

# La Comunicación como Herramienta de Cambio en Guatemala



*“Llegó entonces la palabra, vinieron juntos Tepew y Q’uq’kumatz, en la oscuridad en la noche, y hablaron entre sí. Hablaron pues, consultando entre sí y meditando; se pusieron de acuerdo, juntaron sus palabras y su pensamiento”. Popol Wuj*

**María Claudia Santizo**  
**Agosto 2025**



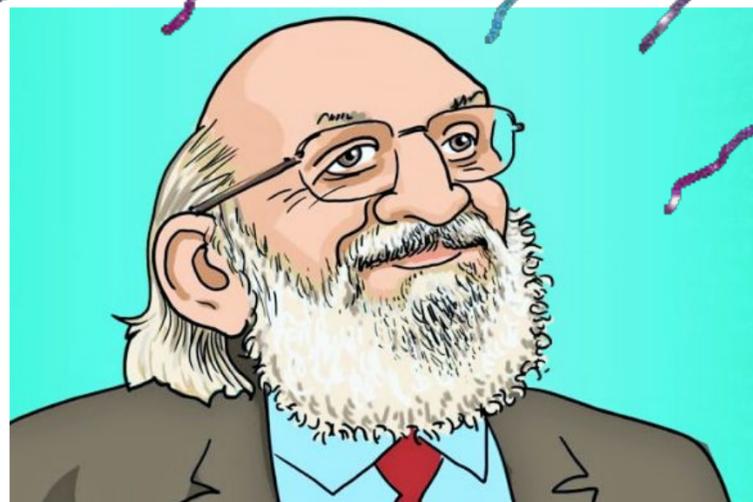
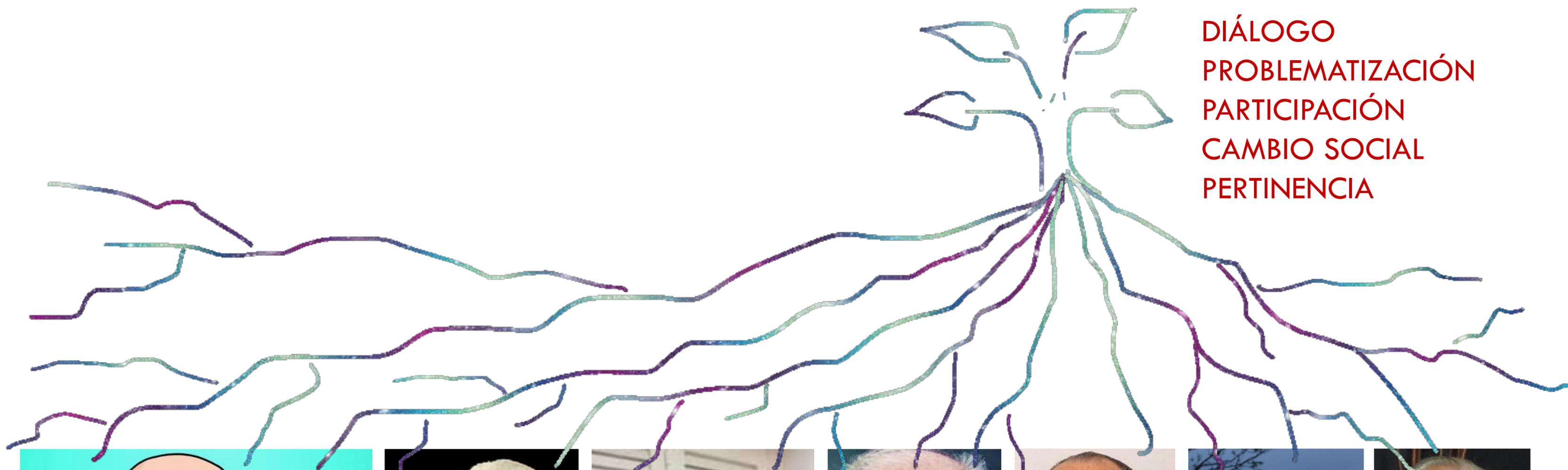
**Kuj t'zijonik rumal le utzilal pa re qa k'aslemal**

