o anécdotas relevantes, para el proyecto que estoy realizando para tener testimoniales de la labor que realizan?

Entrevistada: precisamente vino el director de la Fundación junto con una de las primeras personas que ocupó el puesto en la Junta Directiva de Open Wide Guatemala, ese día vino una de las primeras pacientes beneficiadas, que le decían “*Sindi*” porque no tenía ninguno de los dientes de adelante y uno de los voluntarios de Estados Unidos, que estaba aquí, en esos momentos, la trató y le restauró todos los dientes que ella había perdido, pero, en una semana salió de aquí sonriendo, ahora sigue viniendo para su evaluación y otros tratamientos para asegurar que siga con sus dientes.

Nosotros cada septiembre, tenemos dos semanas de “Olimpiadas Especiales”, en donde se atiende a niños y adultos con capacidades especiales, y fundaciones como ANINI, Hogar Marin Mirola, Manitas de amor y las mamás, han llorado, ya que los dentistas regulares no se animan a atender a los niños y adolescentes especiales, con ello se les brinda ayuda, ya que, se les mejora su alimentación y además, a veces los niños tienen dientes quebrados o con caries y nadie se da cuenta.

Entrevistador: Doctora, dentro del proyecto tenemos planificado hacer entrevistas a sacerdotes, líderes o personas de la comunidad para que nos brinden su testimonio de cómo ha beneficiado la clínica a la comunidad. ¿Quiénes son?

Entrevistada: bueno, como principal testimonio es el Alcalde Edwin Escobar debido que para él, esta clínica es un gran orgullo debido al trabajo que se ha generado aquí en Peronia. Otro que se siente motivado es el alcalde auxiliar de Peronia y la líder comunitaria Maritza, que son personas que buscan y reúnen pacientes para que vengan con nosotros, además de la organización comunitaria municipal. La organización trabaja en el CENMA organizando personas cada miércoles y los trae en buses, esto nos incrementa los lugares a los cuales podemos tener acceso para que más personas sean beneficiadas.

Entrevistador: ¿Por el momento cuántos profesionales están al servicio de la clínica?

Entrevistada: 12 odontólogos, 1 recepcionista, 1 asistente, 1 asistente/ traductor y 4 estudiantes de la Universidad Mariano Gálvez, en donde estudiantes de último año hacen pasantías.

Entrevistador: ¿Referente al desarrollo del centro clínico dental, tiene los insumos necesarios para seguir funcionando?

Entrevistada: el punto actual es que la organización Open Wide se va, dejando la clínica en la total administración de la Alcaldía de Villa Nueva, lo que va a incrementar los gastos y puede complicar el flujo de insumos que necesitamos para el trabajo dental.

Entrevistador: ¿Cree usted que sin la administración del Alcalde Edwin Escobar el proyecto dental se acabaría?

Entrevistada: Lo veo difícil, ya que el Alcalde Edwin Escobar tiene interés en la salud y muy pocos alcaldes les interesan eso.

Entrevistador: ¿Cuál es la influencia en el aspecto comunicacional para conocimiento de esta clínica; por medio de TV, radio, prensa o cara a cara?

Entrevistada: La comunicación de cara a cara ha sido clave debido a que los pacientes son los que se encargan de distribuir la información.

Entrevistador: Muchas gracias Dra. Lambour

Entrevista No. 2



Entrevista: Licda. Evelyn Paiz
Representante de la Junta Directiva
Spear Open Wide Guatemala
13/08/2016

Entrevistador: Licda. Paiz puede explicarme ¿Cómo nació el proyecto para la fundación de las clínicas “Ana Edith Hernández Escobar”?

Licda.: la clínica nace de la motivación de una odontóloga de Estados Unidos, debido a que existen grandes retrasos dentro de los servicios dentales en Guatemala, debido a que en el país el Estado, no tiene la capacidad de garantizar la salud de sus habitantes.

Nos encontramos con Edwin Escobar, recién electo y le contamos de este proyecto, que teníamos a empresas dentales detrás de nosotros: Spear Open Wide Fundation, Harrison Ared Sirona, que tenían ganas de invertir en Guatemala y poder poner es granito de arena para devolverle la sonrisa a los guatemaltecos. Es de conocimiento de todos que en Guatemala las personas con bajos ingresos no pueden pagar su odontología, apenas si pueden pagar la medicina que necesitan y, entonces conocemos a Edwin Escobar y Edwin nos dice: “*esa es exactamente la visión que yo tengo para Villa Nueva*”, darle a los villanovanos un servicio que no le corresponde a la alcaldía, porque esto es en la Constitución responsabilidad del Gobierno Central pero, él como un Alcalde innovador decide que quiere invertir en el pueblo de Villa Nueva, que quiere invertir en todo lo que sea para el bienestar de ellos y la municipalidad es quien construye las

instalaciones, y quien hoy en día paga la luz, el teléfono y el salario del personal fijo que está allá.

Entrevistador: ¿Cuál es el objetivo de la clínica dental?

Entrevistada: La clínica dental, tiene como el objetivo ser un centro que le permita a la comunidad solventar los problemas de salud bucal, a los cuales se ve sujeta la comunidad de Peronia, a la cual el alcalde Edwin Escobar respondió con gran rapidez para la construcción de la clínica.

Entrevistador: ¿Qué aporta la fundación?

Licda.: La fundación aporta todos los suministros y los dentistas que vienen cuarenta semanas al año, a donar su tiempo, vienen pagando pasaje, pagando su hotel, trayendo suministros y, aportó todo el equipo, hay un poco más de un millón de dólares en equipo.

Entrevistador: ¿Cómo se siente, cuál es su satisfacción de poder brindar este servicio a la población?

Licda.: hoy en la mañana tuve una experiencia muy linda, y alguien me decía, como en algún momento me había cruzado en su vida y había logrado hacer muchas cosas de las cuales yo no me enteré, y creo que, es exactamente el mismo sentimiento que siento hoy, el poder ser una persona anónima porque estoy tras bambalinas y creo que es lo que más me gusta. Pero, saber que hemos atendido a más de cien mil personas, cien mil pacientes, que le hemos devuelto la sonrisa a muchas personas, personas que no tenían acceso a la odontología, hoy pueden venir y pagar Q10.00, que es una cobro simbólico porque no cubre los gastos, no cubre los costos y poder tener desde una limpieza dental hasta un tratamiento de canales, pero creo que lo más impactante que ha sido, es que hemos puesto a ciudad Peronia en el ojo que no existía, nadie se acordaba que existía ciudad Peronia, hoy ya hay más inversiones, ya han venido nuevas construcciones, las personas vienen e invierten acá, entonces es una satisfacción muy grande, es sentirme honrada por Dios, de poder ser esa pieza, ese eslabón,

ese instrumento que el quiso usar en algún momento para bendecir a tantas personas, así que feliz, complacida y contenta me siento.

Open Wide inicia estas clínicas en alianza con la municipalidad de Villa Nueva en el 2012, es un aporte, el equipo lo pone la fundación que es lo más caro, hay un poco más de un millón de dólares en equipo. Ya tenemos además un agregado en la clínica donde va a ver un panorámico donado por el recién fallecido doctor Luis Archila, mi gran amigo, padre de uno de nuestros estudiantes que vino acá, que vio la necesidad. Es uno de los mejores radiólogos de Guatemala y hasta el cielo mil gracias a Luis. Fue una pieza muy importante para el desarrollo de la clínica, perdón. Iniciamos en el año 2012 con grandes ilusiones, comprometiéndonos a traer doctores del extranjero, que han venido a la clínica durante cuarenta semanas al año, más o menos un promedio, cada doctor paga su pasaje, paga su hospedaje, paga los insumos con los que viene a trabajar y de eso es que se mantiene la clínica y pagamos todos los insumos que se usan, que son insumos de primera calidad.

Siempre tuvimos un plan de transición, donde pensamos que íbamos a acompañar a la municipalidad durante cinco años y que luego de esos cinco años, les íbamos a donar completamente el equipo a la Municipalidad, en enero llegamos a cumplir los cinco años, ya tenemos un plan de salida, el proyecto es auto sostenible y además hay otras instituciones interesadas en seguir apoyando a la clínica, una de ellas es la asociación mental de Estados Unidos, otros son varios clubes de rotarios en Guatemala que quieren venir a apoyar, entonces estamos justo ahorita negociando cuál va a ser el proceso para que no se afecte el bolsillo de los villanovanos, porque la otra función sería aumentarles el costo, pero no queremos trasladarles el costo sino que, queremos seguir ayudando a la gente de Villa Nueva.

Entrevistador: bien, en el aspecto de comunicación ¿Qué considera usted que en estos momentos necesita la clínica, el proyecto en sí para que tenga más comunicación, más proyección social, que se divulgue?

