
DISEÑO DE PLAN DE CAMPAÑA

[Plan de Comunicación]

**YO VOTARÉ POR MI DERECHO
A LA SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA**

De cara a las elecciones 2015
Observatorio de Salud Reproductiva (OSAR)

Berna Salas
Comunicadora
Julio 2015

INTRODUCCIÓN

El panorama político guatemalteco se enfrenta a una crisis de legitimidad democrática, derivado de casos de corrupción y falta de transparencia llevados a la palestra pública en meses recientes. Todo esto sigue afectando a las poblaciones tradicionalmente relegadas a los principios del desarrollo: Mujeres, niñas, adolescentes y jóvenes indígenas y del área rural; quienes continúan siendo el blanco principal de los partidos políticos que basan sus ofertas electorales en promesas de campaña que dan respuestas a satisfacer necesidades básicas populistas, dirigidas también a personas con mayor educación y nivel socio económico.

Desde la comunicación, se pretende a través de una campaña, promover un voto informado, un voto inteligente que promueva en personas adultas y jóvenes, la demanda concreta de acciones que lleven al cumplimiento de los derechos sobre la maternidad saludable y salud sexual y reproductiva y, por otro lado; ejercer presión en la oferta política para que las incluyan en sus Planes de Gobierno. Este es el objetivo, el que se desarrolla en el presente Diseño de Campaña que describe de cara a las *Elecciones 2015*, los públicos a los que se dirige, los imaginarios o percepciones que resumen lo que interesa a la Campaña en términos de comunicación, la estrategia, los mensajes básicos y el plan de medios.

1. CONTEXTO

La crisis de legitimidad que enfrenta la democracia en Guatemala, derivada del descontento con la revelación de casos icónicos de corrupción y falta de transparencia, la sufre la mayoría de la población (Guatemala es uno de los países latinoamericanos con mayor crecimiento poblacional: 2.4 por ciento¹). La población mayoritaria en el país, afronta la falta de satisfactores básicos y la pobreza y pobreza extrema producto de las inequidades sociales, económicas y políticas, así como de relaciones de género excluyentes, de escasa participación en la construcción de ciudadanía y del deterioro ambiental. Todo esto socaba los derechos humanos básicos, principalmente de poblaciones indígenas y del área rural; en especial a las mujeres y niñas, las/los adolescentes y jóvenes, lo que se evidencia en el posicionamiento de Guatemala en el puesto 83 de 99 países evaluados en el *Índice del Estado de Derecho “Justicia Mundial 2014”*². Este indicador mide ocho dimensiones que caracterizan al Estado de Derecho: Control de los poderes gubernamentales, ausencia de corrupción, orden y seguridad, protección de derechos fundamentales, gobierno abierto, cumplimiento de la ley, acceso a la justicia civil y acceso a la justicia penal.

El panorama general de país, de cara a las *Elecciones 2015*, vuelve a enfrentar el ciclo perverso en donde por un lado, los políticos “escogen” políticas públicas que responden a grupos de presión que desean mantener el *status quo* y por el otro, brindan a la población incentivos populistas, lo que resulta en un sufragio que no estimula el voto competente (falta de información sobre planes de gobierno y/o desinformación colectiva sobre temas relativos al desarrollo y cómo abordarlo. Esta situación de carencia de información y desinformación prevalece en votantes con educación media o superior.

Ante esta situación, la ciudadanía va descubriendo que las/os candidatas a ocupar puestos públicos, son un grupo resultante de partidos políticos que tiene buena retórica para dar respuesta a las necesidades inmediatas del electorado (promesas de campaña) y que al resultar electos/as, incumplen el mandato constitucional que les dio el voto: Hacer cumplir la ley para garantizar la gobernabilidad; la democracia, la libertad, la justicia. Lamentablemente, la situación se repite y esta sigue siendo la oferta electoral actual: Una oferta política que carece de propuestas que encarrilen al país en la ruta del desarrollo. Esto provoca una mezcla de apatía para la/el votante y esperanza en el “*voto de castigo*”, que lejos de ser una elección consciente y analítica (voto informado), busca la no reelección del mismo partido de gobierno pensando que el próximo gobernante será mejor.

