

PD AMB-484

83609

**INFORME DE VIAJE NO. 2:**

**Strategy Design Of I.E.C. Component  
Cochabamba, Bolivia**

**November 18 - December 6, 1991**

**Sonia Restrepo Estrada  
MotherCare/Manoff Group Consultant**

**Report Prepared for  
The Agency for International Development  
Contract # DPE-5966-Z-00-8083-00  
Project # 936-5966**

## TABLA DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN EJECUTIVO

I. INTRODUCCION

II. ESTRATEGIA DE INFORMACION, EDUCACION Y COMUNICACION

- A. ANTECEDENTES
- B. OBJETIVOS
- C. AUDIENCIA
- D. CONTENIDOS
- E. COMPONENTES
- F. REQUERIMIENTOS DE MATERIAL
- G. PLAN DE TRABAJO
- H. PRESUPUESTO

III. EMPRESAS PRODUCTORAS DE MATERIAL

- A. AGENCIAS DE PUBLICIDAD
- B. PRODUCTORAS DE TELEVISION
- C. PRODUCTORAS DE RADIO E IMPRESOS

IV. ADMINISTRACION LOCAL DEL COMPONENTE DE IEC

- A. COMITE INTERINSTITUCIONAL DE IEC
- B. COORDINADOR DE IEC
- C. UNIDADES ADMINISTRATIVAS BASICAS

V. ACCIONES COMPLEMENTARIAS

- A. SUBCOMISION DE IEC, LA PAZ
- B. OTRAS ACTIVIDADES

VI. RECOMENDACIONES

ANEXOS

1. Scop of Work
2. Lista de personas contactadas
3. Presupuesto de producción de material educativo
4. Carta-cotización del Gerente General de Telecentro
5. Comité Interinstitucional de IEC, Reglamento Interno
6. Recortes de prensa
7. Hojas de Vida

## AGRADECIMIENTOS

El trabajo de consultoría al Proyecto de Salud Reproductiva MotherCare en la ciudad de Cochabamba, realizado durante tres semanas y cuyos resultados se presentan en este informe, fue posible gracias a la colaboración tanto de las personas e instituciones vinculadas al proyecto, como de las agencia de publicidad, empresas y medios de comunicación, quienes escucharon y acogieron los planteamientos del proyecto con especial interés y apreciaron su colaboración.

Quiero expresar mi especial reconocimiento a la Coordinadora de los proyectos de MotherCare en Bolivia, Lic. Mary McInerny, quien demostró el mayor interés por prestar su colaboración oportuna y eficiente en todas las tareas emprendidas por la consultora y, a pesar de no ser éste su campo de actividad, siempre hizo aportes enriquecedores y atinados.

Iguales quiero destacar y agradecer la decidida manifestación de total apoyo y respaldo a la estrategia y a todas las acciones y propuestas emprendidas por la consultora, otorgado por la Directora de la Unidad Sanitaria Dra. Maqaly de Zannier. Considero que su compromiso personal y profesional con el proyecto y con la estrategia de IEC garantiza en gran medida su puesta en ejecución y el éxito de los resultados.

También mi agradecimiento al Coordinador del Proyecto de Cochabamba, Lic. Eduardo Vexina, por su confianza y respaldo a mi trabajo, y a la secretaria del proyecto Jeannette Crespo, quien con dedicación, empeño y sacrificando su descanso personal, facilitó y apoyó en gran medida la realización del presente trabajo.

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe contiene los resultados de la visita de consultoría en el área de comunicaciones realizada al Proyecto de Salud Reproductiva MotherCare en la ciudad de Cochabamba, Bolivia, durante los días comprendidos entre el 18 de noviembre y el 6 de diciembre del año en curso. El propósito de esta visita fue: diseñar una estrategia detallada de IEC para el proyecto, tomando como base la estrategia preliminar propuesta durante la visita anterior, con su respectivo plan de acción, que pueda ser desarrollada en un periodo de dos años; identificar recursos locales para su puesta en ejecución; elaborar un plan de manejo local de este componente; y representar a MotherCare en la reunión mensual de la Subcomisión de IEC en La Paz.

La estrategia de IEC tiene como objetivo general contribuir a la reducción de la mortalidad materna y neonatal en las zonas periurbanas de la ciudad de Cochabamba, a través de acciones de información, educación y comunicación, dirigidas a las madres y familias, al personal de salud y agentes educativos, a la clase dirigente, autoridades políticas, medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil.

Conforman la estrategia cuatro componentes: 1) Sensibilización, cuyo objetivo es informar, sensibilizar y concientizar a distintos sectores de la sociedad sobre la problemática de la madre y el recién nacido, en relación con salud reproductiva; 2) Educación en Salud, para lograr cambios de conocimientos, actitudes y prácticas en las madres, las familias y los agentes educativos, que conduzcan a reducir las altas tasas de mortalidad materna y neonatal; 3) Apoyo a los servicios de salud a través de acciones de promoción, con el fin de incrementar la demanda de servicios como respuesta a un mejoramiento en la calidad de los mismos; y 4) Fortalecimiento institucional, cuyo objetivo es establecer mecanismos de organización y coordinación entre las instituciones ejecutoras y fortalecer su capacidad de comunicación con fines educativos.

Las áreas temáticas fundamentales de la estrategia -además de las generales sobre el estudio cualitativo y de las promocionales- son: 1) Control prenatal, que incluye el derecho de cada hijo a tener una vida sana, las ventajas del control prenatal y la peligrosidad del edema; 2) Parto limpio domiciliario, que incluye técnicas de atención del parto, peligrosidad del uso de pujantes e importancia del material estéril para cortar y amarrar el cordón umbilical; 3) Atención al recién nacido, sobre necesidad de prestar atención inmediata, reconocimiento de signos de riesgo e importancia del calostro; y 4) Planificación Familiar, que incluye el derecho de cada pareja a decidir el número de hijos, métodos de P.F. y peligrosidad del aborto provocado.

La estrategia utiliza una combinación de medios masivos (radio, televisión y material impreso) e interpersonales (charlas educativas y audiodebates), que actúan en forma simultánea sobre cada uno de los temas, difundiendo los mismos contenidos y mensajes, de manera que todos se apoyan y complementan.

La duración de la estrategia está prevista para un periodo de 21 meses (enero de 1992 a septiembre de 1993), con acciones de información, sensibilización, promoción y fortalecimiento institucional, de carácter permanente y continuo y con acciones educativas por periodos de cuatro meses para cada una de las áreas temáticas descritas, para un total de 16 meses de acción educativa interpersonal y masiva.

Durante la visita se pudo identificar las empresas productoras de material y los medios masivos más apropiados para su difusión, de tal manera que el informe incluye recomendaciones específicas sobre contratación de empresas y de medios. Igualmente, se realizó una negociación preliminar con cada una de las empresas recomendadas y se elaboró un presupuesto con base en cotizaciones reales sobre diseño, producción y difusión masiva.

En cuanto a la administración local del componente de IEC se proponen tres instancias de coordinación y ejecución: 1) un comité interinstitucional de IEC, conformado por representantes de las instituciones ejecutoras que opere a nivel de "la junta directiva" de este componente y garantice la ejecución de la estrategia. Durante la consultoría se conformó el comité, se realizaron tres reuniones y se elaboró el reglamento interno. 2) un coordinador de IEC, que se encargue de dirigir, coordinar y supervisar la producción del material, su distribución y su difusión a través de los medios masivos. Al respecto, se identificaron y entrevistaron candidatos y se hace una recomendación sobre contratación del más oprimado según criterio de la consultora; y 3) unidades administrativas básicas de IEC en cada una de las instituciones, con el fin de asegurar no solo el cumplimiento de las tareas de IEC asignadas a cada una de ellas sino también - y lo que es mas importante- garantizar la continuidad de las acciones educativas y de comunicación.

Finalmente, la estrategia diseñada fue presentada por la consultora ante la Subcomisión de IEC sobre Salud Reproductiva de La Paz.

## I. INTRODUCCION

### A. PROPOSITO DE LA VISITA

La consultora visitó el Proyecto de Salud Reproductiva MotherCare en Cochabamba por segunda vez, entre los días 18 de noviembre y 6 de septiembre, con el fin fundamental de continuar el trabajo de diseño de la estrategia de IEC iniciado en el mes de agosto, elaborar un plan de trabajo detallado, identificar responsables de las acciones, proponer un plan de manejo local y asistir a la Subcomisión de IEC en la ciudad de La Paz.

Los términos de referencia para la consultoría y las responsabilidades encomendadas fueron las siguientes:

1. Trabajar con las contrapartes locales, especialmente con la Unidad Sanitaria y las ONGs, para especificar la estrategia de comunicaciones dirigida a la clase dirigente política y la comunidad. Trabajar con la Facultad de Medicina, el Hospital Materno-Infantil Germán Urquidí y las ONGs locales para especificar la estrategia de comunicaciones para los trabajadores de la salud.

La estrategia de comunicaciones detallada debe comprender las actividades que realísticamente puedan ser llevadas a cabo en un periodo de dos años e incluir los siguientes aspectos:

- 1) un planteamiento preciso sobre objetivos,
  - 2) las actividades detalladas requeridas para alcanzar los objetivos,
  - 3) un plan de trabajo que detalle los pasos involucrados en cada actividad y los contenidos de las actividades o materiales en relación con los objetivos, y
  - 4) los recursos humanos, materiales y financieros de cada actividad y un estimativo de costos.
2. Continuar con el trabajo iniciado en la pasada consultoría de identificar recursos locales y trabajar con ellos para conseguir una estrecha colaboración con el proyecto de los grupos o empresas más apropiadas para realizar el trabajo.
  3. Trabajar en un plan de manejo local para el componente de comunicaciones.
  4. Representar a MotherCare en la reunión mensual de la Subcomisión de IEC sobre Salud Reproductiva en La Paz.

Ver Anexo No. 1: Scope of Work.

## **B. ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Todas las tareas asignadas a la consultora fueron realizadas completamente. Este informe refleja los resultados de las actividades desarrolladas. En él se presenta la estrategia completa y detallada para el componente de IEC del Proyecto de Salud Reproductiva MotherCare en Cochabamba, con sus objetivos, componentes, contenidos, audiencia, actividades, materiales, cronograma, y responsables de su ejecución. Igualmente se incluye un presupuesto completo con costos de producción y difusión de los materiales educativos, informativos y promocionales.

El informe contiene también una descripción resumida de las agencias de publicidad, empresas productoras de material y medios masivos de comunicación visitados y las recomendaciones respectivas sobre las más adecuadas para la realización de cada una de las actividades previstas en la estrategia.

Asimismo, se presenta una propuesta para el manejo local de este componente, donde se incluyen las acciones realizadas para la conformación y puesta en marcha de un Comité Interinstitucional de IEC y para la identificación y selección de candidatos para desempeñar las funciones de Coordinador de IEC.

Finalmente, el informe incluye otras actividades complementarias como la presentación de la estrategia ante la Subcomisión de IEC en La Paz y otras adicionales.

Para la realización de este trabajo, la consultora estableció contactos y realizó reuniones y entrevistas con las personas e instituciones que aparecen relacionadas en el Anexo No. 2: "Lista de personas contactadas".

## II. ESTRATEGIA DE INFORMACION, EDUCACION Y COMUNICACION

### A. ANTECEDENTES

En desarrollo de las actividades previstas para el año en curso, como parte del componente de Información, Educación y Comunicación del Proyecto de Salud Reproductiva MotherCare en la ciudad de Cochabamba, se realizó un Seminario-Taller sobre "Investigación para las Estrategias de Intervención" durante los días 30 y 31 de agosto y 1 de septiembre de 1991.

Este evento arrojó importantes resultados para el diseño de la estrategia de IEC, entre los que se destacan los siguientes:

- Priorización de las prácticas de las madres rechazadas por el Sistema de Salud, de acuerdo con las posibilidades de modificación de las mismas por parte de las madres y los posibles puntos de resistencia, teniendo en cuenta el impacto epidemiológico que dichas prácticas tienen sobre las madres y los niños.
- Priorización de las prácticas de los Servicios de Salud rechazadas por las madres, teniendo en cuenta aquellas cuya modificación pudiera contribuir a generar una mayor demanda de los servicios por parte de las madres.
- Identificación de los elementos básicos para la planificación de las estrategias de IEC.
- Mensajes básicos sobre cada una de las prácticas seleccionadas, incluyendo elementos motivacionales, puntos de resistencia y mensajes complementarios, así como principales medios de comunicación sugeridos para la intervención

Tomando como base los elementos anteriores, la consultora diseñó una propuesta de estrategia de IEC la cual fue presentada en el Informe de Viaje No. 1 (Agosto 26 - Septiembre 6 de 1991).

Dicha propuesta fue revisada por MotherCare y Manoff Group quienes hicieron sugerencias sobre ajustes, precisiones y adiciones, las cuales se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Hacer un planteamiento preciso sobre objetivos realizando una selección de los presentados en la propuesta inicial de estrategia.
- Incluir las actividades que realísticamente puedan ser realizadas en un período de dos años, utilizando recursos locales.
- Presentar en detalle las actividades requeridas para alcanzar cada uno de los objetivos.
- Elaborar un plan de trabajo con su cronograma, en el que se detallen todos los pasos a seguir para cada una de las actividades, el contenido general de las actividades y los materiales en relación con los objetivos.
- Determinar quien es responsable de cada actividad.

- Elaborar un presupuesto realista para cada producto y para toda la estrategia.

Copia de la propuesta de estrategia también fue entregada a las entidades ejecutoras del proyecto en Cochabamba (Unidad Sanitaria y ONGs). Durante la consultoría se realizó una presentación y explicación de la estrategia a los representantes de dichas entidades a quienes se les solicitó revisarla y concretar los aspectos prioritarios que deberían ser incluidos en la nueva versión de estrategia, siguiendo las indicaciones de MotherCare y Manoff Group.

Como resultado de esa solicitud, las instituciones, en términos generales, expresaron su acuerdo con la propuesta inicial de estrategia y solicitaron que, de ser posible, se mantuviera todas las actividades propuestas, por considerar que la estrategia no debería fraccionarse ni priorizarse, dada la interrelación que tenían todas las actividades entre sí.

A pesar de lo anterior, y siguiendo las instrucciones de MotherCare y Manoff Group, la consultora procedió a elaborar una nueva propuesta de estrategia, la cual se detalla a continuación. Esta nueva versión fue presentada y entregada a las instituciones ejecutoras y expresamente discutida en detalle con la Directora de la Unidad Sanitaria, quienes expresaron su total acuerdo.

## **B. OBJETIVOS**

La estrategia de IEC tiene como objetivo general contribuir a la reducción de la mortalidad materna, neonatal en las zonas periurbanas de la ciudad de Cochabamba, a través de acciones de información, educación y comunicación, dirigidas a las madres y familias, al personal de salud, y agentes educativos, a la clase dirigente, autoridades políticas, medios de comunicación y en general a todas las organizaciones de la sociedad civil.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1). Informar, concientizar y sensibilizar a la clase dirigente, las autoridades políticas y administrativas, los medios de comunicación, las instituciones de salud y otros sectores organizados de la sociedad civil, sobre la problemática de la mujer y el recién nacido en relación con el ciclo reproductivo, las tasas de mortalidad y morbilidad materna y neonatal y las propuestas de acción para mejorar dicha situación.

2) Lograr cambios de conocimientos, actitudes y prácticas relacionados con distintas etapas del proceso de salud reproductiva, en las madres, las familias y la comunidad, a través de acciones educativas por medios interpersonales y masivos.

3) Informar y crear conciencia en el personal de salud y los agentes que imparten educación en salud vinculados al sector oficial y a las ONGs de salud, sobre las actitudes, creencias y practicas de la comunidad, a fin de que presten un servicios mas adecuado a la demanda de la población y capacitarlos en el uso de materiales educativos.

4) Incrementar la demanda de servicios de salud por parte de la población, a través de acciones de promoción de los servicios que respondan al mejoramiento de la atención y su adecuación a las necesidades y demandas de la población.

5) Establecer mecanismos de organización y coordinación entre las instituciones para desarrollar la estrategia de IEC.

### C. AUDIENCIA

La audiencia de la estrategia de IEC está constituida básicamente por cuatro grupos de población:

- 1) La clase dirigente, autoridades locales, directivos de instituciones de salud, universidades, medios de comunicación y opinión pública.
- 2) Madres embarazadas, mujeres en edad fértil, esposos, padres de familia, abuelas, suegras, parteras, jóvenes, adolescentes y estudiantes de ciclo medio.
- 3) Personal de salud y agentes educativos de salud.
- 4) Directivos de las instituciones ejecutoras del proyecto y responsables del componente de IEC.

### D. CONTENIDOS

Para la definición de los contenidos de la estrategia se tomó como base los hallazgos del estudio cualitativo y la priorización de prácticas que se hizo en el Seminario-Taller sobre "Investigación para las Estrategias de Intervención". Dichos contenidos fueron agrupados en cuatro grandes areas temáticas: control prenatal, parto limpio domiciliario, atención al recién nacido y planificación familiar. Estos cuatro grupos de contenidos, junto con uno general introductorio y una promocional sobre los servicios de salud, determinaron la propuesta de plan de acción por etapas. A continuación se enuncian los grupos de contenidos:

- 1) Estudio Cualitativo:
  - Principales hallazgos de la investigación cualitativa de conocimientos, creencias, prácticas y actitudes de las mujeres en relación al ciclo reproductivo.
  - Modelo etnofisiológico.

- Tasas de mortalidad y morbilidad materna y neonatal en Bolivia y Cochabamba.
  - Principales causas de la situación materna y neonatal.
  - Consecuencias de tipo social, económico, cultural y político.
- 2) Control Prenatal:
- Importancia de que cada hijo que se espera sea un hijo deseado y reconocimiento de su derecho a tener una vida sana que comienza con el control prenatal.
  - Ventajas del control prenatal para la madre y el niño.
  - Peligrosidad del edema durante el embarazo, signos, riesgos y necesidad de atención.
- 3) Parto Limpio Domiciliario
- Técnicas básicas para atención del parto limpio domiciliario.
  - Peligrosidad del uso de "pujantes" durante el trabajo de parto, consecuencias y sustitutos.
  - Importancia de utilizar material estéril para cortar y amarrar el cordón umbilical.
- 4) Atención al Recién Nacido
- Necesidades del recién nacido de atención inmediata después del parto.
  - Reconocimiento de signos de problema en el recién nacido y necesidad de búsqueda de atención.
  - Necesidad de poner el niño al seno apenas nazca, importancia del calostro, beneficios para el niño y para la madre, relación de la lactancia materna con el espaciamiento de los nacimientos.
- 5) Planificación Familiar
- Derecho de cada pareja a decidir sobre el número de hijos que quieren tener y ventajas de la planificación familiar.
  - Métodos de planificación familiar, ventajas y desventajas de cada uno.
  - Peligrosidad del aborto provocado como medio de control natal.
- 6) Servicios de Salud
- Tipos de servicios que presta. las instituciones de salud.
  - Clase de atención, adecuación de los servicios a las necesidades, demandas y preferencias de la población, horarios y costos.