Licda.: pues eso, ahí sí que cuéntenme ustedes los expertos en comunicación, qué necesito hacer, yo lo que quiero es que la gente se entere, que sepa que la clínica existe, que sepa que Open Wide Foundation está en la mejor disposición de seguirles ayudando, de seguirles apoyando, que es una clínica que sigue funcionando con doctores guatemaltecos fijos, con especialistas de la Universidad Mariano Gálvez, y con doctores extranjeros que vienen a donar su tiempo en todo momento para poderles apoyar. ¿Qué pueden encontrar en la clínica de ciudad Peronia? Cualquier tratamiento, desde una limpieza dental hasta un tratamiento de canales por Q10. Y, hoy tenemos un proyecto de coronas donde la gente paga únicamente el costo de la corona y tenemos ya intereses de Banrural y de otras instituciones en financiarles hasta las coronas a las personas, porque el problema es que la corona tiene un valor y no tenemos toda la plata para poder subsidiar ese valor y creemos que la gente solo debe pagar el valor de la corona, es lo único que tienen que pagar.

Entrevistador: ¿Siente que la clínica dental ha cumplido con las expectativas?

Entrevistada: La clínica dental ha funcionado como se esperaba, debido a que la fundación *Open Wide* se ha encargado de los costos totales, mientras que la alcaldía nos ha apoyado con el lado administrativo, la Fundación se siente agradecida con la comunidad de Peronia, debido a que se ha logrado afianzar la clínica en el área, lo que nos ha llevado a tener casos satisfactorios sobre los pacientes que han recuperado sus sonrisas.

Entrevistador: gracias Licda., es usted muy amable.

Entrevista No. 3

Entrevista: Dra. Charity Crawford
Executive Director (Directora Ejecutiva)
Spear Open Wide Fundation
07/09/2016

En una agradable conversación con la Dra. Charity Crawford, Directora Ejecutiva de la Fundación Spear Open Wide, comentó lo siguiente:

¿Quiénes somos?

Spear Open Wide fue fundada en junio de 2011 y abrió sus puertas al público el 23 de enero de 2012. Y este es el comienzo de un movimiento voluntario y colectivo de dentista y líderes de la industria para compartir y promover un cambio significativo, medible y duradero en los países en desarrollo con relación al estado de la salud bucal.

La misión de la Fundación es llevar salud y esperanza a las comunidades más necesitadas en los países en desarrollo.

Su visión es crear un cambio duradero al estado de la salud bucal en comunidades atendidas en todo el mundo; a través del desarrollo de clínicas sostenibles y construidas en conjunto con las comunidades que se han seleccionado.

¿Qué hacemos?

Trabajamos en colaboración con los gobiernos locales para fundar clínicas dentales en áreas marginadas en donde no existe acceso a la atención dental especializada. A estas clínicas se le provee de la logística necesaria (equipo dental de alta tecnología y materiales dentales) y se les asiste con profesionales norteamericanos de la odontología, en cuatro grupos al año, quienes planifican sus grupos voluntarios de trabajo y costean sus pasajes, estadía y alimentación. Las autoridades locales únicamente nos apoyan con transporte y alimentación. Asimismo, con el apoyo de estudiantes del último año de la carrera de odontología de la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Universidad Francisco Marroquín, contamos con el apoyo de epesistas para proporcionar oportunidades de formación y tutoría para la próxima generación de los dentistas.

¿Qué esperamos?

Después de un período de cinco años, nuestra meta es el traslado de las clínicas a las comunidades para que funcionen de forma independiente y autofinanciable. Para alcanzar estos objetivos, se debe cumplir con un protocolo clínico que establece una planificación de cuatro fases, así: 1) Misión/difusión; 2) Atención restaurativa-básica; 3) Atención restaurativa-ampliada; y, 4) Administración clínica.

Lo que creemos

Sabemos que el cuidado de la salud bucal es una prioridad en la lista de preocupaciones de los países del mundo en vías de desarrollo y Guatemala es uno de ellos, y todos tienen prioridad sobre el cuidado de los dientes. Pero, la necesidad de una práctica odontológica básica en una comunidad en estado de pobreza o pobreza extrema es una forma saludable que está fuera del alcance de su bolsillo y de normas culturales negativas que la convierten en su forma de vida. Una comunidad sin esperanzas no puede creer en un futuro mejor. Por lo tanto, en *Open Wide* creemos que: “la odontología es una forma de llegar...llegando a ella”.

En *Open Wide* creemos que esta clínica de Ciudad Peronia es un modelo de clínica abierta. Antes de nuestra llegada no existían dentistas acreditados y el cuidado de la salud oral preventivo era desconocida, es por eso que estamos aquí. Uno de los mayores retos para fundar clínicas dentales en comunidades empobrecidas es el alto coste del equipo, asimismo, porque la misma población experimenta frustración con la creencia de que para la atención dental es necesario la construcción de grandes edificios y equipamiento costoso

En respuesta a ello, la Fundación *Open Wide* ha establecido lo que llamamos clínicas remotas, clínicas que son equipadas con equipo dental de alta tecnología que es una donación y que proviene de los Estados Unidos, y administrativamente, hacerlas coincidir con los municipios locales que tienen la capacidad para pagar los salarios del personal profesional y administrativo, y los costes de funcionamiento de las mismas, pero, sin capacidad económica para superar el costo inicial de equiparlos.

Nuestro proyecto hace posible que las comunidades más empobrecidas en las que el acceso a la atención dental era sólo un sueño, de tener una clínica local que funcione en poco tiempo. Por otra parte, se capacita a los dentistas y personal de estas nuevas clínicas para recibir la tutoría y la formación en nuestra clínica Peronia.

La participación comunitaria es tan importante

A través de un esfuerzo de colaboración entre la Asociación para una Mejor Guatemala, la comunidad de Ciudad Peronia, la comunidad empresarial de Guatemala y el Alcalde de Villa Nueva, se donó el terreno, se removió tierra y ayudaron en la construcción de la clínica en tan sólo 21 días. *Open Wide* contactó a líderes corporativos de la industria dental como: A-dec, Patterson Dental y Sirona, que generosamente equiparon la clínica con cinco unidades de consultorios dentales, una estación de esterilización, equipos de rayos X, software y suministros dentales.

La construcción de nuestra primera clínica *Open Wide*, es la historia de la participación de la comunidad local, ya que, desde la planificación hasta la construcción es un testimonio profundo para “Abrir los corazones”.

Es una historia de la voluntad de una comunidad que cree y participa en el sueño de construir una mejor comunidad para ellos mismos; y un municipio dispuesto a participar e invertir en su población.

¿Cuáles son los resultados alcanzados?

En la actualidad ya contamos con impresionantes resultados en muchos aspectos. Gracias a los dentistas norteamericanos que voluntariamente se ofrecieron cuatro días a la semana a dar su especialidad, tiempo y apoyo financiero, hemos logrado cosas increíbles desde la apertura de esta clínica en Peronia (enero 23 de 2012), así:

1. Servicio a más de 125,000 pacientes
2. Han venido más de 500 voluntarios (230 dentistas y 285 asistentes dentales / higienistas)
3. Se han inaugurado 7 nuevas Clínicas Dentales
4. Los pacientes donaron 11,000 paquetes Home Care
5. Se han proporcionado 35,000 tratamientos con flúor y paciente Oral Health Education
6. Se ha capacitado a más 40 Estudiantes de Odontología Residente en abrir clínicas dentales
7. Se ha dictado una conferencia a más de 300 estudiantes en Odontología Avanzada en universidades dentales locales.

Alianzas estratégicas

Los fundadores de Fundación *Open Wide*: Glen & Lisa Wysel en un viaje realizado a Guatemala en octubre de 2012, formaron una sociedad conjunta con la Facultad de Odontología de la Universidad Mariano Gálvez a la cual llamaron "Programa de Mentores y Práctica". El programa proporciona tutoría y práctica de oportunidades para todos los estudiantes de odontología, en ese programa nuestros voluntarios

les gusta interactuar con estos jóvenes dentistas y comparten sus habilidades, experiencia y técnicas con ellos.

Los médicos voluntarios que han ido a la Clínica de Peronia han reportado consistentemente lo positivo del proyecto, y en muchos casos, el cambio de experiencias de vida, tanto para sí mismos, sus familias y el personal permanente de la clínica. Asimismo, han expresado la satisfacción de trabajar hacia un modelo autofinanciable, sabiendo que los pacientes seguirán siendo bien atendidos por el personal permanente, ya que, han superado y demostrado en estos años de capacitación estar preparados para responsabilizarse de la clínica cuando se dé el traslado de éstas a las comunidades para que funcionen de forma independiente y autofinanciable.