Durante este año y derivado de la captura al Estado durante mucho tiempo por la corrupción de alto nivel (sector público y privado) con un alto costo para el desarrollo, la ciudadanía guatemalteca salió a manifestar su descontento y plantear la necesidad de cambio, sin una estrategia definida. Sin embargo, se necesita ir más allá de las demostraciones de inconformidad en espacios públicos para

¹ Instituto Nacional de Estadística Guatemala. *Caracterización 2010 a 2015*.

² Proyecto de Justicia Mundial (World Justice Project-WJP), 2014.

pasar a plantear un plan de acción nacional de reforma al Estado que incluya reformas a nivel regional y local y que genere acciones concretas para hacer cumplir la ley y por consiguiente para reducir la corrupción y así lograr los ideales de democracia y de transparencia en el presupuesto y procesos de todas las instituciones.

Medios de comunicación

Es innegable la influencia ideológica-política que ejercen los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa escrita y TV) al articular y manipular la estructura económica, social, cultural y política. Éstos son el eslabón final que los grupos interesados en mantener el *status quo* utilizan para alcanzar sus objetivos. Por otro lado, en la nueva *Sociedad de la Información*, la interactividad e inmediatez que ofrece internet (redes sociales) ofrece una oportunidad que amplía las voces diversas, el debate y la acción.

Los medios determinan la jerarquía de temas sobre los cuales la población guatemalteca en general, piensa y opina, indicando la dirección de lo que debe ser de interés general. Esta agenda mediática se visualiza actualmente en la notoriedad que el sector privado encamina el debate público hacia la “transparencia” en el gobierno y a abordar cambios constitucionales y a la Ley Electoral y de Partidos Políticos, como propuesta para resolver los problemas del país (temas “noticiables”), con miras a incrementar la competitividad en un mundo cada vez más globalizado. Por otro lado, la población también está expuesta al marketing político que incorpora ciertos temas sociales que reflejan las preocupaciones del electorado.

2. PÚBLICOS

Primario

- ▶ Población guatemalteca en general (especialmente, en capacidad de emitir voto).
- ▶ Candidatos/as a cargos públicos.

**Cuando es un tema de interés general (político, cultural, económico u otro), la segmentación puede ser tan amplia. En este caso, la población en general, presionando a los candidatos/as a cargos públicos a incluir propuestas concretas.*

Secundario

- ▶ Medios de comunicación tradicionales e interactivos.
- ▶ Líderes de opinión en los temas relacionados.

**Intermediarios/as para hacer llegar el mensaje, influyentes.*

Terciario

- ▶ Organizaciones de sociedad civil organizada (redes); especialmente la relacionada con la maternidad saludable y paternidad responsable, el derecho a la planificación familiar, a la prevención del embarazo en niñas y adolescentes y a la nutrición.
- ▶ Líderes y lideresas del OSAR.
- ▶ Adolescentes y jóvenes.
- ▶ Líderes/as comunitarias no partidistas.

**Facilitadores/as en el proceso (aliados).*

3. IMAGINARIOS (PERCEPCIONES)

1. Existe escaso o nulo interés del/la votante por informarse de las propuestas de candidatos y candidatas a cargos públicos, por lo que éstos no se sienten obligados a presentar acciones concretas, ni planes de gobierno, ni muestran disposición a generar información y debate. Por el contrario, abordan los temas de forma superficial.
2. La población en general, carece de propuestas que promuevan una gestión gubernamental que dé respuestas a los problemas estructurales que impiden el desarrollo.
3. Cuando se desconoce que un problema nacional (muerte materna, como ejemplo), afecta a todo el tejido social, no se percibe el riesgo.
4. Las personas necesitan “sentirse parte de un grupo” y acomodan su opinión (o su silencio), de acuerdo con lo que dice el grupo que cree representarle.
5. La influencia de los mensajes está estrechamente relacionada con el beneficio/solución que éste motive.
6. Que el mensaje sea emitido por una entidad de sociedad civil organizada que observa el cumplimiento de la ley, ofrece credibilidad al mensaje.
7. Los medios de comunicación tradicionales ejercen una función manipulativa de masas como expresión de los intereses de una élite política y económica.
8. Lo que motiva a la oferta política es el voto.