Este enunciado de contenidos por áreas temáticas deberá ser desarrollado en detalle por las instituciones ejecutoras, teniendo en cuenta las normas técnicas del Ministerio de Salud, los hallazgos del estudio cualitativo y los contenidos que fueron elaborados en los grupos de trabajo del Seminario-Taller. Sobre

cada area se sugiere elaborar unos contenidos básicos que resuman la información esencial que todas las madres y familias deban conocer y unos contenidos complementarios que amplíen, clarifiquen y refuercen los contenidos básicos.

Con el fin de distribuir el trabajo de elaboración de contenidos, estableciendo responsabilidades específicas y dando participación a todas las organizaciones vinculadas al proyecto, se propuso que cada area temática fuera desarrollada por la Unidad Sanitaria, como entidad rectora de las políticas de salud en Cochabamba, conjuntamente con una de las ONGs, según la mayor especialidad de cada una de ellas, así:

- Estudio Cualitativo:                   Unidad Sanitaria (Carlos Nava)  
  Coordinador del Proyecto
  
- Control Prenatal:                     U. Sanitaria (Carlos Nava y  
  Gaby Quiroga)  
  ME.DI.CO.
  
- Parto Limpio Domiciliario           U. Sanitaria (Carmen Llaveta y  
  Lilian Alvarez)  
  Centro de Prevención Contra el  
  Cancer de la Mujer
  
- Atención al Recién Nacido           U. Sanitaria (Lola Salinas,  
  Juan Carlos Ayala y Marcia  
  Ramos)  
  COMBASE
  
- Planificación Familiar                U. Sanitaria (Walter Salinas y  
  Marcia Ramos)  
  FROMEFA
  
- Servicios de Salud                    U. Sanitaria (Magaly de  
  Zannier, Ciro Larrazábal y  
  Mabel Pueyo)  
  Coordinador del Proyecto

## **E. COMPONENTES**

La estrategia comprende cuatro componentes que se desarrollaran en forma simultánea, cada uno con objetivos, audiencias y materiales específicos:

### **1. Sensibilización**

Tiene por objetivo informar, concientizar y sensibilizar a distintos sectores de la sociedad sobre la problemática de la mujer y el recién nacido en relación con el ciclo reproductivo, las tasas de mortalidad y morbilidad materna y neonatal y las

propuestas de acción para mejorar dicha situación. La audiencia principal de este componente es la clase dirigente, las autoridades políticas y administrativas, las instituciones de salud, los medios de comunicación, otros sectores organizados de la sociedad civil y la opinión pública.

### **Actividades y materiales**

Las actividades y materiales propuestos para este componente son los siguientes:

- **Carpeta Informativa** que contenga un resumen del estudio cualitativo, datos estadísticos sobre la situación de mortalidad materna y neonatal en Cochabamba y en Bolivia y su comparación con otros países de América Latina, un análisis sobre las principales causas y consecuencias de esta situación y sus implicaciones en el desarrollo futuro de la población, un resumen del Proyecto de Salud Reproductiva MotherCare, algunos de los comentarios de las mujeres entrevistadas en el estudio cualitativo (ver Appendix 2 del Trip Report de Susan Brems, Aug. 26 - Sep. 5/91), el compromiso del Gobierno Boliviano con la salud materna y del recién nacido y sugerencias de acción a los diferentes sectores para motivar un compromiso con la salud de las madres y los niños. Los textos de la carpeta deberán ser ágiles y cortos, con estilo periodístico, y deberán estar acompañados por gráficos ilustrativos y fotos. Se sugiere un tiraje de 300 ejemplares.

- **Video Testimonial** que contenga fundamentalmente testimonios de las mujeres en los cuales se refleje su etnofisiología, los principales hallazgos del estudio cualitativo y las causas de la baja utilización de los servicios de salud. También deberá incluir información básica sobre salud materna y neonatal similar a la propuesta para la carpeta. Su duración no deberá exceder los 20 minutos. Este video podrá ser difundido en los canales de TV, presentado para audiencia cerrada y utilizado como material de sensibilización y motivación en los cursos de capacitación al personal de salud y a los agentes educativos. Se sugiere la reproducción de 20 copias.

- **Acto de Presentación del Estudio Cualitativo**, mediante invitación formulada por la Dirección de la Unidad Sanitaria, en asocio con el coordinador del proyecto y las ONGs. Deberán ser invitadas todas las autoridades locales que constituyen la audiencia fundamental de este componente. En dicho acto se presentará el video testimonial y se hará entrega de la carpeta informativa.

- **Dos spots de TV**, uno de ellos para sensibilización de la

opinión pública en general y el otro dirigido específicamente a las madres y las familias de expectativa o introductorio a los spots educativos. Cada spot tendrá duración de 30 segundos.

- **Información de Prensa.** Esta será una actividad permanente de la estrategia de IEC. Deberá realizarse mediante el envío de por lo menos un boletín informativo mensual a todos los medios de comunicación de Cochabamba y a algunos de La Paz, sobre avances del proyecto, resultados y logros. Igualmente, sería conveniente programar algunas visitas de periodistas de prensa, radio y televisión a los servicios de salud que hacen parte del proyecto y facilitarles que ellos mismos realicen sus propios reportajes, entrevistas y notas periodísticas.

## 2. Educación en Salud

Este componente es el más complejo de la estrategia de IEC. Tiene como objetivo lograr cambios de conocimientos, actitudes y prácticas en las madres y las familias, sobre diferentes aspectos de salud reproductiva, que conduzcan a reducir las altas tasas de mortalidad y morbilidad materna y neonatal en las zonas periurbanas de la ciudad de Cochabamba. Tiene una amplia audiencia constituida primordialmente por madres embarazadas, mujeres en edad fértil, esposos y padres de familia, abuelas, suegras, adolescentes, estudiantes y jóvenes, parteras y agentes educativos de salud.

El desarrollo de este componente está concebido en 4 grandes etapas, correspondientes a las cuatro grandes áreas temáticas en que se agruparon las prácticas de las madres. Cada una de estas etapas tiene sus objetivos específicos, y sus propios materiales de comunicación masiva y de educación interpersonal. Su desarrollo está previsto en forma secuencial, con períodos de preparación de 5 a 7 meses de duración y períodos de difusión intensiva, masiva e interpersonal, de 4 meses cada uno. Para cada una de las actividades y materiales se identificó una entidad o empresa privada responsable de su ejecución. Asimismo se incluye un presupuesto basado en datos reales obtenidos de las empresas productoras.

Las etapas previstas, con sus respectivos objetivos, temas y audiencias se detallan a continuación y también aparecen resumidas en el cuadro titulado "Plan de Trabajo, Estrategia de Información, Educación y Comunicación":

### 1). Control Prenatal

El objetivo específico de esta etapa es incrementar el número de madres que asistan al control prenatal en los

servicios de salud y que reconozcan el edema como factor de riesgo durante el embarazo. Está dirigida fundamentalmente a las madres embarazadas, las mujeres en edad fértil, los esposos, las suegras, las abuelas y las parteras.

Los temas previstos, cuyos contenidos básicos y complementarios deberán ser elaborados por la Unidad Sanitaria conjuntamente con ME.DI.CO, como parte del proceso de desarrollo de la estrategia, son los siguientes:

- Importancia de que cada hijo que se espera sea un hijo deseado y reconocimiento de su derecho a tener una vida sana que comienza con el control prenatal.
- Ventajas del control prenatal para la madre y el niño.
- Peligrosidad del edema durante el embarazo, signos, riesgos y necesidad de atención.

Los materiales de comunicación propuestos para esta etapa, - al igual que para las siguientes- se describen más adelante y son similares para cada una de ellas.

El proceso de producción de material deberá comenzar en la primera semana de enero y tendrá una duración de 5 meses. Una vez elaborado el material, habrá una corta capacitación al personal de salud y los agentes educativos de las ONGs, en los contenidos y uso de este material de apoyo a la labor educativa hacia la comunidad, la cual deberá realizarse durante la primera semana del mes de junio. Simultáneamente, los medios masivos -Radio y TV- comenzarán a difundir las cuñas y spots educativos. Este tema estará al aire durante cuatro meses hasta septiembre de 1992 inclusive.

## 2). Parto Limpio Domiciliario

El objetivo específico de esta etapa es dar a conocer a los padres de familia actuales y futuros las técnicas y cuidados mínimos para la atención del parto limpio domiciliario, con énfasis en el uso de material estéril para cortar y amarrar el cordón umbilical y desestimular el uso de pujantes (ergometrina y oxitocina) por parte de las madres durante el trabajo de parto. Las acciones estarán dirigidas principalmente hacia los padres de familia, los jóvenes especialmente aquellos vinculados al servicio militar, los estudiantes de ciclo medio, personal de la Policía Nacional, clubes de madres, mujeres embarazadas, abuelas, suegras y parteras.

La elaboración de los contenidos básicos y complementarios para el desarrollo de esta etapa corresponderá a la Unidad Sanitaria conjuntamente con el Centro de Prevención Contra el Cáncer de la Mujer y se deberán incluir los siguientes

temas:

- Técnicas básicas para atención del parto limpio domiciliario.
- Feligrosidad del uso de "pujantes" durante el trabajo de parto, consecuencias y sustitutos.
- Importancia de utilizar material estéril para cortar y amarrar el cordón umbilical.

La elaboración del material para esta etapa podrá tener un duración hasta de siete meses, desde marzo hasta septiembre, y su difusión masiva e interpersonal será por un periodo de 4 meses, desde octubre de 1992 hasta enero de 1993.

### 3). Atención al Recién Nacido

Esta etapa tiene como objetivos específicos lograr que las familias presten una atención adecuada al recién nacido, reconozcan los signos de riesgo o problemas que pueden enfrentar e incrementar el número de madres que pongan el niño al seno apenas nazca. La audiencia fundamental está constituida por las madres embarazadas, los esposos, las abuelas, las suegras, las parteras y las mujeres en edad fértil.

Los contenido básicos y complementarios sobre este tema serán elaborados por la Unidad Sanitaria conjuntamente con COMBASE, sobre los siguientes puntos:

- Necesidades del recién nacido de atención inmediata después del parto.
- Reconocimiento de signos de problema en el recién nacido y necesidad de búsqueda de atención.
- Necesidad de poner el niño al seno apenas nazca, importancia del calostro, beneficios para el niño y para la madre y relación de la lactancia materna con el espaciamiento de los nacimientos.

El inicio de la producción del material para esta etapa está previsto para el mes de junio y podrá prolongarse hasta enero de 1993, con el fin de iniciar la difusión en el siguiente mes de febrero.

### 4). Planificación Familiar

Esta cuarta etapa también hubiera podido ser la primera de la secuencia dentro de un ciclo lógico de desarrollo de los temas. La decisión de ubicarlo como cierre de la secuencia se adoptó tomando en consideración el hecho de que este tema será tratado de todas formas desde el primer trimestre de

1992, según lo previsto por la Subcomisión de IEC de la Paz, cuyos materiales sobre planificación familiar, actualmente en proceso de elaboración, serán utilizados y difundidos por el personal de salud de Cochabamba, el cual también asistirá a la capacitación respectiva, de manera que pueda comenzar la labor educativa simultáneamente con el resto del país. En esta forma, desde el punto de vista de estrategia, el Proyecto refrescará y reforzará a mediados de 1993 los contenidos que sobre el tema se difundían durante el año 92 y, además, los complementará con las especificidades para la población periurbana de Cochabamba, surgidas del estudio cualitativo.

El objetivo específico de esta etapa es incrementar el número de parejas que conocen y usan correctamente los métodos de planificación familiar reducir la práctica del aborto provocado como medio de control de la natalidad. Su audiencia está constituida por padres y madres de familia, mujeres en edad fértil, hombres en general, adolescentes, estudiantes de ciclo medio, y jóvenes vinculados al servicio militar.

El desarrollo de los contenidos para esta área temática estará a cargo de la Unidad Sanitaria, conjuntamente con PROMEFA y se incluirán los siguientes aspectos:

- Derecho de cada pareja a decidir sobre el número de hijos que quieren tener y ventajas de la planificación familiar.
- Métodos de planificación familiar, ventajas y desventajas de cada uno.
- Peligrosidad del aborto provocado como medio de control natal.

El proceso de producción de material sobre planificación familiar se llevará a cabo entre noviembre de 1992 y mayo de 1993. Para ese momento, se espera que el proyecto pueda disponer de información sobre comprensión y aceptación por parte de las comunidades periurbanas de Cochabamba del material educativo producido por la Subcomisión de IEC de La Paz. Esta información servirá como elemento importante a tener en cuenta en el diseño del material. Para el caso específico del rotafolio, teniendo en cuenta que la Subcomisión elaborará uno, se prevé que éste pueda ser complementado con las especificidades de la población de Cochabamba, como es, por ejemplo, el caso del aborto provocado, que posiblemente no reviste la misma importancia en otras regiones del país.

La difusión de este material, tanto a nivel masivo como de educación interpersonal, se realizará durante los últimos 4 meses del proyecto, entre junio y septiembre de 1993, aunque naturalmente se espera que las instituciones de salud continúen

realizando la labor educativa una vez terminada la cooperación de MotherCare.

### **Actividades y materiales**

Para cada una de las áreas temáticas descritas, las cuales, a su vez, determinan las cuatro etapas en que se desarrolla el componente de Educación en Salud, se elaborarán los materiales que se relacionan a continuación:

- **Programas en audio-cassette.** Tres programas educativos en audiocassette correspondientes a los tres temas específicos que conforman cada área temática, con duración de 12 a 15 minutos, cada uno, elaborados en español y quechua. En total se producirán 12 programas con dos versiones cada uno. Estos programas serán utilizados por los agentes educativos de la Unidad Sanitaria y de las ONGs para la conducción de los audiodebates con la comunidad, de tal forma que se generen un proceso educativo y de reflexión. Igualmente, se buscará su difusión a través de las tres emisoras radiales que difundirán las cuñas educativas y de otras que quieran vincularse al proyecto, sin que ello represente una erogación. Cada serie de tres programas se incluirá en un audio-cassette de 60 minutos, (con dos versiones, una en castellano y otra en quechua), y estará acompañado de su respectivo manual de uso. De cada juego de cassette y manual se reproducirán como mínimo 45 copias para distribución a la Unidad Sanitaria y las ONGs. Ver cuadro: "Requerimientos de material".

- **Cuñas de Radio.** Al igual que para el caso de los programas en audiocassette, se elaborarán tres cuñas radiales educativas, una para cada uno de los tres temas que conforman cada área temática, también en castellano y quechua. En total se producirán 12 cuñas radiales educativas, de 30 segundos de duración cada una. Se recomienda que cada serie de tres cuñas sea difundida 6 veces diarias, por tres emisoras cada serie en forma simultánea, durante un período de cuatro meses. Es decir, cada emisora transmitirá 18 cuñas diarias de lunes a viernes, alternando las tres que conforman una serie. La difusión radial durará en total 16 meses, correspondientes a cuatro etapas de cuatro meses cada una, entre los meses de junio de 1992 y septiembre de 1993.

- **Videos Educativos.** La estrategia plantea la producción de un video educativo de 15 minutos de duración para cada una de las cuatro áreas temáticas. Cada video agrupará los tres temas específicos que conforman un área. En total se producirán cuatro videos, con versión en español únicamente. Este material tendrá una triple utilización: 1) presentación

para audiencia cerrada (grupos de madres, reuniones comunitarias, etc.), por los agentes educativos institucionales y comunitarios, como parte del proceso educativo a la comunidad, con el fin de generar discusión y debate; 2) presentación en monitores ubicados en las salas de espera de las instituciones de salud; y 3) difusión por los canales de televisión para la comunidad en general, previo proceso de promoción tanto a través de los mismos canales de T.V. como de los organismos de salud. Para el caso de utilización por parte de los agentes educativos se elaborará su manual respectivo con las indicaciones de uso. De cada video educativo está prevista la reproducción de 21 copias en video-cassette VHS para distribuir las a los organismos de salud. Ver cuadro: "Requerimientos de Material Educativo". Adicionalmente, se elaborarán las copias en Umatic para entregarlas a los canales de T.V. para su difusión masiva.

- **Spots de T.V.** Los spots educativos de T.V. siguen el mismo esquema y son coincidentes con las cuñas de radio. Es decir, se producirán tres spots, de 30 segundos cada uno, por cada área temática, para un total de 12 spots. Su difusión está prevista por los tres canales de mayor audiencia en Cochabamba, de los seis existentes. El canal 4, conectado a la red nacional de televisión, difundirá 2 veces diarias cada spot y los canales 2 y 6, una vez diaria cada uno. En total se transmitirán 12 spots diarios, de lunes a viernes. La difusión se hará por periodos de cuatro meses para cada área temática, para un total de 16 meses en el aire.

- **Rotafolios.** Son un material de apoyo fundamental para la educación interpersonal que realizarán los agentes educativos. Se producirán cuatro rotafolios, uno por cada área temática, de 15 láminas aproximadamente, en tela, con tres colores, tamaño 50 x 70 cms. Cada rotafolio estará acompañado por una guía de uso. Se producirán 45 ejemplares de cada uno para distribución entre las instituciones de salud. Ver cuadro: "Requerimientos de material."

- **Hojas Divulgativas.** Tienen como finalidad servir de recordatorio a las madres sobre los mensajes básicos de cada tema. Se producirán 3 hojas divulgativas por cada área temática. Cada hoja tendrá un tamaño de 12, en papel bond de 90 grms, a tres tintas, con textos en letra grande y dibujos sencillos, de fácil comprensión y recordación por las madres. El tiraje será de 75.000 ejemplares de cada hoja divulgativa, con los cual se espera lograr un amplio cubrimiento de la población periurbana (una hoja por familia). La distribución se realizará a través de la Unidad Sanitaria y las ONGs según las cantidades que aparecen en el cuadro "Requerimientos de material educativo".

## Prueba de materiales

Todos los materiales educativos que se produzcan para el proyecto serán sometidos a un proceso de prueba o pretest con la comunidad, con el fin de asegurar que cumplan el objetivo para el cual fueron diseñados. La prueba deberá incluir aspectos de comprensión del mensaje, credibilidad, aceptación y posibilidad de ponerlo en práctica. Igualmente deberá explorarse que los mensajes y materiales no produzcan ninguna reacción negativa en la audiencia que conlleve a la no aceptación de los cambios o mensajes propuestos.

Para la prueba de material será necesario producir prototipos del material, es decir, bocetos del material impreso y pre-ediciones del audiovisual y de radio, en la forma más acabada posible y parecida al producto final.

El proceso de prueba comprende el diseño de la misma incluyendo los instrumentos del caso, la capacitación del personal de la Unidad Sanitaria y las ONGs que se encargarán del trabajo de campo, el análisis de resultados y luego las recomendaciones a las empresas productoras para realizar los cambios y ajustes propuestos. Se recomienda identificar alguna empresa o persona en Bolivia que tenga experiencia en prueba de material educativo para que asesore al proyecto en este proceso.