Entrevista No. 4

Entrevista: Dr. Rodrigo Dávila

Sub Director clínica dental

Ana Edith Hernández Escobar

07/09/2016

Entrevistador: ¿Cómo le ha parecido la capacitación constante que ha recibido de expertos profesionales de la odontología estadounidenses?

Entrevistado: Llevo 4 años trabajando para la clínica y el aprendizaje ha sido maravilloso, ya que, he acumulado mucha experiencia, ha sido muy gratificante aprender para ayudar a los compatriotas, debido a que estos casos en Estados Unidos no son muy comunes en donde personas vengan con 5 o 10 piezas bucales con caries extrema y otras tantas que se han perdido debido a que no se cuenta con el higiene necesaria, y por lo que he podido entender, es algo que no se exige o no se hace con disciplina en el país, ya que es común ver niños con problemas bucales desde muy pequeños, lo cual incrementa los daños de la salud. Y dificulta el crecimiento correcto de la mandíbula y afecta a la nutrición debido a que no se mastica de manera correcta los alimentos.

Entrevistador: ¿Qué piensa de la clínica y su labor en la sociedad?

Entrevistado: Antes que nada quisiera agradecerle al señor Alcalde debido a que esto fue por su iniciativa, la cual ha ayudado a cientos de villanovanos con los problemas bucales.

Pues ha sido increíble que iniciativas como éstas se lleven a cabo en lugares como Peronía, debido a que no teníamos un dentista cerca en el área. Y además la pobreza en la cual vivimos a veces no deja que asistamos al dentista.

Hasta ahora ha sido buena la labor en la sociedad porque a varios de los miembros de mi familia han sido tratados de urgencia y han recuperado sus dientes y sonrisas siendo una de las cosas más beneficiosas de la gestión del señor alcalde.

Entrevistador: Dr. Dávila, de acuerdo a su experiencia y a lo platicado con sus pacientes, ¿considera que la comunicación está siendo efectiva para que la sociedad se entere de los servicios que presta esta clínica?

Entrevistado: de acuerdo a lo platicado con algunos pacientes, es que ellos se enteraron de la clínica porque se lo conto un amigo, pariente o vecino del barrio. Que en la radio, la televisión o el periódico no escuchan nada de esto. Mucho menos que lo diga la Muni.

Entrevistador: gracias Dr. Dávila por su tiempo.



Anexo

Obra de teatro: “No pierdas tu sonrisa”

Cínica dental
Ana Edith Hernández Escobar

OBRA DE TEATRO



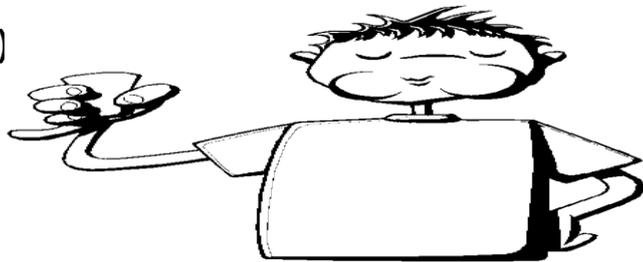
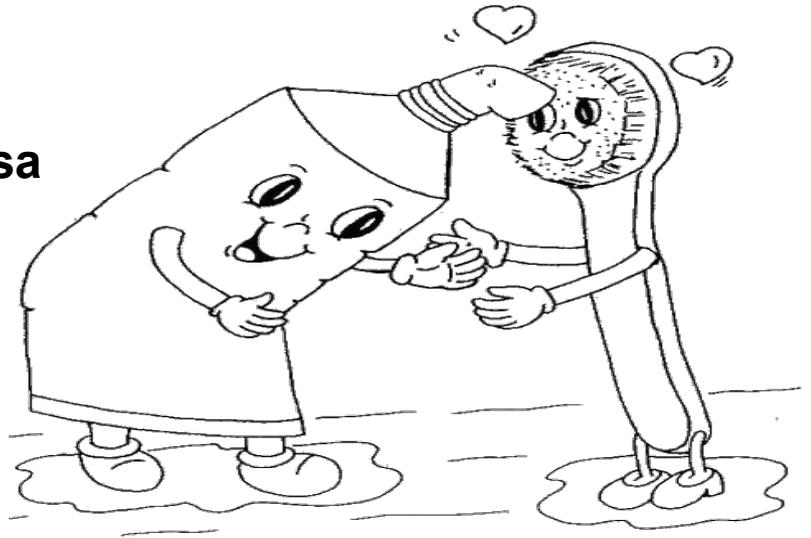
Autor: Lic. Axel Amílcar Santizo F.

Obra de teatro

Título: “No pierdas tu sonrisa

Personajes:

1. Señora Pasta Dental (**SPD**)
2. Señor Cepillo Dental (**SCD**)
3. Señor Enjuague Bucal (**SEB**)
4. Señor Hilo Dental (**SHD**)



Esta obra tendrá como escenario un botiquín casual de cuarto de baño.

Introducción

En un lugar muy especial del cuarto de baño de una casa, cuatro amigos inseparables en el cuidado de la higiene bucal conversan.

Parlamentos

SPD: ¡Buenas tardes! ¿Cómo se encuentran ustedes en esta tarde maravillosa?

SID: ¡Yo!, muy bien gracias

SEB: ¡Buenas tardes SPD!

SCD: ¡Yo como siempre siendo el único gran salvador de los dientes!

SPD: ¡Señor CD! ¿Usted por qué afirma ser el único gran salvador de los dientes?
¡Si yo también soy una gran protectora de los dientes! por el flúor que poseo.

SCP: ¡Los niños, los jóvenes y los adultos no me deben prestar o compartir con los demás! ya que, además de las preocupaciones generales de higiene, existe un riesgo de transmisión de enfermedades que son típicamente transmisibles por la sangre, como la hepatitis C. Por otra parte, es recomendable que después de usarme me enjuaguen con bastante agua, sacudirme bien y dejar que me seque al aire y es recomendable que se me cambie aproximadamente cada 3 ó 4 meses

SHD: ¿Y por qué sólo ustedes se creen salvadores y protectores de dientes? ¡Si yo soy el arma más efectiva para remover la placa bacteriana, los residuos de comida que provocan enfermedades en los dientes y encías, pulo la superficie de los dientes y controlo el mal aliento!

SEB: ¡Bueno, bueno, bueno! por lo visto, sólo ustedes son los superhéroes de la higiene bucal ¿Y yo qué, acaso no tengo vela en este entierro?

SPD: ¡**No SEB!** Nosotros sabemos muy bien que usted es, un enjuague que debe usarse para mantener la higiene bucal, después del cepillado de dientes.

¡A mí también se me conoce como dentífrico, tengo la cualidad de colaborar en la limpieza dental y complemento la acción mecánica del SCD, y cuando se me usa adecuadamente debo limpiar los dientes eliminando los restos de alimentos, placa bacteriana y manchas!

SEB: ¡Disculpe usted sólo habla pero no dice cuáles son mis propiedades!

¡Yo soy un **enjuague bucal!** y sirvo para eliminar las bacterias que dañan el esmalte y causan caries en los dientes. Y mis beneficios antibacterianos evitan que crezcan estas colonias dañinas en la boca evitando el mal aliento. Asimismo, evito enfermedades como la gingivitis, sangrado de encías y abscesos dentales. ¿Qué les parece?

SPD: ¡En lo que si estamos todos de acuerdo! Somos los mejores aliados en el cuidado de la higiene bucal es arrastrar las darle énfasis a la palabra

Vestuario: cabezas de piñata, traje de camisón (gabacha) con mangas y utilizar guantes blancos.

Obra de teatro puesta en escena

“No pierdas tu sonrisa”

Locutor en off:

(VOZ IMPOSTADA) En un lugar muy especial del cuarto de baño de la casa, cuatro amigos inseparables en el cuidado de la higiene bucal conversan.

Se abre el telón y aparecen los cuatro personajes de la obra instalados (parados) sobre una pieza de madera que es parte de un dispensador (botiquín) de baño

SPD: (EXCLAMATIVA) ¡Buenas tardes SHD, SEB, SCP! (PREGUNTANDO Y CON LA MANO SEÑALA A LOS PERSONAJES Y AL PÚBLICO) ¿Cómo se encuentran ustedes en esta tarde maravillosa?

SID: (EXCLAMATIVO) ¡Yo!, muy bien gracias SPD

SEB: (EXCLAMATIVO) ¡Buenas tardes SPD!

SCD: (EXCLAMATIVO) ¡Yo como siempre siendo el único gran salvador de los (PROLONGANDO DICCIÓN) dientes!

SPD: (EXCLAMATIVA) ¡Señor CD! (PREGUNTANDO) ¿Usted por qué afirma ser el único gran salvador de los (PROLONGANDO DICCIÓN) dientes? (EXCLAMATIVA) ¡Si yo también soy una gran protectora de los (PROLONGANDO DICCIÓN) dientes! por el flúor que poseo.

