FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Análisis del plan de comunicación del Proyecto Chalaco, Empoderamiento de las mujeres a través del fortalecimiento de las cadenas socioproductivas y seguridad alimentaria

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciado en Comunicación

Karen Lizbeth Pintado Villegas

Revisor:
Mgtr. Giancarlo Saavedra Chau

Piura, setiembre de 2022

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Dedicatoria

Este trabajo es dedicado a mi madre, quien desde pequeña me enseñó que para que el mundo sea más justo es necesario la presencia de la mujer y para ello debe educarse. Ahora, ella es mi bello ángel.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Agradecimientos

Gracias al Departamento de Proyectos de la Universidad de Piura, por la oportunidad y por permitirme realizar mi trabajo sobre esta enriquecedora experiencia laboral.

Gracias Carlos y familia, por el apoyo incondicional en todo este proceso.

Gracias a mi madre, por su constante motivación personal y profesional. Te debía este logro.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la comunicación del plan de comunicaciones del Proyecto Chalaco Empoderamiento de las mujeres a través de las cadenas socio productivas y seguridad alimentaria, con promoción de la equidad de género y prevención de la violencia familiar contra las mujeres, financiado por asociaciones y cooperaciones internacionales de España y ejecutado por la Universidad de Piura (Udep) y la Asociación para el desarrollo de la enseñanza universitaria (Adeu) en coordinación con los gobiernos locales de la zona como la Municipalidad Distrital de Chalaco, en la provincia de Morropón (Piura). La iniciativa fue, ejecutada entre el 2013 y 2014.

Este proyecto propone la incorporación de las mujeres de Chalaco a las actividades económicas y productivas que se encuentran a su alcance, las acciones que aseguren la alimentación nutritiva a sus familias, la recuperación de la autoestima de las mujeres a través de su participación y reconocimiento en su entorno familiar y comunal.

Es en este sentido, el papel del comunicador para el desarrollo o comunicador para el cambio social es esencial para lograr posicionar el proyecto junto a sus financiadores y ejecutores en las familias beneficiarias de la zona y en la comunidad local, regional y nacional. Además, la comunicación es parte fundamental para lograr la participación directa de la comunidad y sensibilizar en cuanto a temas como equidad de género y prevención de la violencia contra la mujer.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Tabla de contenido

Introducción 15

Capítulo 1 Antecedentes e historia, ubicación, objetivos y contexto de la organización 17

1.1 Antecedentes e historia 17

1.2 Ubicación 18

1.3 Objetivos del proyecto Chalaco 20

1.3.1 Objetivo general 20

1.3.2 Objetivo específico 20

1.4 Contexto del proyecto 21

1.4.1 Universidad de Piura (Udep) 21

1.4.2 Objetivos específicos del Departamento de Proyectos 22

1.4.3 Misión del Departamento de Proyectos 22

Capítulo 2 Actores, problemática y diagnóstico 23

2.1 Actores 23

2.2 Problemática y diagnóstico 24

2.2.1 Localización 25

2.2.2 Actividades productivas 25

2.2.3 Población 26

2.2.4 Público objetivo del proyecto Chalaco 26

2.2.5 Los medios o formas de comunicación en la zona de Chalaco 27

2.2.6 Aspecto social y la comunicación interpersonal en Chalaco 30

Capítulo 3 Estrategia de comunicación 33

3.1 Objetivos centrales 33

3.1.1 Identificación 33

3.1.2 Informar y difundir 33

3.1.3 Formar y educar 33

Capítulo 4 Plan de acción y ejecución 35

4.1 Actividad 1: Visibilidad 35

4.1.1 Logotipo 35

4.1.2 Roll screen 35

4.1.3 Chalecos de identificación 35

4.1.4 Banner 35

4.1.5 Murales informativos 36

4.2 Actividad 2: Difusión en medios regionales y nacionales 36

4.2.1 Publicaciones periodísticas 36
4.3 Actividad 3: Difusión en medios locales y alternativos 36
4.3.1 Comunicación radial 36
4.3.2 Boletín 38
4.3.3 Material didáctico 38
4.3.4 Actividades culturales 38
Conclusiones 41
Lista de referencias 43
Apéndices 45
Informe de desempeño profesional 45
a. Presentación 45
b. Desarrollo Profesional 45
c. Reflexiones finales 46
d. Certificaciones 47
Anexos 51
Anexo 1 Resultados cuantitativos esperados al finalizar según el marco lógico del proyecto 51
Anexo 2 Asociaciones de mujeres y socioproductivas de Chalaco 51
Anexo 3 Actividad 1: Material de Visibilidad 52
Anexo 4 Actividad 2: Difusión en medios regionales y nacionales 55
Anexo 5 Actividad 3: Difusión en medios locales y alternativos 55
Anexo 6 Boletín informativo 57
Anexo 7 Material didáctico 58
Anexo 8 Actividades culturales realizadas en el Proyecto Chalaco 60
Anexo 9. Talleres para las mujeres beneficiarias 61

Lista de tablas

Tabla 1 Cuadro de proyectos y programas ejecutados en el distrito de Chalaco por parte de la Universidad de Piura (2002 – 2014) 18
Tabla 2 Cuadro de actores del Proyecto Chalaco 23
Tabla 3 Cuadro de superficie y cantidad de caseríos en las cinco microcuencas del distrito de chalaco 25
Tabla 4 Nombre, ubicación y productos principales de las APPAGROP en el distrito de Chalaco 26
Tabla 5 Spots radiales realizados con las mujeres beneficiarias del Proyecto Chalaco. 37

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Lista de figuras

Figura 1 Ubicación de la provincia de Morropón 19
Figura 2 Ubicación del distrito de Chalaco 19
Figura 3 Ubicación de las cinco microcuencas del distrito de Chalaco 20
Figura 4 Preferencia de los medios de comunicación en el distrito de Chalaco 29
Figura 5 Preferencia de los medios impresos en el distrito de Chalaco 29
Figura 6 Preferencia de los medios radiales en el distrito de Chalaco 30

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Introducción

La Universidad de Piura se ha caracterizado por ser un referente no solo en su gestión académica sino también en su enfoque humanista y sentido social con la comunidad, de acuerdo a ello se viene trabajando programas y proyectos en los sectores locales y regionales menos favorecidos del Perú.

El Departamento de proyectos de esta universidad es la oficina encargada de estas proyecciones sociales, en la que inicié como practicante profesional para luego ser contratada en el 2014 como comunicadora para un proyecto de desarrollo ejecutado en la sierra de Piura, en el distrito de Chalaco de la provincia de Morropón. Esta experiencia me lleva a investigar este trabajo de suficiencia profesional (TSP), en cuanto a la comunicación para el desarrollo y el cambio social.

El Proyecto Chalaco Empoderamiento de las mujeres a través de las cadenas socio productivas y seguridad alimentaria, con promoción de la equidad de género y prevención de la violencia familiar contra las mujeres busca ser un ejemplo que las alianzas estratégicas entre universidades y cooperaciones internacionales pueden lograr grandes resultados, tal es el caso de Chalaco, donde se busca lograr un desarrollo sostenible mediante el empoderamiento de las mujeres de una zona con altos índices de machismo, facilitándoles el conocimiento y los medios necesarios para lograr su autosuficiencia y revalorar su rol en la comunidad.

Para lograr los objetivos del Proyecto, se necesita de profesionales preparados y el comunicador es uno de ellos, quien según Gumucio (2004, p.7) "debería tener una nueva comunicación para el cambio social, con ética que busque recuperar el diálogo y la participación como ejes centrales, que comienza a recuperar terreno". Este trabajo de suficiencia profesional (TSP) evidenciará el rol del comunicador en los proyectos de desarrollo.