La prueba de material se hará igualmente por etapas, de tal manera que se realice en forma simultánea la prueba del material radial, impreso y audiovisual sobre cada área temática. Se recomienda que sean los mismos agentes educativos que posteriormente van a utilizar este material quienes participen en la realización de la prueba. En el plan de trabajo se ha previsto, en cada etapa, un periodo de dos meses para realizar esta actividad.

## Empresas Productoras

Después de un amplio recorrido y entrevistas personales con diversas empresas productoras de material en Cochabamba, entre ellas, agencias de publicidad, centros de producción radial y audiovisual y algunas especializadas en educación, -cuya descripción aparece en el capítulo No. III del presente informe- se recomienda, en principio, utilizar los servicios de las siguientes empresas, las cuales elaboraron un presupuesto y se llegó a un acuerdo preliminar, sujeto a posteriores ajustes y aprobaciones por parte de la Coordinación del Proyecto:

- Centro de Comunicación y Educación Rural, CER, para la producción de los programas educativos en audio con sus respectivos manuales, las cuñas de radio, los rotafolios con

sus guías, las hojas divulgativas y los manuales para los videos educativos.

- TELECENTRO, para la producción de los spots de T.V. y de los videos educativos, en coordinación con CER para garantizar la absoluta compatibilidad entre el material audiovisual y el de audio y radio. También para efectos de la elaboración del manual para los videos educativos, el cual no sería responsabilidad de Telecentro sino de CER. Telecentro también asumiría responsabilidades de supervisión y entrega del material, tanto los spots de TV como los videos educativos, a los tres canales de televisión que participarían en el proyecto.

### Educación interpersonal

La educación interpersonal, fundamental dentro de la estrategia de IEC, será realizada por los agentes educativos de la Unidad Sanitaria y las ONGs vinculadas al proyecto. Su inicio está previsto para comienzos del mes de junio, una vez esté producido todo el material para la primera etapa, sobre el tema de Control Prenatal y previo entrenamiento al personal de salud y los agentes educativos sobre los contenidos y el uso apropiado del material. Para su ejecución se seguirá el esquema descrito de las cuatro etapas, de cuatro meses cada una, correspondientes a las cuatro grandes áreas temáticas.

Los agentes educativos realizarán charlas educativas con la comunidad, ya sea mediante eventos educativos programados y promocionados previamente o en forma espontáneas, aprovechando todas las ocasiones propicias, como ferias de la salud, reuniones de los clubes de madres y otros eventos comunitarios. Igualmente, toda consulta o control de las madres relacionada con salud reproductiva y perinatal deberá ser aprovechada por el personal de salud para impartir educación. Los agentes educativos dispondrán del siguiente material educativo de apoyo producido por el proyecto, sin que ello impida la producción de otro material adicional por iniciativa de las organizaciones de salud:

- 12 programas educativos en audio-cassette, de 12 a 15 minutos de duración, en castellano y quechua, con sus respectivos manuales, para los audiodebates.

- 4 videos educativos, en video-cassette, de 15 minutos de duración, en castellano, también con sus manuales, para propiciar la reflexión y suscitar el debate en las charlas educativas.

- 4 rotafolios en tela, de 15 láminas cada uno, con dibujos en tres colores, para las charlas educativas colectivas o

individuales durante la consulta, acompañados de sus respectivas guías de uso.

- 12 hojas divulgativas, con textos simples y dibujos de fácil comprensión, a tres tintas, que serán entregadas preferiblemente al finalizar cada charla educativa como recordatorio de los mensajes básicos.

### Medios Masivos

La difusión masiva de las cuñas radiales y de los spots de T.V., servirá de apoyo, respaldo y recordación a la educación interpersonal que realizan los agentes educativos. Breves averiguaciones sobre audiencia y sintonía, se propuso contratar - en condiciones de privilegio- los siguientes medios, con los cuales se adelantaron negociaciones iniciales:

- Radio: Según información suministrada por personal vinculado a la Cámara de Medios de Comunicación de Cochabamba, se estima que las emisoras Radio San Rafael y Radio Centro alcanzan una audiencia de la ciudad, con énfasis en zonas periurbanas. Estas emisoras, junto con Radio Litoral, cuya audiencia es clase baja y media baja, podrían producir la combinación apropiada para la difusión del material radial. Cada emisora transmitirá 18 cuñas diarias (tres cuñas distintas seis veces cada una), durante 16 meses correspondientes a cuatro etapas (una por área temática) de cuatro meses cada una. Estas emisoras también difundirán, sin costo, los programas educativos de audio, dentro de su programación regular.

- Televisión: De los seis canales de televisión existentes en Cochabamba se seleccionaron los tres considerados de mayor audiencia: el Canal 4 que está conectado a la red nacional de televisión y pertenece a los mismos propietarios de la productora Telecentro, y los canales 2 y 6. El canal 4 transmitirá 6 spots o cortes comerciales diarios (dos veces cada spot) y los canales 2 y 6 transmitirán 3 cortes comerciales diarios cada uno (una vez cada spot). Al igual que en el caso de la radio, la difusión se hará por etapas de cuatro meses, cada una correspondiente a una área temática, para un total de 16 meses. Los canales de televisión también se encargarán de transmitir, sin costo, los videos educativos en los espacios mas adecuados de su programación habitual y previa promoción realizada por los mismos canales. Igualmente, incluirán referencias al tema de la salud materna e infantil en sus programas noticiosos y de opinión.

### 3. Apoyo a los Servicios de Salud

Este componente tiene como objetivo incrementar la demanda de los servicios de salud por parte de la población, mediante acciones de información y promoción sobre el mejoramiento y adecuación de los servicios a las necesidades, demandas y preferencias de la población. Su audiencia son las madres y mujeres embarazadas y en edad fértil, los esposos y padres de familia y los/las adolescentes.

Las acciones previstas para este componente deberán estar precedidas de un efectivo y real cambio y adecuación de los servicios de salud que prestan las instituciones, al igual que de un mejoramiento en la calidad de la atención que presta el personal de salud, teniendo en cuenta los resultados del estudio cualitativo. La mejor promoción sobre la calidad de los servicios la harán las mismas pacientes satisfechas con la atención recibida.

Los contenidos para este componente serán desarrollados por la Unidad Sanitaria: Dra. Maqaly de Zannier y doctores Ciro Larrazabal y Mabel Pueyo, con la colaboración del Coordinador del Proyecto. Los temas serán los siguientes:

- Tipos de servicios que se ofrecen en las instituciones de salud.
- Clase de atención, adecuación de los servicios a las necesidades, demandas y preferencias de la población, horarios y costos.

#### **Actividades y Materiales**

Como apoyo a los servicios de salud se producirán los siguientes materiales:

- **Cuñas de Radio.** Se producirán dos cuñas de radio, de 30 segundos de duración, en castellano y quechua, una informativa sobre los diferentes tipos de servicios que ofrecen los organismos de salud y la otra promocional sobre la clase de atención y el mejoramiento en la calidad de los servicios. La difusión de las cuñas se hará por las mismas tres emisoras que transmitiran las educativas, con menor intensidad pero durante mas largo tiempo. Se propone que cada emisora transmita dos cuñas diarias (una vez cada una), durante 8 meses en periodos de dos meses y uno de intervalo, a partir del mes de octubre, cuando comienza la segunda etapa de las cuñas educativas, y hasta el mes de agosto del año 93. Los horarios de transmisión deberán ser cuidadosamente seleccionados y con mucha variación, de manera que las cuñas salgan a diferentes horas del día por cada emisora y cambien de horario cada mes.

- **Hojas Divulgativas.** Al igual que las cuñas de radio, se producirán dos hojas divulgativas sobre los mismos temas a tres tintas, con textos y dibujos de fácil comprensión. Cada hoja tendrá un tiraje de 75.000 unidades y su distribución se hará en forma permanente desde octubre del '92 hasta que se agote la existencia, a través de la Unidad Sanitaria y las ONGs.

- **Empresa Productora**

Se recomienda que la producción de este material la realice el Centro de Comunicación CER en forma simultánea con la producción del material educativo para la segunda etapa del componente de Educación en Salud. En esta forma, se podrá aprovechar el mismo proceso de prueba de material para también hacer un pretest de estas cuñas y hojas divulgativas.

4. Fortalecimiento Institucional

Este cuarto componente de la estrategia de IEC, no por mencionarse de último es menos importante, pues es el esencial para dar continuidad a las acciones de información, educación y comunicación que se ejecuten como parte del proyecto, una vez concluya la cooperación técnica y financiera a través de MotherCare. Su objetivo es establecer mecanismos de organización y coordinación entre las instituciones para la planificación, ejecución y evaluación de la estrategia de IEC, y capacitar los recursos humanos responsables de estas actividades en cada una de las instituciones ejecutoras del proyecto. Las acciones estarán dirigidas fundamentalmente a los directivos de dichas instituciones y al personal responsable de la ejecución de la estrategia.

**Actividades**

Se proponen las siguientes:

- Conformación y funcionamiento permanente del Comité Interinstitucional de IEC, integrado por los directivos de las instituciones ejecutoras, con la coordinación por parte del Coordinador del proyecto.

- Selección y contratación de un profesional del área de las comunicaciones como coordinador de IEC, quien será responsable de poner en ejecución tanto la estrategia como las acciones complementaria que se acuerden en el Comité Interinstitucional de IEC. Igualmente, tendrá a su cargo la dirección y supervisión de la producción de todo el material de la estrategia. Su trabajo será permanente y de tiempo

completo, desde enero de 1992 hasta la finalización del proyecto en septiembre de 1993.

- Organización y puesta en funcionamiento de unidades administrativas básicas de Información, Educación y Comunicación en cada una de las instituciones ejecutoras.

- Capacitación del personal de dichas instituciones en los contenidos básicos de la estrategia, técnicas sencillas de IEC y uso adecuado del material educativo.

- Instrucción al personal responsable de IEC en las instituciones sobre administración, manejo, préstamos, distribución y conservación del material.

### **Periodo de Ejecución**

El componente de Fortalecimiento Institucional tendrá actividad permanente y continua durante todo el periodo de ejecución de la estrategia de IEC. Aunque sus productos no serán visibles en forma de materiales, los resultados de su efectividad podrán apreciarse en la medida en que la estrategia se desarrolle exitosamente, las instituciones fortalezcan su capacidad de comunicación y se asegure la continuación de las acciones una vez finalizado el proyecto.

## **F. REQUERIMIENTOS DE MATERIAL**

Todo el material educativo, informativo y promocional que se producirá en desarrollo de la estrategia, descrito en cada componente, aparece en forma resumida y global en el cuadro No. 1 titulado "Resumen de materiales de IEC".

Para determinar las cantidades y tirajes de material que es necesario producir, se tuvo en cuenta la población total a cubrir y el número aproximado de familias de las zonas periurbanas. Igualmente, se obtuvo información individual de cada una de las instituciones, sobre los siguientes aspectos:

- Capacidad de distribución directa de material (hojas volantes) de cada una de las instituciones ejecutoras, de acuerdo con la cantidad de centros de atención que tienen y el número aproximado de consultas por mes.

- Capacidad de ejecución de acciones de educación interpersonal según su disponibilidad de agentes educativos.

Adicionalmente se indagó sobre las necesidades de equipo básico de video-cassetteras, televisores y grabadoras indispensables para la utilización del material correspondiente.

En el cuadro No. 2 titulado "Requerimientos de material y equipos de IEC", aparece una relación de las cantidades de material por cada área temáticas y de los equipos acordadas para cada una de las instituciones. En el ítem denominado Coordinación del Proyecto, se incluyen pequeñas cantidades de material con fines de muestra y archivo. No están consideradas cantidades adicionales para enviar como muestras a las instituciones integrantes de la Subcomisión de IEC de La Paz, las cuales habría que agregar si se considera necesario.

En cuanto a los materiales para difusión masiva, las cantidades totales para todo el proyecto aparecen relacionadas en el cuadro No. 3 titulado "Requerimientos de material de IEC para los medios masivos". Se incluye igualmente pequeñas cantidades de los spots de TV y las cuñas de radio, para muestra y archivo.

RESUMEN DE MATERIALES DE IEL  
 Proyecto de Salud Madre-Niño (MotherLare)  
 Cochabamba-Bolivia, 1992-1993

COMPONENTES/TEMAS	RADIO -AUDIO		VIDEO		IMPRESOS					
	Programas(1)	Cunas (1)	Programas	Spots	Carpeta Informativa	Rotafolio	Hojas Divulgativas	MANUAL AUDIO-DEBATES	MANUAL PROGRAMA-VIDEO	GUIA ROTAFOLIOS
I. Sensibilizacion			1 (15')	2 (30")	1					
II. Educacion en Salud										
1) Control prenatal	3 (12' - 15')	3 (30")	1 (15')	3 (30")		1	3	1	1	1
2) Parto limpio domiciliario	3 (12' - 15')	3 (30")	1 (15')	3 (30")		1	3	1	1	1
3) Atencion al recién nacido	3 (12' - 15')	3 (30")	1 (15')	3 (30")		1	3	1	1	1
4) Planificacion Familiar	3 (12' - 15')	3 (30")	1 (15')	3 (30")		1	3	1	1	1
III. Apoyo a Servicios de Salud		2 (30")					2			
TOTALES	12	14	5	14	1	4	14	4	4	4

(1) Los programas educativos para audio-debates y las cunas de radio tendran 2 versiones, en español y quechua.

BEST AVAILABLE COPY

12

BEST AVAILABLE COPY

REQUERIMIENTOS DE MATERIAL Y EQUIPOS DE IEC  
PARA LAS INSTITUCIONES  
Proyecto de Salud Madre-Niño (MotherCare)  
Cochabamba-Bolivia, 1992-1993

(Cantidades de material para cada area tematica)

INSTITUCION	RADIO -AUDIO		VIDEO-T.V.			IMPRESOS			EQUIPOS	
	Audio-Cassettes con programas educativos	Manuales	Video de Sensibilizacion	Videos Educativos	Manuales Educativos	Rotafolios	Guias	Hojas Divulgativas	Video- Cassetteras y Televisores	Grabadoras
Unidad Sanitaria										
- Areas de Salud (16), Direcciones de Distrito (2), Coordinaciones de Distrito (2)	20	20	1	5	5	20	20	40000	2	20
- Hospital Materno Infan- til German Urquidi	1	1	1	1	1	2	2	10000	-	-
- Jefatura de Atencion a las personas	2	2	1	1	1	2	2	5000	-	-
Facultad de Medicina	2	2	1	2	2	3	3	1000	-	-
COMBASE	3	3	1	2	2	2	2	6000	1	2
C.P.C.C.M.	3	3	1	2	2	3	3	2000	-	2
HE.DI.CO.	5	5	1	2	2	6	6	3000	1	5
PRONIEFA	2	2	1	2	2	2	2	3000	1	2
Coordinacion del Proyecto	7	7	4	4	4	5	5	5000	-	1
<b>TOTALES</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>12</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>75000</b>	<b>5</b>	<b>32</b>

Nota: No se incluye material para cada una de las instituciones de la Subcomisión de IEC

REQUERIMIENTOS DE MATERIAL DE TEO  
PARA LOS MEDIOS MASIVOS  
Proyecto de Salud Madre-Niño (MotherCare)  
Loznabamba-Bolivia, 1992-1993

(Totales para todo el proyecto)

MEDIOS	RADIO		VIDEO-T.V.			IMPRESOS	
	Unas	Programas	Spots T.V.	Video de (Sensibilización)	Videos Educativos	Carpeta Informativa	Boletines de Prensa
Canales T.V.							
Canal 4	-	-	14	1	4	1	19
Canal 6	-	-	14	1	4	1	19
Canal 2	-	-	14	1	4	1	19
Emisoras							
Radio Centro	14	12	-	-	-	1	19
Radio San Mateo	14	12	-	-	-	1	19
Radio Litoral	14	12	-	-	-	1	19
Periodicos							
Los Tiempos	-	-	-	-	-	1	19
Opinion	-	-	-	-	-	1	19
COPIAS DEL MATERIAL DE MEDIOS MASIVOS							
Emisoras	3 copias de c/u		-				
Canales T.V.	-	3 copias de c/u		3 copias	3 copias de c/u		
U.S. y ONGs	10 copias c/u		10 copias c/u				
Coordinación Proyecto	7 copias de c/u		7 copias de c/u		-	20	20 de c/u
TOTALES DE C/U	20	3	20	3	3	20	20

‡ Las copias de este material para las instituciones  
están relacionadas en el cuadro No. 2.

## **G. PLAN DE TRABAJO**

La ejecución de la estrategia de IEC está concebida para un periodo total de 21 meses, desde enero de 1992 hasta la finalización del proyecto en septiembre de 1993.

Durante los primeros cinco meses se dará énfasis al componente de Sensibilización, con el fin de dar a conocer la problemática de la salud materna y neonatal, los resultados del estudio cualitativo, los objetivos del proyecto como respuesta a la situación y preparar a las madres para las siguientes acciones educativas. Simultáneamente se estará produciendo el material para la primera etapa del componente de Educación en Salud. La información de prensa deberá comenzar en marzo y continuar mensualmente durante todo el proyecto.

A partir de junio del año 92 y durante 16 meses consecutivos se realizarán las acciones de educación en salud por medios interpersonales y masivos, en cuatro etapas correspondientes a las cuatro áreas temáticas, de cuatro meses de duración cada una. Durante cada periodo de difusión se estará produciendo el material para la etapa siguiente.

Las actividades informativas y promocionales de apoyo a los servicios de salud se comenzarán a preparar simultáneamente con los materiales de la segunda etapa del componente anterior. La difusión de las cuñas radiales se realizará a partir del mes de octubre, por periodos de dos meses y uno de intervalo, hasta agosto de 1993 y la distribución del material impreso será constante durante todo el tiempo.

En cuanto al componente de Fortalecimiento Institucional, su acción ya comenzó con la conformación e instalación del Comité interinstitucional de IEC, y debe continuar en forma inmediata con el resto de las actividades previstas (especialmente el nombramiento del Coordinador de IEC), como fundamento de la ejecución de toda la estrategia.

En el cuadro No. 4 titulado "Plan de Trabajo - Resumen" aparece en forma global los periodos de producción y de difusión de los materiales y las actividades para cada uno de los componentes de la estrategia.

En el cuadro No. 5 titulado "Plan de Trabajo - Información, Educación y Comunicación", se presenta en detalle, para cada componente, la siguiente información:

- Objetivos
- Audiencia
- Contenidos
- Actividades, materiales y temas
- Cantidades de material
- Cronograma de enero de 1992 a septiembre de 1993
- Responsable de cada actividad o material
- Instituciones o personas de apoyo.