- SCP:** (EXCLAMATIVO) ¡Los niños, los jóvenes y los adultos no me deben prestar o compartir con los demás! ya que, además de las preocupaciones generales de higiene, existe un riesgo de transmisión de enfermedades que son típicamente transmisible por la sangre, como la hepatitis C. Por otra parte, es recomendable que después de usarme me enjuaguen con bastante agua, (MOVERSE MUCHO) sacudirme bien y dejar que me seque al aire y es recomendable que se me cambie aproximadamente cada 3 ó 4 meses
- SHD:** (RIÉNDOSE Y PREGUNTANDO) ¿Y por qué sólo ustedes se creen salvadores y protectores de los (PROLONGANDO DICCIÓN) dientes? (EXCLAMATIVO) ¡Si yo soy el arma más efectiva para remover la placa bacteriana, los residuos de comida que provocan enfermedades en los diente y encías, pulo la superficie de los dientes y (AGITAR MANO FRENTE A NIRIZ) controlo el mal aliento!
- SEB:** (EXCLAMATIVO) ¡Bueno, bueno, bueno! por lo visto, sólo ustedes son los superhéroes (PROLONGANDO DICCIÓN) de la higiene bucal ¿Y yo qué, acaso no tengo vela en este entierro?
- SPD:** (EXCLAMATIVA) ¡No SEB! Nosotros (CON LA MANO SEÑALAR A LOS PERSONAJES Y PÚBLICO) sabemos muy bien que usted es, un enjuague que debe usarse para mantener la higiene bucal, después del cepillado de (PROLONGANDO DICCIÓN) dientes.

(EXCLAMATIVA Y SE TOCA EL PECHO) ¡A mí también se me conoce como dentífrico y tengo la cualidad de colaborar en la limpieza dental y complemento la acción mecánica del SCD, y cuando se me usa adecuadamente debo limpiar los dientes eliminando los restos de alimentos, placa bacteriana y manchas!

SEB: (EXCLAMATIVO) ¡Disculpe SPD! (AFIRMANDO) Usted sólo habla pero no dice cuáles son mis propiedades.

(EXCLAMATIVO) ¡**Yo soy un enjuague bucal!** y sirvo para eliminar las bacterias que dañan el esmalte y causan caries en (PROLONGANDO DICCIÓN) los dientes. Y mis beneficios antibacterianos evitan que crezcan estas colonias dañinas en la boca evitando (AGITAR MANO FRENTE A NIRIZ) el mal aliento. Asimismo, evito enfermedades como la gingivitis, sangrado de encías y abscesos dentales.

(PREGUNTANDO Y SEÑALANDO CON LA MANO A LOS PERSONAJES, PÚBLICO Y HACE UNA REVERENCIA) ¿Qué les parece?

SPD: (EXCLAMATIVA) ¡**En lo que si estamos todos de acuerdo!**

TODOS: (EN CORO) Somos tus mejores aliados en el cuidado de la higiene bucal ¡**NO DEJES DE SONREÍR**

FIN

Observaciones a personajes/actores

PROLONGANDO DICCIÓN: es arrastrar las sílabas: DIIENNTTEESS

EL SUBRAYADO: darle énfasis a la palabras



¡Es importante que cuides tu salud bucal!

Visítanos en: Comunidad La Selva, Ciudad Peronia, zona 8, Villa Nueva.





Anexo

Guía dental: “No pierdas tu
sonrisa”

Clínica Dental
Ana Edith Hernández Escobar



No pierdas tu sonrisa

Hay más de un millón de dentistas cualificados en todo el mundo que, con los tratamientos dentales modernos, pueden restaurar casi todas las funciones y la estética de una dentición sana. Sin embargo, no se distribuyen por igual por lo que muchas de las regiones más pobres y necesitadas del mundo cuentan con menos de un dentista por cada 300.000 personas.

Las **clínicas dentales “Ana Edith Hernández Escobar”** cumple con la misión y visión de brindar a la comunidad villanovana información de prevención de enfermedades bucodentales, las que pueden ser controladas con orientación de profesionales calificados, quienes les informan y orientan sobre la importancia de practicar todos los días una higiene bucal y para quien haya perdido una pieza dental, se les restituyen con la más alta tecnología y productos de calidad, a un bajo costo.

La importancia de la higiene bucal, está en que nos permite mantener a nuestras encías sanas, con lo que nuestros dientes se mantendrán saludables y podrán cumplir su función y se evitarán enfermedades.

Una dentición sana y funcional es importante en todas las fases de la vida al permitir funciones esenciales humanas tales como el habla, la sonrisa, la socialización o el comer.



Las visitas regulares al dentista pueden hacer más que mantener su sonrisa atractiva: pueden decirle mucho al dentista sobre su salud en general, incluso si puede o no estar en riesgo de una enfermedad crónica.

¿Cómo se practica la buena higiene bucal?

Una de las cosas más importantes que usted puede hacer por sus dientes y encías es mantener una buena higiene bucal. Los dientes sanos no sólo le dan un buen aspecto a su persona y lo hacen sentirse bien, sino que le permiten hablar y comer apropiadamente. La buena salud bucal es importante para su bienestar general.

Pasos importantes para gozar de buena salud bucodental

Paso 1. Los cuidados preventivos diarios, como el cepillado correcto. Incline el cepillo a un ángulo de 45° contra el borde de la encía y deslice el cepillo alejándose de ese mismo borde y hacia adelante.



Paso 2. Cepille suavemente el exterior e interior y la superficie de masticación de cada diente con movimientos cortos hacia atrás.



Paso 3. Cepille suavemente la lengua para eliminar las bacterias y refresca el aliento.

Paso 4. El hilo dental es indispensable en el cuidado de los dientes, porque el grosor de las cerdas del cepillo no permite limpiar la zona entre diente y diente, debido a que el espacio entre estos es muy pequeño,



Paso 5. El uso de un enjuague bucal dos veces al día ayuda a mantener dientes y encías más sanas, incluso en los lugares más difíciles de alcanzar. Además, previene y reduce la placa dental, una de las causas de la aparición de problemas en las encías, y refuerza el esmalte de los dientes.



Paso 6. Lleve una dieta saludable para proporcionar los nutrientes necesarios (especialmente las vitaminas A y C) para prevenir la enfermedad de las encías.



Enfermedades derivadas de una mala higiene bucal

Las enfermedades que una mala higiene bucal puede causarnos desde una simple caries hasta enfermedades graves que pueden acabar con nuestra vida. Los problemas que actualmente se conocen.

Caries: ésta se puede ver tan solo observando la superficie de nuestros dientes. Es una mancha oscura que debe ser eliminada por un dentista cuanto antes, pues puede afectar al nervio y perder el diente.



Gingivitis: se presenta en sangrado del borde gingival (de ahí su nombre) y una rojez al pasar el cepillo por la encía. Es provocada por la acumulación abundante de bacterias (placas) entre la encía y el diente.

Piorrea: enfermedad que causa la expulsión de pus entre la encía y el diente.

Periodontitis: infección que causa la pérdida gradual de las diferentes partes del diente (hueso, ligamento periodontal y cemento). Las causas son las mismas que posee la gingivitis.

Halitosis: esta enfermedad causa mal aliento. Es producida por una mala higiene bucal, caries y el consumo alto del tabaco.

Problemas de digestión: la digestión comienza con los procesos físicos y químicos en la boca, y algún problema aquí puede causar insuficiencia intestinal, síndrome del intestino irritable y otros trastornos de la digestión

Cáncer oral: es el octavo tipo de cáncer más común en el mundo y el más caro de tratar. La incidencia es de entre 1 y 10 casos sobre 100.000 en la mayoría de países. El riesgo de padecerlo es 15 veces mayor si fumamos y bebemos alcohol.

Problemas cardíacos y en otros órganos principales

Las infecciones orales pueden afectar los órganos principales. Por ejemplo, el corazón y las válvulas cardíacas pueden inflamarse por endocarditis bacteriana, una condición que afecta a las personas con afecciones cardíacas o cualquier persona con tejido cardíaco dañado.

Las bacterias que crean la placa en las encías pueden entrar en el torrente sanguíneo a través de esas propias encías que normalmente sangran. De ahí pueden acoplarse a los vasos sanguíneos y aumentar la formación de coágulos. **Éstos disminuyen** el flujo sanguíneo hacia el corazón.

Al final del proceso aumenta la presión sanguínea y el riesgo de sufrir un ataque cardíaco.

Una mala higiene bucal puede ocasionar que pierdas tu bella sonrisa, pero también tu vida.