Además, este trabajo busca aportar en los nuevos comunicadores, evidencias del papel fundamental y dinamizador de la comunicación, ya que hoy en día existe una alta demanda de trabajos en organizaciones de desarrollo y sigue en construcción el perfil del comunicador para el desarrollo.

En este trabajo, primero, se expondrán los antecedentes y el contexto de la zona donde se realizó el Proyecto Chalaco. Segundo, se describirá la problemática y diagnóstico social y de medios de comunicación obtenido por estudios socioeconómicos y sociales que forman parte del proyecto. Tercero, se desarrollará la estrategia de comunicación enfocándose en los medios más utilizados en esta zona durante el desarrollo del proyecto, entre el 2013 y 2014. Por último, el plan de acciones ejecutado durante este tiempo en el que me desempeñé como comunicadora para este proyecto.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Capítulo 1 Antecedentes e historia, ubicación, objetivos y contexto de la organización

1.1 Antecedentes e historia

El Proyecto Chalaco denominado Empoderamiento de las mujeres a través de las cadenas socioproductivas y seguridad alimentaria, con promoción de la equidad de género y prevención de la violencia familiar contra las mujeres (en adelante Proyecto Chalaco), fue financiado por la Diputación Foral de Biskaia y la organización no gubernamental Ingeniería para la Cooperación (IC-LI), y ejecutado por la Universidad de Piura (Udep) y la Asociación para el desarrollo de la enseñanza universitaria (Adeu) en coordinación con la Municipalidad Distrital de Chalaco.

Este proyecto se desarrolló desde octubre del 2013 hasta setiembre del 2014; sin embargo, desde el 2002, se han ejecutado otros proyectos y programas en la misma zona por parte de la Udep, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y otras instituciones (ver figura 1), que lograron que esta zona no solo se mejore en la gestión de sus recursos naturales sino que fortaleció a las familias campesinas del lugar, creando de alguna manera el espacio propicio para futuros proyectos enfocados en el desarrollo humano, una posición introducida en el Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo (PNUD) en el año 2000, donde indica que "cuando el desarrollo humano y los derechos humanos avanzan juntos, se refuerzan recíprocamente ya que aumenta la posibilidad de que las personas puedan proteger sus derechos y libertades fundamentales" (Álvarez, 2012, p. 294), objetivos que también considera la Universidad en todo Proyecto.

En este sentido la Universidad de Piura junto a otras asociaciones no gubernamentales han logrado plasmar en sus proyectos la autosuficiencia y sostenibilidad de los pobladores de una comunidad, en palabras de Mahbub ul Haq (1995, p. 3) "las personas son tanto el medio como el fin del desarrollo económico, por lo que la persona pasa a ser la gestora de su propio desarrollo, es así que el capital humano es clave para lograr el desarrollo sostenible de una comunidad".

Tabla 1

Cuadro de proyectos y programas ejecutados en el distrito de Chalaco por parte de la Universidad de Piura (2002 – 2014)

Periodo	Proyecto/Programa	Financiadores	Ejecutores
2002 – 2006	Programa Chalaco: "Desarrollo sostenible de ecosistemas de montaña en el Perú".	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), el Gobierno de Navarra y Asociación ProPerú.	Adeu - Udep, Mirhas - Perú.
2007 – 2008	Proyecto Chalaco: "Mejora de la gestión de los recursos naturales y de la calidad de vida de la población de los ecosistemas de montaña de la Sierra de Piura".	Financiado por: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y Asociación ProPerú.	FIAD-Udep.
2010 – 2012	Proyecto Chalaco: "Fortalecimiento de las cadenas socioproductivas de las familias campesinas de Chalaco, revalorando el rol de la mujer en el desarrollo de su comunidad".	Financiado por: Diputación Foral de Biskaia, Ingenieros para la Cooperación (ICLI).	Adeu-Udep.
2013 – 2014	Proyecto Chalaco: "Empoderamiento de las mujeres a través del fortalecimiento de las cadenas socioproductivas y seguridad alimentaria".	Diputación Foral de Biskaia, Ingenieros para la Cooperación (ICLI).	Adeu-Udep.

Nota. Departamento de Proyectos de Udep.

1.2 Ubicación

El distrito de Chalaco es uno de los diez distritos que conforman la provincia de Morropón, en el departamento de Piura y cuenta con 43 centros poblados o caseríos en la zona andina del norte del Perú. Chalaco está localizado en el kilómetro 145 al noroeste de la ciudad de Piura y forma parte de la Microrregión Andino Central de la Región. Limita por el norte con el distrito de Frías (provincia de Ayabaca); por el este con los distritos de Pacaipampa

(provincia de Ayabaca) y el distrito de Yamango (provincia de Morropón); por el oeste con los distritos de Santo Domingo y Santa Catalina de Mossa (provincia de Morropón); y por el sur con el distrito de Morropón, ubicaciones estratégicas en cuanto a las relaciones socioeconómicas y culturales con otros distritos.

Figura 1

Ubicación de la provincia de Morropón

Nota. Elaboración propia

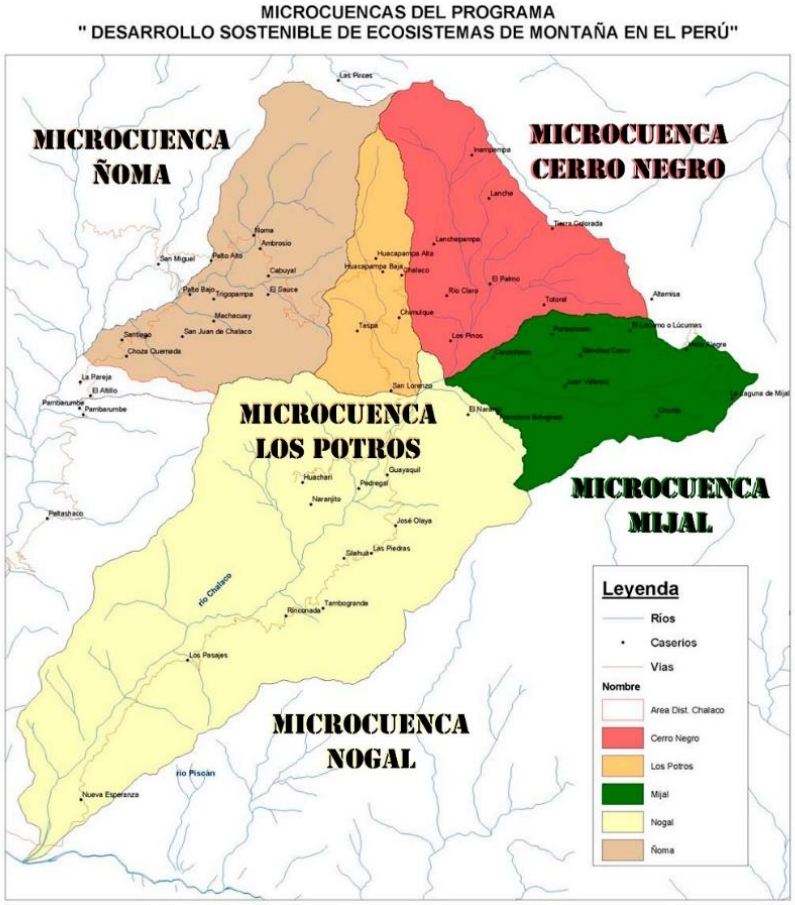
Figura 2

Ubicación del distrito de Chalaco

Nota. Elaboración propia

Figura 3

Ubicación de las cinco microcuencas del distrito de Chalaco



Nota. Estudio Socioeconómico de la Universidad de Piura.