PLAN DE TRABAJO  
RESUMEN  
INFORMACION, EDUCACION Y COMUNICACION  
PROYECTO DE SALUD MADRE-NINO (MotherCare)  
Cochabamba-Bolivia, 1992-1993

C R O N O G R A M A 1992 - 1993

COMPONENTES/TEMAS	En	Feb	Mar	Ab	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Ab	May	Jun	Jul	Ago	
I. Sensibilizacion																					
(1) Presentacion estudio cualitativo, video, carpeta.						----															
(2) Spots de T.V.						----	----														
(3) Informacion de prensa			----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
II. Educacion en Salud																					
(1) Control prenatal			----	----	----	----	----	----	----												
(2) Parto limpio domiciliario			----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
(3) Atencion al recién nacido							----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
(4) Planificacion Familiar											----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
III. Acceso a Servicios de Salud																					
- Tipos de servicio que ofrecen y clase de atencion.						----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
IV. Fortalecimiento Institucional																					
- Comité Interinstitucional, coordinacion, organizacion, funcionamiento.			----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

\* Produccion ----  
\* Difusion =====

PLAN DE TRABAJO  
INFORMACION, EDUCACION Y COMUNICACION  
PROYECTO DE SALUD MADRE-NIÑO (MotherCare)  
Cochabamba, Bolivia 1992-1993

CRONOGRAMA 1992 - 1993

OBJETIVOS	AUDIENCIA	ACTIVIDADES/MATERIALES	CANTIDAD	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	RESPONSABLE	APOYO
1. SENSIBILIZACION																										
Informar, sensibilizar y crear conciencia sobre la problemática de la mujer y el recién nacido con relación al ciclo reproductivo, en los sectores decisivos locales, institutos de salud, medios de comunicación y opinión pública.	Clase dirigente: Autoridades políticas y administrativas: Instituciones de salud. Universidades. Medios de comunicación. Sectores organizados de la sociedad civil Opinión pública	CONTENIDO Elaboración de Contenido sobre: Hallazgos de investigación cualitativa Modelo etnofisiológico Tasas de mortalidad y morbilidad materna y neonatal Principales causas de la situación materna/ neonatal Consecuencias de tipo social, económico, cultural y político. Carpeta Informativa Producción Reproducción Distribución Video Testimonial Producción Reproducción Difusión por T.V. Difus. audiencia cerrada Presentación del Estudio Cualitativo Organización Realización (presentación de video y entrega carpeta) Seguimiento (autoridades locales y medios de comunicación)																								
																									UNIDAD SANITARIA Carlos Nava	Coord. Proyecto
			300																						ICCOM ICCOM Coord. Proyecto	Coord. IEC Coord. IEC US., ONGs, Coord. IEC.
			(15'-20')																						Telecentro. Telecentro Canales de TV. U.S. y ONGs.	Coordinador IEC. Coordinador IEC.
			20																							
																									U.S./Coord. Proyecto U.S./Coord. Proyecto U.S./Coord. Proyecto	Comite IEC/Coord. IEC. Comite IEC/Coord. IEC. Comite IEC/Coord. IEC.

OBJETIVOS	AUDIENCIA	ACTIVIDADES/MATERIALES	CANTIDAD	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	RESPONSABLE	APOYO	
		Spots TV																									
		- Produccion:																									
		-Sensibil. opinion publica	1 (30")																						Telecentro	Coordinador IEC	
		-Introduccion madres	1 (30")																						Telecentro	Coordinador IEC	
		- Difusion:																									
		- Canal 4	12 diar. c/u																						Canal 4		
		- Canales 6 y 2	11 diar. c/u																						Canales 6 y 2		
		Informacion de Prensa																									
		- Elaboracion de boletines de prensa.	19 (1 mensual)																							Coordinador IEC.	Comite IEC.
12. EDUCACION EN SALUD:																											
12.1. Control Prenatal:		CONTENIDOS																									
- Incrementar el numero de madres que asisten al control prenatal en los servicios de salud y que reconozcan el edema como factor de riesgo durante el embarazo.	- Madres embarazadas. - Mujeres en edad fertil. - Familia: - Esposo - Abuela - Suegra - Parteras	- Elaboracion de contenidos basicos y complem. sobre los siguientes temas: - Derecho de cada hijo a una vida sana que comience con control prenatal. - Importancia y ventajas del control prenatal. - Peligrosidad del edema signos, riesgos, necesidad de atencion. - Revision y aprobacion de contenidos. - Entrega de contenidos a empresas productoras de material.																									
		Radio/Audio																									
		- Material:																									
		- Programas en audio-cassette	3 (12"-15")																								
		- Manual para agentes educat.	1																								
		- Cunas radiales	3 (30")																								

31



OBJETIVOS	AUDIENCIA	ACTIVIDADES/MATERIALES	CANTIDAD	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	RESPONSABLE	APOYO
		Video/TV																								
		Material:																								
		- Programa en video-cassette	1 (15')																							
		- Manual para agentes educat.:	1																							
		- Spots de TV	3 (30")																							
		Temas para progr. y spots:																								
		- Derecho a vida sana																								
		- Ventajas control prenatal																								
		- Edema																								
		Produccion para prueba (Idem Radio)																						TELECENTRO	Coordinador IEC	
		Prueba (Idem Radio)																						Pendiente	U.S./ONGs	
		Produccion final (Idem Radio)																						TELECENTRO	Coordinador IEC	
		Produc. manual agent. educat.:																						CER/TELECENTRO	Coordinador IEC	
		Reproduccion:																								
		- Video-Cassette con programa para U.S. y ONGs.	21																						TELECENTRO	
		- Manual	21																						CER	
		- Video-Cassette con spots para canales de TV.	20																						TELECENTRO	
		Difusion:																								
		- Programas educativos y manual para agentes.	Permanente																						U.S./ONGs.	Coordinador IEC
		- Spots de TV.	3 spots, 4 veces diar. c/u.																						Canal 4 (6 cunas diar.)	
																									Canales 2 y 6 (3 cunas diarias c/u)	
		Impresos																								
		Material:																								
		- Rotafolio en tela	1 (15 laminas)																							
		- Guia de uso	1																							
		- Hojas Divulgativas	3 (1x tema)																							
		Temas:																								
		- Derecho a vida sana																								
		- Ventajas control prenatal																								
		- Edema																								

23







OBJETIVOS	AUDIENCIA	ACTIVIDADES/MATERIALES	CANTIDAD	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	RESPONSABLE	APOYO		
		- Video-Cassette con programa para U.S. y ONGs.	21																						TELECENTRO			
		- Manual	21																						CER			
		- Video-Cassette con spots para canales de TV.	20																							TELECENTRO		
		Difusion:																										
		- Programas educativos y manual para agentes.	Permanente																							U.S./ONGs.	Coordinador IEC	
		- Spots de TV.	3 spots, 4 veces diar. c/u.																							Canal 4 (6 cunas diar.) Canales 2 y 6 (3 cunas diarias c/u)		
		Impresos																										
		Material:																										
		- Rotafolio en tela	1 (15 laminas).																									
		- Guia de uso	1																									
		- Hojas Divulgativas	3(1 x teaa)																									
		Tejas:																										
		- Tecnicas atenc.parto limpio																										
		- Material esteril para cortar/amarrar cordon umbilic.																										
		- Peligrosidad de "pujantes"																										
		Prototipos para prueba																								CER		
		Prueba																								Pendiente		
		Produccion final																								CER		
		- Elaboracion artes finales																								CER	Coordinador IEC	
		- Aprobacion artes																								Comite IEC		
		- Impresion																								CER		
		- Rotafolios	45																									
		- Hojas divulgativas	75.000 c/u																									
		Produccion guias uso rotafolio:	45																							CER	Coordinador IEC	
		Utilizacion y distribucion:																										
		- Rotafolios	U.S.: 24 ONGs.: 13 Fac.Med.: 3 C.Proy.: 5																								U.S.(incl. Hosp. N.Inf. German Urquidi), ONGs y Facultad de Medicina	Coordinador IEC

27





OBJETIVOS	AUDIENCIA	ACTIVIDADES/MATERIALES	CANTIDAD	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	RESPONSABLE	APOYO		
		Reproduccion:																										
		- Video-Cassette con programa para U.S. y ONGs.	21																						TELECENTRO			
		- Manual	21																						CER			
		- Video-Cassette con spots para canales de TV.	20																							TELECENTRO		
		Difusion:																										
		- Programas educativos y manual para agentes.	Permanente																							U.S./ONGs.	Coordinador IEC	
		- Spots de TV.	3 spots, 4 veces diar. c/u.																							Canal 4 (6 cunas diar.) Canales 2 y 6 (3 cunas diarias c/u)		
		Impresos																										
		Material:																										
		- Rotafolio en tela	1 (15 laminas).																									
		- Guia de uso	1																									
		- Hojas Divulgativas	3 (1x tema)																									
		Temas:																										
		- Atencion al recién nacido																										
		- Reconoc. signos de riesgo																										
		- Calostro, beneficios, relacion L.M.-espacia. nacia.																										
		Prototipos para prueba																										
		Prueba																										
		Produccion final																										
		- Elaboracion artes finales																										
		- Aprobacion artes																										
		Impresion																										
		- Rotafolios	45																									
		- Hojas divulgativas	75.000 c/u																									
		Produccion guias uso rotafolio:	45																									
		Utilizacion y distribucion:																										
		- Rotafolios	U.S.: 24 ONGs.: 13 Fac.Med.: 3 C.Proy.: 5																								U.S.(incl. Hosp. M.Inf. German Urquidi), ONGs y Facultad de Medicina	Coordinador IEC

40-

OBJETIVOS	AUDIENCIA	ACTIVIDADES/MATERIALES	CANTIDAD	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	RESPONSABLE	APOYO
		- Hojas Divulgativas	U.S.: 55000; ONGs: 14000; F.Med: 1000; C.Proy:5000																						U.S.(incl. Hosp. M.Inf. German Urquidi), ONGs y Facultad de Medicina	Coordinador IEC
		Capacitacion																								
	Agentes educativ. de U.S./ONGs	Sesion de capacitacion al personal de salud y agentes educativos de U.S./ONGs sobre contenidos y uso adecuado del material de IEC como apoyo a labor educativa.	1 dia																						Equipo capacitador.	Coordinador IEC
2.4. Planificacion Familiar																										
Incrementar el numero de parejas que conocen y usan correctamente los metodos de Planificacion Familiar.	Madres y padres de familia. Mujeres en edad fértil. Adolescentes Estudiantes de ciclo medio. Hombres en servicio militar.	CONTENIDO Elaboracion de contenidos basicos y compleos. sobre: Derecho de cada pareja a decidir sobre el numero de hijos y ventajas de la P.F. Metodos de la P.F. Peligros del aborto provocado como medio de control natal. Revisión y aprobación de contenidos Entrega de contenidos a empresas productoras.																							UNIDAD SANITARIA Walter Salinas Marcia Ramos	PROMEFA
		Radio/Audio																								
		Material:																								
		- Programas en audio-cassette	3 (12'-15')																							
		- Manual para agentes educat.	1																							
		- Cunas radiales	3 (30")																							

F



OBJETIVOS	AUDIENCIA	ACTIVIDADES/MATERIALES	CANTIDAD	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	RESPONSABLE	APOYO
		Reproduccion:																								
		- Video-Cassette con programa para U.S. y ONGs.	21																						TELECENTRO	
		- Manual	21																						CER	
		- Video-Cassette con spots para canales de TV.	20																						TELECENTRO	
		Difusion:																								
		- Programas educativos y manual para agentes.	Permanente																						U.S./ONGs.	Coordinador IEC
		- Spots de TV.	3 spots, 4 veces diar. c/u.																						Canal 4 (6 runas diar.) Canales 2 y 6 (3 runas diarias c/u)	
		Impresos																								
		Material:																								
		- Rotafolio en tela	1 (15 laminas).																							
		- Guia de uso	1																							
		- Hojas Divulgativas	3 (1x tema)																							
		Temas:																								
		- Derecho a decidir numero de hijos y ventajas de P.F.																								
		- Metodos de P.F.																								
		- Peligros aborto provocado																								
		Prototipos para prueba																							CER	
		Prueba																							Pendiente	
		Produccion final																								
		- Elaboracion artes finales																							CER	Coordinador IEC
		- Aprobacion artes																							Comite IEC	
		- Impresion																							CER	
		- Rotafolios	45																							
		- Hojas divulgativas	75.000 c/u																							
		Produccion guias uso rotafolio:	45																						CER	Coordinador IEC
		Utilizacion y distribucion:																								
		- Rotafolios	U.S.: 24 ONGs.: 13 Fac.Med.: 3 C.Prov.: 5																						U.S.(incl. Hosp. M.Inf. German Urquidi), ONGs y Facultad de Medicina	Coordinador IEC

43



OBJETIVOS	AUDIENCIA	ACTIVIDADES/MATERIALES	CANTIDAD	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	RESPONSABLE	APOYO	
		:Produccion para prueba																							:CER		
		:Prueba																								:Pendiente	:U.S./ONGs/Coord. IEC.
		:Produccion																								:CER	
		:Reproduccion																								:CER	
		- Cassettes con cunas	20																								
		:Difusion																									
		- Cunas Radiales	:2 cunas, 1 vez diaria																							:R. Centro, R. San Rafael y R. Litoral	
			:c/u, x3 emis																								
			:x 8 meses.																								
		Impresos																									
		Material:																									
		- Hojas divulgativas	2																								
		Temas:																									
		- Servicios que se ofrecen.																									
		- Clase de atencion.																									
		:Produccion para prueba																								:CER	
		:Prueba																								:Pendiente	
		:Impresion	:2x75000 c/u																							:CER	
		:Distribucion																								:U.S./ONGs.	
4. Fortalecimiento Institucional																											
:Establecer mecanismos de organizacion y coordinacion entre las instituciones para desarrollar la estrategia de IEC.	Directivos de instituciones vinculadas al proyecto.	- Conformacion y funcionamiento del Comite Interinstitucional de IEC.	1 reunion mensual																							:Coordinador Proyecto	:Coordinador IEC
:Capacitar recursos humanos responsables de IEC en cada una de las instituciones vinculadas al proyecto.	Responsables del componente de IEC en cada institucion.	- Seleccion y contratacion de un Coordinador de IEC.	1																						:MotherCare	:Coordinador Proyecto	
		- Organizacion y funcionamiento de unidades administrativas basicas de IEC en cada institucion.																								:U.S./ONGs.	:Coordinador IEC
		- Capacitacion del personal de las instituciones en tecnicas de IEC, y uso del material.																								:Equipo capacitador	:Coordinador IEC
		- Instruccion de 1 o 2 meses de c/institucion en la administracion del material de IEC.																								:Coordinador IEC.	

SH

## **H. PRESUPUESTO**

El presupuesto para la estrategia de IEC se elaboro con base en costos reales a la fecha, estimados en dolares americanos con informacion obtenida de las empresas productoras de material y de los medios de comunicacion para su difusion masiva.

### **Producción radial y de material impreso**

Para la producción y reproducción del material radial audio (cintas, programas y manuales), del material impreso (rotafolios y hojas divulgativas) sin incluir la carpeta y de los manuales para los videos educativos, se tomo como base del presupuesto los costos presentados por la empresa CER.

Aunque existe en Cochabamba otra empresa especializada exclusivamente en la producción de material radial denominada CEPRA, que reúne las condiciones de calidad y servicios requeridas, se recomienda dar prelación a CER. Esta empresa podria elaborar en forma paralela todo el material radial, los impresos (sin incluir la carpeta) y el manual para los videos educativos, para lo cual designaria un equipo interdisciplinario que se apoyaria mutuamente enriqueciendo el producto final, y garantizaria la unidad del material. La cotización presentada por CER aparece en el Anexo No. 3: "Presupuesto de Producción de Material Educativo para MotherCare", y sus costos aún podrian tener algunos ajustes, especialmente en lo que se refiere a la reproducción de los rotafolios y las hojas divulgativas.

### **Producción de videos y spots de T.V.**

Aunque CER, también produce videos e incluye en su cotización los costos respectivos, se recomienda que este material lo produzca la empresa productora de cine y video Telecentro. Esta productora dispone de estudio de grabación y de todo el equipo técnico y humano para realizar la producción en las condiciones de calidad requeridas. Además, puesto que sus dueños son los mismos del canal 4 (el de mayor audiencia en Cochabamba), se estableceria una conexión inmediata entre producción y difusión.

Una negociación global con Telecentro/Canal 4 traeria ventajas adicionales como las siguientes: Telecentro se encargaria de copiar y distribuir sin costo alguno los spots de T.V. para los canales 2 y 6; igualmente se encargaria de copiar, también sin costo, los videos educativos para distribuirlos a los mismos canales; ofreció transmitir en forma gratuita dichos videos dentro de su programación regular, previa promoción realizada por ellos mismos; y ofreció incluir informacion sobre

los temas de interés para el proyecto en sus programas noticiosos y de opinión mediante notas informativas y entrevistas con personal especializado. La cotización de Telecentro aparece en el Anexo No. 4: "Carta del Gerente General de Telecentro".

#### **Difusión de cuñas de radio y Spots de T.V.**

Existe en Cochabamba la Cámara de Medios de Comunicación, que agrupa los principales medios impresos, radiales y de televisión que operan en la ciudad. Su presidente es el Licenciado Javier Cortés, quien, junto con su hermano Mario Cortés son los dueños de Telecentro y de Canal 4. En conversaciones sostenidas con cada uno de ellos se pudo observar su interés por colaborar con las causas de tipo social, interés que se avivó una vez expuestos los objetivos del proyecto MotherCare.

La intervención y ayuda de los señores Cortés y su compromiso con el proyecto, los llevó a liderar, desde la Cámara de Medios de Comunicación, una propuesta de reducción de costos de difusión tanto de los spots de T.V. como de las cuñas radiales. Los descuentos obtenidos, los cuales ya están considerados en el presupuesto, son los siguientes:

- Canal 4:	70% de descuento
- Canal 2:	60%
- Canal 6:	60%
- Radio San Rafael	60%
- Radio Centro	50%

Con Radio Litoral, emisora sugerida por la Unidad Sanitaria, se efectuó una negociación directa con su gerente propietario mediante la cual se obtuvo un descuento del 44%.

La cotización de la difusión por los canales de televisión aparece en el Anexo No. 4: "Carta del Gerente General de Telecentro", suscrita por el Arq. Mario Cortés. Para los costos de difusión radial no se incluye cotización escrita pero los costos que aparecen en el presupuesto corresponden a los acordados en forma personal.

#### **Producción de carpeta informativa**

Para la producción de la carpeta no se solicitó cotización, por tanto, el costo que aparece en el presupuesto es estimado y, en consecuencia, deberá ser ajustado posteriormente. Su producción tendría tres aspectos que se deben considerar: 1) la elaboración de los textos, para lo cual se podría contratar un

periodista que tome como base los contenidos suministrados por el Proyecto, 2) la producción de fotografías que hace indispensable los servicios de un fotógrafo, y 3) el diseño y la impresión tanto de la carpeta en sí como del contenido. Para este último punto se recomienda utilizar los servicios de la agencia de publicidad ICCOM, que puede ofrecer las garantías para la producción de un material de buena calidad.