**Dialogamos para una vida plena (maya  
- k'ich'e)**

**Comunicación para El Buen Vivir**

# América Latina ha construido un marco conceptual

DIÁLOGO  
PROBLEMATIZACIÓN  
PARTICIPACIÓN  
CAMBIO SOCIAL  
PERTINENCIA



FREIRE



KAPLÚN



PRIETO CASTILLO



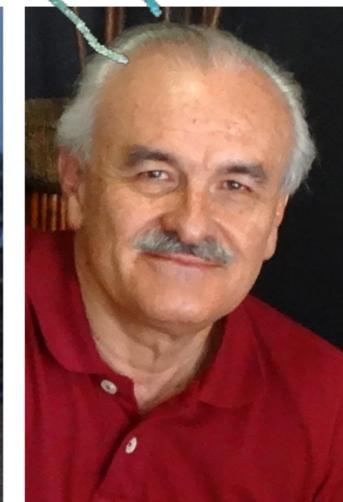
DÍAZ BORDENAVE



BELTRÁN

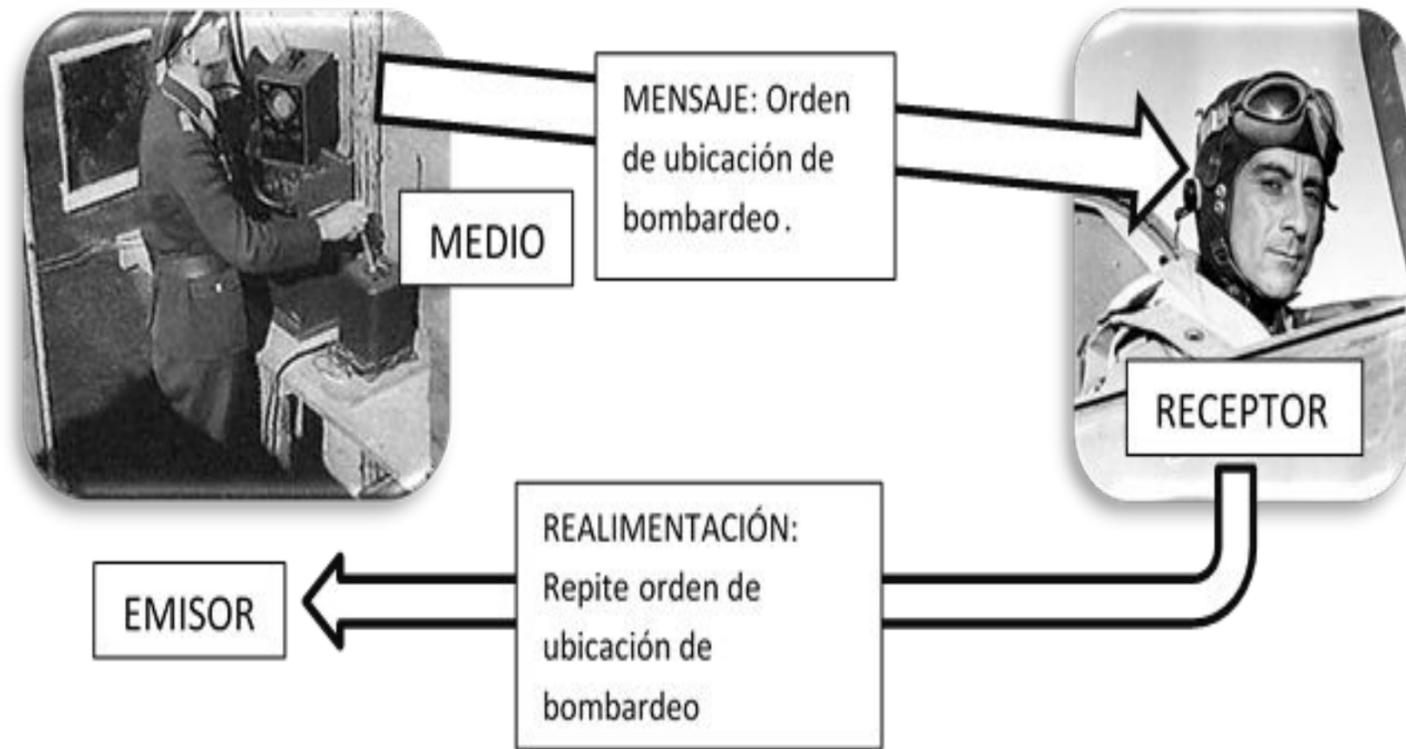


CAVELO RÍOS



GUMUCIO

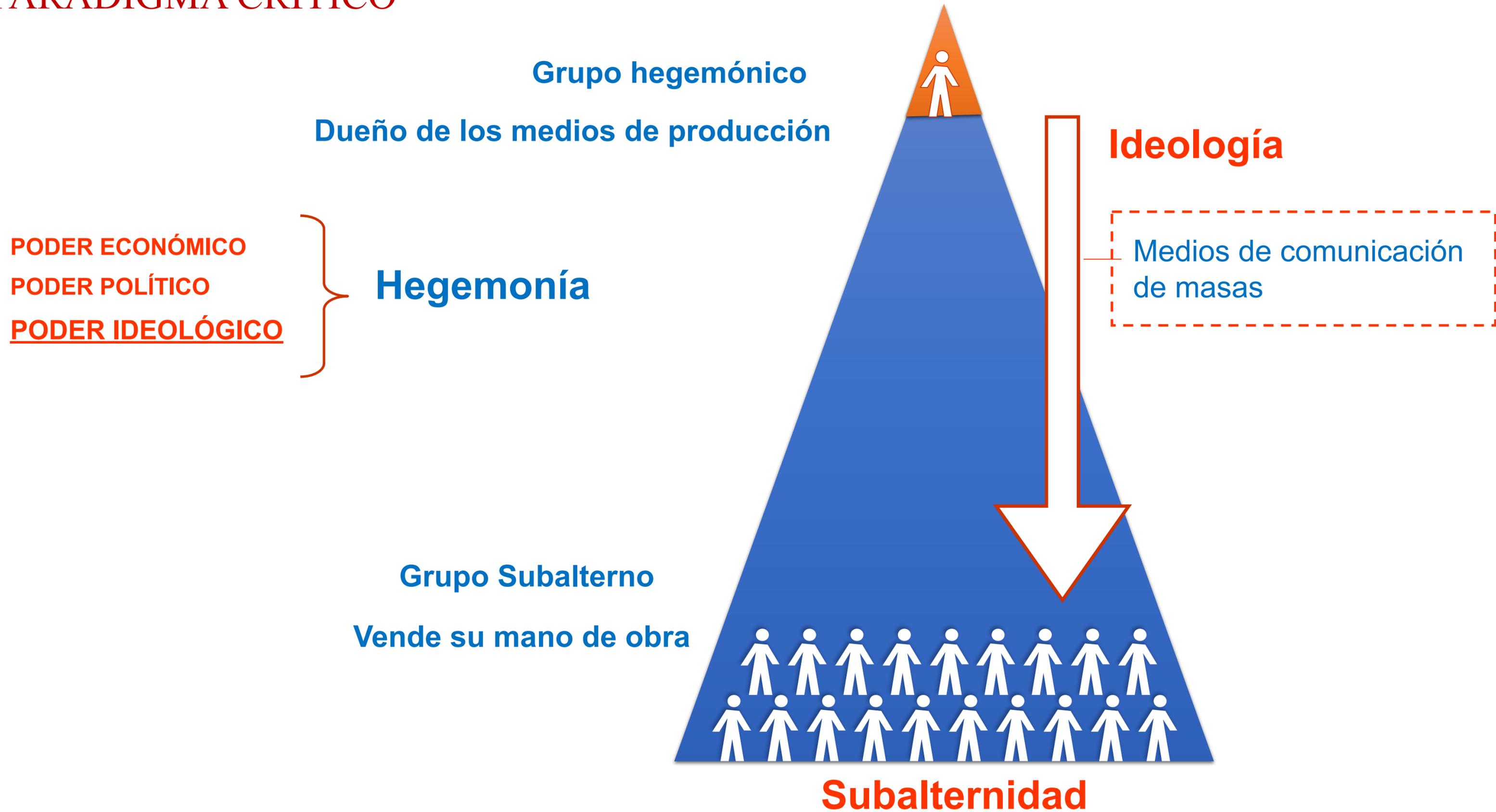
# Comunicación - Segunda Guerra Mundial



Alan Turing



# PARADIGMA CRÍTICO



PODER ECONÓMICO  
PODER POLÍTICO  
PODER IDEOLÓGICO



**Hegemonía**

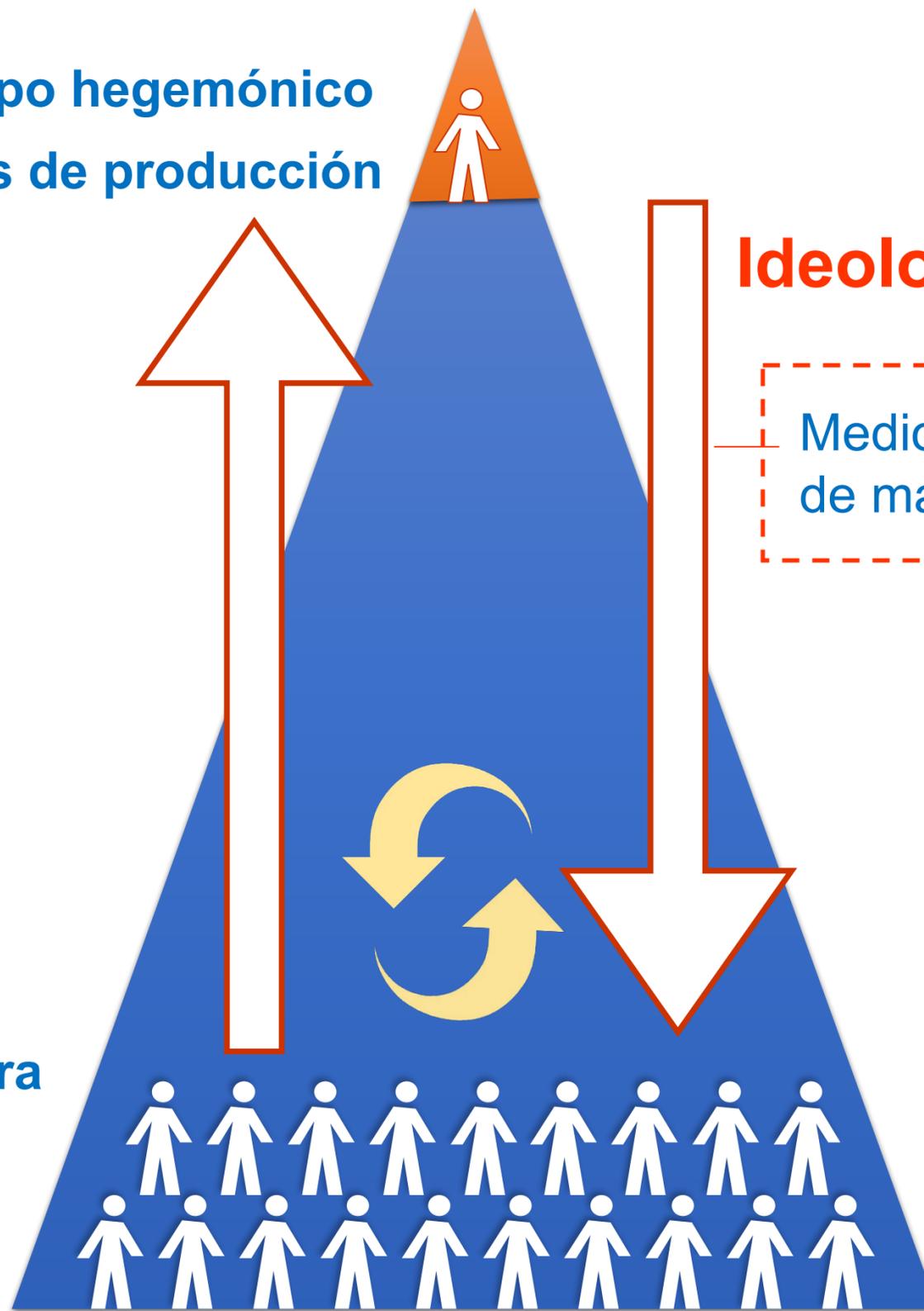
**Grupo Subalterno**  
Vende su mano de obra