1.3 Objetivos del proyecto Chalaco

1.3.1 Objetivo general

El objetivo general del Proyecto Chalaco fue la mejora de la calidad de vida de la población de Chalaco, teniendo como indicadores objetivamente verificables a los productores y productoras que mejoran sus ingresos económicos y aseguran sus alimentos de autoconsumo con equidad de género.

1.3.2 Objetivo específico

Según la Organización de las Naciones Unidas (Unesco), el empoderamiento es el proceso por el cual las mujeres y los hombres ejercen el control y se hacen cargo de su propia vida mediante una ampliación de sus opciones. Además, Duflo (2011) indica que el empoderamiento de la mujer y el desarrollo económico están estrechamente relacionados ya que el crecimiento económico reduce la pobreza y aumenta las oportunidades paras las mujeres y por ende genera un impacto positivo en la igualdad de género.

El objetivo específico del Proyecto fue el empoderamiento de las mujeres a través del fortalecimiento de las cadenas socioproductivas y seguridad alimentaria de las familias campesinas altoandinas del distrito, con promoción en la equidad de género y prevención de la violencia familiar contra las mujeres. Teniendo como indicadores objetivamente verificables al término del Proyecto los siguientes:

- 180 familias productoras de frejol, trigo, arveja, caña de azúcar, café, lúcuma y verduras de Chalaco que participaron activamente en la implementación y consolidación de cadenas productivas agropecuarias a través de las APPAGROP (Asociación de pequeños productores agropecuarios).
- 50 mujeres de Chalaco fueron capacitadas y asociadas, además de conducir adecuadamente sus huertos y vender sus productos en el módulo de la Asociación de mujeres María Elena Moyano, mejorando sus ingresos económicos y asegurando el acceso de alimentos nutritivos a sus familias.
- 25 pequeños productores y productoras de Chalaco implementaron una nueva cadena de valor de arveja integrándose al módulo ubicado en el caserío de Huancapampa y diversificando su producción y mejorando sus ingresos económicos.

1.4 Contexto del proyecto

1.4.1 Universidad de Piura (Udep)

Según la página web de la Universidad de Piura, la Asociación para el desarrollo de la enseñanza universitaria (Adeu) se constituyó oficialmente en 1965 y desde Piura el monseñor Erasmo Hinojosa solicitó a San Josemaría Escrivá organizar una universidad en esta ciudad.

El 12 de junio de 1968, el presidente de la República, don Fernando Belaunde Terry, promulgó la Ley Nº 17040, que autorizaba el funcionamiento de la Udep y el 7 de abril de 1969, se realizó la primera ceremonia de apertura del año académico de la universidad, días después, el 29 de abril iniciaron las actividades académicas.

Según la página web de Proyectos Sociales de la universidad, la Udep fue creada desde sus inicios para procurar prestar un verdadero servicio a la comunidad teniendo en cuenta la realidad nacional para así formar soluciones apropiadas.

En este sentido, contando con el involucramiento de los pobladores, organizaciones sociales de base y autoridades locales de las diversas comunidades desde el Departamento de proyectos se ejecutaron proyectos en colaboración con los docentes de la universidad, quienes aplicaron su conocimiento para la solución de problemas básicos de las poblaciones que viven en estas comunidades.

1.4.2 Objetivos específicos del Departamento de Proyectos

Los proyectos o programas de desarrollo que la Udep ejecuta a través de su Departamento, pretende trabajar sobre la base de 4 pilares:

- Mejora del estado de salud de la población.
- Mejora de la calidad de la educación rural.
- Mejora de la estructura y capacidad de gestión de las organizaciones.
- Mejoramiento y tecnificación de la producción desde una perspectiva económica y de mercado.

1.4.3 Misión del Departamento de Proyectos

La misión del Departamento de Proyectos es potenciar el desarrollo integral, a través de proyectos o programas concretos, mediante una actitud de responsabilidad entre las personas, capaces de ser protagonistas y gestores de su propio desarrollo y de su comunidad.

Los proyectos desarrollados por este Departamento son orientados a todo el Perú, pero con especial incidencia en la región norte del Perú (Piura), para ello, cuenta con una oficina central en Piura ubicada en las instalaciones de la universidad, zona desde la cual identifica y participa en forma conjunta con los beneficiarios.

El director del Departamento de Proyectos de la Udep es el Dr. Jorge Benancio Viera Sernaqué, quien trabaja con un equipo de profesionales de la universidad entre los que destacan ingenieros, docentes, comunicadores, enfermeros y técnicos.

El equipo de trabajo del Proyecto Chalaco 2013 – 2014 estuvo conformado por un ingeniero agroindustrial, un ingeniero agrónomo, una técnica agraria, una docente, una enfermera y una comunicadora, además de colaboradores docentes de la universidad quienes apoyaron en los temas de talleres de equidad de género.

Capítulo 2 Actores, problemática y diagnóstico

2.1 Actores

"Según Richard Edward Freeman, un stakeholder es cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa", (González, 2007, p.208), teniendo en cuenta esta teoría se definieron a los actores de interés del Proyecto Chalaco a todo público relacionado al proyecto.

Tabla 2

Cuadro de actores del Proyecto Chalaco

Actores	Tipo	¿Quiénes son?
Beneficiarios del proyecto	Asociación María Elena Moyano	Es una asociación conformada por mujeres del vaso de leche, rondas campesinas, clubes de madre, entre otras lideresas.
	APPAGROP	Es una asociación de pequeños productores agropecuarios de la zona localizados en diferentes caseríos.
Financiadores internacionales	Diputación Foral de Biskaia	Es un órgano de gobierno del territorio de Biskaia (España) que impulsa el desarrollo económico y tecnológico.
	Ingeniería para la Cooperación (IC-LI)	Es una Ong de España que propicia el empoderamiento y la promoción de los derechos de las mujeres a través de programas y proyectos de cooperación.
Ejecutores	Udep	Es la Universidad de Piura quien se encarga de realizar la convocatoria para el equipo de trabajo que ejecutará un proyecto o programa.
	Adeu	Es la Asociación para el desarrollo de la enseñanza universitaria, promotora de la universidad y colaboradora para la elección del equipo de trabajo de un proyecto o programa.
Gobiernos locales	Municipalidad de Chalaco	Es una entidad del Estado, que realiza convenios o alianzas con otras instituciones o cooperaciones

		en beneficio de sus comunidades.
	Oficina de Desarrollo Rural (ODER)	Es una oficina que pertenece a la Gerencia de Desarrollo Económico y Gestión Ambiental del Municipio de Chalaco, encargada de coordinar con las APPAGROP de los diversos caseríos.
Medios locales	Radio	Es el medio más utilizado por los pobladores de Chalaco, entre las que destaca la Radio La Rondera (FM) y Radio Chalaco (AM) (la última ya no es utilizada en la zona por su baja frecuencia).
Medios regionales	Prensa impresa y digital	Son los medios impresos y digitales más utilizados a nivel regional como El Tiempo, Correo, La Hora y El Regional de Piura. Además, se consideró como medio regional al Portal de noticias "Udep Hoy" para publicar las notas de prensa más resaltantes.
Medios nacionales	Prensa impresa y prensa digital	Son los medios más utilizados a nivel nacional como El Comercio. Además, se consideró como medio nacional al Portal de noticias "Udep Hoy" para publicar las notas de prensa más resaltantes.