### **Equipos**

Los costos de las video-cassetteras, los monitores de televisión y las grabadoras fueron estimados según información comercial del mercado. Sin embargo, costos más precisos deberán ser obtenidos por el Coordinador del Proyecto mediante solicitud formal de cotización a las firmas distribuidoras de estos equipos.

### **Coordinador de IEC**

En conversaciones preliminares con el más destacado aspirante al cargo de Coordinador de IEC, éste propuso el nivel de honorarios mensuales que aparece en el presupuesto. La cifra podrá variar dependiendo del nivel y calidad profesional de la persona que se contrate.

PRESUPUESTO  
 ESTRATEGIA DE IEC  
 PROYECTO DE SALUD MADRE-NIÑO (MotherCare)  
 Cochabamba-Bolivia, 1992-1993

ACTIVIDADES-MATERIALES	VALOR UNITARIO US.\$	VALOR TOTAL US.\$	V. TOTALES US.\$
1. Radio-AUDIO			
1) Programas para audio-debates			
- Produccion de 12 programas educativos de 12' a 15' c/u	\$300.00	\$3,600.00	
- 45 copias de cada programa (3 prog. en 1 cassette = 4 cassettes que contienen los 12 programas)			
Total cassettes: 180 version espanol	\$1.20	\$216.00	
Total cassettes: 180 version quechua	\$1.20	\$216.00	
- Elaboracion de 4 manuales para los audio-debates de 8 a 12 pgs. c.u. (1 manual por c/cassette con 3 progr.)	\$300.00	\$1,200.00	
- Reproduccion de 45 copias de c/manual			
Total 180 manuales en fotocopia	\$1.00	\$180.00	
2) Cunas Radiales			
- Produccion de 14 cunas (12 educativas y 2 promocionales) de 30" c/u	\$80.00	\$1,120.00	
- 20 copias de cada cuna (3 cunas en 1 cassette = 5 cassettes)			
Total cassettes: 100 version espanol	\$1.20	\$120.00	
Total cassettes: 100 version quechua	\$1.20	\$120.00	
- Difusion de 18 cunas diarias durante 16 meses:			
- Radio Centro	\$150.00	\$2,400.00	
- Radio San Rafael	\$120.00	\$1,920.00	
- Radio Litoral	\$150.00	\$2,400.00	
- Difusion de 4 cunas diarias durante 8 meses:			
- Radio Centro	\$35.00	\$280.00	
- Radio San Rafael	\$30.00	\$240.00	
- Radio Litoral	\$35.00	\$280.00	
Sub-Total			\$14,292.00

PRESUPUESTO  
ESTRATEGIA DE IEC  
PROYECTO DE SALUD MADRE-NIÑO (MotherCare)  
Cochabamba-Bolivia. 1992-1993

ACTIVIDADES-MATERIALES	VALOR UNITARIO US.\$	VALOR TOTAL US.\$	V. TOTALES US.\$
ii. <u>Video-T.V.</u>			
1) Video de sensibilizacion			
- Produccion de un video de sensibilizacion con testimonios de mujeres. de 15 a 20'.	\$1,350.00	\$1,350.00	
- 12 copias en VHS	\$10.00	\$120.00	
- 3 copias en U-MATIC (Sin Costo)			
2) Videos Educativos			
- Produccion de 4 videos educativos de 15' c/u	\$1,350.00	\$5,400.00	
- 21 copias en VHS de c/u de los 4 videos, total 84 copias.	\$10.00	\$840.00	
- Elaboracion de 4 manuales (1 para c/video) de 8 a 12 pgs. c/u.	\$300.00	\$1,200.00	
- Reproduccion de 21 copias de c/manual. Total 84 manuales (en fotocopias).	\$1.00	\$84.00	
3) Spots			
- Produccion:			
- 2 spots de sensibilizacion y 12 spots educativos (total 14) de 30" c/u.	\$480.00	\$6,720.00	
- 20 copias de los spots en 5 video-cassettes (4 video-cassettes con los 12 spots educativos y 1 video-cassette con los 2 spots de sensibilizacion). Total: 100 video-cassttes.	\$10.00	\$1,000.00	
- Difusion:			
- 2 spots de sensibilizacion:			
- Dos meses. 4 veces diarias c/u asi:			
- Canal 4: 4 cortes publicitarios (2 veces diarias c/u).	\$2,376.00	\$4,752.00	
- Canal 6: 2 cortes publicitarios (1 vez diaria c/u).	\$1,080.00	\$2,160.00	

PRESUPUESTO  
 ESTRATEGIA DE IEC  
 PROYECTO DE SALUD MADRE-NIÑO (MotherCare)  
 Cochabamba-Bolivia, 1992-1993

ACTIVIDADES-MATERIALES	VALOR UNITARIO US.\$	VALOR TOTAL US.\$	V. TOTALES US.\$
- Canal 2: 2 cortes publicitarios (1 vez diaria c/u).	\$1,080.00	\$2,160.00	
- Ocho meses, 4 veces diarias c/u así:			
- Canal 4: 2 cortes publicitarios (1 vez diaria c/u).	(opcional)		
- Canal 6: 1 corte publicitario (1 spot c/dia intercalados).	(opcional)		
- Canal 2: 1 corte publicitario (1 spot c/dia intercalados).	(opcional)		
- 12 spots educativos, así:			
- Cuatro series de 3 spots c/u durante 4 meses c/serie.			
Total: 16 meses, así:			
- Canal 4: 6 cortes publicitarios diarios (2 veces c/spot).	\$3,564.00	\$57,024.00	
- Canal 6: 3 cortes publicitarios diarios (1 vez c/spot).	\$1,620.00	\$25,920.00	
- Canal 2: 3 cortes publicitarios diarios (1 vez c/spot).	\$1,620.00	\$25,920.00	
Sub-Total			\$134,850.00
<b>III. Material Impreso</b>			
<u>(1) Carpeta informativa</u>			
- Diseño y producción (300 ejemplares)		\$1,500.00	
<u>(2) Rotafolios</u>			
- Diseño de 4 rotafolios educativos de 15 laminas c/u, tamaño 50x70.	\$500.00	\$2,000.00	
- Reproducción en tela de 45 copias de c/ rotafolio, en serigrafía, con 3 tintas.	\$30.00	\$5,400.00	
Total: 180 copias.			
- Elaboración de cuatro guías para los rotafolios (de 15 pag. c/u).	\$150.00	\$600.00	

PRESUPUESTO  
 ESTRATEGIA DE IEC  
 PROYECTO DE SALUD MADRE-NIÑO (MotherCare)  
 Cochabamba-Bolivia, 1992-1993

ACTIVIDADES-MATERIALES	VALOR UNITARIO US.\$	VALOR TOTAL US.\$	V. TOTALES US.\$
- Reproduccion de 45 copias de c/quinia (fotocopias). Total: 180 copias.	\$1.00	\$180.00	
III. Hojas divulgativas			
- Diseno de 14 hojas divulgativas (12 educativas y 2 promocionales de los servicios de salud). Tamano oficio, 3 tintas, ambas caras.	\$200.00	\$2,800.00	
- Impresion de 75,000 ejemplares de c/u de las 14 hojas, en papel bond de 90 gr. a 3 tintas, por ambas caras. Total copias: 1,050,000.	\$0.032	\$33,600.00	
Sub-Total			\$46,080.00
IV. Equipo			
- 5 video-cassetteras y 5 televisores.	\$720.00	\$3,600.00	
- 32 grabadoras de audio-cassette (sin radio).	\$50.00	\$1,600.00	
Sub-Total			\$5,200.00
V. Coordinador			
- Contratacion de 1 coordinador de IEC durante 21 meses, tiempo completo.	\$1,000.00	\$21,000.00	
Sub-Total			\$21,000.00
TOTAL			\$221,222.00

- 52 -

### **III. EMPRESAS PRODUCTORAS DE MATERIAL**

Como continuación de la tarea iniciada en la visita anterior, la consultora realizó visitas y contactos con agencias de publicidad y empresas productoras de material impreso, radial y de video, las cuales se relacionan, en forma resumida, en el presente capítulo. No se considera necesario incluir información detallada sobre cada una de ellas por cuanto la mayoría enviaron sus cartas de presentación al coordinador del proyecto. Además, ya se trabajó en una propuesta sobre cuales serian las mas recomendables para realizar cada actividad, cuyos nombres aparecen tanto en el Plan de trabajo como en el texto que antecede al presupuesto, ambos en el capítulo II del presente informe.

#### **A. AGENCIAS DE PUBLICIDAD**

##### **1. ICCOM -Información, Imagen y Comunicación-**

Es una agencia de publicidad con 7 años de experiencia. En la actualidad presta servicios publicitarios a variadas empresas dedicadas a productos de consumo popular, a la producción industrial y a la prestación de servicios. Cubren toda la gama de servicios publicitario, desde el diseño completo y la producción de campañas publicitarias con utilización de todos los medios, hasta trabajos eventuales para atender requerimientos puntuales.

Disponen de un equipo creativo completo y de los recursos humanos y técnicos necesarios. Entre sus integrantes se noto profesionalismo y compromiso con el trabajo. Cuentan con departamento de arte, de medios, de producción y poseen completo equipo de computación para levantamiento de textos y diagramación, al igual que impresora laser.

Han producido material impreso para el Programa de Desarrollo Alternativo Regional de Cochabamba y audiovisuales sobre la importancia de aprender a leer y escribir, y tres documentales para la Teletón.

Parece ser una agencia bien organizada, con personal competente y productos de buena calidad. Su gerente es la señora Lucy Avila.

##### **2. Compuservi**

Esta agencia nació como una empresa de venta de computadores y prestación de servicios de computación. Actua como agencia de

publicidad en el campo de las artes graficas y el diseño principalmente.

Prestan servicios creativos para el diseño de logotipos, manuales de identidad visual, etiquetas, catálogos, afiches y calendarios. Otro campo de acción es la edición de publicaciones como folletos, revistas, periódicos y libros. Hasta abril de 1991 estuvieron a cargo de la edición de un tabloide de 12 paginas denominado "El Colonizador", órgano informativo del Programa de Desarrollo Alternativo Regional del Chapare. Para el trabajo de diseño gráfico y edición de publicaciones poseen todos los equipos técnicos computarizados.

En cuanto a la realización de videos su experiencia y servicios son limitados. Se encargan de la conceptualización y creación de los scripts y trabajan con productoras de video para su realización. No tienen ninguna experiencia en la producción de material educativo.

El gerente de Comuservi es el señor Pedro Estrada Ponce.

### **3. Original**

La agencia tiene tres años de fundada. La idea central de su gerente-propietario es realizar trabajo exclusivos y especiales para la realización de campañas publicitarias. La actividad que hace honor al nombre de esta agencia es la utilización de luces de neón no solo para los avisos publicitarios sino para la elaboración de objetos propagandísticos exclusivos y originales.

Las tres líneas de acción en que trabaja la agencia son: el diseño de campañas publicitaria con énfasis en las artes graficas; el diseño y producción de elementos propagandísticos originales y no tradicionales; y el uso de las luces de neón para avisos y objetos publicitarios.

Tal como se desprende de sus líneas de acción, no incluyen la producción de videos y de material radial. Tampoco tienen ninguna experiencia en el campo de la producción de material educativo.

Su gerente es el señor Pedro Fernández.

### **4. Genial/Conarte**

Esta agencia esta muy relacionada con el campo de la arquitectura por ser esta la profesión de su propietario-gerente. En ella se combinan trabajos de construcción, arquitectura y artes gráficas.

En lo que concierne a agencia de publicidad el énfasis está en el diseño gráfico, ilustraciones, diagramación, impresión y tipografía. Tuvieron a cargo la elaboración de las ilustraciones para el suplemento infantil del periódico "Los Tiempos" y las ilustraciones de "El Colonizador" (órgano informativo del Programa de Desarrollo Alternativo de el Unapare).

Se encargan de la producción de material en video y spots a través de los servicios de una productora y poseen equipos computarizados para trabajos de animación.

Su gerente-propietario es el arquitecto Juan José Prudencio.

## **5. Publicom**

Fundada hace cuatro años, la agencia Publicom -Publicidad y Comunicación- opera en el campo de la publicidad comercial mediante campañas para venta de propiedad raíz, automóviles y productos de consumo popular. En el área social, su única experiencia ha sido la realización de una campaña para la Empresa Nacional de Energía, con el fin de reducir el consumo de energía eléctrica, a través de la televisión.

En el diseño de campañas publicitarias la agencia da prelación al uso de televisión y prensa. Adicionalmente producen documentales institucionales. El énfasis de su acción está dado a la producción de televisión, dada la vocación de su directora. Ella tiene experiencia de 13 años de trabajo en este medio y ha sido productora de programas infantiles, femeninos, de entretenimiento y concursos, al igual que presentadora de espacios noticiosos.

Durante la visita a esta agencia se notó muy poco movimiento y actividad y no se pudo conocer al personal creativo y de producción. La directora es la señora Ada Salas.

## **B. PRODUCTORAS DE TELEVISION**

### **1. Viditel**

Esta empresa tiene cinco años de experiencia en producción de documentales y spots para televisión. Cuentan con equipo técnico profesional completo y están en etapa de renovación y modernización.

Entre los trabajos que han producido de carácter social se destacan spots promocionales para las jornadas de vacunación y para fomentar el consumo de agua potable. Han producido documentales para las empresas de Luz y Fuerza Eléctrica y de

Electricidad. En cuanto a experiencia en producción de material educativo, realizaron un programa de televisión sobre el uso y consumo de drogas.

Se pudo apreciar que producen material de buena calidad, y podrían ser un buen proveedor de material de video para el proyecto.

Su gerente es el señor Marcelo Forro.

## **2. Telecentro**

Telecentro es la empresa productora del Canal 4 de televisión, pero también realizan trabajo en forma independiente. Cuentan con estudio de T.V. y con todo el equipo técnico y humano indispensable para la producción de programas, documentales y spots. El trabajo de postproducción lo realizan con equipo computarizado y disponen de generador de efectos especiales, y de computadora para efecto tridimensional.

Además de productora de televisión prestan servicios de agencia, esto es, producen los spots y los distribuyen entre los demás canales de televisión.

Sus propietarios y directores, señores Javier y Mario Cortés, los mismo del Canal 4, tienen espíritu de solidaridad social y anualmente, a través de la productora y el canal, realizan una campaña de ayuda a los niños huérfanos.

La vinculación del proyecto con esta dos empresas en forma simultánea traería ventajas de reducción de costos, agilidad en los procesos, productos de la calidad requerida y, adicionalmente, la inclusión del tema de la salud reproductiva en diversos espacios de la programación regular del canal.

## **PRODUCTORAS DE RADIO E IMPRESOS**

### **1. CENTRO DE COMUNICACION Y EDUCACION RURAL -CER-**

CER es una organización dedicada a la comunicación y la educación desde hace 10 años, que cubre una amplia gama de medios. Su objetivo fundamental es apoyar el desarrollo integral de los grupos sociales más deprimidos a través de actividades y materiales educativos y de comunicación.

El centro cuenta con dos departamentos, uno de comunicación y educación y otro dedicado al sector agropecuario y forestal. El primero de ellos trabaja en cuatro áreas: 1) producción de

material audiovisual, que incluye sonovisos (diapositivas y audio) y videos educativos; 2) diseño, diagramación y producción de material impreso como rotafolios, afiches, manuales, cartillas, periodicos y calendarios; 3) producción de programas y cuñas radiales en quechua y castellano; y 4) actividades educativas directas a través de sociodramas, títeres y audiodebates.

Disponen de un equipo humano profesional en cada una de estas áreas, al igual que de todas las facilidades técnicas para el diseño y la producción de material impreso, radial y audiovisual. En cuanto al video, producen material educativo de calidad aceptable en cuanto a producción, pero se requería contratar con una productora el material de difusión masiva a través de los canales de televisión.

Es importante señalar que para la producción de material educativo, esta organización realiza un trabajo previo de investigación que incluye: recopilación bibliográfica, trabajo de campo, conocimiento de la población objetivo, entrevistas con los profesionales del tema a tratar y compatibilidad de los mensajes con la realidad de la población; elaboración de preguiones y bocetos para su revisión participativa; trabajo de campo con tomas fotograficas, entrevistas etc.; producción de material para prueba y producción final.

Dada la variedad de servicios que presta y que el proceso de producción de material se ajusta a los requerimientos del proyecto, la contratación de CER podría ser muy buena alternativa para producir el material radial e impreso del proyecto. En cuanto a los videos y spots de televisión, estos podrían encargarse a la productora Telecentro que tendría que actuar en forma coordinada con CER para conservar la unidad de los mensajes y productos.

El director de CER es el señor Jaime Villegas.

## **2. CENTRO DE PRODUCCION RADIOFONICA -CEPRA-**

Es una institución privada sin fines de lucro, destinada a la producción de programas educativos radiales, con 10 años de experiencia en este campo. Son sus objetivos producir y difundir programas radiales que orienten sobre la prevención de enfermedades, el mejoramiento en la producción agropecuaria, y contribuyan a inculcar valores éticos y morales tanto en el área urbana como rural; realizar y difundir radionovelas sobre aspectos sociales, culturales e históricos; capacitar a personal en la producción radial; recopilar material radial y promover su difusión; establecer una red de comunicación e impulsar la creación de clubes de radioescuchas.

Su actividad se realiza a través de tres líneas de acción:

- 1) Producción radial que incluye radionovelas educativas en quechua y castellano que se difunden en cerca de 40 emisoras del país; el informativo "Inkurikusandni" ("Nos estamos encontrando"), que se difunde por 18 radios de provincia; un programa sobre derechos humanos y otro de reportajes denominado "Sin fronteras".
- 2) Capacitación en producción radial para los productores y radialistas de las emisoras de provincia y
- 3) Trabajo de campo que incluye investigación sobre audiencia, impacto, problemas, necesidades y expectativas de contenidos.

Cepra cuenta con un equipo humano de 11 profesionales comunicadores sociales, periodistas, profesores rurales, locutores y libretistas, capacitados en producción radial en todos los formatos. Disponen de estudio u. grabación profesional. La mayor parte de su producción está dirigida al sector rural y, en gran medida, es trabajada en idioma quechua.

Tiene experiencia en la producción de material educativo sobre salud, específicamente sobre temas de supervivencia infantil, salud materna, tuberculosis y medicina tradicional. Se nota buena calidad en los programas escuchados sobre el tema de la diarrea, con formato de radionovela.

A pesar de que su orientación prioritaria es la producción radial dirigida al sector rural, Cepra es un centro de producción de muy buena calidad que podría también ser utilizado por el proyecto.

El director de Cepra es el señor Constantino Rojas.

#### IV. ADMINISTRACION LOCAL DEL COMPONENTE DE IEC

El componente de Investigación, Educación y Promoción, Educación es uno de los cuatro que integran el Proyecto de Salud Madre-Niño (MOTHERS). El desarrollo de la estrategia diseñada y descrita en este informe para dicho componente implica no solo el cumplimiento y ejecución de todas las actividades programadas para lograr los objetivos propuestos, sino también una labor permanente de coordinación con los otros tres componentes del proyecto como son: Investigación, Capacitación y servicios de salud.