CLINICAS DENTALES "ANA EDITH HERNANDEZ ESCOBAR"

SPEAR
OPEN WIDE
FOUNDATION

Asociación
por una mejor
Guatemala



SAMBORO MULTIPERFILES DURMAN MULTIMECANICA
GUACHA TECNOCENTRO EQUIMOV ARQUINGDECO
FORCOGUA CONELECSCA CONSTRURSA LA PALETA



¡NO pierdas tu sonrisa!

Visítanos en: Comunidad La Selva, Ciudad Peronia, zona 8, Villa Nueva.





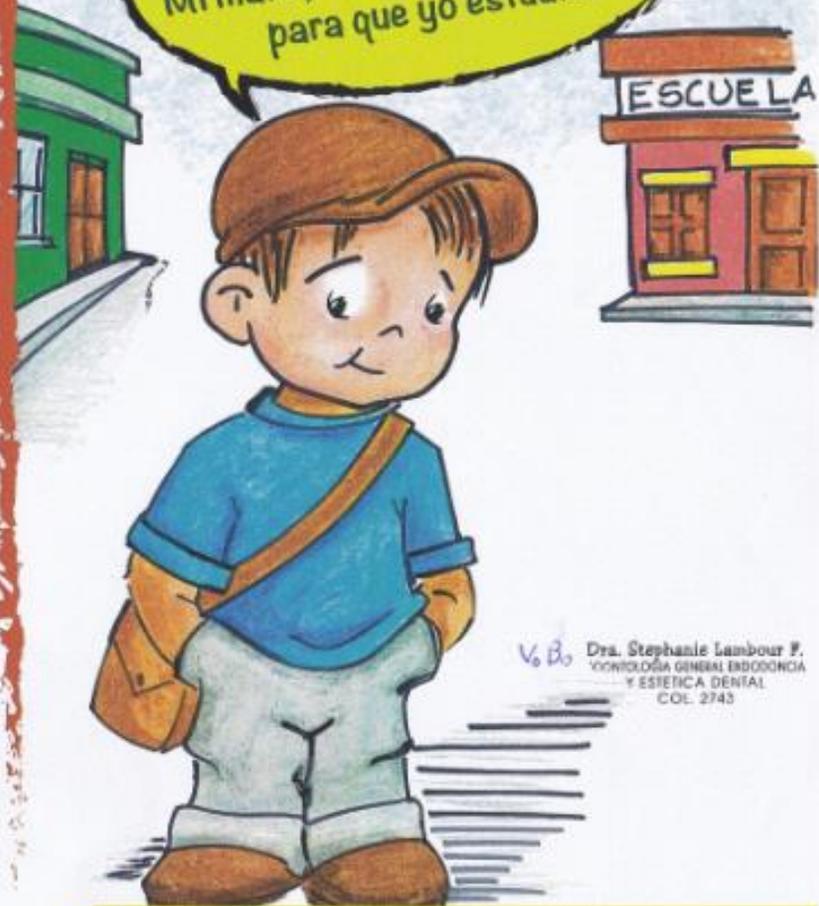
Anexo
Rotafolios

!Qué felicidad!
hoy es el primer día de escuela
de Carlitos.



Teresita está feliz pero no sonríe

!Estoy emocionado!
Hoy es mi primer día de clases.
Mi mami, tan linda trabaja duro
para que yo estudie.



Carlitos entra a la escuela por primera vez

V6 B6 Dra. Stephanie Lambour F.
ODONTÓLOGA GENERAL ENDODONCIA
Y ESTÉTICA DENTAL
COL. 2743

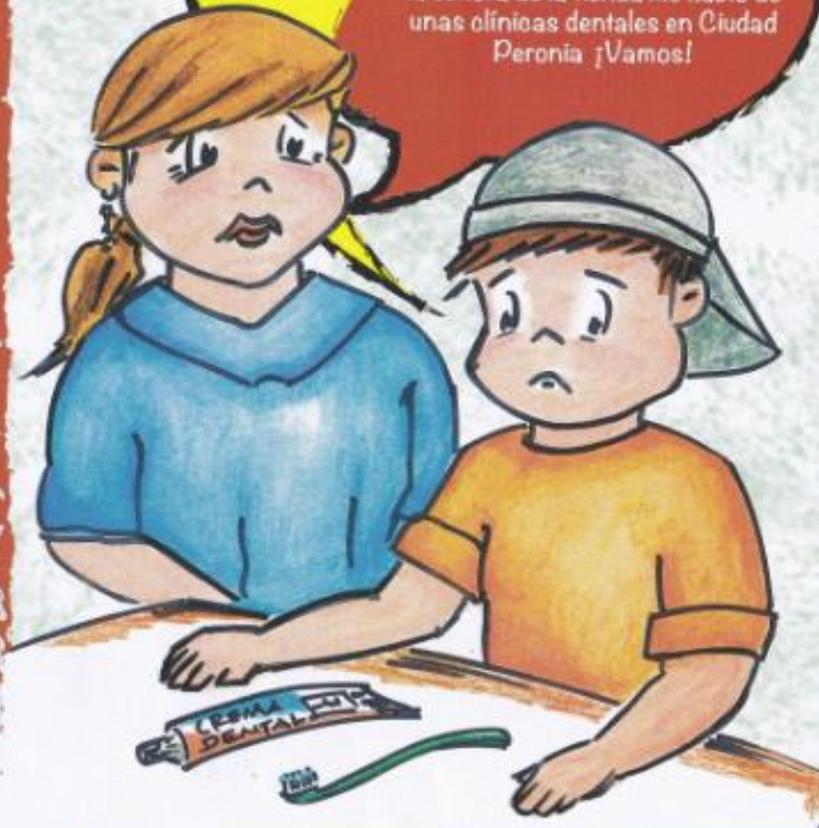
Buenos días chicos
la higiene es importante para
nuestra salud, por ello debemos
lavarnos los dientes, al menos tres veces
al día e ir al dentista para
tener dentadura sana



Carlitos no sabe de que habla su maestra

La maestra nos dijo
que tenemos que cuidar y
lavar los dientes...
¡mami me podés
enseñar!

¡Hay mijo!
A mi tampoco me
enseñaron, por eso se me
cayeron los dientes... Doña Marta
la señora de la tienda me habló de
unas clínicas dentales en Ciudad
Peronia ¡Vamos!



Teresita y Carlitos se van a Ciudad Peronia



Teresa pagó Q.10.00 por la consulta



Una doctora extranjera le explica a Teresa

Recuerda para tener bonita dentadura, cuidala bien, debes cepillarte después de cada comida o al menos tres veces al día, incluir hilo dental y enjuague de ser posible



Previene y cuida tu salud dental.

Teresa no perdió su sonrisa y aprendió que nunca es tarde para recuperar la salud dental; pero ante todo, entendió, para bien de Carlitos, que lo más importante es la prevención, cuidar nuestros dientes de lo que comemos y asearlos adecuadamente.



Open Wide Fundation y Municipalidad de Villa Nueva



Anexo

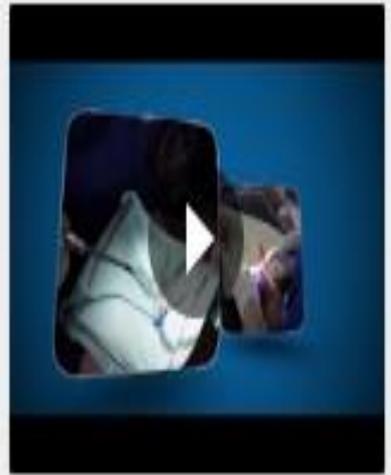
Spot publicitarios



 SPOT CLINICAS ...



 SPOT CLINICAS ...



 SPOT CLINICAS ...



 SPOT CLINICAS ...



 SPOT CLINICAS ...



 SPOT CLINICAS ...



Anexo

Piezas publicitarias



NO pierdas **tu** sonrisa

Previene Enfermedades Dentales **Cepilla tus Dientes**

3

Veces al día, después de cada comida y de preferencia usa hilo dental, enjuague bucal y visita regularmente al dentista.

Recupera tu sonrisa

En Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

5a. calle y 3a. Av. final, zona 8, Comunidad la Selva, Ciudad Peronia.

Q10^{.00}
Consulta

*y lo demás cortesía de
Open Wide Fundation y Municipalidad de Villa Nueva.*



Ana Edith Hernández Escobar Dental Clinic





NO pierdas
tu sonrisa

Visita la Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

5a. calle y 3a. Av. final, zona 8, Comunidad la Selva, Ciudad Peronia

Q10^{.00}
Consulta

¡Y lo demás cortesía de
Open Wide Fundation y Municipalidad de Villa Nueva!





NO pierdas **tu** sonrisa

Cepilla tus dientes

- 3** Veces al día, después de cada comida y de preferencia usa hilo dental, enjuague bucal y visita regularmente al dentista.

Recupera tu sonrisa

Visita la Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

Q10^{.00} ;Y lo demás corre por cortesía de
Consulta Open Wide Fundation y Municipalidad de Villa Nueva!