Nota. Elaboración propia

2.2 Problemática y diagnóstico

Como se había mencionado anteriormente la Universidad de Piura junto a la Cooperación Internacional Española financiaron el Programa Desarrollo Sostenible de Ecosistemas de Montaña en el Perú en el distrito de Chalaco. En el marco de este programa, en el 2004, se realizaron cinco estudios socioeconómicos correspondientes a cada una de las microcuencas donde está ubicado el distrito de Chalaco.

Este estudio fue realizado con las encuestas socioproductivas aplicadas por el Centro de Investigación Socio-Económica (CISE) del Programa Académico de Economía de la

Universidad de Piura (Udep) y fue complementado con información de campo recogida por la ONG MIRHAS Perú y el Centro Universitario Médico de la Udep.

Además, tuvo como colaborares a la Municipalidad del Distrito de Chalaco a través de la Oficina de Desarrollo Rural (ODER) y la Oficina para el Desarrollo Educativo (ADE) del Ministerio de Educación. Teniendo como base este estudio se analizó y diagnosticó lo siguiente:

2.2.1 Localización

Chalaco está ubicado sobre cinco microcuencas: una subcuenca en La Gallega o Ñoma, y cuatro en la Subcuenca de Chalaco: Nogal, Mijal, Cerro Negro y Los Potros, siendo Chalaco la capital ubicada en la microcuenca de Los Potros (ver figura 4). Cada microcuenca tiene una superficie y número de caseríos o centros poblados.

Tabla 3

Cuadro de superficie y cantidad de caseríos en las cinco microcuencas del distrito de chalaco

Microcuenca	Superficie (en hectáreas)	N° Caseríos	Caseríos
Microcuenca Nogal	9,333.07	11	El Faique, Las Mishcas, Rinconada, Tambogrande, José Olaya, Pedregal, Huacharí, Guineal, Las Piedras, Guayaquil y Silahua.
Microcuenca Ñoma	3,279	11	Cabuyal, Santiago, Trigopampa, San Juan de Chalaco, Santa Ana, Ambrosio, Machacuay, Choza Quemada, El Altillo, Nueva Alianza, Sauce.
Microcuenca Mijal	3,064.86	8	Sánchez Cerro, Juan Velasco, Carpinteros, El Naranjo, El Portachuelo, Francisco Bolognesi, Laguna de Mijal y Vista Alegre.
Microcuenca Cerro Negro	2,952.39	7	Inapampa, Totoral, Lanche, El Palmo, Río Claro, Los Pinos y Lanchepampa.
Microcuenca Los Potros	1,357	6	Huancapampa (Alta y Baja), Chimulque, Taspa y parte de San Lorenzo, Chalaco y Los Pinos.

Nota. Estudio Socioeconómico de la Universidad de Piura.

2.2.2 Actividades productivas

En el distrito de Chalaco, las principales actividades productivas son la agricultura y la ganadería. Los productos agrícolas, en su mayoría, son para el autoconsumo en sus familias y una menor proporción son destinados a la comercialización.

Entre sus principales productos que cultivan son la arveja, la caña de azúcar, el café, el trigo, la zanahoria, el plátano, el maíz, la papa, menestras, mientras que para el autoconsumo son el trigo, el maíz y la papa.

Los mayores niveles de comercialización en Nogal son los productos como el café y el azúcar, en Mijal la caña de azúcar, en Ñoma la arveja, en Cerro Negro la papa y las menestras y en Los Potros el frejol y las menestras.

2.2.3 Población

Según el Censo 2007, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) indica que en la provincia de Morropón hay 159.693 habitantes, en su distrito de Chalaco hay 9,721 y en el área urbana de Chalaco hay 1,207 y en la rural hay 8,514.

En base a la misma información, la población masculina representa el 51,49 % del total de habitantes de Chalaco y la población femenina el 48,51 %, casi la mitad de la población, además el distrito de Chalaco presenta una estructura poblacional joven, ya que el 35,59 % son menores de 15 años, el 53,96 % tienen entre 15 a 64 años y el 10,45 % son mayores de 65 años.

2.2.4 Público objetivo del proyecto Chalaco

El Proyecto Chalaco tiene como público objetivo identificado a dos organizaciones que se encuentran legalmente establecidas en la zona y son las APPAGROP y la Asociación de mujeres "María Elena Moyano", las que serán claves para las estrategias posteriores.

2.2.4.1 APPAGROP. Son las asociaciones de pequeños productores y productoras agropecuarios que abarcan la mayoría de caseríos posibles del distrito de Chalaco y cosechan diversos productos agrícolas dependiendo la zona en la que viven.

Tabla 4

Nombre, ubicación y productos principales de las APPAGROP en el distrito de Chalaco

APPAGROP	Ubicación (caserío/microcuenca)	Producto principal
San Francisco	Huacharí y Pedregal / Nogal	Café pergamino
Virgen de la Asunción	José Olaya /Nogal	Panela granulada
Productores Andinos	Huancapampa Baja / Los Potros	Frejol y harina de lúcuma
Unidos para el desarrollo	Carpinteros / Mijal	Panela granulada

Nota. Proyecto Chalaco

2.2.4.2 Asociación de mujeres "María Elena Moyano". La Asociación de organizaciones femeninas María Elena Moyano de Chalaco, está conformado por las integrantes de todos los clubes de madres, los comités del vaso de leche, rondas campesinas femeninas del distrito de Chalaco. Son alrededor de más de 300 mujeres de los 43 caseríos y algunas de la capital distrital de Chalaco. Tienen entre 25 y 60 años, son amas de casa o se dedican al cuidado de los animales y de los huertos familiares, además del cuidado de sus hijos.

La participación de estas mujeres es realmente significativa ya que antes habían estado relegadas a otros espacios productivos y reproductivos sin ser tomadas en su rol social y político.

Esta asociación cuenta con una infraestructura, ubicada en una de las calles principales de la capital del distrito, donde las mujeres realizan diversas actividades y desde el 2010, gracias a los programas y proyectos de la Udep se les viene capacitando y organizando con el objetivo de mejorar su calidad de vida con la comercialización de sus productos de textilería, costura y repostería.

Cabe resaltar que esta asociación de mujeres aún tiene una capacidad de organización débil por lo que es importante fortalecerla y capacitarlas para que así se les permita mejorar sus destrezas en sus actividades productoras e insertarse en el mercado local, regional y nacional.

2.2.5 Los medios o formas de comunicación en la zona de Chalaco

2.2.5.1 Radio, prensa escrita y televisión. La radio en el Perú, según Alfaro (2005, p. 276) "es uno de los medios pioneros en este país que nace como un espacio cultural de recuperación y modernización de la música popular y que genera intercambios e hibridaciones entre programas étnicos, locales y sectoriales".

Además, Alfaro (2005) a través de una investigación nacional realizada por Calandria[1] comprobó que la radio continua con un papel clave en los entornos locales a diferencia de los nacionales, y se observa una tendencia de usar este medio para informarse de lo que sucede en su propio distrito o ciudad natal, dejando de lados los medios nacionales.

Según el estudio realizado por la Universidad de Piura se observó que la radio es el medio más importante con mayor preferencia por parte de la población de Chalaco en sus 5 microcuencas (ver figura 4), lo que se debe a que las personas tienen un mejor acceso a este medio a pesar de encontrarse muy alejadas a la capital del distrito, mientras que el acceso a la televisión y los diarios impresos es bajo debido a la poca señal y a la gran distancia que hay entre caseríos con la capital.