Con el fin de asegurar que estos dos propósitos -la ejecución y la coordinación- se cumplan, la consultora propuso tres niveles de organización administrativa local del componente de IEC: Un comité interinstitucional de IEC con representantes de todas las instituciones ejecutoras, un coordinador de IEC y unidades administrativas básicas de IEC al interior de cada institución.

##### A. COMITE INTERINSTITUCIONAL DE IEC

La idea inicial de constituir un comité interinstitucional de IEC fue presentada como una de las recomendaciones en mi primer informe de consultoría para este proyecto, en el pasado mes de septiembre.

##### 1. Constitución del Comité

Durante la presente visita, esta iniciativa se llevó a efecto y fue así como el día 20 de noviembre se realizó la primera reunión del comité interinstitucional de IEC, la cual se consideró como constitutiva del comité. Asistieron representantes de todas las ONGs vinculadas al proyecto, aunque no se contó con la presencia de la Unidad Sanitaria ni del Hospital Germán Urquidí. En esta reunión se presentó la propuesta inicial sobre objetivos del comité, integrantes y funciones, con lo cual los participantes estuvieron de acuerdo. Igualmente, se hizo una presentación detallada de la estrategia preliminar de IEC y se solicitó a los asistentes, como tarea para la próxima reunión, revisarla y concretar los aspectos prioritarios a fin de reducir las actividades propuestas inicialmente.

## **2. Reuniones efectuadas**

La segunda reunión del comité se llevó a cabo el día 10 de noviembre, con asistencia de 12 personas de todas las instituciones, incluida la Unidad Sanitaria. Esta reunión tuvo un doble propósito: recibir y comentar las sugerencias de priorización y ajustes a la estrategia que formularán las instituciones y presentar una propuesta de reglamento interno para el funcionamiento del comité. Sobre el primer punto, los comentarios están resumidos en la Introducción a la Estrategia de IEC en el presente informe. En cuanto al reglamento, la consultora elaboró y presentó una propuesta de reglamento interno, la cual fue entregada a los asistentes para su revisión.

Una tercera reunión se realizó el día 2 de diciembre, en ella se presentó el plan de trabajo elaborado por la consultora para el desarrollo de la estrategia, el cual recibió total respaldo, se definieron las cantidades de material de IEC para cada institución y se hicieron comentarios y ajustes de forma a la propuesta de reglamento interno del comité. Esta misma reunión se aprovechó para discutir y llegar a un acuerdo sobre el nombre en español que se daría al proyecto, optándose por el de "Proyecto de Salud Madre-Niño".

## **3. Objetivos del Comité**

El objetivo fundamental del comité es garantizar la ejecución de la estrategia de IEC en la forma más racional y eficiente posible, tanto al interior de cada institución como en forma colectiva e integrada. Igualmente, el comité buscará asegurar que en todas las instituciones ejecutoras se organice y fortalezca una unidad administrativa básica encargada de las funciones de información, educación y comunicación.

## **4. Integrantes**

Son sus integrantes los delegados, titular y suplente, de todas las instituciones ejecutoras del proyecto: Unidad Sanitaria, Hospital Materno-Infantil Germán Urquidí, Combase, Centro de Prevención contra el Cáncer de la Mujer, ME.DI.CO., Promefa y la Facultad de Medicina de la Universidad Mayor de San Simón.

## **5. Funciones**

Las funciones establecidas para el comité son las siguientes:

- a). Revisar, ajustar, complementar y aprobar la estrategia de IEC para todo el periodo de duracion del proyecto.
- b). Elaborar el plan anuani de actividades, tanto individual como colectivo.
- c). Velar por el cumplimiento del plan.
- d). Definir nuevas areas o campos de accion de acuerdo con las necesidades detectadas en el transcurso de la ejecucion de la estrategia.
- e). Realizar contactos con los medios de comunicaci3n para conseguir su colaboracion con el proyecto.
- f). Operar como mecanismo de intercambio y concertacion de las acciones de comunicaci3n de las instituciones participantes.
- g). Definir y revisar los contenidos t3cnicos de todo el material informativo, educativo y promocional que se produzca en desarrollo de la estrategia.
- h). Coordinar las acciones de IEC con las de los otros tres componentes del proyecto.
- i). Asegurar que se realice una evaluacion de la estrategia de IEC.

## **6. Reuniones**

El comite deber3 celebrar reuniones ordinarias una vez al mes, pero podr3 reunirse en forma extraordinaria por citaci3n del coordinador del proyecto. Habr3 quorum con la mitad mas uno de sus miembros.

## **7. Mecanismos operativos**

El coordinador del proyecto ser3 responsable por la coordinaci3n y funcionamiento del comit3. Es el encargado de citar a sus miembros, preparar las agendas de trabajo, remitir los documentos para estudio previo a las reuniones, elaborar las actas y velar porque todas las decisiones del comit3 sean puestas en pr3ctica.

El comit3 tendr3 la misma duraci3n del proyecto, es decir, hasta septiembre de 1993.

## **8. Reglamento Interno**

El Reglamento Interno del Comit3 Interinstitucional de IEC aparece en el Anexo No.5: "Comit3 Interinstitucional de IEC, Reglamento Interno", en version definitiva aprobada durante la reuni3n del comit3 realizada el pasado 2 de Mayo de 1993.

## **B. COORDINADOR DE IEC**

Otra de las recomendaciones hechas por la consultora durante la primera visita fue la de contratar un profesional del área de las comunicaciones para que asuma la responsabilidad del desarrollo de la estrategia, bajo la supervisión del coordinador del proyecto y en estrecha relación con el comité interinstitucional.

### **1. Acciones preliminares.**

La primera tarea ejecutada con este propósito fue la elaboración y ordenación de un aviso de prensa invitando a los posibles candidatos a enviar sus hojas de vida. El aviso fue publicado los días miércoles 20, jueves 21 y domingo 24 de noviembre, en el periódico Los Tiempos, principal diario de Cochabamba. Los recortes de estos avisos aparecen en el Anexo No. 8: "Recortes de Prensa".

Como respuesta a esta convocatoria se recibieron 12 hojas de vida, de las cuales al menos 9 pertenecían a personas vinculadas estrechamente con algún aspecto de la comunicación social. De ellas se seleccionaron las 4 mejores y se llamó a entrevista a los candidatos.

### **2. Entrevistas**

Se realizaron cuatro entrevistas con los candidatos más opcionados, teniendo en cuenta los siguientes parámetros de análisis y comparación:

- Requisitos académicos: profesión, título universitario, cursos de actualización.
- Experiencia laboral: conocimiento y manejo de diferentes medios impresos, radio, televisión, producción de video, información de prensa, etc. Igualmente, conocimiento y experiencia en administración, coordinación y supervisión.
- Educación en salud: conocimiento y experiencia de trabajo en temas relacionados con educación en salud y conocimiento y contacto directo con comunidades similares a las que constituyen la población objetivo del proyecto.
- Muestras de material producido: presentación de muestras de material de diversa índole diseñado o producido total o parcialmente por el aspirante.
- Cualidades personales: personalidad, fluidez para hablar, seguridad, iniciativa, interés por este campo de actividad.
- Relaciones laborales: conocimiento y relación con las empresas productoras de material, los medios masivos y las autoridades locales de salud.

- Vinculación laboral: trabajo actual, razones para cambiar, perspectivas de desarrollo profesional en general y en este proyecto, condiciones laborales deseadas.

Las notas manuscritas de las entrevistas reposan en el archivo del proyecto y no se incluyen en el presente informe.

Como resultado de esta actividad, la consultora se permite recomendar la contratación del señor Ariel Pérez Rosas como coordinador del componente de IEC, dado que reúne todas las condiciones necesarias para este cargo y supera en mucho a los demás candidatos entrevistados. Su hoja de vida, al igual que las de los otros tres candidatas entrevistadas, aparece en el Anexo No. 7: "Hojas de Vida".

### 3. Funciones del Coordinador de IEC.

El coordinador de IEC será el responsable principal de la ejecución de la estrategia, bajo las directrices trazadas por el Comité Interinstitucional y la supervisión del coordinador del proyecto. Sus funciones principales serán las siguientes:

- Dirigir y supervisar la producción de todo el material impreso, radial y de video que hace parte de la estrategia de IEC.
- Definir conjuntamente con el coordinador del proyecto, los términos de contratación con las empresas productoras de material y con los medios masivos para su difusión y mantener con ellas relaciones laborales y de supervisión permanentes.
- Establecer los mecanismos de supervisión de la emisión de los materiales a través de los medios masivos, en los términos acordados en los contratos respectivos.
- Elaborar y enviar un boletín de prensa mensual a los medios de difusión y facilitarles todos el material informativo que requieran, proponer temas para entrevistas y reportajes y efectuar la coordinación a que haya lugar para que esta labor se realice.
- Participar en las reuniones del Comité Interinstitucional y responsabilizarse de la ejecución de las tareas que le sean encomendadas.
- Velar porque los responsables de la elaboración de los contenidos técnicos para los materiales cumplan con su entrega a tiempo y hacer entrega de los mismos a las empresas productoras de material.
- Organizar y realizar la distribución del material educativo a las ONGs y velar por el buen uso que ellas hagan del mismo.
- Hacer entrega a los medios masivos de las cuñas radiales los spots de T.V. y los programas y videos educativos para

su difusión según las fechas acordados en el cronograma de trabajo.

- Organizar conjuntamente con la Unidad Sanitaria, el acto de presentación del estudio cualitativo.

- Participar activamente en todas las etapas de la prueba de materiales.

- Dictar charlas de capacitación a los agentes educativos de salud sobre técnicas básicas de IEC, uso adecuado del material y administración y conservación del mismo.

- Elaborar un informe final de actividades.

- Mantener operativos los mecanismos de coordinación interinstitucional que establezca el comité.

- Velar porque las actividades y el material que se produzca sea compatible con los otros componentes del proyecto.

#### **4. Contratación**

Se recomienda que la contratación del coordinador de IEC se efectúe en forma inmediata, de manera que pueda comenzar a trabajar a la mayor brevedad, para poder cumplir con el plan de trabajo propuesto. Cuyas actividades deben comenzar en enero de 1992.

La contratación deberá realizarse por un periodo de 21 meses, hasta septiembre de 1993, de tiempo completo, dejando abierta la posibilidad de cancelación del contrato si los resultados del trabajo no son los esperados.

#### **C. UNIDADES OPERATIVAS BÁSICAS**

Con el fin de asegurar no solo el cumplimiento de las tareas de IEC asignadas a cada institución ejecutora, sino también - y lo que es más importante- garantizar la continuidad de las acciones educativas y de comunicación una vez finalizado el proyecto, se recomienda la conformación de unidades administrativas básicas de IEC al interior de cada institución.

Se entiende por unidad administrativa básica la dependencia o sección encargada de llevar a cabo las acciones de información, educación y comunicación. Será igualmente la dependencia encargada de administrar, prestar, distribuir y conservar el material educativo y promocional que se produzca. Así mismo, deberá proponer y desarrollar nuevas acciones de acuerdo con las necesidades de la población y las coyunturas o eventos que puedan ser aprovechados para realizar acciones educativas, informativas o promocionales.

El ideal sería que cada institución contratara o dispusiera de una persona especial para realizar esta actividad. Sin embargo y dado que algunas de las ONGs disponen de muy poco personal, y tienen capacidad limitada de contratación, podrán designar a uno de los educadores o trabajadores de la salud que demuestre interés y aptitudes, para desempeñar esta función.

La persona o personas designadas para conformar estas unidades, ya sea en forma parcial o de tiempo completo, deberán recibir una instrucción básica en técnicas de IEC y en el uso y administración del material.

## V. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

### A. SUBCOMISION DE IEC, LA PAZ

En cumplimiento de una de las tareas asignadas, la consultora asistió a la reunión de la Subcomisión de IEC sobre Salud Reproductiva, realizada en La Paz el día 5 de diciembre, en compañía de Patricia Taylor, Mary McInerney y Eduardo Vexina.

Esta comisión tiene como propósito diseñar y ejecutar un programa de comunicación educativa para un periodo de cuatro años, con el fin de mejorar los conocimientos que tiene la población boliviana sobre la salud reproductiva. Con este programa se espera que aumente la demanda de servicios al igual que la capacidad para satisfacerla y que crezca el apoyo y la conciencia política sobre la importancia de la salud reproductiva. Su población objetivo prioritaria son las mujeres en edad fértil y sus parejas.

A la reunión asistieron 17 personas de las diversas instituciones nacionales que conforman la Subcomisión. En ella se presentó un informe sobre el estado de producción de los materiales educativos, previa explicación del proceso seguido.

Se informó que el rotafolio sobre salud reproductiva en sus dos versiones, una para consejería en consultorio y otro en tela para charlas educativas, ya cumplió el proceso de pre-test y estará listo en el mes de febrero próximo. Se está elaborando también un afiche que para el momento de la reunión se encontraba en proceso de pretest y también se espera su producción para febrero. Otros materiales en proceso de producción son las tarjetas de referencia, un folleto sobre métodos de planificación familiar y unos "volantes clínicos" con información específica ampliada sobre cada método.

La subcomisión está planeado realizar un evento de capacitación de agentes educativos del nivel local sobre el uso de este material. En este evento participarían agentes educativos vinculados al Proyecto MotherCare de Cochabamba, quienes realizarán actividades locales educativas sobre salud reproductiva utilizando el material producido por la Subcomisión.

Durante la reunión, la consultora hizo una presentación resumida de la estrategia de IEC para el proyecto de Cochabamba, con sus antecedentes, objetivos, audiencia, componentes, áreas temáticas, etapas, materiales y medios. Hubo preguntas y comentarios y se notó una reacción favorable sobre la estrategia.

## **B. OTRAS ACTIVIDADES**

Adicionalmente a las actividades descritas, la consultora realizó algunas actividades complementarias que se enuncian sin detallar a continuación, pero que sirvieron para ampliar su conocimiento de la población objetivo, de las instituciones que prestan servicios de salud y de la labor que realizan algunos agentes de salud:

- Recorrido por distintos servicios de salud de los distritos Norte y Sur en las zonas periurbanas de la ciudad, durante la Tercera Jornada Nacional de Vacunación realizada el domingo 24 de noviembre. Este recorrido se hizo por invitación y en compañía de la Dra. Magaly de Zannier, Directora de la Unidad Sanitaria y del Dr. Ciro Larrazabal, Subdirector.
- Visita al Vagón-consultorio (otro de los proyectos de MotherCare en Bolivia) durante su estación en Cochabamba, y encuentro con los dos equipos médico. Se hicieron algunas sugerencias sobre materiales de comunicación.
- Visita a Combase para conocer sus instalaciones, los servicios que prestan, los materiales de comunicación que utilizan y la difusión de videos educativos a través de monitores en las salas de espera.
- Visita a uno de los centros de atención de M.E.DI.CO. para conocer sus instalaciones remodeladas con el apoyo financiero del proyecto, y los servicios que prestan.
- Asistencia a la sesión plenaria del curso de actualización y seguimiento de parteras, realizado en la Escuela Técnica de Salud.

## VI. RECOMENDACIONES

### A. PLAN DE TRABAJO

Con el fin de que el plan de trabajo se cumpla a cabalidad en los terminos y tiempos previstos, es lo mas aconsejable que se hagan los esfuerzos necesario para que las actividades comiencen en el proximo mes de enero. Ello implica realizar las siguientes acciones a la mayor brevedad posible:

- Contratar al coordinador de IEC en forma inmediata a fin de que pueda asumir sus funciones y responsabilidades en el momento previsto para el inicio de las actividades de la estrategia. En caso contrario, el plan de trabajo tendra que sufrir ajustes en detrimento del desarrollo de las actividades programadas.
- Realizar las negociaciones definitivas con las empresas formal tanto de las empresas productoras como de los medios de difusion, a fin de dar comienzo a la produccion de material en las fechas previstas en el plan de trabajo y disponer oportunamente del plan de medios debidamente elaborado y acordado.

### B. COMITE INTERINSTITUCIONAL

El comité constituye uno de los elementos claves para la administración local del componente de IEC dentro del proyecto. Por esta razon se recomienda:

- Efectuar las reuniones mensuales mensuales previstas, y no dejar perder el interes de sus integrantes demostrado en las tres reuniones realizadas hasta la fecha.
- Elaborar las actas correspondientes a estas tres reuniones y enviarselas a los miembros del comité.
- Circular la versión definitiva del reglamento interno del comité.

### C. CAPACITACION EN IEC

Para efectos del uso adecuado del material educativo, se considera fundamental la conformación de un equipo capacitador que se encarque de realizar charlas o talleres al personal de salud y los agentes educativos, tanto sobre los contenidos básicos de cada área tematica que comprende la estrategia, como

sobre el uso adecuado del material como elemento de apoyo. Conversaciones preliminares en este sentido fueron realizadas con la licenciada Elizabeth Allende, colaboradora del CPDUM, las cuales podrían concretarse en la forma apropiada por parte del coordinador del proyecto.

#### **D. COORDINACION CON OTROS COMPONENTES**

La estrategia de IEC deberá ejecutarse coordinadamente con los demás componentes del proyecto, de tal forma que todos se apoyen y complementen.

- En el caso del componente de Capacitación, es indispensable compatibilizar los planes de acción de ambos componentes, pues las acciones deben responder a una secuencia previamente establecida, de manera que haya coincidencia entre las instrucciones que imparten los profesionales de la salud a la población y los contenidos y mensajes que se a través de los agentes educativos y de los medios masivos.

- En cuanto al componente de Servicios de Salud, las acciones programadas en la estrategia de IEC como apoyo a los servicios, deberán responder y reflejar cambios en la clase de atención que se le brinda y que recibe la población. Por tanto, estas acciones de promoción a través de la radio y el material impreso no podrán ser ejecutadas sino con posterioridad a la realización efectiva de los cambios previstos en los servicios de salud.

#### **E. ASISTENCIA TECNICA EN COMUNICACIONES**

Teniendo en cuenta que la ejecución de la estrategia está por comenzar y que el personal vinculado actualmente al proyecto tiene escasa experiencia en el campo de las comunicaciones, se recomienda prestar asistencia técnica al proyecto en los siguientes tres momentos específicos:

1. Una vez contratado el coordinador, con el fin de brindarle apoyo en la iniciación del trabajo, familiarizarlo con la estrategia, discutirla con él, resolver las dudas y establecer los contactos con las empresas, organizaciones y medios vinculados al proyecto.

2. Durante la etapa de diseño y producción del primer material para prueba, con el fin de asegurar que la interpretación de los contenidos, la elaboración de los mensajes y el diseño de los materiales sea la adecuada.

3. Dado que no se dispone, o al menos no se ha podido identificar en Cochabamba, personal con experiencia en el proceso de prueba de material educativo, se considera indispensable la asistencia técnica de un experto que dirija y supervise todo el proceso y, a su vez, capacite al personal local para las acciones de prueba siguientes.