Anexo

Post: redes sociales



NO pierdas **tu** sonrisa

Previene Enfermedades Dentales **Cepilla tus Dientes**

3

Veces al día, después de cada comida y de preferencia usa hilo dental, enjuague bucal y visita regularmente al dentista.

Recupera tu sonrisa

En Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

5a. calle y 3a. Av. final, zona 8, Comunidad la Selva, Ciudad Peronia.

Q10^{.00}
Consulta

*y lo demás cortesía de
Open Wide Fundation y Municipalidad de Villa Nueva.*



Ana Edith Hernández Escobar Dental Clinic





NO pierdas
tu sonrisa

Visita la Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

5a. calle y 3a. Av. final, zona 8, Comunidad la Selva, Ciudad Peronia

Q10^{.00}
Consulta

¡Y lo demás cortesía de
Open Wide Fundation y Municipalidad de Villa Nueva!





NO pierdas **tu** sonrisa

Cepilla tus dientes

- 3** Veces al día, después de cada comida y de preferencia usa hilo dental, enjuague bucal y visita regularmente al dentista.

Recupera tu sonrisa

Visita la Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

Q10^{.00} ;Y lo demás corre por cortesía de
Consulta Open Wide Fundation y Municipalidad de Villa Nueva!





Anexo
Imágenes

ANEXO DE IMÁGENES

Imagen No. 1



Imagen frontal de clínica dental "Ana Edith Hernández Escobar"

Imagen No. 2



Imagen panorámica de la clínica dental "Ana Edith Hernández Escobar"

Imagen No. 3



Usuarios en sala de espera en clínica dental "Ana Edith Hernández Escobar"

Imagen No. 4



Usuarios en sala de espera en clínica dental "Ana Edith Hernández Escobar"

Imagen No. 5



Jornada normal: médicos y asistentes guatemaltecos

Imagen No. 6



Jornada normal: médica guatemalteca

Imagen No. 7



Jornada normal: médicos estadounidenses

Imagen No. 8



Jornada normal: médicos estadounidenses

Imagen No. 9



“Olimpiadas Especiales”: médicos estadounidenses

Imagen No. 10



“Olimpiadas Especiales”: médicos estadounidenses

Imagen No. 11



“Olimpiadas Especiales”: niños y adultos pacientes con capacidades especiales

Imagen No. 12



“Olimpiadas Especiales”: niños y adultos pacientes con capacidades especiales

Imagen No. 13



“Olimpiadas Especiales” niño paciente con capacidades especiales

Imagen No. 14



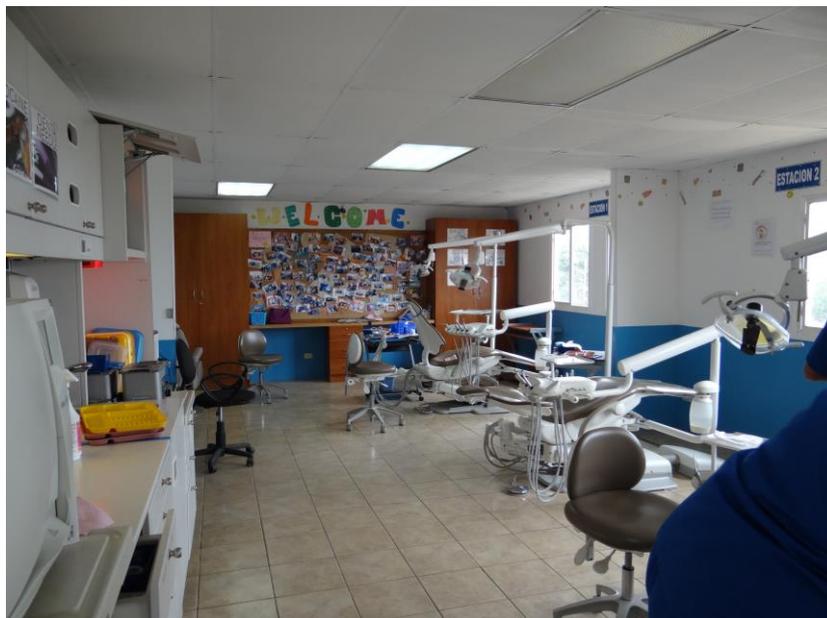
“Olimpiadas Especiales”: adulto paciente con capacidades especiales

Imagen No. 15



Colaboradores de la clínica dental "Ana Edith Hernández Escobar": Dra. Stephanie Lambour, Directora/Coordinadora; Lizeth Guzmán, asistente y servicios; Dr. Roberto Dávila, Odontólogo; Zaira Carrasco, recepcionista; y, Vivian García, asistente y traductora

Imagen No. 16



Sala clínica dental "Ana Edith Hernández Escobar"

Imagen No. 17



Oficina de atención al usuario (recepción), clínica dental "Ana Edith Hernández Escobar"

Imagen No. 18



Área de salud oral construido por estudiantes de EPS de la carrera de odontología de la UMG

Imagen No.19



Placa conmemorativa de la donación de estudiantes EPS de la UMG

Imagen No. 20



Usuarios de la clínica dental Ana Edith Hernández Escobar, llenando encuesta

Imagen No. 21



Usuarios de la clínica dental Ana Edith Hernández Escobar, llenando encuesta

Imagen No. 22



Usuarios de la clínica dental Ana Edith Hernández Escobar, entregando encuesta

ANEXO IMÁGENES

Presentación del proyecto de comunicación para del desarrollo: **No perdás tu sonrisa**, clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

Fotografía No. 1



Licda. Evely Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américentral; Dra. Stephanie Lambour, Directora y Coordinadora de la clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”; y, Maestrando de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac.

Fotografía No. 2



Dra. Stphanie Lambour, Director y Coordinadora de la clínica; Licda. Evelyn Paiz; Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américentral; y, Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac

ANEXO IMÁGENES

Presentación del proyecto de comunicación para del desarrollo: **No perdás tu sonrisa**, clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

Fotografía No. 3



Dra. Stphanie Lambour, Director y Coordinadora de la clínica; Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacentral; y, Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac

Fotografía No. 4



Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacentral; y, Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac.

ANEXO IMÁGENES

Presentación del proyecto de comunicación para del desarrollo: **No perdás tu sonrisa**, clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

Fotografía No. 5



Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacental; y, Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac

Fotografía No. 6



Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacental; Dr. Rodrigo Dávila; y, Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac

ANEXO IMÁGENES

Entrega de materiales del Proyecto de comunicación para el desarrollo: **No pierdas tu sonrisa**, clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

Fotografía No. 7



Dra. Stphanie Lambour, Director y Coordinadora de la clínica; Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva Spar Open Wide Américacentral; y, Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac

Fotografía Nol 8



Dra. Stphanie Lambour, Director y Coordinadora de la clínica; Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva Spar Open Wide Américacentral; y, Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac

ANEXO IMÁGENES

Entrega de materiales del Proyecto de comunicación para el desarrollo: **No pierdas tu sonrisa**, clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

Fotografía No 9



Dra. Stphanie Lambour, Director y Coordinadora de la clínica; Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacental; y, Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac

Fotografía No. 10



Dra. Stphanie Lambour, Director y Coordinadora de la clínica; Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacental; y, Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac

ANEXO IMÁGENES

Entrega de materiales del proyecto de comunicación para el desarrollo: **No pierdas tu sonrisa**, clínica dental “Ana Edith Hernández Escobar”

Imagen No. 11



Imagen No. 12



Directora del Departamento de Comunicación Social de la Municipalidad de Villa Nueva, Licda. Ana Elizabeth Fresse Turcios, recibe los materiales del proyecto de comunicación para el desarrollo elaborado por el Lic. Axel Amílcar Santizo Flores

ANEXO IMÁGENES

Develación y entrega de fotografía de Dra. “Ana Edith Hernández Escobar”

Fotografía No. 13



Lic. Axel Amílcar Santizo Flores (Maestrando); Licda. Evelyn Paiz; Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacental; y, Dra. Stphanie Lambour, Director y Coordinadora de la clínica

Fotografía 14



Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac; y, Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacental

ANEXO IMÁGENES

Develación y entrega de fotografía de Dra. “Ana Edith Hernández Escobar”

Fotografía No. 15



Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacentral, presenta a los pacientes de la clínica dental fotografía de la Dra. “Ana Edith Hernández Escobar” y comenta su historia profesional

Fotografía No. 16



Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacentral y Maestrando de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo, buscando ubicación para la colocación de la foto de la Dra. “Ana Edith Hernández Escobar”

ANEXO IMÁGENES

Develación y entrega de fotografía de Dra. “Ana Edith Hernández Escobar”