La radio en Chalaco cumple una labor informativa y de entretenimiento ya que un 78 % lo escucha por las noticias y en un 10 % por la música que se escucha, entre las que se destaca los géneros el huayno y el Sanjuanito.

Así tenemos que en Nogal el 72,8 % de los hogares encuestados señalaron escuchar radio. El acceso a la televisión y la prensa escrita en la zona es bajo, con un 3,2 % y un 32,7 %. Los diarios regionales más consumidos por la población local son El Tiempo con un 13,8 % y

[1] Asociación de Comunicadores Sociales

Correo con un 17, 5% y entre los nacionales destacan La República con un 6,5 % y El Comercio con un 2,7 %. La radio que más se escucha es la radio Chalaco con un 55,4 % y Radio Programadas del Perú (RPP) con un 29,4 %. (ver figura 5 y 6).

En Ñoma el 88,3 % de los hogares encuestados señalaron escuchar radio. El acceso a otros medios como televisión y prensa escrita es menor, con un 14,6 % y 32 %. Los diarios regionales más consumidos son El Tiempo con un 29,8 % y Correo con un 34,3 % y de tiraje nacional El Comercio con un 4,9 %. La radio más escuchada es la radio Chalaco con un 75 %. (ver figura 5 y 6).

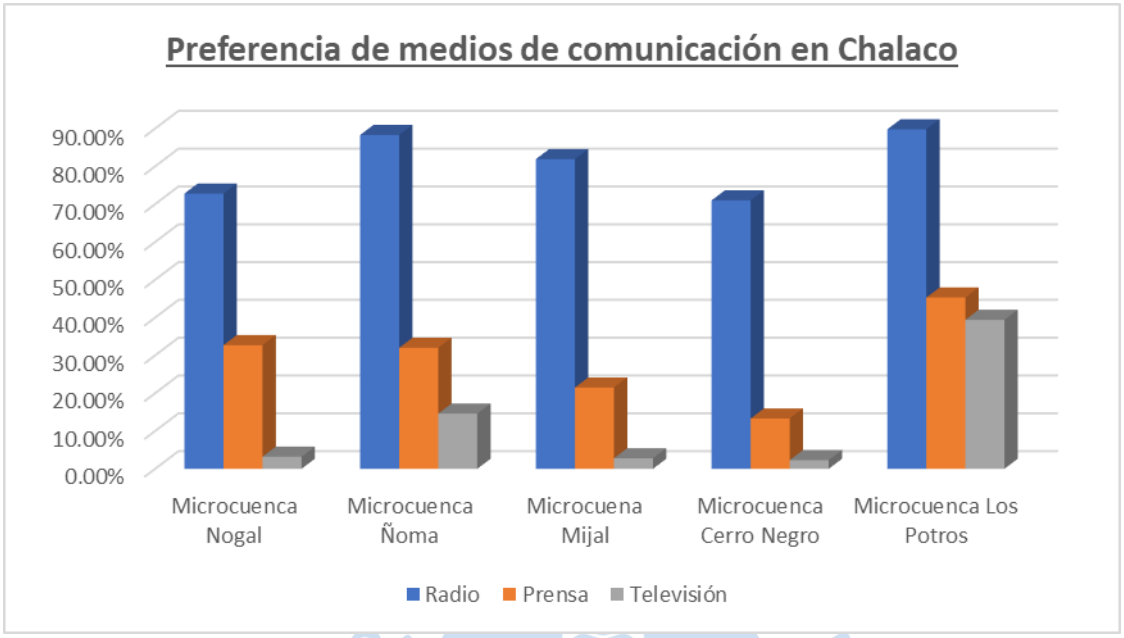
En Mijal el 81,9 % de los hogares encuestados señalan que escuchan radio, y se inclinan por los programas noticiosos y musicales. El acceso a la televisión y prensa escrita es bastante reducido con un 2,8 % y un 21,5 %, debido a la baja señal y ala distancia de los caseríos. Los diarios más leídos son Correo con un 47 % y El Tiempo con un 22 %. Y de tiraje nacional El Comercio con un 8 %, El Popular con un 8 % y La República con un 7 %. La radio más escuchada es radio Chalaco con un 52,1 % y RPP con un 34,8 %. (ver figura 5 y 6).

En Cerro Negro, la radio es el principal medio de comunicación con 71 %. El acceso a la televisión y la prensa escrita es bajo, con un 2,3 % y 13,3 %. Los diarios más consumidos son El Tiempo con un 6,3 % y Correo con un 7,8 %. Y de tiraje nacional La República con un 3,1 % y El Comercio con un 1 %. La radio que más se escuchan son radio Chalaco con un 66,3 % y RPP con un 24,7 %. (ver figura 5 y 6).

En Los Potros, la radio es el principal medio con un acceso de 89,8 % de las familias. El acceso a la televisión y prensa escrita es menor en comparación a la radio, con un 39,4 % y un 45,3 %. Los diarios más consumidos son El Tiempo con un 18 % y Correo con un 15 %. Y en tiraje nacional son La República con un 11,51 % y Comercio con un 7,9 %. La radio que más se escucha son radio Chalaco con un 46 % y RPP con un 43 %. (ver figura 5 y 6).

Figura 4

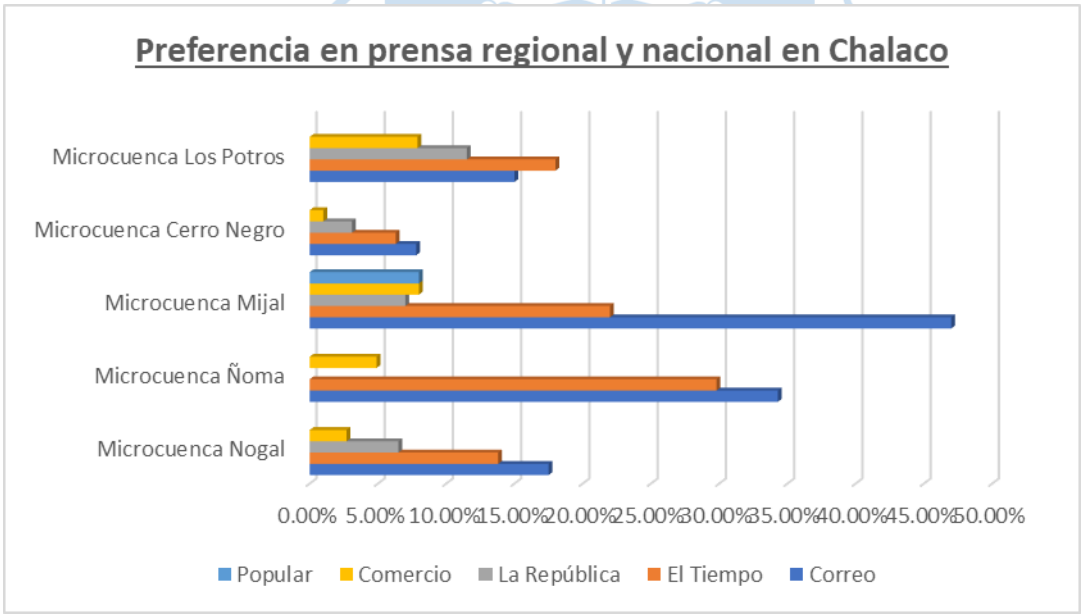
Preferencia de los medios de comunicación en el distrito de Chalaco



Nota. Estudio Socioeconómico de la Universidad de Piura.