A N E X O N o . 1

**Scope of Work**

**Sonia Restrepo  
(three weeks consultancy)**

1. Work with local counterparts (the Unidad Sanitaria and NGOs) to specify the communications strategy for policy makers and the community. Work with the University Medical School and the Hospital German Urquidi and local NGOs to specify the communications strategy for health care providers.

The detailed communications strategy should be for activities that can realistically be accomplished in a two-year period using local resources. The strategy should include:

- (1) a precise statement of objectives (a subset of what is in your last report);
  - (2) a detailing of activities required to reach the objectives;
  - (3) a workplan that outlines the steps involved in each activity, the general content of the activity/material in relation to the objectives;
  - (4) who is responsible for the activity and some idea of costs, if they can be obtained or estimated (we need to have a budget by December for 1992 project expenditures for approval by A.I.D.).
2. Continue with the task begun on the last assignment of identifying local resources and working with them to achieve as close a collaboration as possible between the project and those groups most appropriate to do the work.
  3. Work on a plan for local management of the communications component.
  4. Represent MotherCare at the monthly Reproductive Health IEC Subcommittee meeting in La Paz. It is held the first Thursday of each month. (Pat will brief you on this subcommittee and MotherCare's role.)

## A N E X O N o . 2

### LISTA DE PERSONAS CONTACTADAS

#### Coordinación del Proyecto:

- Lic. Eduardo Vexina                      Coordinador del Proyecto MotherCare en Cochabamba
- Lic. Mary McInerny                      Coordinadora Administrativa de los Proyectos MotherCare en Bolivia
- Lic. Patricia Taylor                      MotherCare, Washington

#### Unidad Sanitaria de Cochabamba:

- Dra. Magaly de Zannier                      Directora
- Dr. Ciro Larrazabal                      Subdirector
- Dra. Lola Salinas                      Médica U.S.
- Lic. Marcia Ramos                      Hospital Materno Infantil Germán Urquidi

#### ONGs de Salud:

- Dr. Ramiro Becerra                      Director, Centro de Prevención Contra el Cáncer de la Mujer
- Lic. Elizabeth Allende                      Centro de Prevención Contra el Cáncer de la Mujer
- Dr. José Velásquez                      Director, COMBASE
- Dr. Hugo Castrillo                      Médico, COMBASE
- Lic. Cristina Ceballos                      Enfermera, COMBASE
- Lic. Cristina Chacón                      Contadora, COMBASE
- Dr. Jorge Quiroga                      Director, ME.DI.CO.
- Dra. Amanda Rojas                      Atención Primaria en Salud, ME.DI.CO.
- Dra. Nancy Méndez                      Directora, PROMEFA

#### Facultad de Medicina, Universidad Mayor de San Simón

- Dr. René Lazcano                      Médico, Ms. Salud Pública

#### Agencias de Publicidad

- Lic. Lucy Avila                      Gerente, ICCOM
- Lic. Pedro Estrada Ponce                      Gerente, Compuservi
- Lic. Pedro Fernández                      Gerente, Original
- Arq. Juan José Prudencio                      Gerente, Genial
- Lic. Ada Salas                      Gerente, Publicom

- 72'

Empresas Productoras de Material

- |                         |                               |
|-------------------------|-------------------------------|
| - Lic. Marcelo Porro    | Gerente, Viditel              |
| - Arq. Mario Cortés     | Gerente General, Telecentro   |
| - Sr. Henry Delgado     | Realizador, Telecentro        |
| - Sr. Jaime Villegas    | Director General, CER         |
| - Lic. René Plata       | Jefe Sección de Impresos, CER |
| - Sr. Constantino Rojas | Director, CEPRA               |

Medios de Comunicación

- |                      |   |
|----------------------|---|
| - Lic. Javier Cortés | Presidente, Cámara de Medios de Comunicación      |
| - Arq. Mario Cortés  | Gerente, Canal 4 de T.V.                          |
| - Sr. Angel Castillo | Gerente, Radio Litoral y periodista "Los Tiempos" |

Candidatos a la Coordinación de IEC

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| - Lic. Ariel Pérez         | Diseñador gráfico y Productor de video y televisión |
| - Lic. Maria Luisa Mercado | Comunicadora Social                                 |
| - Dra. Kathya Jemio        | Ph.D. en Periodismo                                 |
| - Lic. Carolina Espinosa   | Comunicadora Social                                 |



**CENTRO DE COMUNICACION Y EDUCACION RURAL**

**TELÉFONO 0-000-141.2120-043.**

**Cochabamba - Bolivia**

AV. QUENBO 0214 TELÉFONO 21250

**PRECUPUESTO DE PRODUCCION DE MATERIALES EDUCATIVOS  
PARA "MICHÍN GARDI"  
(Expresado en dólares americanos)**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD Unid.	TOTAL Dóla.
<b>I. MATERIAL IMPRESO</b>		
a) 4 rotafolios de 15 líneas cada uno, (3) cada (3) en el barrido con un costo de \$us. 500 por cada rotafolio.	2.000.-	7.400.-
b) 12 hojas divulgativas a 3 colores sobre cartón, cada una a \$us. 200.-	2.400.-	
c) 3 Memorias de 1 a 12 páginas para debates. Cada memoria a \$us. 300	2.400.-	
d) 4 guías para rotafolio. Cada una a \$us. 150	600.-	
<b>II. VIDEO</b>		
a) 4 rotafolios de 15 líneas en combinación de (3) cada (3) en un solo de tiempo (3 colores). c/u a \$us. 30. 180 copias (de cada rotafolio con 45 copias)	5.400.-	24.000.-
b) 12 hojas divulgativas a 3 colores en papel bond de 70 gr, sobre cartón. Cada hoja a \$us. 0,032 por 200.000 copias (de cada hoja divulgativa se requieren 50.000 copias)	19.200.-	
<b>III. VIDEOS</b>		
a) 4 Videos educativos de 12 a 15 minutos (Incluye título, locución, guionario de caracteres, etc.) Cada uno a \$us. 1.500.-	6.000.-	10.000.-
22 copias de videos en VHS. Cada uno a \$us. 15 (Se re- quieren 22 copias por cada video)	1.320.-	
b) 11 copias de 30 segundos (Incluye título, el proceso hasta el producto terminado). Cada uno a \$us. 200.	2.200.-	
21 copias de spots en 15". Cada uno a \$us. 20	420.-	
<b>IV. AUDIO (Programas para audio - debates)</b>		
a) 11 Programas con duración de 12 a 15 minutos. Cada uno a \$us. 300.-	3.300.-	4.000.-
b) 100 copias de los programas en cassette VHS con duración a \$us. 1,20 cada uno. (La cantidad de copias es de cassete a experimentación y selección de barra)	216.-	
c) 10 copias de audios de 30 segundos. Cada uno a \$us. 100	1000.-	
d) 21 copias de los audios. Cada uno a \$us. 1,90. (La cantidad de copias es de cassette a experimentación)	400.-	
TOTAL (CANTIDAD)		46.604.-

74

Cochabamba, 4 de diciembre de 1991

Lic.  
Eduardo Vexina  
Coordinador Regional  
Proyecto de Salud  
MOTHER CARE  
Presente.

Distinguido Lic. Vexina:

De acuerdo a conversaciones con la Sra. Sonia Restrepo, ha go llegar a Ud. el presupuesto para la realización, edición y difusión de cinco programas (videos de 15 a 20 minutos ) y doce spots de 20 a 30 segundos.

Técnicamente contamos con Cámaras Hitachi, equipo de iluminación, set de filmación. Asimismo para la edición contamos con efectos especiales computarizados, efectos tridimensionales (Macintosh FX), además de una grua y un carro para travelling.

El costo de la realización por programa es de	\$us.1.120.--
El costo por guionización es de	\$us. 224.--
El costo por spot es de	\$us. 480.--
Costo copias con cassette incluido (VHS)	\$us. 10.--

Por otra parte detallamos un plan de difusión en tres canales de la ciudad:

- Canal 2 = 3 cortes publicitarios día de 30"  
Costo mensual \$us.4.050.-- 60% descuento \$us.1.620.--
- Canal 6 = 3 cortes publicitarios día de 30"  
Costo mensual \$us.4.050.-- 60% descuento \$us.1.620.--
- Canal 4 = 6 cortes publicitarios día de 30"  
Costo mensual \$us.11.880.-- 70% descuento \$us.3.564.--

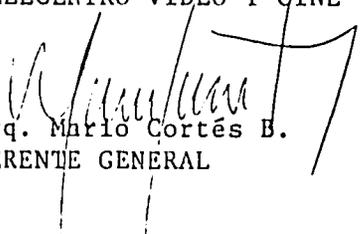
Considerando que se emitirán 16 meses de publicidad, los dos primeros meses de campaña se emitirán:

- Canal 2 = 2 cortes publicitarios  
Costo mensual \$us.2.700.--, 60% descuento \$us.1.080.--
- Canal 6 = 2 cortes publicitarios  
Costo mensual \$us.2.700.--, 60% descuento \$us.1.080.--
- Canal 4 = 4 cortes publicitarios  
Costo mensual \$us.7.920.--, 70% descuento \$us.2.376.--

También ofrecemos a Uds. cobertura informativa periodística dentro la programación de CANAL 4 COCHABAMBA y la difusión de los programas sin costo alguno en el programa Super Sábado.

Sin otro particular y esperando estén de acuerdo con el presupuesto presentado, saludo a Ud. con mis consideraciones más distinguidas.

TELECENRO VIDEO Y CINE



Arq. Mario Cortés B.  
GERENTE GENERAL

apb/  
cc. File

ANEXO No. 5

111

COMITE INTERINSTITUCIONAL DE  
INFORMACION, EDUCACION Y COMUNICACION

Proyecto de Salud Madre-Nino (MotherCare)  
Cochabamba, BOLIVIA

REGLAMENTO INTERNO

ANTECEDENTES

Como una de las actividades programadas dentro del Proyecto de Salud Madre-Nino (MotherCare), se realizó un seminario taller sobre "Investigación para las Estrategias de Intervención", durante los días 30 y 31 de Agosto y 1 de Septiembre de 1991.

Este seminario-taller arrojó las bases para el diseño de la estrategia de Información, Educación y Comunicación - IEC del proyecto, cuyo documento preliminar fue presentado a consideración de MotherCare y del coordinador del proyecto para su discusión y aprobación.

Una de las recomendaciones incluidas dentro de la estrategia fue la de constituir un Comité Interinstitucional para el componente de IEC del proyecto, integrado por miembros de todas las instituciones ejecutoras, que se encargue de elaborar los planes de actividades, velar por su cumplimiento, definir nuevas áreas o campos de acción, definir y aprobar los contenidos de los materiales, realizar contactos con los medios de comunicación y operar como mecanismo de intercambio y concertación de las acciones de comunicación de las instituciones participantes.

Con el fin de constituir este comité, el día 20 de noviembre de 1991 se realizó una reunión con representantes de las instituciones ejecutoras del proyecto cuyo objetivo fue el de dar a conocer la propuesta de estrategia de IEC y constituir formalmente el comité. Una vez logrado el acuerdo de los participantes, esta reunión fue considerada como la No. 1 del Comité Interinstitucional de IEC.

## CAPITULO I

### DE LOS OBJETIVOS

- Art. 1: El Comité Interinstitucional de IEC tiene como objetivo fundamental garantizar la ejecución de la estrategia de IEC, dentro del Proyecto de Salud Madre-Niño (MotherCare) en la forma más racional y eficiente, tanto al interior de cada una de las instituciones, como en forma colectiva e integrada.
- Art. 2: Asegurar que en todas las instituciones ejecutoras se organicen y fortalezca una unidad administrativa encargada de las funciones de información, educación y comunicación, las cuales puedan continuar su trabajo en forma autónoma una vez haya concluido el apoyo técnico y financiero de MotherCare al proyecto.

## CAPITULO II

### DE LOS INTEGRANTES

- Art. 3: El Comité Interinstitucional de IEC está integrado por representantes de las siguientes instituciones ejecutoras del proyecto: Unidad Sanitaria de Cochabamba, Promefa, Combasa, ME.DI.CO., Centro de Prevención Contra el Cáncer de la Mujer, Facultad de Medicina de la Universidad de Mayor de San Simón y Hospital Materno Infantil Germán Urquidí.
- Art. 4: Cada una de estas organizaciones deberá designar a uno de sus funcionarios como delegado titular ante el comité y a otro como suplente. Ambos funcionarios podrán asistir conjuntamente a las reuniones cuando así lo deseen, pero la representación formal de la institución para efectos de votación, estará en cabeza del titular cuando ambos estén presentes.

## CAPITULO III

### DE LAS FUNCIONES

- Art. 5: Las funciones del Comité Interinstitucional de IEC son las siguientes:
- a). Revisar, ajustar, complementar y aprobar la estrategia de IEC para todo el periodo de duración del proyecto.
  - b). Elaborar el plan anual de actividades, tanto individual como colectivo.
  - c). Veler por el cumplimiento del plan.
  - d). Definir nuevas áreas o campos de acción de acuerdo con las necesidades detectadas en el transcurso de la ejecución de la estrategia.
  - e). Realizar contactos con los medios de comunicación, para conseguir su colaboración con el proyecto.
  - f). Operar como mecanismo de intercambio y concertación de las acciones de comunicación de las instituciones participantes.
  - g). Definir y revisar los contenidos técnicos de todo el material informativo, educativo y de Comunicación que se produzca en desarrollo de la estrategia.
  - h). Coordinar las acciones de IEC con las de los otros tres componentes del proyecto: Investigación, Capacitación y Apoyo a Programas, en los aspectos pertinentes.
  - i). Asegurar que se realice una evaluación de la estrategia de IEC.

## CAPITULO IV

### DE LAS REUNIONES

- Art. 6: El Comité Interinstitucional de IEC celebrara reuniones ordinarias una vez al mes en la fecha que de común acuerdo decidan sus integrantes, Preferiblemente durante la primera semana de cada mes.

- Art. 7: Podrá celebrarse reuniones extraordinarias por citación del coordinador del proyecto ó a solicitud de cualquiera de las instituciones representadas en el mismo.
- Art. 8: El quórum reglamentario para realizar las reuniones del Comité será de la mitad más uno. Cuando asistieren a las reuniones el titular y el suplente de una institución se contabilizará como uno para efectos de quórum.
- Art. 9: Las decisiones del Comité se adoptarán mediante votación, por mayoría simple. Cada institución miembro del Comité tiene derecho a un voto.
- Art. 10: El coordinador del Comité, tendrá derecho a voz pero no a voto. Solamente podrá votar para el caso de definir un empate.
- Art. 11: El coordinador del componente de IEC deberá asistir a las reuniones del Comité, con derecho a voz pero no a voto.

## CAPITULO V

### DE LOS MECANISMOS OPERATIVOS

- Art. 12: La coordinación del Comité estará en cabeza del Coordinador del Proyecto. En caso necesario, esta podrá ser ejercida por el Coordinador del Componente de IEC, por delegación expresa del Coordinador del Proyecto.
- Art. 13: Son funciones del Coordinador del Comité las siguientes:
- a). Citar a todos los miembros a las reuniones ordinarias y extraordinarias.
  - b). Preparar las agendas de trabajo y someterlas a consideración de los miembros al inicio de cada reunión.
  - c). Remitir con anterioridad a cada reunión los documentos ó los materiales que deban ser estudiados previamente por los integrantes del Comité.

d). Elaborar las actas de reuniones y organizar su archivo.

e). Velar porque todas las decisiones del Comité sean puestas en práctica.

Art.14: Los miembros que deseen presentar propuestas o momentos de trabajo al Comité deberán remitirlos al Coordinador con la debida anterioridad a la reunión para hacerse los llegar a los restantes miembros del Comité e incluir el punto en la agenda.

Art.15: Para los informes de labores se deberá operar en la misma forma que en el punto anterior.

Art.16: El Comité Interinstitucional de IEC tendrá la misma duración del Proyecto Madre-Nino (MotherCare), en principio hasta Septiembre de 1993.

Art.17: Como paso previo a la disolución del Comité, el Coordinador, con la colaboración de todos los miembros, deberá elaborar un informe de labores, el cual deberá ser revisado y aprobado por todos los miembros del Comité. También deberá ser remitido, para información, a los directores de las instituciones ejecutoras del proyecto. Este informe hará parte de la documentación final del proyecto y la copia del mismo deberá ser entregada a MotherCare.

Cochabamba, 2 de Diciembre de 1991.

**LES**

COCHABAMBA, JUEVES 21 DE NOVIEMBRE DE 1991

**Los Tiempos**

**16**

**PROYECTO DE SALUD MATERNO INFANTIL**

requiere

**COMUNICADOR/A SOCIAL**

Requisitos:

- Título profesional en Comunicación Social o equivalente.
- Experiencia profesional mínima de 3 años.
- Conocimiento y manejo de diferentes medios.
- Experiencia en áreas de administración y coordinación interinstitucional.
- Preferible con experiencia en el uso de medios con fines educativos.
- Deseable conocimiento sobre salud materno-infantil.

Enviar Hoja de Vida a la Casilla 2163, hasta el 26 de noviembre.

2-80097/21

COCHABAMBA, MIÉRCOLES 20 DE NOVIEMBRE DE 1991

**COMERCIA**

**Los Tiempos**

**24**

**PROYECTO DE SALUD MATERNO INFANTIL**

requiere

**COMUNICADOR/A SOCIAL**

Requisitos:

- Título profesional en Comunicación Social o equivalente.
- Experiencia profesional mínima de 3 años.
- Conocimiento y manejo de diferentes medios.
- Experiencia en áreas de administración y coordinación interinstitucional.
- Preferible con experiencia en el uso de medios con fines educativos.
- Deseable conocimiento sobre salud materno-infantil.

Enviar Hoja de Vida a la Casilla 2163, hasta el 26 de noviembre.

2-80097/21

92

ANEXO No. 7

## CURRICULUM VITAE

### ANTECEDENTES PERSONALES

NOMBRE: Ariel Patricio Pérez Rosas  
CEDULA DE IDENTIDAD: 3465890 Cochabamba  
FECHA DE NACIMIENTO: 8 de Febrero de 1960  
NACIONALIDAD: Chilena  
ESTADO CIVIL: Casado  
TELEFONO: 44981  
PROFESION: Diseñador Gráfico  
Productor de Video y Televisión

### ANTECEDENTES EDUCACIONALES

PRIMARIA	1973	Escuela Experimental Salvador Sanfuentes. Santiago de Chile.
SECUNDARIA	1977	Bachillerato. Liceo Arturo Alessandri Palma. Santiago de Chile.
SUPERIORES	1983	Licenciatura en Diseño Gráfico. Universidad de Chile - Antofagasta.  Tesis: "Campaña en apoyo al Patrimonio Socio-Cultural de las Comunidades Aymaras del Norte de Chile" para optar al título de Diseñador Gráfico.

### CURSOS DE ACTUALIZACION

1979	Seminario de Diseño. Universidad de Chile.
1980	Seminario "El video tape, alcances sociales". Universidad de Antofagasta.
1981	Curso "Lenguaje cinematográfico; Análisis y Evolución". Universidad Católica de Chile.