Fotografía No. 17



Licda. Evelyn Paiz, Representante de Guatemala ante la Junta Directiva *Spar Open Wide* Américacentral; Maestrando de la Maestría de Comunicación para el Desarrollo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Usac; y, Dra. Stphanie Lambour, Director y Coordinadora de la clínica, colocando fotografía de la Dra. “Ana Edith Hernández Escobar”, en sala de recepción de la clínica

Fotografía No. 18



Ing. Enwin Felipe Escobar Hill, Alcalde de Villa Nueva, recibiendo oficialmente la fotografía de la Dra. “Ana Edith Hernández Escobar”

Guatemala, 17 de octubre de 2016

LICENCIADO AXEL SANTIZO, M.A., ENTREGA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD PARA PROMOCIÓN DE CLÍNICA DENTAL “ANA EDITH HERNÁNDEZ ESCOBAR”



Doctora Stephanie Lambur, directora de la clínica dental de Peronia y la licenciada Evelyn Paiz, miembro de la junta directiva de Open Wide reciben del licenciado Axel Amílcar Santizo Flores, M.A, la campaña “No pierdas tu sonrisa”

“No pierdas tu sonrisa” es el tema de la estrategia de comunicación para el desarrollo de la campaña publicitaria elaborada por el licenciado Axel Amílcar Santizo Flores, la cual diseñó como parte de su trabajo de tesis previo a obtener el grado académico de maestría en Comunicación para el Desarrollo en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, mismo que adquirió exitosamente, el pasado 24 de octubre de 2016.

La Estrategia de Comunicación para el Desarrollo de la Clínica Dental “Ana Edith Hernández Escobar”, que diseñó el licenciado Santizo Flores, M.A, fue entregada a la doctora Stephanie Lambur, directora de la clínica dental, así como a la licenciada Evelyn Paiz, miembro de la Junta Directiva de Open Wide Fundation, principales donantes de la clínica.

El trabajo consistió en la elaboración de una campaña que incluye spots de radio y televisión, anuncios para redes sociales y el guión de una obra de teatro itinerante. Asimismo, se diseñó un rotafolios y un instructivo con el fin de que líderes comunitarios y estudiantiles lo utilicen para capacitar a los vecinos en el tema de prevención de la salud bucodental y reconstrucción para quienes han perdido los dientes.

“No pierdas tu sonrisa”, porque se ha detectado que en Villa Nueva los infantes presentan entre de 5 y 10 caríes, hecho que no se reporta en Estados Unidos, país de donde provienen los dentistas que realizan labor social en la clínica. Ello solo evidencia la mala higiene bucodental y la falta de prevención de caríes. Al no cuidarse la dentadura en la niñez se está expuesto a perder piezas dentales, si esto sucede, los adultos pueden recuperar la sonrisa y atenderse para sustituir los dientes.

El M.A. Santizo Flores también hizo entrega de un retrato de la doctora “Ana Edith Hernández Escobar”, nombre que lleva la clínica de Peronia como reconocimiento al aporte que la doctora realizó a la sociedad villanovana y petapatense.

Ana Edith Hernández Escobar † fue la fundadora de la primera clínica dental de servicio social en el municipio y cuya prioridad fue atender a ancianos, niños y personas de escasos recursos, a ello se debe el nombre de la clínica de Peronia.

También fue premiada por la Universidad de Harvard por su investigación de campo en enfermedad periodontal en Guatemala. (20/07/1968 – 29/12/2000).

La campaña sale públicamente a partir del 2 de noviembre de 2016, por el canal de televisión municipal, así como por las redes sociales de la Comuna.

La Municipalidad de Villa Nueva agradece el aporte del magister Axel Amílcar Santizo Flores, el cual contribuirá a mejorar la difusión de los servicios que la Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar presta a la población en beneficio de la salud bucodental de todos los guatemaltecos.



Alcalde Edwin Escobar recibe la fotografía de la doctora Ana Edith Hernández Escobar †, quien en honor a ella la clínica dental lleva su nombre.



Licenciada Ana Fresse, directora de Comunicación de la Municipalidad de Villa Nueva felicita al M.A. Axel Amílcar Santizo Flores por tan excelente campaña e informa que será compartida con el público a partir del 2 de noviembre.



Anexo

Formulación del proyecto



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

Formulación del proyecto

Área: Comunidad La Selva Ciudad Peronia, Zona 8, Villa Nueva

Institución: Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

Responsable: Lic. Axel Amílcar Santizo Flores (Carné 100012176)



No.	Actividad	Contenido	Recursos	Evaluación	Resultado
1.	Solicitar permiso Autoridades de Municipalidad de Villa Nueva.	Solicitud de permiso	Autoridades del Postgrado, Asesor y Graduando/ Epesista	Solicitud aceptada	Gestión aceptada
2.	Presentación del Epesista.	Inicio de proceso de graduación/ Epesista	Graduando/ Epesista y Asesor	Asistencia del graduando/ Epesista	Ubicación en la fuente Clínica Dental.
3.	Inicio de investigación	Método de investigación	Graduando /Epesista	Obtención de información	Problemas detectados
4.	Aplicación del FODA	Método de investigación	Graduando/ Epesista	Técnicas apropiadas aplicadas	Selección del problema
5.	Elaborar el Diagnostico	Diagnóstico institucional	Graduando/ Epesista	Informe elaborado	Diagnóstico elaborado
6.	Presentar informe del diagnóstico	Diagnóstico institucional	Graduando/ Epesista	Informe elaborado	Diagnóstico elaborado

Duración: 25 de mayo al 20 junio 2016



Anexo
Lista de cotejo



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

Maestría en Comunicación para el Desarrollo

Área: Comunidad La Selva Ciudad Peronia, Zona 8, Villa Nueva

Institución: Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

Responsable: Lic. Axel Amílcar Santizo Flores (Carné 100012176)



Lista de Cotejo

		SI	NO
1.	¿La información recaba fue suficiente para elaborar el informe?	X	
2.	¿Se atrasó la información?	X	
3.	¿Fue suficiente el tiempo para procesar la información?	X	
4.	¿Se cumplió con los objetivos?	X	
5.	¿Hubo colaboración de los involucrados?	X	
6.	¿Fue necesario trabajar tiempo extra?	X	
7.	¿Las propuestas de solución son factibles y viables?	X	
8.	¿Fueron suficientes los recursos?	X	
9.	¿Con la detección de datos se pudo detectar el problema?	X	
10.	¿La técnica para detectar el problema fue la adecuada?	X	
11.	¿Se logró obtener información suficiente para realizar el diagnóstico?	X	



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

Maestría en Comunicación para el Desarrollo

Área: Comunidad La Selva Ciudad Peronia, Zona 8, Villa Nueva

Institución: Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

Responsable: Lic. Axel Amílcar Santizo Flores (Carné 100012176,



		SI	NO
1.	¿Está identificado el problema?	X	
2.	¿Se determinó el lugar de la realización?	X	
3.	¿Se tiene claridad de los objetivos del proyecto?	X	
4.	¿Se justifica el proyecto?	X	
5.	¿Está definido claramente el tiempo de realización?	X	
6.	¿Está comprobado el presupuesto del proyecto?	X	
7.	¿Se define la unidad ejecutora?	X	
8.	¿Se definen los beneficiarios del proyecto?	X	
9.	¿Se especifica el tipo de proyecto?	X	
10.	¿Están cuantificadas las metas?	X	
11.	¿Se cumplió con la planificación prevista?	X	
12.	¿Es claro y conciso el nombre del proyecto?	X	
13.	¿Los datos de la institución están correctos?	X	
14.	¿La justificación sugiere la necesidad de ejecutar el proyecto?	X	
15.	¿El objetivo general resuelve el problema planteado?	X	
16.	¿Los objetivos específicos van encaminados al logro del objetivo?	X	



Anexo

Documentos legales



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

Guatemala 09 de abril de 2016
Of. Postgrado 172-2016

MUNICIPALIDAD DE VILLA NUEVA
RECEPCIÓN

27 ABR 2016

12:30 HORA MINUTOS
VILLA NUEVA

Ingeniero Industrial
Edwin Felipe Escobar Hill
Alcalde Municipal
Municipalidad de Villa Nueva
Presente

Estimado Ing. Escobar:

Es un gusto saludarle y a la vez presentarle al Licenciado Axel Amílcar Santizo Flores, carné No. 100012177, quien es estudiante de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El Lic. Axel Amílcar Santizo, solicita realizar su Trabajo de Graduación de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo, en la Institución que usted dirige, el mismo consiste en realizar un Diagnóstico de comunicación interno y externo, y con base a los resultados presentar una Estrategia de Comunicación.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar la carta que avala la aceptación para que el Licenciado Santizo, desarrolle el trabajo de graduación en dicha Institución, así como su, *Visto Bueno* al momento de finalizar cada uno de los productos que sean generados en el desarrollo del diagnóstico y estrategia.