**Grupo hegemónico**

**Dueño de los medios de producción**

**Ideología**

Medios de comunicación  
de masas



**Subalternidad**

# ¿Qué es un comportamiento?

- Es actuar de una manera determinada (acción y omisión).
- Es la manera como la persona responde frente a ciertas situaciones o estímulos.
- Es una forma de socializar con otras personas y fortalecer el sentido de pertenencia



# Cambio de Comportamiento: ¿De qué hablamos?

***El comportamiento son las acciones prácticas que realizan, padres, madres, cuidadores, familias y comunidades.***

Actitudes	Conocimientos	Prácticas
¿Qué sentimos?	¿Qué sabemos?	¿Qué hacemos?
		

Esta determinado por:

Lo que SIENTEN

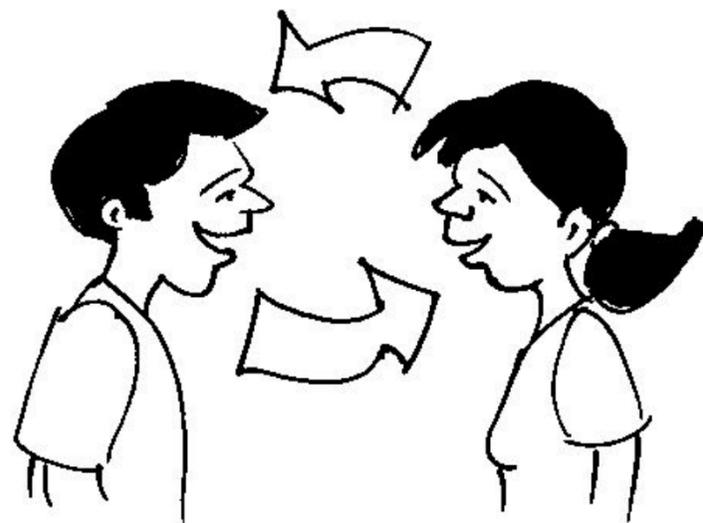
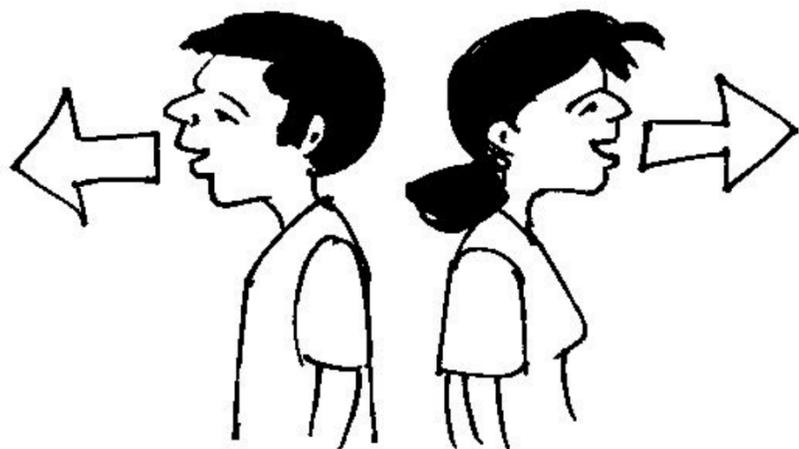
Lo que PIENSAN

Lo que HACEN

\*actitudes

\* conocimientos

\* prácticas



**¿Cómo  
entender la  
comunicación?**

Yo creo que es cuando le transmito a los demás lo que yo quiero decirles. Sobre todo para que hagan lo que yo quiero que hagan. Por eso, me comunico con ellos.



**¿Esto es la comunicación?**

¿No le parece agradable poder conocer lo que piensan los demás?

A mí me gusta más eso de **compartir** nuestras ideas, pensamientos, sueños...

¿O es esto?



# Hay dos maneras de entender la comunicación...

Como **TRANSMISIÓN** de mensajes de alguien hacia otros.

Como **INTERCAMBIO** de mensajes entre varias personas.

¿Cuál le parece a usted, que se asemeja más a lo que pretendemos con la comunicación?



# Si entendemos la comunicación como transmisión...

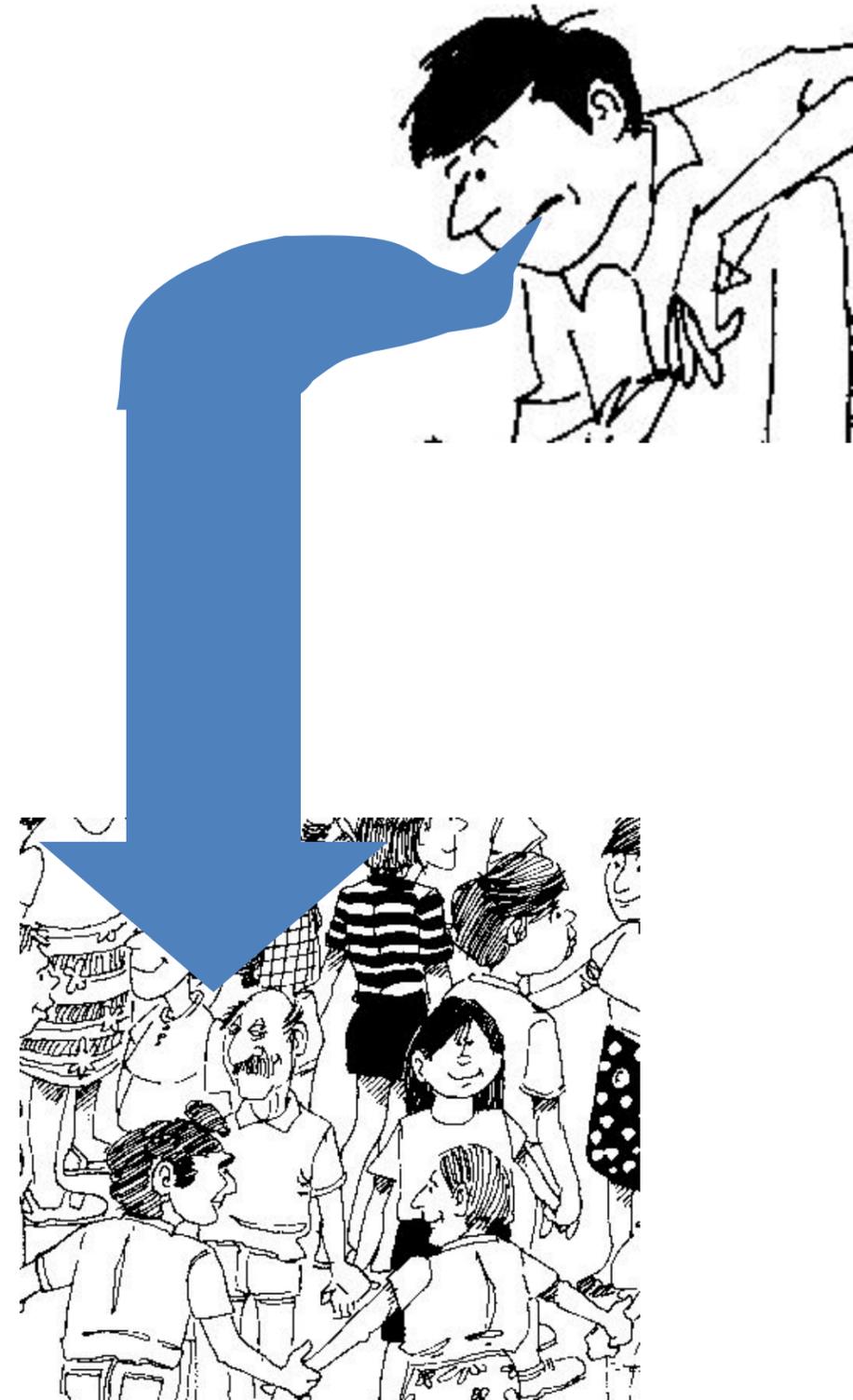
Hablamos de:

Una comunicación dominadora

Donde sólo uno puede hablar

Donde una persona se apodera del derecho a comunicarse.

Donde no importa lo que digan los otros, porque sólo son nuestro público.



# Si entendemos la comunicación como intercambio...

Hablamos de:

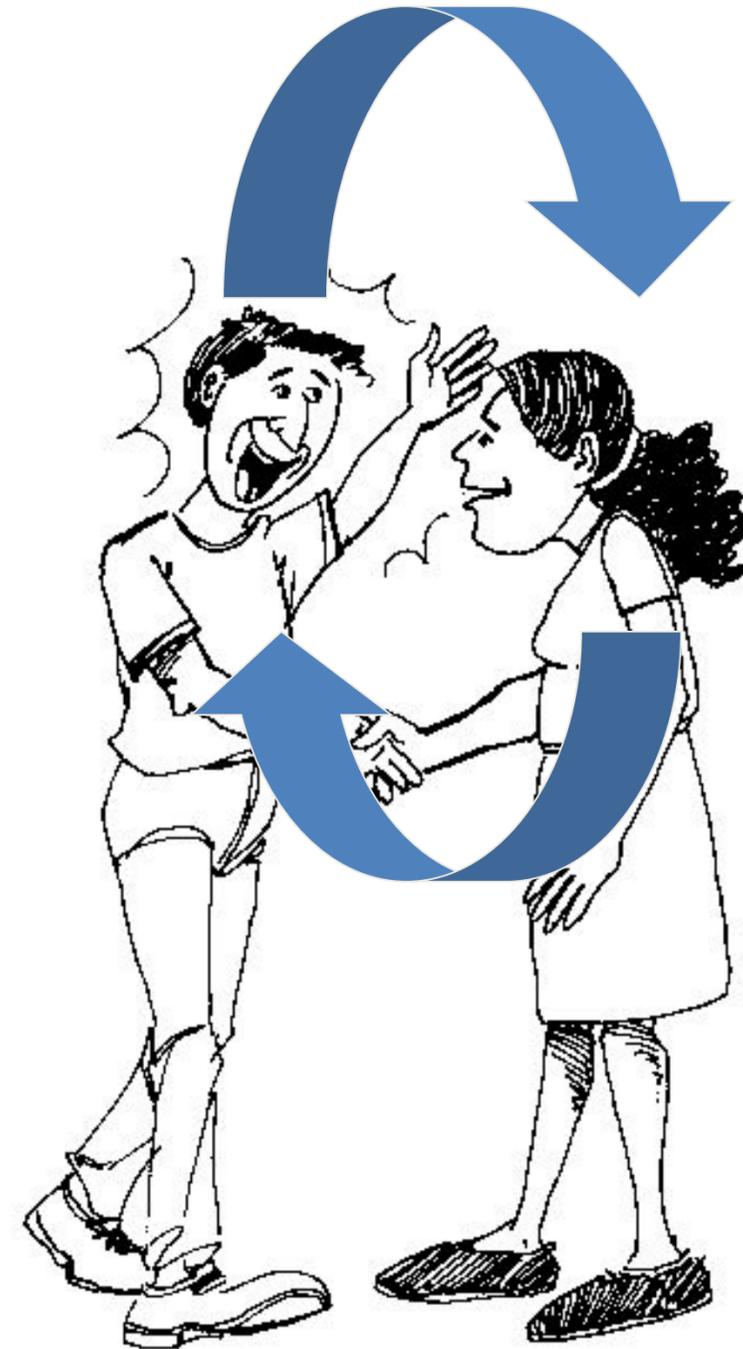
diálogo

Comunitaria

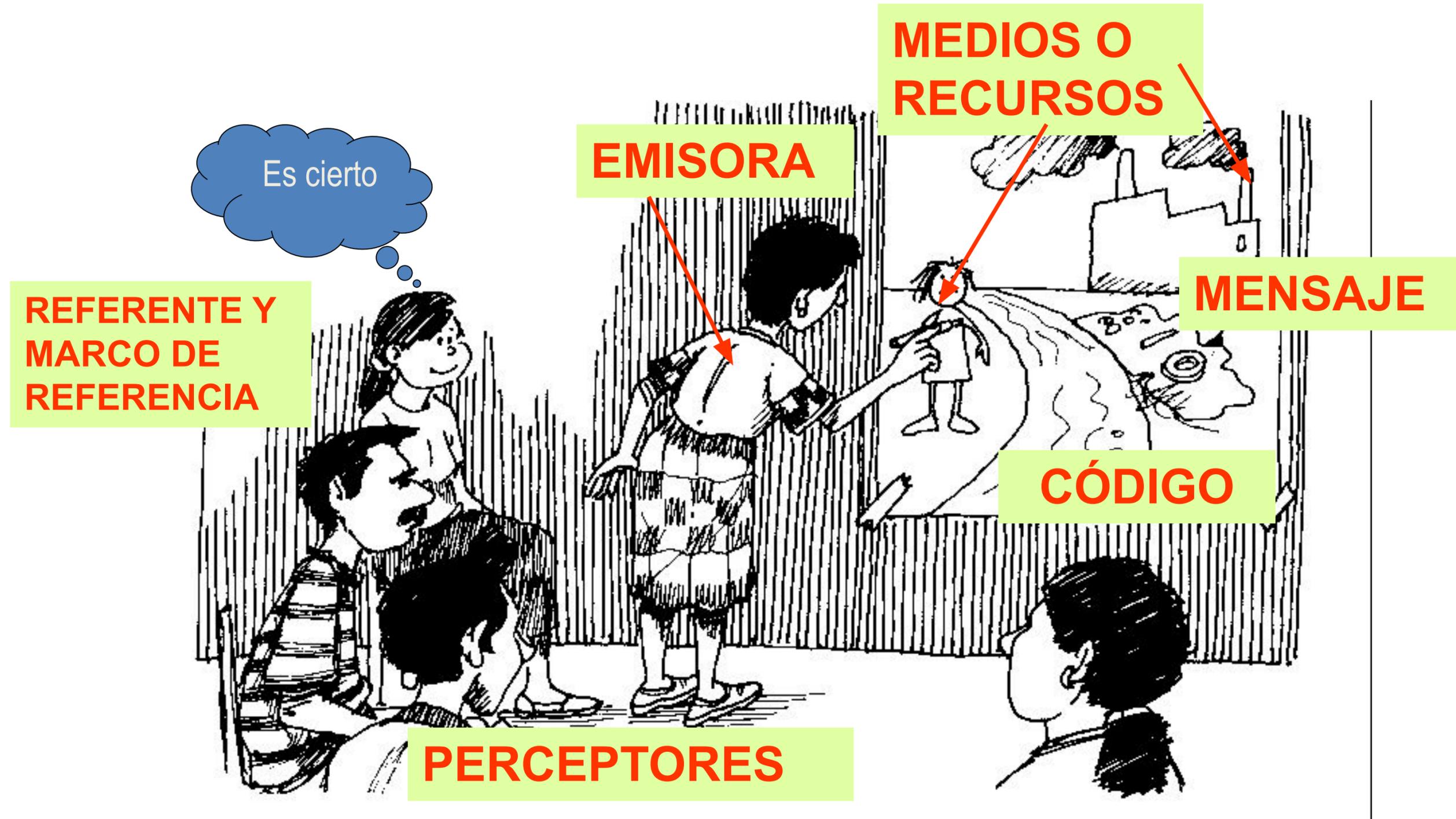
Donde es valiosa la palabra de todos y todas