4. ESTRATEGIA DE CAMPAÑA

4.1 LÍNEAS PROPOSITIVAS

Línea propositiva 1: Poder del voto consciente (poder de grupo)

Línea propositiva 2: Participación en la política, el derecho a exigir (incidencia)

Línea propositiva 3: Presión en la oferta política a generar acciones concretas
(cumplimiento de la ley)

4.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

1. Incrementar en la población en general, un voto informado que demande a los/las candidatas a cargos públicos en las *Elecciones 2015*, el cumplimiento del derecho a una maternidad saludable y a una maternidad y paternidad responsables, a la salud sexual y reproductiva/planificación familiar y a la prevención de embarazo en niñas y adolescentes (educación integral en salud).
2. Generar que candidatos/as a cargos públicos integren en sus Planes de Gobierno, acciones encaminadas a dar respuesta al cumplimiento del derecho a una maternidad saludable y a una maternidad y paternidad responsables, a la salud sexual y reproductiva/planificación familiar y a la prevención de embarazo en niñas y adolescentes (educación integral en salud).

Específicos

1. Establecer que el voto informado es un derecho.
2. Mostrar que el voto informado puede ejercer presión en la oferta política para que incluyan acciones concretas en Planes de Gobierno (situación afecta a todos/as).
3. Explicar a la oferta política las principales acciones para cumplir con el derecho a la maternidad saludable y a una maternidad y paternidad responsables, a la salud sexual y reproductiva en jóvenes, adolescentes y personas adultas a incluir en los Planes de Gobierno.

4.1 ESTRATEGIA CONCEPTUAL

Informar y motivar desde la sociedad civil para **presionar** a la oferta política a incluir acciones concretas para cumplir con los derechos mencionados.

Concepto	Informar	Motivar	Generar acciones
Estructura de mensajes	Hecho	Motivación (afecta a todos/as)/solidaridad	Demanda/propuesta
Grupos objetivo	Población en general		Candidatos/as a cargos públicos
	Línea propositiva 1 y 2		Línea propositiva 3

4.2 Tono

Informativo

Manera: Testimonial.

4.3 Estrategia de difusión

Se utilizará una estrategia multicanal. Debido a que los mensajes de relevancia social (políticos, culturales o sociales de gran relevancia) llegan a un público amplio, los **medios de comunicación tradicionales** se convierten en los canales de difusión base, complementados con los **medios digitales (internet) y grupales**. Para el grupo de adolescentes y jóvenes, especialmente; los medios digitales interactivos (Facebook, Twitter, Instagram, entre otros).

En los medios alternativos se explicará cómo afecta a toda la población la problemática planteada en los mensajes (“... y eso también te afecta a ti”).

Idiomas

Español, Quiché’, Quekchí, Kaqchikel, Mam.

Medios tradicionales (nacionales y locales/comunitarios)

Cuñas radiales

Testimonial por cada mensaje (8)

Línea abierta en programas para discusión

Prensa escrita

Comunicados de prensa

Boletines de prensa

Conferencias de prensa

Desayunos informativos o visitas a líderes de opinión

TV (cable local)

Transmisión de debates

Pauta de cuñas radiales

Medios alternativos

Facebook (digital)

Twitter

Instagram

Grupales

Conversatorios/debates con candidatos/as a puestos públicos a nivel municipal, departamental y nacional (Asambleas Comunitarias).

Medios impresos (apoyo)

Carpetas informativas para periodistas y líderes de opinión

Afiches

Otros medios

Generación de alianzas con organización de “pintas”

Perifoneo

Exposición fotográfica

5. MENSAJES BÁSICOS

A. Maternidad Saludable

1. Reducción de mortalidad materna [desde la atención]

¿Sabías que muchas mujeres mueren cada día por falta de atención durante el embarazo, el parto y después del parto... y que eso también te afecta a ti?

También soy guatemalteca/o. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen el derecho a un embarazo, a un parto y a un posparto con atención de calidad; de acuerdo con mis costumbres.

YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?

2. Reducción de mortalidad materna [desde la nutrición]

¿Sabías que muchas mujeres embarazadas están malnutridas, por lo que el niño o niña que va a nacer tiene riesgo de padecer desnutrición crónica y morir... y que eso también te afecta a ti?

También soy guatemalteco/a. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen el derecho de las mujeres y de las niñas y niños a una buena alimentación.

YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?

3. Inversión del gasto público [Ley de Maternidad Saludable]

¿Sabías que la ley manda a invertir en dar atención a la mujer durante el embarazo, el parto y el posparto... y que cuando esta no se cumple, también te afecta a ti?