Cordialmente,

"Id y Enseñad a Todos"

Dr. Carlos Humberto Interiano
Asesor

Mtro. Gustavo Morán
Director
Departamento de Estudios de Postgrado



c.c. archivo



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio
Ciudad Universitaria, zona
Teléfono: (502) 2418-8
Telefax: (502) 2418-8
www.comunicacion.usac



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

Guatemala 25 de abril de 2016
Of. Postgrado 205-2016

Licenciado
Axel Amílcar Santizo Flores
Carné No. 100012177
Ciudad Universitaria

Estimado Lic. Santizo:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por el Consejo Académico de Postgrado, en el Punto CUARTO, incisos, 4.2 y 4.3 del Acta No. 06-2016, de sesión celebrada el martes diecinueve de abril del año dos mil dieciséis, el cual literalmente dice:

"CUARTO: Ratificar Cierre definitivo de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo correspondiente al Programa de "Maestrías y Especialidades"; Establecer plazo para el Licenciado Axel Amílcar Santizo Flores, carné No. 100012177, pendiente de graduación de dicha Maestría. El Consejo Académico de Postgrado, luego del análisis y deliberación, **ACUERDA. ...4.2 Informarle al Licenciado Axel Amílcar Santizo Flores, carné No. 100012177, estudiante de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo, que el tiempo establecido para la realización del Trabajo de graduación, previo a obtener el título de Maestro en Comunicación para el Desarrollo, es de mayo a noviembre del año 2016, tiempo durante el cual deberá cumplir con los pagos que sean asignados y notificados en su momento. 4.3 Nombrar como asesor del Licenciado Axel Amílcar Santizo Flores, carné No. 100012177, al Dr. Carlos Humberto Interiano, durante la realización del Trabajo de Graduación"**

Atentamente,

"Id y Enseñad a Todos"

CONSEJO ACADÉMICO DE POSTGRADO
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Secretario
Consejo Académico de Postgrado

c.c archivo



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Ciudad Universitaria
Teléfono: (502)
Telefax: (502)
www.comunicacion.usac.guatemala.edu.gt



Municipalidad de Villa Nueva

MVN-DCS-Of.131-2016

Villa Nueva 16 de mayo de 2016

Mtro. Gustavo Morán
Director
Departamento de Estudio de Postgrado
Presente

Estimado Mtro. Morán:

En referencia a su oficio Of. Postgrado 172-2016, por este medio se **autoriza al Lic. Axel Amílcar Santizo Flores** para que realice su Trabajo de Graduación de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo en esta Institución. Asimismo, se solicita que el Lic. Santizo se presente en esta Dirección para coordinar fecha de inicio y horario.

Sin otro particular, me suscribo de usted,

Atentamente,


Ender Casasola
Sub Director de Comunicación Social

TM
C.C. Archivo



Decision 17/5/2016
VILLA NUEVA

Más Próspera, educada y segura



Dirección de
**COMUNICACION
SOCIAL**



Municipalidad de Villa Nueva

MVN-DCS-OF.264-2.016

Villa Nueva, 02 de Septiembre de 2.016

Dr. Carlos Humberto Interiano
Mtro. Gustavo Morán
Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Respetables profesionales:

Por este medio informo a ustedes que, a partir del uno (1) de agosto del año en curso, asumí la Dirección de Comunicación Social de esta institución.

En atención al Of. Posgrado 172-2016, el Lic. Axel Amílcar Santizo Flores, a partir del 17 de mayo del año en curso, se encuentra en su Trabajo de Graduación de Maestría en Comunicación para el Desarrollo, en esta Institución y le fue asignada para su proceso la "Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar", ubicada en Ciudad Peronia, Villa Nueva.

Atentamente,



Lic. Ana Fresse T.
Directora de Comunicación Social

AFT/yo
CC. Archivo

*Recibido
Lic. Amílcar Santizo Flores
Posgrado
5/9/2016*



VILLA NUEVA

Más Próspera, educada y segura



www.villanueva.gub.gt



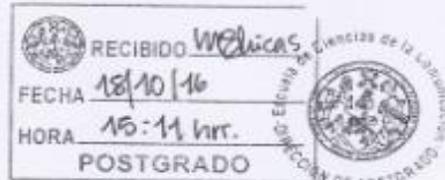
Dirección de
COMUNICACIÓN SOCIAL



Municipalidad de Villa Nueva

Villa Nueva, 17 de octubre de 2016

Dr. Carlos Humberto Interiano
Mtro. Gustavo Morán
Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala



Respetables autoridades:

De acuerdo a los lineamientos que demandó el Of. Postgrado 172-2016, de fecha 09/04/16, de las autoridades de Estudios de Postgrado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, me permito informar que el Lic. Axel Amílcar Santizo Flores, Carné No. 100012176, en proceso de graduación de la Maestría en Comunicación para el Desarrollo, cumplió con la entrega del diagnóstico y la estrategia de comunicación, que comprende varios productos, estos, tiene el visto bueno de mi persona, siendo los siguientes:

- Cinco spots para radio de 30 segundos
- Cinco spots para televisión de 30 segundos
- Cuatro piezas publicitarias para medio impreso periódico
- Un rotafolio de cuatro laminas que contiene historietas
- Cuatro Afiches
- Obra de teatro callejero
- Un folleto
- Cinco spots de 15 segundos para redes sociales
- Cuatro post para redes sociales: Facebook y Twitter

El Lic. Santizo Flores, durante su proceso fue responsable, dinámico y perseverante, participó en la jornada de Olimpiadas Especiales y dos con odontólogos estadounidenses. Además de su trabajo profesional, donó a esta clínica la fotografía de la Dra. Ana Edith Hernández Escobar, en honor a esta profesional, que fundó la primera clínica dental de servicio social en Villa Nueva.

Atentamente,

Dra. Stephanie Lambour F.
COORDINADORA GENERAL ODONTOLÓGICA
Y ESTÉTICA DENTAL
C.D.L. 2743

Dra. Stephanie Lambour
Directora Coordinadora
Clínica Dental Ana Edith Hernández Escobar

CC: Archivo



VILLA NUEVA

Más Próspera, educada y segura

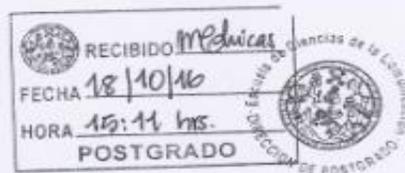
www.villanueva.gov.gt



Municipalidad de Villa Nueva

Villa Nueva, 18 de octubre de 2016

Dr. Carlos Humberto Interiano
Mtro. Gustavo Morán
Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente



Estimados señores:

Por este medio recibí satisfactoriamente del Lic. Axel Amílcar Santizo Flores, con carné número 100012176 la campaña NO PIERDAS TU SONRISA, la cual se adapta a la imagen que se maneja en la Municipalidad de Villa Nueva.

Recibimos satisfactoriamente la Estrategia de Comunicación para el Desarrollo de la Clínica Dental "ANA EDITH HERNÁNDEZ ESCOBAR", la cual implementaremos después que el Lic. Santizo Flores haya sostenido el examen privado para obtener el grado académico de maestría.

Al mismo tiempo quiero felicitarlo por su gran trabajo.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ana Fresse
Licda. Ana Fresse
Directora de Comunicación Social

C.C. Archivo



VILLA NUEVA

MÁS Próspera, educada y segura

www.villanueva.gm.gt



Dirección de
**COMUNICACIÓN
SOCIAL**

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
DIRECCION GENERAL FINANCIERA
DEPARTAMENTO DE CAJA
SECCION DE MATRICULA

SOLVENCIA GENERAL

160020

COD. FAC	CARNET
16	100012177

No. 858331

NOMBRE: Santizo Flores Axel Amilcar

DIRECCION: 2 Avenida C 1-45 Zona 7 Residenciales Colinas De Monte TELEFONO:

PENDIENTE DE EXAMEN

PRIVADO
 PUBLICO
 INSCRIPCION EPS
 GRADUACION EPS
 TESIS
 OTROS

MC _____

08/08/2009
VENCER 08/08/2016

PAGA	AÑOS ANTERIORES	AÑO ACTUAL	MC AÑO ANTERIOR	MC AÑO ACTUAL
Q _____				
Q _____				
Q _____				
Q 0.00				
Q _____				
Q _____				
				TOTAL

OBSERVACIONES:
Maestría En
Comunicación Para El
Desarrollo

20 abr-16

GUATEMALA DE _____



(F) _____
Of. Sec. Mat. Estudiantil
Depto. Caja

TRIPLICADO TESORERIA

(Sello)

FORMULARIO BORNOS ESTANDARIZADO S. C. UNIV. SAN CARLOS DE GUATEMALA. FAX: 2438-4518