Figura 5

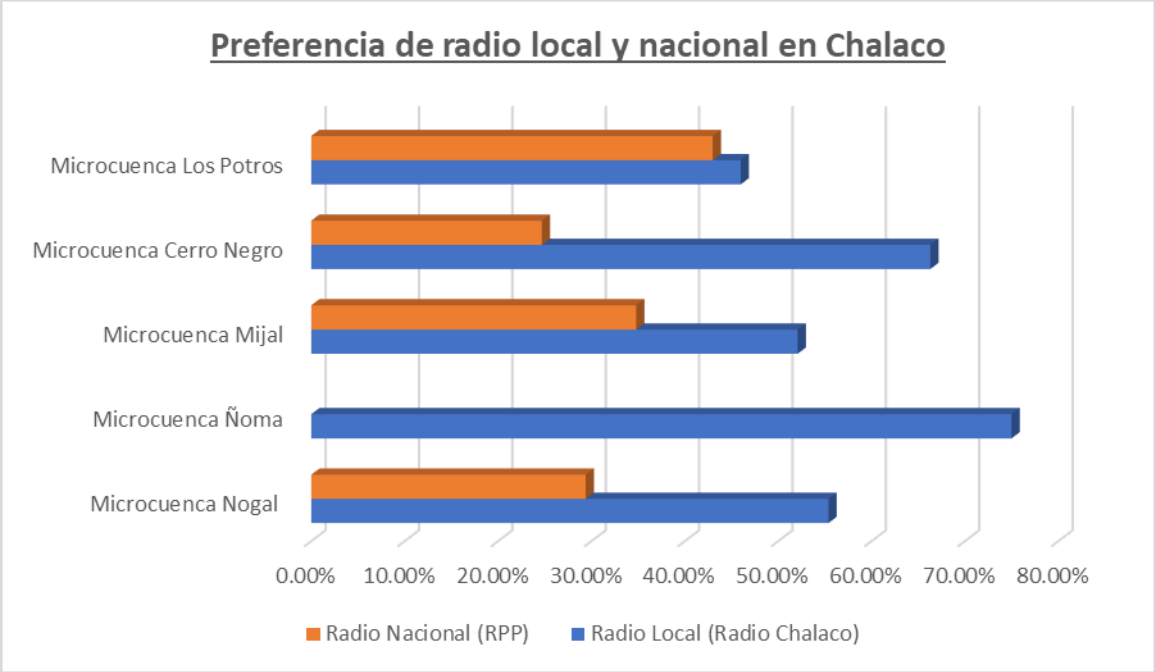
Preferencia de los medios impresos en el distrito de Chalaco



Nota. Estudio Socioeconómico de la Universidad de Piura.

Figura 6

Preferencia de los medios radiales en el distrito de Chalaco



Nota. Estudio Socioeconómico de la Universidad de Piura.

2.2.6 Aspecto social y la comunicación interpersonal en Chalaco

2.2.6.1 Necesidades sociales y capital social. Identificar las necesidades sociales en una comunidad es importante ya que nos ayuda a enfocar un proyecto de acuerdo a lo que nuestro público objetivo necesita y a obtener un impacto positivo en la comunidad.

Las necesidades son sociales, según Arteaga y Solís (2005), en el sentido en que ellos no sólo tratan con causas individuales como la enfermedad o la pobreza, sino también con la cantidad y distribución de estas enfermedades y pobreza en los diferentes grupos sociales, es decir en un panorama más social que involucra las diferentes condiciones compartidas de vida en estos grupos o estructuras o procesos sociales a través de los cuales pueden ser mejorados.

En el estudio socioeconómico realizado por la universidad se realizaron entrevistas a diferentes grupos sociales, divididos por su ubicación en cada microcuenca y en cuanto a dos variables: a) las necesidades sociales y b) el nivel de capital social en la zona, entendido el segundo como la confianza o las normas de cooperación y reciprocidad al que tienen acceso los individuos de una comunidad y lo que le permitirá a una mejor gestión de los recursos locales para el desarrollo.

En cuanto a las necesidades sociales, en Nogal la mayor parte de los jefes de hogar entrevistados indicaron que requieren con urgencia trabajo y mejores salarios, por lo que llevar proyectos productivos es muy importante para mejorar las condiciones de vida de esta zona.

En cuanto al nivel de capital social, los niveles de confianza entre vecinos y autoridades son bajos en las cinco microcuencas, ya que en su mayoría piensan que no se puede confiar o se puede confiar poco en sus vecinos y autoridades. Y en cuanto a la cooperación comunal entre vecinos también es muy bajo ya que en su mayoría afirma no haber tenido o participado junto a sus vecinos en alguna actividad. Sin embargo, consideran que la participación de los vecinos en actividades comunales es buena.

Hay que mencionar que la comunicación interpersonal es sin duda el instrumento más importante en sociedades subdesarrolladas para estimular el interés respecto a algo nuevo y enseñar las destrezas sobre tal novedad, así lo menciona Manduley (1975) quien además indica que es importante incluir la comunicación en grupos que promueva la discusión y la decisión grupal, donde la clave es la participación en tomar decisiones. Finalmente, concluye con Kurt Lewin en mencionar que es "más fácil cambiar los valores y comportamientos dentro de un grupo que los de un individuo aisladamente" (Manduley, 1975, p. 60).

2.2.6.2 Equidad de género. Según la Unesco, la igualdad de género se define a la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres, y las niñas y los niños, pero esto no significa que hombre y mujer sean lo mismo, sino que se debe tener en cuenta por igual sus intereses, necesidades y prioridades.

La desigualdad de género disminuye a medida que disminuye la pobreza, por lo que la condición de las mujeres mejora más que la de los hombres cuando hay desarrollo (Duflo, 2011), por lo que empoderar a las mujeres sí cambia las opciones de la sociedad de manera importante.

En el 2012, el departamento de Proyectos realizó un nuevo estudio sobre equidad de género, teniendo como base los estudios anteriormente mencionados y además con nueva información obtenida del trabajo de campo del equipo de profesionales del proyecto. Teniendo como diagnóstico lo siguiente:

2.2.6.3 Analfabetismo en las mujeres de Chalaco. Según el censo de INEI, en el 2007 indica que existe un alto número de mujeres analfabetas en el distrito de Chalaco, de 9,120 habitantes hay 2,112 que no saben ni leer ni escribir, de los cuales 892 son hombres y 1,220 son mujeres. Por lo que el mayor índice de analfabetismo son en mujeres que tienen de 40 a 64 años.

Este alto número de mujeres analfabetas limita las posibilidades al desarrollo, lo que se evidencia en la falta de acceso y la poca igualdad en la educación escolar. Además, el 21 % de las jóvenes entre 12 y 16 años no asisten a ninguna escuela pública, donde uno de los principales motivos es que deben dedicarse a los quehaceres domésticos en vez de educarse.

2.2.6.4 Participación de la mujer en su comunidad. Las actividades productivas y del hogar que realizan las mujeres mayormente son el cuidado de los animales, la recolección del agua, la leña y los alimentos del huerto, la limpieza de la casa, el lavado de la ropa, el hilado de lana, la orientación a los hijos en las tareas de la escuela, sin embargo, su aporte en la sociedad no es reconocida, ya que se observa una repartición desigual en la carga del trabajo doméstico y en la participación ciudadana entre hombres y mujeres.

En Chalaco, las mujeres alcanzan un poco más del 48 % del total de la población, pero su participación en la toma de decisiones en el aspecto público, económico y comunal se ve restringida, pues si bien la mujer tiene una participación preponderante en las actividades productivas no la tiene en las organizaciones públicas y económicas de la comunidad, a excepción del servicio social como el vaso de leche y clubes de madre.