También soy guatemalteco/a. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen el cumplimiento de la Ley de Maternidad Saludable para evitar la muerte materna y de niños y niñas.

YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?

B. Salud Reproductiva/Planificación Familiar

4. *Derecho a la salud reproductiva/a planificar la familia [a estar informado/a y a usar el método que más le convenga]*

¿Sabías que miles de hombres y mujeres tienen más hijos o hijas de los que desearían tener... y que eso también te afecta a ti?

También soy guatemalteca/o. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen el derecho a la salud sexual y reproductiva y, a usar el método de planificación familiar que cada persona o pareja prefiera, que les permita ser padres y madres responsables.

YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?

5. *Inversión del gasto público [15% al impuesto de Ley de Bebidas Alcohólicas]*

¿Sabías que existe un impuesto para garantizar que hombres y mujeres en todo el país tengan acceso a la salud reproductiva y a métodos de planificación familiar?

También soy guatemalteco/a. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen que el 15% de la Ley del impuesto sobre bebidas alcohólicas se utilice para asegurar el derecho a la salud reproductiva y a usar métodos de planificación.

YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?

C. Prevención de embarazos tempranos (adolescentes)

6. *Derecho a la educación integral en salud*

¿Sabías que uno de cada cuatro embarazos se da en adolescentes, lo que pone en riesgo de muerte a la madre y al niño o niña... y que eso también te afecta a ti?

También soy guatemalteca/o. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen a las y los adolescentes, educación integral en salud sexual y reproductiva que les permita construir un plan de vida para tener un presente y un buen futuro.

YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?

7. *Derecho a servicios de salud especializados*

¿Sabías que son muy pocos los lugares que ofrecen servicios de salud sexual y reproductiva para adolescentes... y que eso también te afecta a ti?

También soy guatemalteca/o. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen recibir información y atención en salud sexual y reproductiva de calidad a adolescentes y jóvenes.

YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?

8. *Derecho a vivir una vida libre de violencia [referencia oportuna y castigo]*

¿Sabías que niñas, niños, adolescentes y jóvenes son violados sexualmente cada día... y que eso también te afecta a ti?

También soy guatemalteca/o. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen la prevención de la violencia sexual, atención a las víctimas y la aplicación de la ley a los violadores.

YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?

6. PLAN DE MEDIOS

Los medios de comunicación están saturados con propaganda que solicita el voto a la población en general. Sin embargo, como se expuso al inicio de este Plan de Campaña, no se plantean acciones concretas de un Plan de Gobierno, ni mucho menos, de mensajes relacionados con la maternidad saludable, ni con la salud sexual y reproductiva.

Los medios informativos tienen influencia sobre la decisión electoral, especialmente la TV, prensa escrita, radio y Facebook, los que tienen el potencial de ofrecer insumos informativos-formativos para los medios grupales; como foros, debates (Asambleas Comunitarias).

Objetivo: Presionar a la oferta política a través de diversos canales a incluir acciones concretas en Planes de Gobierno relacionados con la maternidad saludable y con la salud sexual y reproductiva a adolescentes, jóvenes y personas adultas.

Alcance: Nacional.

Calendario (timing): Se propone modificar mensajes post primera vuelta para adecuarlos de acuerdo a los planteamientos que ofrezcan las dos más altas mayorías políticas.

Perfiles

Jóvenes: Tienden a ser personas optimistas, idealistas; aunque su perspectiva a integrarse a un mercado lo laboral bien remunerado es nulo o bajo. Los medios más influyentes son los online, TV y prensa.

Personas adultas: Tienden a ser pesimistas debido a la experiencia acumulada y a la falta de confianza en su poder de voto informado. Los medios más influyentes son TV, prensa y online.

Tácticas

1. Debido al corto tiempo que existe para las *Elecciones*, se utilizarán los mensajes básicos en una sola versión, por distintos medios (multicanal).
2. Radio, prensa escrita y Foros (Asambleas Comunitarias) serán los medios principales.
3. Se realizarán dos versiones de cada cuña radial (misma cuña grabada por hombre y por mujer; enfoque de género).
4. Acercamiento a líderes/as comunitarias y religiosas para que incluyan en su discurso el llamado al voto consciente, informado, demandante.
5. Seis spots diarios, seis veces a la semana (regla de 6).