Participativa

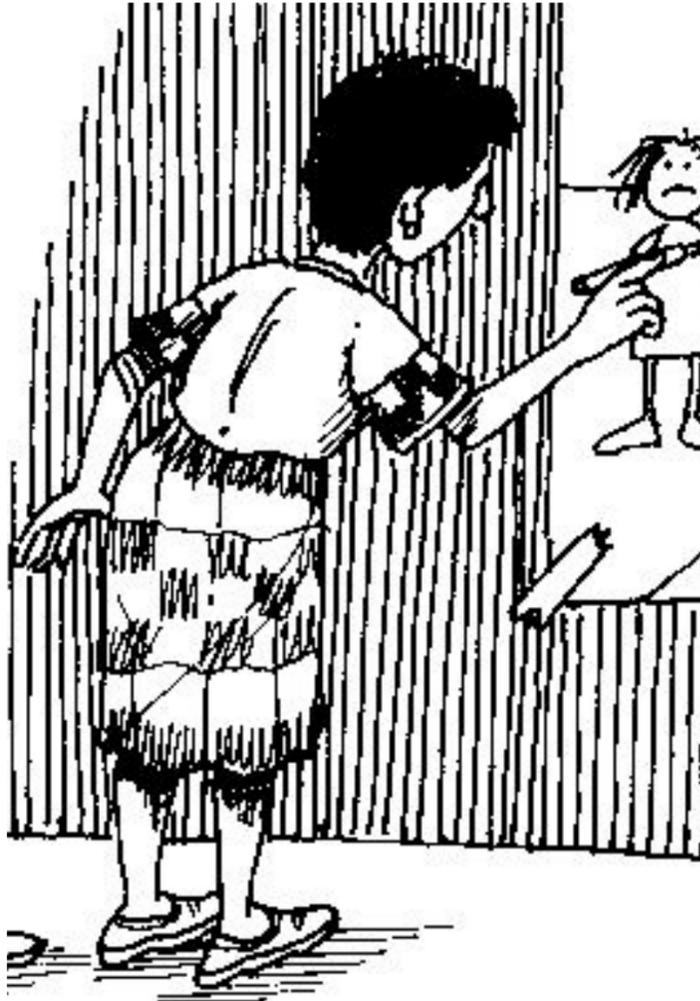
Al servicio de todos y todas.



# ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN



# Emisor o emisora



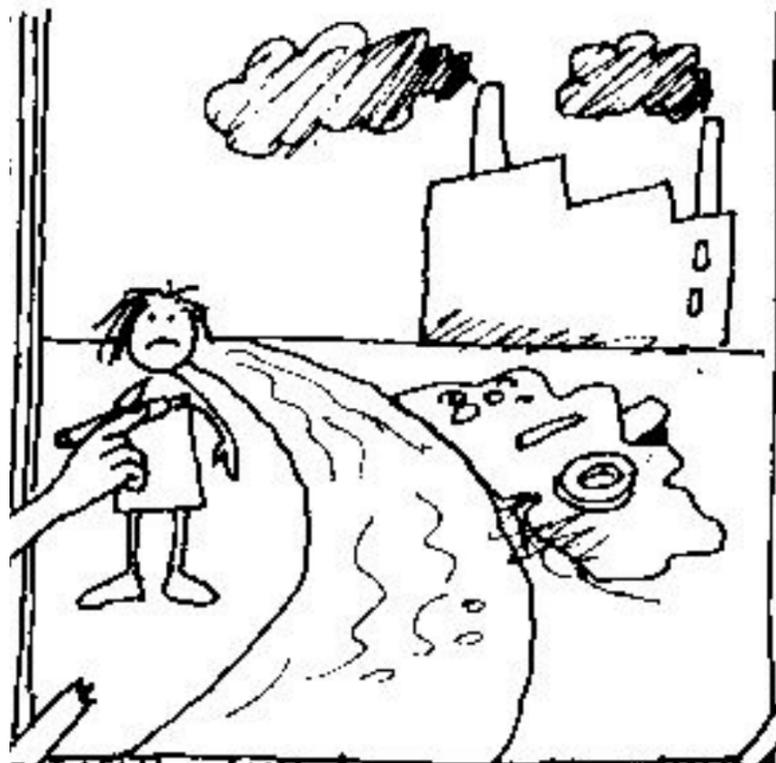
- Es quien toma la iniciativa de la comunicación.
- Quien promueve el intercambio.
- Es un facilitador.
- Es un papel que le pertenece a todos quienes participan en el proceso, es intercambiable.
- Parte del conocimiento de sus interlocutores.

# Perceptor o perceptora



- Recibe el mensaje, pero lo analiza.
- Con base en el análisis es capaz de aceptarlo, rechazarlo o complementarlo.
- Ello le ayuda para generar una respuesta, lo que lo convierte también en emisor.
- Es tan valioso como el emisor y también tiene muchas cosas que aportar.

# Mensaje



- Es lo que dice el emisor.
- También es lo que dice el receptor.
- Es como se materializa la idea que alguien quería compartir.
- Genera nuevos mensajes.
- Presenta varios puntos de vista, propone, no impone.
- Sugiere.

# Código



Código:  
dibujos

- Para que emisor y perceptor comprendan el mensaje es necesario usar un lenguaje común.
- El código es la manera como se materializa el mensaje (palabras, signos, gestos, colores, etc.).
- Hay diversidad de códigos.
- Debe ser compartido, conocido por los interlocutores.

# Medios o recursos



- Es el soporte a través del cual ponemos nuestro mensaje.
- Los medios o recursos **no** son sólo la radio, la prensa o la televisión.
- Un buen uso de medios parte del pleno conocimiento del perceptor.