- 1985      Curso "formación básica en supervisión de personal" Centro de Estudios Avanzados (CEA) La Paz- Bolivia.
- 1986      Curso "Política y Estado" Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). La Paz-Bolivia.
- 1987      Segundo Foro Internacional "Comunicación y Violencia". Lima- Perú.
- 1988      "Primer Seminario de Comunicación y Cultura Nacional". Centro de Apoyo Técnico a la Educación Popular (CATEP). La Paz- Bolivia.

## CONFERENCIAS Y EXPOSICIONES

- 1983      Exposición colectiva de diseño gráfico. Galería Triángulo. Antofagasta- Chile.
- 1984      Conferencia "¿Qué es el Diseño Gráfico?. Su papel en la educación." Escuela de Arte y Diseño. La Paz- Bolivia.
- 1987      Expositor en el Seminario Taller "Cambio de actitudes Frente al Problema de las Drogas" con el tema "Los Medios de Comunicación y la lucha contra el uso indebido de las drogas". Organizado por la Universidad Andina "Simón Bolívar", el Fondo de las Naciones Unidas para el Control del Uso Indebido de Drogas (UNFDAC) y el Plan Nacional de Prevención de la Drogadicción.
- 1988      Coordinador y Moderador del "Primer Seminario de Comunicación y Cultura Nacional" Centro de apoyo técnico a la educación popular". La Paz-Bolivia.

1990 Catedrático en el curso "Capacitación de técnicos en Radio y Televisión", con la materia " Televisión Educativa." Organizado por el Ministerio de Planeamiento y Coordinación, la Federación Sindical de Trabajadores en Radio y Televisión y el Instituto Superior de Administración La Paz-Bolivia.

## **PUBLICACIONES**

- 1984 Poemario "Residente en Bolivia"  
Edición: Taller Marginal La Covacha. Antofagasta-Chile.
- 1986 Libro de poemas "¿Quién cortó las Araucarias?".  
Edición: Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana (CEUB).La Paz-Bolivia.
- 1990 Libro de poemas "El último apaga la luz".  
Edición: Universidad Mayor de San Simón. Cochabamba-Bolivia.
- 1991 13 artículos para la revista TV GUIA del periódico Los Tiempos de Cochabamba denominados "Apuntes Publicitarios"

## **ANTECEDENTES OCUPACIONALES**

### **DISEÑO GRAFICO Y PUBLICIDAD**

- 1979-80 Universidad de Chile.  
Técnico: Diseño y Montaje de la exposición - proyecto "Escuelas de un día". Antofagasta-Chile.
- 1982 Diseñador Gráfico del Departamento de Arte de Vito-Garna. Agencia de Publicidad y Diseño. Santiago-Chile.

Ayudante de Cátedra en Taller II del 1º

- y 3º año. Universidad de Antofagasta. Chile.
- Diseñador del Departamento de Arte de la Corporación de Televisión de la Universidad Católica de Chile (Canal 13). Santiago-chile.
- 1979-82 Trabajos Free Lance: Afiches, catálogos, logotipos, papelerías, ilustraciones, asesorías publicitarias, etc.
- 1983 Jefe del Departamento de Diseño. Universidad de Antofagasta. - Chile.
- Diseñador Escenográfico del Teatro Pedro de la Barra. "Temporada '83". Antofagasta-Chile.
- 1984 Catedrático. Escuela de Arte y Diseño. La Paz-Bolivia.
- Jefe de Arte. Agencia de Publicidad Lowder Mc.Camm. La Paz-Bolivia.
- Jefe de Arte. Agencia de Publicidad Comunicación S.R.L. La Paz-Bolivia.
- 1984-86 Sub- Gerente de Publicidad y Promoción. Destilería Boliviana S.A. La Paz-Bolivia.
- 1986-90 Director Creativo. Portafolio Publicidad y Marketing. La Paz-Bolivia.
- 1987 Técnico Gráfico para la "Campaña del Fondo de las Naciones Unidas para la Fiscalización del uso indebido de Drogas (UNFDAC)." Naciones Unidas. La Paz-Bolivia.
- 1988 Catedrático de Diseño Gráfico. Carrera de Comunicación Social. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz-Bolivia.

- 1988-1991 Diseños de material educativo audio-visual para instituciones del área social tales como: UNFDAC, MINISTERIO DE SALUD, UNICEF, CARITAS, OPS, y otras ONGs.
- 1988 Catedrático de Diagramación. Carrera de Comunicación Social. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz-Bolivia.
- 1989-90 Diseño de las Tapas para las publicaciones del Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS). La Paz-Bolivia.
- 1991 Director creativo de ICCOM publicidad. Cochabamba - Bolivia.
- Asesor publicitario de Dillman Empresa industrial de alimentos Cochabamba- Bolivia.

## **VIDEO Y TELEVISION**

- 1982 Asistente de Producción en la Corporación de Televisión de la Universidad Católica de Chile (Canal 13). Santiago-Chile.
- 1986-90 Director de Producción. Portafolio Producciones S.R.L. La Paz-Bolivia.
- 1987-89 Director de Fotografía y Editor del Documental comercial "Toyota Boliviana, 56 Aniversario". La Paz-Bolivia.
- Guión y efectos especiales del Documental comercial "La Papelera 53 años creciendo con Bolivia". La Paz-Bolivia.
- Dirección y creación de Spots publicitarios para televisión. La Paz-Bolivia.

- 1988 Dirección de Fotografía, Edición y Escenografía del video ficción "Recorrer esta Distancia". 1º premio del concurso de video "Amalia de Gallardo"-Casa de la Cultura. La Paz-Bolivia.
- 1989 Catedrático del Taller de Especialización en Audio-Visuales. Carrera de Comunicación Social. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz-Bolivia.
- Realizador y Guionista de diez documentales culturales para el proyecto "Bolivia Desconocida". Auspiciado por el Instituto Nacional de Arqueología.(INAR). La Paz-Bolivia.
- Director y Escenógrafo del video ficción "ERIKA". 2º puesto en el concurso de videos "Amalia de Gallardo". Casa de la Cultura. La Paz-Bolivia.
- Realizador de 5 Video-Clips musicales. La Paz-Bolivia.
- 1990 Director y Editor del programa Cultural-Juvenil "Doble Fondo". Canal 6 América Televisión. La Paz-Bolivia.
- Co-Director y Co-Productor de "24 Horas". Informativo Central de Canal 6 América Televisión. La Paz-Bolivia.
- Director de "Negro y Blanco". Programa semanal de debate Socio-Político. Canal 6. América Televisión. La Paz-Bolivia.
- Director de Producción de Canal 6. América Televisión. La Paz-Bolivia.
- 1991 Catedrático de "Lenguaje de la

Imagen" Carrera de Comunicación Social. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz-Bolivia.

Catedrático de Televisión de la Carrera de Comunicación Social. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz-Bolivia.

Director y propietario de "Norte diseño gráfico y video". Empresa destinada a la elaboración de material educativo audio-visual en apoyo a instituciones del área social. La Paz- Bolivia.

Director de la Revista semanal TV GUIA publicada por el periódico Los Tiempos Cochabamba - Bolivia.

Cochabamba, 25 noviembre 1991

Señores:  
PROYECTO DE SALUD MATERNO INFANTIL  
Casilla #2163  
Presente.-

REF. POSTULACION AL CARGO COMUNICADORA SOCIAL

Distinguidos señores:

Es grato dirigirme a ustedes para postular al cargo de Comunicadora Social del Proyecto Materno Infantil. Cumpló todos los requisitos exigidos en la publicación de Los Tiempos de 24/11/91 y adjunto a la presente mi Hoja de Vida que será respaldada por certificados y documentos en el momento que Uds. lo requieran.

Agradeciendo de antemano su gentileza al considerar mi propuesta, les saluda.

Atentamente.

*Mercado.*

María Luisa Mercado

## CURRICULUM VITAE

Nombre: MARIA LUISA  
Apellidos: MERCADO CASTRO  
Fecha de nacimiento: 27 Junio 1959  
Dirección: Pasaje N. Irigoyen N.1710  
Teléfono: 44485

### Estudios Realizados.

- \* Bachiller en Humanidades. Colegio Santa Maria Magdalena Postal. Oruro 1976
- \*Ultimo curso de Bachillerato en Owosso High School. Michigan EE.UU. 1975-1976

### Estudios Universitarios y de Postgrado.

- \* Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social. Universidad Católica Boliviana. La Paz 1977- 1982.
- \* Taller de Cine de la Universidad Mayor de San Andrés. La Paz 1979- 1980.
- \*Curso de Dramaturgia y Guión. Escuela Internacional de Cine. La Habana Enero - Febrero 1983
- \*Curso Internacional de Especialización en Recursos Humanos en Salud. Escuela Nacional de Salud Pública FIOCRUZ. Rio de Janeiro Agosto - Octubre 1988

### Experiencia de Trabajo.

- \*Cobertura periodística en los Juegos Deportivos Bolivarianos (1977) y Juegos Deportivos Cruz del Sur(1978).
- \*Reportera y Redactora en Radio América. Oruro 1978
- \*Correctora de Pruebas de Presencia Juvenil. La Paz 1979  
Reportera y Redactora de Radio Méndez. La Paz 1979.
- \*Correctora de Pruebas del Semanario AQUI. La Paz 1979.
- \*Asisten'e de Realización en la Sección Audiovisual del Centro de Investigación de Campesinado, CIPCA. La Paz 1980

\*Participación en la elaboración del guión. Asistente de Producción, Secretaria de Continuidad y Asistente de Compaginación de la película "Mi Socio". Productora Cinematográfica Ukamau. Julio 1980 a noviembre 1982.

\*Producción de Audiovisuales en Escuelas Radiónicas Fides. (Prácticas guiadas de la Carrera de Ciencias de la Comunicación UCE). La Paz 1981.

\*Encargada de Prensa e Informaciones del Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana CEUB. La Paz, 1982.

\*Asistente de Investigación Histórica, Asistente de Producción y Secretaria de Continuidad de la película "Amargo Mar" en la Productora Cinematográfica Ukamau. La Paz 1982 - 1983.

\*Secretaria de Continuidad de la película "La Voz del Minero" producida por UNESCO. Mayo 1983.

\*Instructora en el Primer Taller de Cine Minero de la Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia y la Corporación Minera de Bolivia. Telamayu septiembre a noviembre de 1983.

\*Jefe de Producción del Departamento de Comunicación Social del Ministerio de Previsión Social y Salud Pública. Enero 1984 a mayo 1985.

\*Jefe de Producción de la película "Camino a Espinal" del Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa CIMCA. Junio 1984.

\*Jefe del Departamento de Comunicación Social del Ministerio de Previsión Social y Salud Pública. Mayo a julio de 1985.

\*Sonidista y Asistente de Compaginación de la película "Mascaras Andinas" de la Fundación Quipus. La Paz 1985.

\*Responsable del Area de Comunicación Social de la Fundación San Gabriel. La Paz 1986.

\*Periodista en Radio Eduardo Abaroa. La Paz 1986.

\*Asistente del Departamento de Informaciones del Fondo de Naciones Unidas para la Infancia UNICEF. Noviembre a Diciembre 1986.

\*Consultora en Comunicación y Educación en el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia UNICEF. Febrero a diciembre 1987.

\*Consultora en Comunicación del Programa Nacional de Lucha contra el Bocio, PRONALCOBO. La Paz 1988.

\*Instructora del Centro de Multiservicios Educativos CEMSE. La Paz 1988.

\*Consultora en Comunicación en el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia UNICEF para la elaboración del Plan Operativo de Comunicación Social de Vida para los Niños. La Paz 1989

\*Docente de la Materia Medios III-Cine de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Mayor de San Andrés. Primer y segundo semestre de 1990.

\*Miembro del Directorio de Canal 13 TVU en representación de la Carrera de Ciencias de la Comunicación. Junio a octubre 1990

\*Docente de Taller de Guionización Carrera Comunicación-Universidad Privada del Valle 1 semestre 1991.

\*Periodista departamento de prensa Antena Uno Canal 6. Junio 1991 a la fecha.

Cochabamba, Noviembre 1991

Cochabamba, 25 de noviembre de 1991

Señores:  
Proyecto de Salud Materno-Infantil  
Casilla 2163  
Cochabamba.-

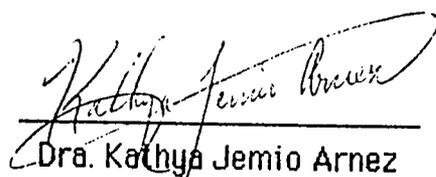
Señores:

De acuerdo al anuncio publicado en uno de los diarios de nuestra ciudad, requieren Uds. un profesional en el manejo de la comunicación social, específicamente en la problemática materno-infantil.

Soy Kathya Jemio Arnez, Doctorada en Comunicación Social en la Universidad Carolina de Praga-Checoslovaquia. Tengo experiencia en el trabajo de redacción en los distintos medios de comunicación y en revistas especializadas. Así mismo he cumplido funciones educativas en diversas instituciones. Actualmente soy docente de la Carrera de Comunicación Social en la Universidad Católica Boliviana y estudiante de 4to. año de Derecho.

Al margen de lo expuesto, como mujer, madre y profesional me interesa el proyecto que Uds. pretenden llevar a cabo y se que puedo colaborar de manera efectiva en la consecución de objetivos tales como información, comunicación, orientación, educación y formación dirigidos a sectores sociales determinados por necesidades e intereses específicos.

El intercambio de mayor información será seguramente, más enriquecedor en entrevista personal, por el momento reciban Uds. mis saludos, los más cordiales, atentamente

  
Dra. Kathya Jemio Arnez

Dirección: Pasaje Olmedo No. 10  
Teléfonos: 80778- 32433

## CURRICULUM VITAE

### DATOS PERSONALES

Nombre	Kathya Jemio Arnéz
Lugar de Nacimiento	Cochabamba
Fecha de Nacimiento	28 de Octubre de 1962
Nacionalidad	Boliviana
Estado Civil	Casada
Dirección actual	Av. Melchor Perez de Olguín N-111 - Pje. Alameda
Teléfono	80778 - 32433

### EDUCACION

Primaria y secundaria en el Colegio "Aleman Santa María". Bachiller en Humanidades otorgado por la Universidad Mayor de San Simón. Facultad de Periodismo de la Universidad "Carolina" de Praga, Checoslovaquia. Títulos: Licenciada en Periodismo. Maestría en Agencia de Prensa y Doctorado en Periodismo (Ph.D.). Facultad de Derecho y Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad Mayor de San Simón. Yencimiento del Cuarto Año.

### CARGOS DESEMPEÑADOS

Pasantías en Radio "Praga Internacional" para América Latina, transmisiones en español, (2 años).  
Pasantía en la Agencia de Prensa Checoslovaca (CTK) en la redacción internacional en español, (2 años).  
Reportera de Canal 11 Televisión Universitaria, (Junio de 1990)  
Profesora de "Tecnología de la Comunicación", "Comunicación e información" y "Teoría de la Información" en la Escuela de Comunicación Social ECOS de Cochabamba, (1 año, 1990).  
Profesora de "Aprox. al Estudio de Medios de Com.", "Periodismo II", "Periodismo I" y "Periodismo III" en la Universidad Católica Boliviana, (de Febrero de 1991 a la fecha).  
Redactora de "Punku" Promociones Culturales SRL, (de Marzo de 1990 a la fecha).  
Periodista en CECAL (Centro de Comunicación Alternativa) contrato de USAID/Bolivia (Julio de 1991).

**EXPERIENCIA EN PRO-  
YECTOS**

Proyecto de Agencia de Prensa para CECAL.  
Proyecto de Revista Cooperativa para FEDECOAB.

**ASESORIAS**

Universidad Central de Cochabamba.

**PUBLICACIONES**

"El Movimiento de los No Alineados y su participación en la Creación de Agencias de Noticias en América Latina" Tesis de Doctorado.

Artículos varios sobre el Programa de Desarrollo Alternativo en los Valles Altos para USAID/Bolivia.

Traducción y comentario del Texto de Periodismo del Dr. V. Hudec.

**SEMINARIOS**

Seminario.-Taller sobre "Géneros Periodísticos" preparado por la Embajada de Estados Unidos, USIS, Centro Boliviano Americano y el Sindicato de Trabajadores de la Prensa.

Seminario de Periodismo "Cochabamba 2000" auspiciado por la H. Municipalidad de Cochabamba.

**IDIOMAS**

Español (Idioma materno)

Checo (leído, hablado y Escrito)

Francés (Leído y hablado)

Cochabamba, Octubre de 1991

Cochabamba, 26 de noviembre de 1991

Señores  
PROGRAMA DE SALUD MATERNO INFANTIL  
Presente

Ref: Requerimiento de Comunicador/a Social

De mi consideración:

La presente tiene por objeto poner a su dis  
posición mi Curriculum Vitae para ser tomado en cuenta al car-  
go de Comunicadora Social.

Esperando una respuesta favorable, saludo a  
ud (s) atentamente.



Carolina Espinosa Canedo

C.I. 2352671. Tel. 28203

Adj. C.V.

## CURRICULUM VITAE

**NOMBRE:** Carolina Espinosa Canedo

**FECHA DE NACIMIENTO:** 25 de Marzo de 1960

**DOMICILIO:** Aranjuez (Barrio Petrolero No. 50)

**CEDULA DE IDENTIDAD:** 2352671 LP.

### FORMACION PROFESIONAL.-

1980 - 1985

Estudios realizados en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Católica Boliviana.

1984

Curso Seminario de Ética y Periodismo de Investigación; Universidad Católica Boliviana - Asociación Boliviana de Investigadores en Comunicación.

### EXPERIENCIA PROFESIONAL.-

1983

Técnico en Comunicación Social.

Participación en la organización del II SIMPOSIO AGROPECUARIO.

1984

Declarada en Comisión a tiempo completo al CICTAR, Centro de Información Científico - Técnica, Agropecuaria y Rural. Responsable del Boletín Informativo.

1984 - 1985

Jefe de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Energía e Hidrocarburos.

1986

Jefe de Relaciones Públicas y Prensa del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios.

1987

Responsable del Departamento de Comunicación del Ministerio de Salud y Previsión Social en consultoría con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, en las campañas de Vacunación y Programas de Salud.

1988 - 1989

Canal 4 Cochabamba, ATB.

Realización, Producción y Dirección del programa "FEMINISMA".

Producción para el programa "CADA DIA".

Producción para el programa "EL MUNDO DE LA IMAGEN".

### EXPERIENCIA DOCENTE.-

1989

Universidad Privada Del Valle.

Carrera de Comunicación y Periodismo.

Materia: Sociología

1989

Universidad Privada del Valle

Carrera de Comunicación y Periodismo

Materia: Técnicas de Investigación.

1989

Universidad Católica Boliviana

Curso de Profesionalización de Comunicadores en Idiomas Nativos, "CPCIN".

Tutoría de Proyectos de Tesina.

1990

Universidad Católica Boliviana

Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Materia: Dinámica de Grupos y

Técnicas de Estudio.

Cochabamba, noviembre de 1991

100