2.2.6.5 Machismo y violencia de género. Uno de los patrones culturales en cuanto a relación de género que se ha identificado es la jerarquía y desigualdad de los ejercicios de los derechos entre hombres y mujeres debido al machismo marcado en esta zona rural, que es suscitado por una dependencia económica de la mujer hacia el hombre, es así que la participación de la mujer en las actividades comunales queda muchas veces limitada y en un segundo plano.

La violencia en la zona de la sierra, sigue siendo uno de los principales problemas de la mujer, en el país entre el año 2009 y 2011, los Centros de Emergencia de la Mujer (CEM) atendieron a más de 125 mil víctimas de violencia, existiendo muchos más casos no registrados.

Chalaco no es ajeno, ya que se observan numerosos casos de maltrato físico hacia las mujeres, que en su mayoría no se atreven a denunciar a sus maridos, ya que la mujer suele tener una posición subordinada respecto al hombre.

Capítulo 3 Estrategia de comunicación

Para Gumucio (2004), la mejor estrategia para la comunicación para el desarrollo es aquella que fortalezca los canales de comunicación tradicionales en una comunidad, desde donde se puede ampliar las voces locales sujetándose de su propia cultura. Además, considera que el nuevo comunicador no solo debe tener el conocimiento en temas de desarrollo sino también la experiencia directa con las comunidades, una sensibilidad intercultural y el conocimiento en nuevas tecnologías, todo ello lo ayudará a elaborar estrategias de comunicación para el cambio social.

La estrategia de comunicación para el Proyecto Chalaco, se centra en las actividades de difusión y sensibilización a la población beneficiaria para que se identifique con el Proyecto, con los ejecutores y financiadores, y lleguen a ser vistos como un ente fundamental en el desarrollo de toda la comunidad, con un gran énfasis en la equidad de género y prevención de la violencia contra la mujer. Donde se tendrá en cuenta los medios con mayor preferencia según el anterior diagnóstico descrito y también se considerará los medios tradicionales y culturales con el fin de lograr lo que indica Gumucio (2004, p.21) “un trabajo desde la comunidad con la comunidad”.

3.1 Objetivos centrales

3.1.1 Identificación

Crear una identificación del poblador y pobladora con los ejecutores y financiadores del proyecto, con el fin que sean visibles y reconocidos como entes fundamentales en el desarrollo de la comunidad.

3.1.2 Informar y difundir

Lograr que los beneficiarios y beneficiarias conozcan íntegramente la propuesta del Proyecto, participen de ella y la adopten como propia, es decir que busquen alcanzar los objetivos planteados para una mejora integral en la educación y como consecuencia un desarrollo sostenible.

3.1.3 Formar y educar

Además, de informar se busca formar y educar a la población beneficiaria y de toda la comunidad en temas que contribuyan a su formación integral y que ayuden a fomentar el empoderamiento de las mujeres.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Capítulo 4 Plan de acción y ejecución

Primer objetivo: lograr la visibilidad del proyecto en la zona de intervención y que los diversos públicos y actores sepan de los objetivos, actividades, financiadores y ejecutores del Proyecto.

4.1 Actividad 1: Visibilidad

Tiene como objetivo la identificación y el posicionamiento del proyecto en la zona de intervención, por lo que cada integrante del equipo Chalaco contó con la identificación de chalecos, material impreso y otras presentaciones con los logos de los financiadores, ejecutores y del Proyecto. En esta actividad se contempla:

4.1.1 Logotipo

Se diseñó un logotipo con el fin de crear una imagen representativa del proyecto y se pueda convertir en un símbolo de fácil recordación para la población de Chalaco, este logotipo se visualiza en la parte superior de los boletines, dípticos, afiches, materiales didácticos que se entregaron en los diferentes talleres y actividades del proyecto. (ver anexo 3).

4.1.2 Roll screen

Con el fin de lograr la visibilidad e identificación en ambientes estratégicos en la se desarrollaron actividades como reuniones oficiales del proyecto, presentación y clausura del proyecto, en talleres de fortalecimiento a las APPAGROP y en talleres para las mujeres de la asociación María Elena Moyano, así como en ferias y festivales. (ver anexo 3).

4.1.3 Chalecos de identificación

Se diseñaron para identificar a las personas que son parte del equipo del Proyecto Chalaco dentro de la población chalaca. Se confeccionaron 8 chalecos para los integrantes del equipo técnico del Proyecto Chalaco, de los cuales uno se entregó al alcalde de la municipalidad de Chalaco y otro al jefe de la Oficina de Desarrollo Rural (ODER), con el fin de posicionar el Proyecto desde los ambientes gubernamentales locales. Estos chalecos fueron utilizados en talleres, entrega de semillas, talleres de aprendizaje, visitas a domicilios, entrevistas radiales, talleres de equidad de género, ferias y festivales. (ver anexo 3).

4.1.4 Banner

Se diseñaron 2 banners para el Primer Festival Cultural y Nutricional del Proyecto Chalaco, con el fin de promocionar el nombre del Proyecto, financiadores, ejecutores y las diversas actividades que se realizaron con las mujeres como la implementación de huertos familiares y las sesiones de aprendizaje del programa de alfabetización. (ver anexo 3).

4.1.5 Murales informativos

Este medio se convirtió en un soporte de comunicación en la zona de intervención, ya que tanto la población de la capital del distrito como sus caseríos aledaños se mantuvieron informados a través de este medio de manera mensual con actividades y fotografías del proyecto. (ver anexo 4)

Fueron 6 murales informativos que fueron colocados estratégicamente en 4 APPAGROP: "Productores Andinos" en Huancapampa; "Unidos para el desarrollo" en Carpinteros; "Virgen de la Asunción" en José Olaya; y "San Francisco" en Pedregal y Huacharí, además en el local de la asociación de mujeres "María Elena Moyano" y uno en la Municipalidad de Chalaco.

Segundo objetivo: La difusión de las actuaciones del Proyecto como objetivos, financiadores y ejecutores del Proyecto, a través de los medios de comunicación y medios alternativos en la zona de intervención.

4.2 Actividad 2: Difusión en medios regionales y nacionales

4.2.1 Publicaciones periodísticas

Los medios de comunicación escrita local y nacional son un excelente soporte de comunicación para la difusión de las actividades del Proyecto, lo que logra que la comunidad esté informada de los objetivos, resultados, financiadores y ejecutores del Proyecto, y sobretodo que la opinión pública conozca sobre la realidad de la sierra piurana.

Para esto, se realizaron 7 notas de prensa y 3 reportajes que se difundieron a los diversos medios de comunicación del ámbito local, regional y nacional. En Piura se trabajó con el diario El Tiempo, de gran alcance regional, diario El Comercio, de alcance nacional y con los medios interactivos como el portal de noticias de la Universidad de Piura y el Diario El Regional de Piura. (Ver anexo 4)

4.3 Actividad 3: Difusión en medios locales y alternativos

Según el diagnóstico presentado anteriormente, la radio es el medio que tiene una mayor preferencia y acceso en la población de Chalaco por lo que se utilizó para difundir las actividades del proyecto. También se usaron otros medios alternativos como los boletines, el periódico mural, material didáctico y actividades culturales.