Medios masivos y comunitarios

RADIO

Presenta mayor posibilidad de alcance y cobertura a un bajo costo.

1. **Pauta de cuñas** escalonadas (se alternarán los ocho mensajes) en radios de alcance nacional y regional, con formato informativo, de debate y religioso, principalmente.
 - › Formato musical: 94 FM, Xtrema, FM Joya, Los 40 Principales, Éxitos, La Grande, Alfa, Galaxia, Tropicalida.
 - › Formato noticioso: Sonora, Nuevo Mundo, Emisoras Unidas.
 - › Formato religioso/cultural: Radio Viva, Radio María, Radio Cultural.
2. **Transmisión de cuñas** escalonadas en mercados, buses urbanos y extraurbanos.
3. Realización de **microprogramas** con base en las cuñas radiales, con línea abierta para ampliar hacia la participación de la población
 - › Principalmente en radios comunitarias.

PRENSA ESCRITA

4. **Pauta en lunes de comunicados de prensa** en medios de mayor alcance nacional y regional.
 - › Nuestro Diario (el más leído: 55%), Prensa Libre (más objetivo y más creíble: 48%). Al Día, Siglo 21 y el Periódico están por debajo del 3% en estas variables³.

³ DOSES (Aragón 8 Asoc.). 2007.

TV/CABLE

5. *Transmisión de debates en foros/Asambleas Comunitarias.*

- › Canales 7, 3, Guatevisión, 13.

Canales grupales

6. *Conversatorios/debates con candidatos/as a puestos públicos a nivel municipal, departamental y nacional -Asambleas Comunitarias* para analizar la información de la situación nacional y departamental a partir de los mensajes básicos.

- › Convocatoria a principales candidatos/as políticos.
- › Convocatoria a medios de comunicación nacional y local (boletines de prensa y desayunos informativos).
- › Convocatoria a población en general a través de medios de comunicación masivos y alternativos (perifoneo, internet, red de líderes/as comunitarias).

*Con participación activa de adolescentes y jóvenes.

7. Mantener presencia de organizaciones de sociedad civil en espacios donde se puedan plantear las demandas de Campaña (mítines, debates, entrevistas, “pintas” legales).

Medios online

Permiten la participación activa y el debate abierto opiniones diversas. Aprovechar este medio lúdico y auxiliar para realizar tareas escolares como medio para promover la participación política de jóvenes y personas adultas.

8. **Facebook** será el principal medio online ya que permite la participación del lector y capacidad de comunicar detalles.

9. **Twitter** se utilizará para dar más detalles de cifras y hechos (mensajes cortos).

- › Negociar espacios con organizaciones de sociedad civil para que incluyan los mensajes.

Medios alternativos

10. Afiches (tres versiones) en municipalidades, mercados, servicios de salud, centros comerciales, molinos de nixtamal, tiendas/abarroterías.

FASES

Fase I Preparación		Fase II Implementación		Fase III Monitoreo y Evaluación
Semana	<p>Producción de productos de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Cuñas radiales b. Plan de pauta para medios de comunicación (mensajes escalonados) c. Afiches d. Comunicados de prensa e. Carpetas para periodistas f. Comunicados de prensa g. Guías para acercamiento con líderes/as comunitarias (religiosas y no partidistas) h. Guías para microprogramas radiales i. Guías para realizar foros con candidatos/as a puestos públicos j. Guías para responder a mensajes en medios online k. Guía de perifoneo l. Guía de monitoreo m. Convocatorias <p>Preparación para la Implementación:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Presentación del Plan de Campaña y de productos de comunicación a equipo OSAR b. Elaboración de Planes de Adaptación Local 	Semana 2	<p>Medios de comunicación/información</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Convocatoria para presentar la Campaña (boletines de prensa, desayunos informativos) y herramientas de comunicación (Guías) para realizar menciones, microprogramas) b. Pauta en medios masivos nacional, local y online) c. Pauta de comunicados de prensa. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> d. Distribución de afiches. e. Distribución de cuñas radiales en mercados, buses, servicios de salud 	Implementación del monitoreo semanal (Guía)

CUÑAS RADIALES

[Guiones 30 segs]

**YO VOTARÉ POR MI DERECHO
A LA SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA**

De cara a las elecciones 2015

Observatorio de Salud Reproductiva (OSAR)