# Referente y Marco de Referencia

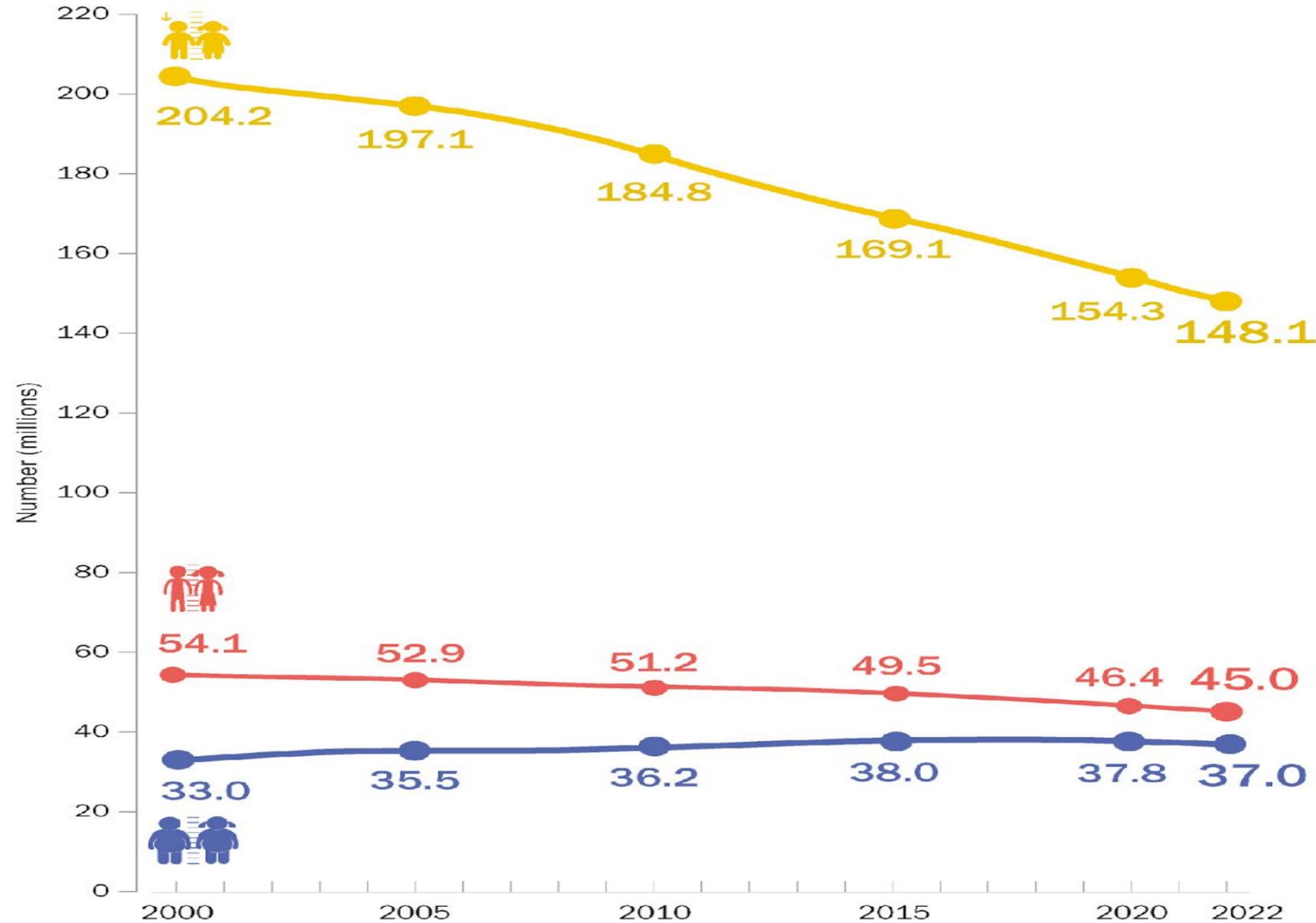


- El referente es la realidad que nos presenta el mensaje del emisor.
- El marco de referencia es la realidad en la que vive el perceptor.
- Lo ideal es que ambos elementos coincidan.
- **Eso sólo se puede lograr si se parte de la misma realidad de los perceptores.**

# La mala nutrición infantil hoy

Han surgido nuevos retos:

Número de niñas y niños menores de 5 años,  
2000-2022



**Por primera vez, el número de niñas y niños con sobrepeso y obesidad, está a punto de superar el número de niñas y niños con desnutrición aguda.**

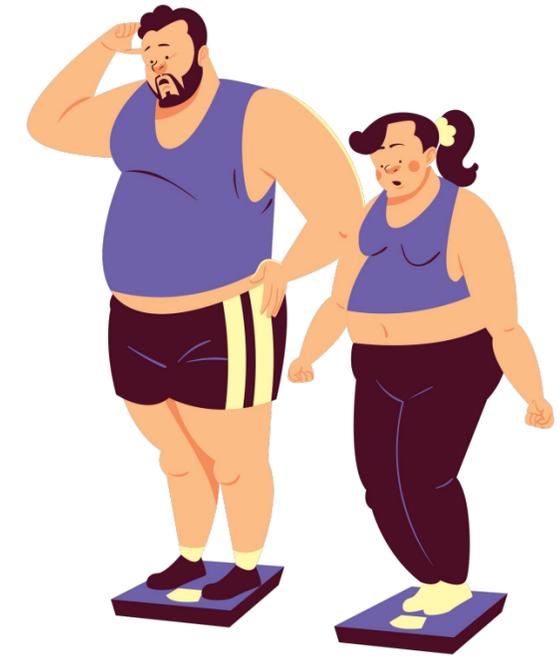
# ¿Cuál es el Desafío?

# LA MALNUTRICIÓN

## ¿Qué dice la evidencia científica?



# Prevalencia de sobrepeso /obesidad



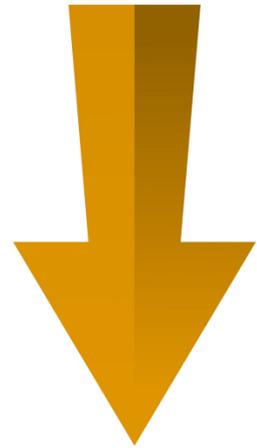
## Patrón de prevalencia de sobrepeso



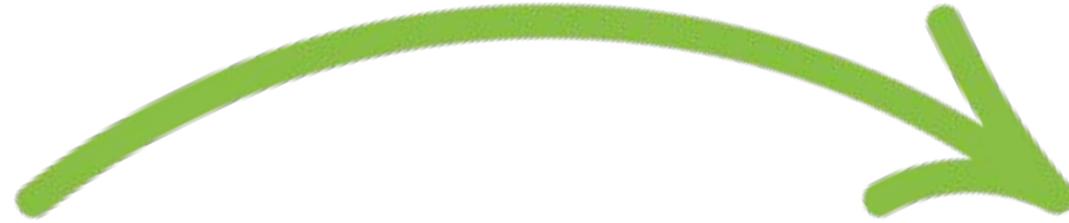
## Consecuencias negativas para la salud