CUÑA 1: Reducción de mortalidad materna [desde la atención]

Control	Tono	Locución
SFX INTERFERENCIA DE RADIO		
¿SABÍAS QUE MUCHAS MUJERES MUEREN CADA DÍA POR FALTA DE ATENCIÓN DURANTE EL EMBARAZO, EL PARTO Y DESPUÉS DEL PARTO... Y QUE ESO TAMBIÉN TE AFECTA A TI?	SERIO/INFORMATIVO	
MUJER	<p>VERSIÓN 1: AMIGABLE/SEGURA/PERSONA DE A PIE</p> <p>VERSIÓN 2: AMIGABLE/SEGURO/PERSONA DE A PIE</p>	<p>También soy guatemalteca. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen el derecho a un embarazo, a un parto y a un posparto con atención de calidad; de acuerdo con mis costumbres.</p> <p>YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?</p>
ESTE ES UN MENSAJE DEL OBSERVATORIO DE SALUD REPRODUCTIVA	SERIO/INFORMATIVO	

CUÑA 2: Reducción de mortalidad materna [desde la nutrición]

Control	Tono	Locución
SFX INTERFERENCIA DE RADIO		
¿SABÍAS QUE MUCHAS MUJERES EMBARAZADAS ESTÁN MALNUTRIDAS, POR LO QUE EL NIÑO O NIÑA QUE VA A NACER TIENE RIESGO DE PADECER DESNUTRICIÓN CRÓNICA Y MORIR... Y QUE ESO TAMBIÉN TE AFECTA A TI?	SERIO/INFORMATIVO	
MUJER	<p>VERSIÓN 1: AMIGABLE/SEGURA/PERSONA DE A PIE</p> <p>VERSIÓN 2: AMIGABLE/SEGURO/PERSONA DE A PIE</p>	<p>También soy guatemalteca. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen el derecho de las mujeres y de las niñas y niños a una buena alimentación.</p> <p>YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?</p>
ESTE ES UN MENSAJE DEL OBSERVATORIO DE SALUD REPRODUCTIVA	SERIO/INFORMATIVO	

CUÑA 3: Inversión del gasto público [Ley de Maternidad Saludable]

Control	Tono	Locución
SFX INTERFERENCIA DE RADIO		
¿SABÍAS QUE LA LEY MANDA A INVERTIR EN DAR ATENCIÓN A LA MUJER DURANTE EL EMBARAZO, EL PARTO Y EL POSPARTO... Y QUE CUANDO ESTA NO SE CUMPLE, TAMBIÉN TE AFECTA A TI?	SERIO/INFORMATIVO	
MUJER	<p>VERSIÓN 1: AMIGABLE/SEGURA/PERSONA DE A PIE</p> <p>VERSIÓN 2: AMIGABLE/SEGURO/PERSONA DE A PIE</p>	<p>También soy guatemalteca. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen el cumplimiento de la Ley de Maternidad Saludable para evitar la muerte materna y de niños y niñas.</p> <p>YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?</p>
ESTE ES UN MENSAJE DEL OBSERVATORIO DE SALUD REPRODUCTIVA	SERIO/INFORMATIVO	

CUÑA 4: Derecho a la salud reproductiva/a la planificación familiar [a estar informado/a y a usar el método que más le convenga]

Control	Tono	Locución
SFX INTERFERENCIA DE RADIO		
¿SABÍAS QUE MILES DE HOMBRES Y MUJERES TIENEN MÁS HIJOS O HIJAS DE LOS QUE DESEARÍAN TENER... Y QUE ESO TAMBIÉN TE AFECTA A TI?	SERIO/INFORMATIVO	
MUJER	<p>VERSIÓN 1: AMIGABLE/SEGURA/PERSONA DE A PIE</p> <p>VERSIÓN 2: AMIGABLE/SEGURO/PERSONA DE A PIE</p>	<p>También soy guatemalteca. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen el derecho a la salud sexual y reproductiva y, a usar el método de planificación familiar que cada persona o pareja prefiera, que les permita ser padres y madres responsables.</p> <p>YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?</p>
ESTE ES UN MENSAJE DEL OBSERVATORIO DE SALUD REPRODUCTIVA	SERIO/INFORMATIVO	

CUÑA 5: Inversión del gasto público [15% al impuesto de la Ley de Bebidas Alcohólicas]

Control	Tono	Locución
SFX INTERFERENCIA DE RADIO		
¿SABÍAS QUE EXISTE UN IMPUESTO PARA GARANTIZAR QUE HOMBRES Y MUJERES EN TODO EL PAÍS TENGAN ACCESO A LA SALUD REPRODUCTIVA Y A MÉTODOS DE PLANIFICACIÓN FAMILIAR?	SERIO/INFORMATIVO	
MUJER	<p>VERSIÓN 1: AMIGABLE/SEGURA/PERSONA DE A PIE</p> <p>VERSIÓN 2: AMIGABLE/SEGURO/PERSONA DE A PIE</p>	<p>También soy guatemalteca. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen que el 15% de la Ley del impuesto sobre bebidas alcohólicas se utilice para asegurar el derecho a la salud reproductiva y a usar métodos de planificación.</p> <p>YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?</p>
ESTE ES UN MENSAJE DEL OBSERVATORIO DE SALUD REPRODUCTIVA	SERIO/INFORMATIVO	

CUÑA 6: Derecho a la educación integral en salud

Control	Tono	Locución
SFX INTERFERENCIA DE RADIO		
¿SABÍAS QUE UNO DE CADA CUATRO EMBARAZOS SE DA EN ADOLESCENTES, LO QUE PONE EN RIESGO DE MUERTE A LA MADRE Y AL NIÑO O NIÑA... Y QUE ESO TAMBIÉN TE AFECTA A TI?	SERIO/INFORMATIVO	
MUJER	<p>VERSIÓN 1: AMIGABLE/SEGURA/PERSONA DE A PIE</p> <p>VERSIÓN 2: AMIGABLE/SEGURO/PERSONA DE A PIE</p>	<p>También soy guatemalteca. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen a las y los adolescentes, educación integral en salud sexual y reproductiva que les permita construir un plan de vida para tener un presente y un buen futuro.</p> <p>YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?</p>
ESTE ES UN MENSAJE DEL OBSERVATORIO DE SALUD REPRODUCTIVA	SERIO/INFORMATIVO	

CUÑA 7: Derecho a servicios de salud especializados

Control	Tono	Locución
SFX INTERFERENCIA DE RADIO		
¿SABÍAS QUE SON MUY POCOS LOS LUGARES QUE OFRECEN SERVICIOS DE SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA PARA ADOLESCENTES... Y QUE ESO TAMBIÉN TE AFECTA A TI?	SERIO/INFORMATIVO	
MUJER	<p>VERSIÓN 1: AMIGABLE/SEGURA/PERSONA DE A PIE</p> <p>VERSIÓN 2: AMIGABLE/SEGURO/PERSONA DE A PIE</p>	<p>También soy guatemalteca. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen recibir información y atención en salud sexual y reproductiva de calidad a adolescentes y jóvenes.</p> <p>YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?</p>
ESTE ES UN MENSAJE DEL OBSERVATORIO DE SALUD REPRODUCTIVA	SERIO/INFORMATIVO	

CUÑA 8: Derecho a vivir una vida libre de violencia [referencia oportuna y castigo]

Control	Tono	Locución
SFX INTERFERENCIA DE RADIO		
¿SABÍAS QUE NIÑAS, NIÑOS, ADOLESCENTES Y JÓVENES SON VIOLADOS SEXUALMENTE CADA DÍA... Y QUE ESO TAMBIÉN TE AFECTA A TI?	SERIO/INFORMATIVO	
MUJER	<p>VERSIÓN 1: AMIGABLE/SEGURA/PERSONA DE A PIE</p> <p>VERSIÓN 2: AMIGABLE/SEGURO/PERSONA DE A PIE</p>	<p>También soy guatemalteca. Por eso, YO VOTARÉ por quien incluya en su Plan de Gobierno acciones que garanticen la prevención de la violencia sexual, atención a las víctimas y la aplicación de la ley a los violadores.</p> <p>YO VOTARÉ POR QUIEN INCLUYA ACCIONES DE SALUD REPRODUCTIVA EN SU PLAN DE GOBIERNO... ¿Y USTED?</p>
ESTE ES UN MENSAJE DEL OBSERVATORIO DE SALUD REPRODUCTIVA	SERIO/INFORMATIVO	