# CAUSAS

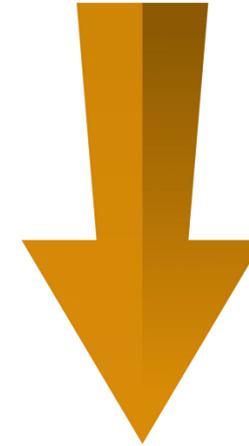
**Ingesta**



**Dieta Poco  
Saludable**



**Gasto de energía**

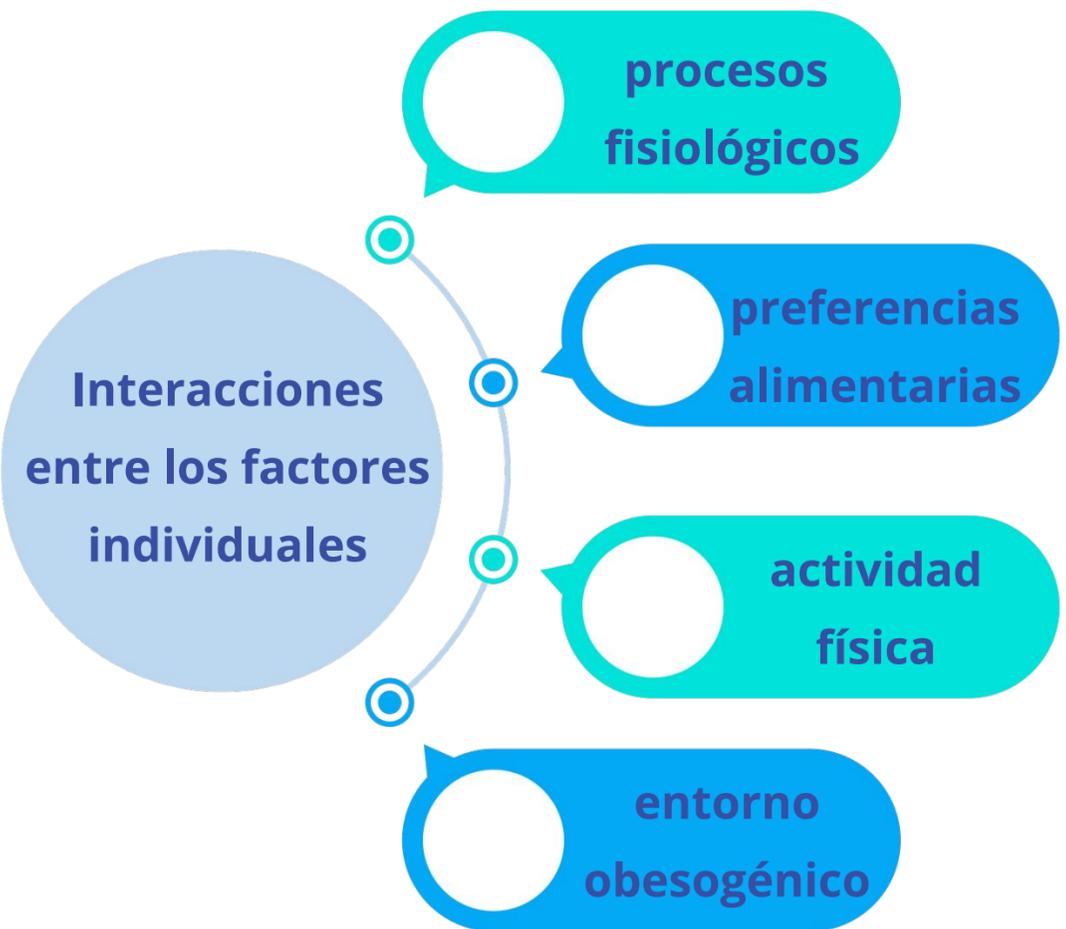


**Actividad Física  
insuficiente**



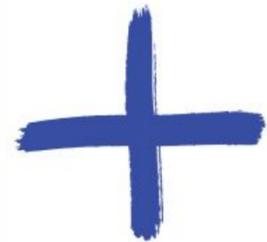
# Complejidad del abordaje del sobrepeso – Causas subyacentes

Todas las formas de malnutrición se entremezclan a lo largo del ciclo de vida



# Abordaje sostenible

**Oferta  
programática**



**Cambio Social y  
de  
Comportamiento**



**Sostenibilidad  
e impacto**



## 10 factores clave del sobrepeso en niños, niñas y adolescentes\*



1. **Sobrepeso materno y paterno.**



2. **Desnutrición materna y desnutrición en los primeros años de vida.**



3. **Prácticas inadecuadas de lactancia materna**, como no iniciar la lactancia materna, no adoptar la lactancia materna exclusiva o la corta duración de la lactancia materna.



4. **Prácticas de alimentación complementaria y hábitos alimentarios inadecuados en los niños y niñas de corta edad**, en particular, la ingesta de alimentos y bebidas con alto contenido en grasas, azúcares y sodio o una alimentación poco variada



5. **Hábitos alimentarios poco saludables en niños y niñas mayores y adolescentes**, en particular, la ingesta de alimentos y bebidas con alto contenido en grasas, azúcares y sodio.



6. **Entornos alimentarios obesogénicos**: escasa disponibilidad, accesibilidad, conveniencia y asequibilidad de alimentos saludables; comercialización de alimentos poco saludables; aumento del tamaño de las raciones; etiquetado inadecuado de alimentos poco saludables.



7. **Actividad física insuficiente**: ausencia de infraestructura física o de oportunidades para llevar un estilo de vida activo; creciente aceptación de comportamientos sedentarios y tiempo frente a la pantalla entre la población infantil.



8. **Entornos culturales obesogénicos**: escasos conocimientos sobre alimentación saludable y alfabetización nutricional; normas sociales relativas a la imagen corporal que incluyen la valoración del sobrepeso en niños y niñas.



9. **Mecanismos epigenéticos**: cambios en la función de los genes causados por influencias externas o ambientales.



10. **Estatus socioeconómico**: bajos ingresos y falta de acceso a alimentos de buena calidad

**Muchos de los factores subyacentes del sobrepeso:**

- o **la nutrición en los primeros años de vida,**
- o **la diversidad alimentaria,**
- o **los entornos alimentarios**
- o **y los factores socioeconómicos**

**son comunes también**

**a otras formas de malnutrición.**

**Esto brinda la oportunidad de abordar en simultáneo todas las formas de malnutrición que comparten factores subyacentes.**

# ESTRATEGIAS PARA PREVENIR EL SOBREPESO

El aumento de la prevalencia del sobrepeso en la población infantil, junto con una mayor comprensión de la doble carga de la malnutrición, ha desencadenado la necesidad urgente de ejecutar intervenciones eficaces que aborden la malnutrición en todas sus formas.

**UNICEF 2020-2030:**

*“proteger y promover una alimentación adecuada, y servicios y prácticas que sustenten una nutrición, un crecimiento y un desarrollo óptimos”*



# Medidas de doble propósito



- Programas de **nutrición materna y atención prenatal**;
- Intervenciones de fomento y protección de la **lactancia materna** exclusiva y prolongada;
- Promoción de una **alimentación complementaria** adecuada y oportuna en los lactantes;
- Políticas para mejorar los **entornos alimentarios** (p.e. acceso a comida sana asequible);
- **Transferencias** de efectivo/alimentos, **subsidios** y **vales** para fomentar opciones saludables;
- **Políticas y programas agrícolas y alimentarios** en favor de una buena alimentación;

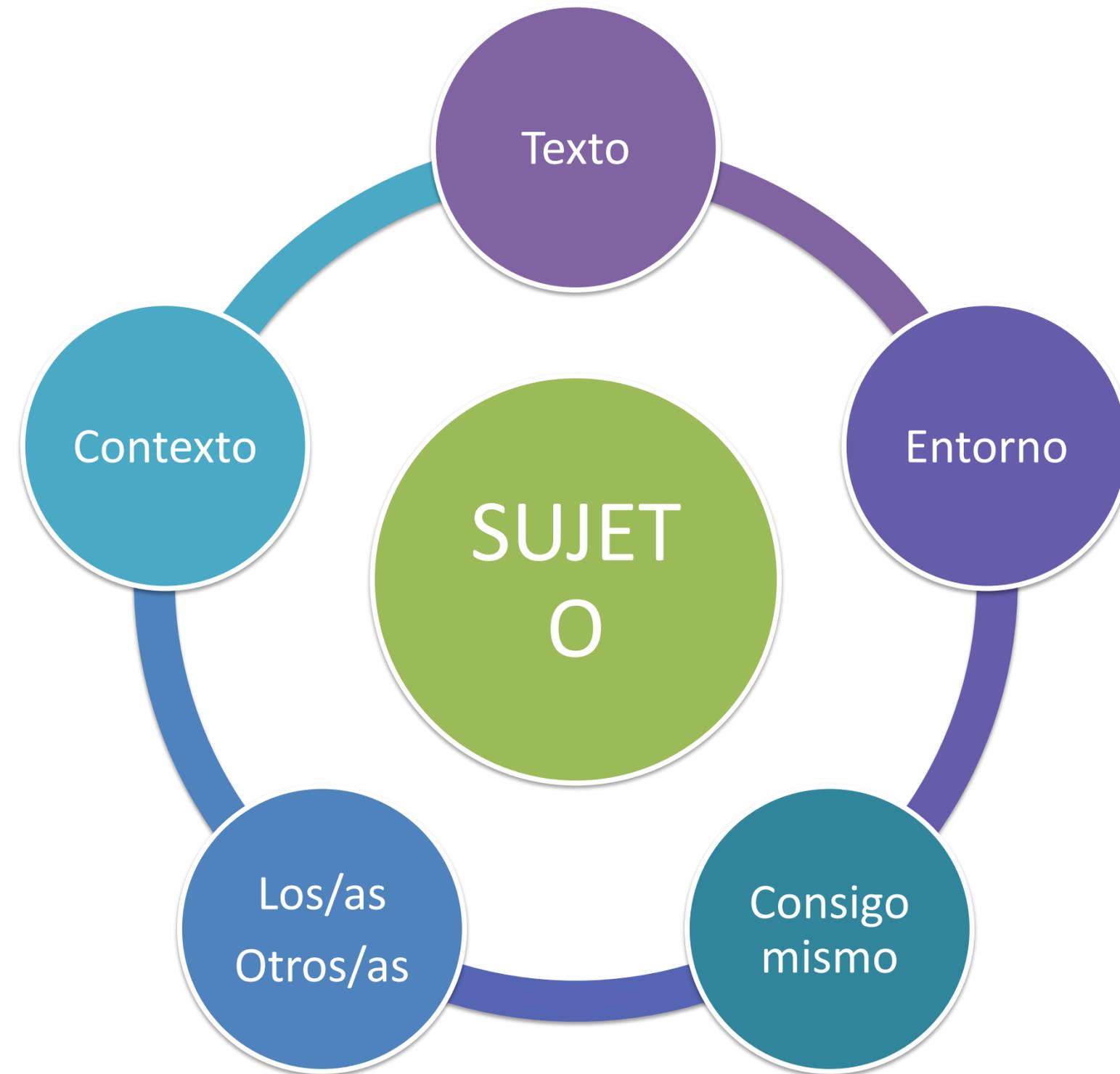
**VARIEDAD**





**Es de suma importancia que toda estrategia de prevención de la obesidad reconozca que alimentarse de forma saludable y realizar más actividad física son desafíos de comportamiento.**

## INSTANCIAS DEL APRENDIZAJE



# **Ideas clave de las Ciencias del comportamiento aplicables a la prevención del sobrepeso:**

**Pequeños cambios pueden tener grandes efectos**

**La información por sí sola no es suficiente**

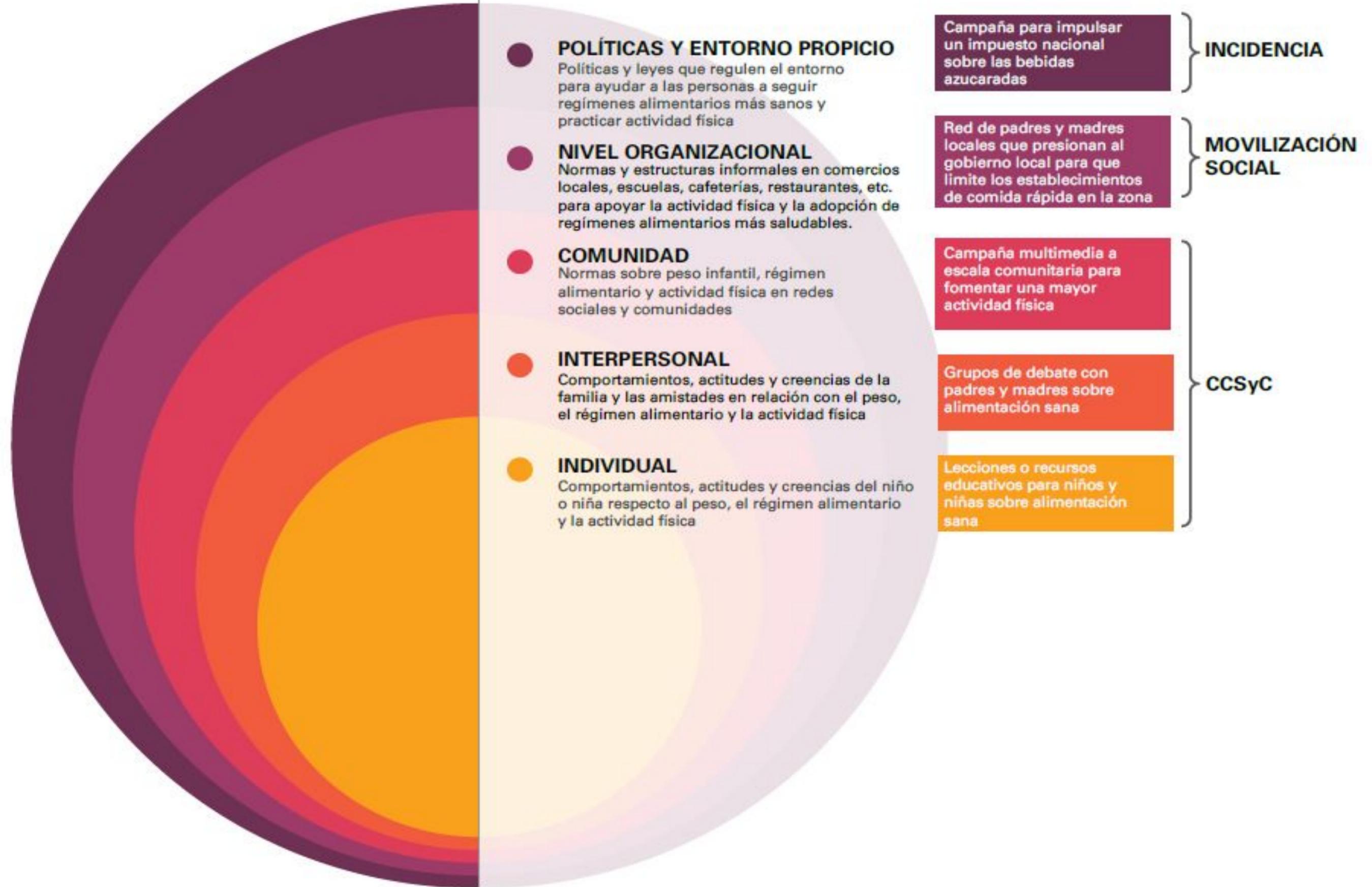
**La autoevaluación no es fiable**

**El contexto es clave**

**La atención tiene sus limitaciones**

**El modelo socioecológico**

# El modelo socioecológico aplicado al sobrepeso

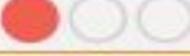


# Comunicación - Herramienta para el cambio



# Eficacia de las Estrategias de CCSyC para los impulsores del comportamiento del sobrepeso

	Las pruebas son sustanciales	<b>3</b>	Eficacia probable
	Hay algunas pruebas	<b>2</b>	De moderadamente eficaz a eficaz
	Hay pocas o ninguna prueba	<b>1</b>	Eficacia moderada probable
		<b>0</b>	Las pruebas son insuficientes para estimar el efecto probable de la iniciativa

Factor impulsor objetivo	Tipo de CCSyC	Solidez de las pruebas	Magnitud probable del efecto
 <b>Nutrición materna</b>	Medios de comunicación		<b>0</b>
	A escala comunitaria		<b>0</b>
	Comunicación interpersonal		<b>3</b>
	Multicomponente		<b>3</b>
 <b>Lactancia materna</b>	Medios de comunicación		<b>1</b>
	A escala comunitaria		<b>0</b>
	Comunicación interpersonal		<b>3</b>
	Multicomponente		<b>3</b>
 <b>Alimentación complementaria</b>	Medios de comunicación		<b>0</b>
	A escala comunitaria		<b>0</b>
	Comunicación interpersonal		<b>3</b>
	Multicomponente		<b>3</b>
 <b>Alimentación de niños, niñas y adolescentes</b>	Medios de comunicación		<b>1</b>
	A escala comunitaria		<b>2</b>
	Comunicación interpersonal		<b>1</b>
	Multicomponente		<b>3</b>
 <b>Actividad física</b>	Medios de comunicación		<b>1</b>
	A escala comunitaria		<b>2</b>
	Comunicación interpersonal		<b>1</b>
	Multicomponente		<b>3</b>



# MUCHAS GRACIAS!

---

**unicef**   
para cada infancia