4.3.1 Comunicación radial

Se trabajó con la radio comunitaria por ser el medio de comunicación masiva y alternativa con mayor acogida y credibilidad en el distrito de Chalaco y sus caseríos aledaños, ya que la población está acostumbrada a enterarse de las noticias, comunicados e información general por este medio local. Por lo que se trabajó con radio La Rondera "La voz del Altopiura",

donde se emitieron avisos, convocatorias y spots radiales referentes al Proyecto para los pobladores que viven en la zona base y en los caseríos alejados del distrito. Hay que tener en cuenta que la radio Chalaco emitida por frecuencia A.M. ya no es utilizada durante el tiempo que se ejecutó el proyecto, por lo que fue sustituida por radio La Rondera emitida por frecuencia F.M., radio que llega a todos los caseríos del distrito de Chalaco y que aún se mantiene.

4.3.1.1 Comunicados radiales. A través de los comunicados radiales se realizaron convocatorias para los talleres de capacitación con las mujeres beneficiadas con los huertos familiares, así como las del programa de alfabetización, además para las reuniones con los socios y socias de las diferentes APPAGROP participantes con el Proyecto Chalaco. (ver anexo 5).

4.3.1.2 Spots radiales. Los spots radiales se realizaron con el fin de educar y concientizar a las mujeres y hombres de Chalaco en temas como la equidad de género y la prevención de violencia familiar contra las mujeres, además se logró la participación e involucramiento de la misma población con estos temas ya que cada spot fue conducido y elaborado por las mujeres y hombres que participaron de los talleres con el fin de poner en práctica lo aprendido, además se generó un espacio dinámico de diálogo en el que las mismas mujeres sugerían el contenido de los spots.

Se elaboraron 10 spots radiales (ver anexo 5) y se difundieron en una emisora de alcance distrital como radio La Rondera, estos spost tuvieron una duración entre 1 a 2 minutos y la temática giró en torno a la igualdad de oportunidades entre hombre y mujer y la prevención de la violencia contra la mujer, también se logró posicionar al proyecto ya que se incluyó un slogan radiofónico.

Tabla 5

Spots radiales realizados con las mujeres beneficiarias del Proyecto Chalaco.

N°	Título del spot radial
Spot 1	Merecemos respeto
Spot 2	Vivir mejor
Spot 3	Estudiar para progresar
Spot 4	Somos un equipo
Spot 5	Con respeto
Spot 6	No debes callar
Spot 7	La violencia se denuncia
Spot 8	No hay razón para golpear
Spot 9	Ambos merecemos respeto
Spot 10	Las mujeres pedimos respeto
Spot 11	Primer Festival Cultural y Nutricional

Nota. Elaboración propia a partir del Proyecto Chalaco

4.3.2 Boletín

El boletín fue uno de los principales medios de comunicación directos con la población beneficiaria y participante con el Proyecto Chalaco, ya que sirvió para informar sobre las diversas actividades y avances del proyecto, además se compartió información de interés para las beneficiarias de huertos y alfabetización, teniendo en cuenta que los boletines se caracterizaron por ser más ilustrativos y con menos escritura.

Su periodicidad fue bimensual y se les entregó a las mujeres y hombres que participaron en los talleres de fortalecimiento de las APPAGROP, en los talleres del nuevo cultivo de arveja, en la de implementación de huertos familiares, en los talleres de equidad de género y en las ferias y festivales organizados por la Municipalidad distrital de Chalaco y por el proyecto. (ver anexo 6).

4.3.3 Material didáctico

En el proyecto se diseñaron afiches, dípticos, manuales y volantes, entre otros con temáticas de sensibilización para los diferentes talleres, ferias y actividades culturales que se brindaron en el distrito y donde se tuvo presente la promoción del proyecto, recordando a los financiadores, ejecutores y colaboradores del proyecto, además de las mujeres beneficiarias de este proyecto. (ver anexo 7)

Entre el material tenemos:

- Afiches mensuales.
- Dípticos institucionales.
- Calendario de cultivo para pequeños huertos.
- Material para los talleres de alfabetización.
- Manual de cultivo de arveja.
- Material para el festival cultural y nutricional.
- Recetarios nutricionales.
- Material para los talleres de equidad de género.

4.3.4 Actividades culturales

Según el diagnóstico anteriormente mencionado existe una poca cooperación comunal y desconfianza entre vecinos es decir un bajo nivel de capital social, por lo que se buscaron acciones de comunicación, tal como indica Gumucio (2010, p.28) “desde las comunidades y no para las comunidades, donde la participación de los involucrados sea esencial para las propuestas de comunicación para el desarrollo, alternativa y participativa, que son las expresiones más reconocidas de la comunicación para el cambio social”.

Es así, que se consideran a las actividades culturales más recurrentes en esta zona con dos fines, el primero de promocionar y dar a conocer sobre los avances del proyecto a través de la entrega de boletines, dípticos y material didáctico a todos lo que acuden a estos eventos; y segundo de incentivar la participación de su población en estas actividades, en especial de las mujeres, quienes son parte de este proyecto.

Se realizaron dos actividades culturales importantes, la participación en la Feria Artesanal y Agropecuaria, organizado por la Municipalidad Distrital de Chalaco y la realización del Primer Festival Cultural - Nutricional en el distrito, por parte del equipo técnico del proyecto.

La Feria Artesanal y Agropecuaria, fue realizada por la Municipalidad Distrital de Chalaco, en las fechas de aniversario del distrito (23 y 24 de junio), donde se realizó una exhibición y venta de los productos agrícolas de los huertos familiares de las beneficiadas con el proyecto, venta de textiles elaborados por las mujeres de la asociación María Elena Moyano y la entrega de material didáctico para los espectadores del lugar y de otros distritos como Frías, Santo Domingo, Morropón, Pacaipampa y Piura.

El Primer Festival Cultural – Nutricional, fue realizado por el Proyecto Chalaco en coordinación con la Municipalidad de Chalaco y el colegio emblemático de la zona San Fernando, en las instalaciones de la asociación de mujeres María Elena Moyano, casi al término del Proyecto, con el fin de promover la buena cultura y mejorar la dieta alimenticia de los chalacos, donde participaron las mujeres beneficiadas con los talleres de aprendizaje y con la implementación de huertos familiares así como alumnos y docentes de la zona. (ver anexo 8)

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Conclusiones

Primera. La comunicación para el desarrollo es importante en un proyecto ya que permite fortalecer y visibilizar los objetivos técnicos del proyecto con las comunidades beneficiarias, los gobiernos locales y medios locales, regionales y nacionales.

Segunda. El perfil de un comunicador para el desarrollo se caracteriza por ser el promotor y dinamizador de los cambios sociales de los grupos comunitarios, incentivando la participación y diálogo desde la comunidad.

Tercera. La radio es el medio social y alternativo con mayor preferencia en las comunidades rurales, lo que se debe a la relación directa que te permite este medio, a la accesibilidad en zonas lejanas y a su rol informativo y de entretenimiento.

Cuarta. La comunicación para el cambio social debe tener en cuenta el conocimiento local y respeto cultural de la comunidad beneficiaria de esta forma garantizará que todo proceso comunicacional sea efectivamente recibido.

Quinta. Es importante que en todo proyecto de desarrollo se realice un previo análisis económico, social y político con el fin de comprender los procesos comunicacionales de una determinada comunidad. Pues antes de ejecutar un Plan de comunicación es importante conocer en todo su ámbito al público objetivo.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Lista de referencias

Alfaro, R. (2005). The Radio in Peru: A participatory Medium without conversation or debate. Television & New Media, 6 (3), 276 – 297. https://doi.org/10.1177/1527476405276869

Álvarez, S.M. (2012). Una introducción a la cooperación internacional al desarrollo. Revista Electrónica de Derecho de la Universidad de La Rioja (REDUR), 10, 285 – 309. https://publicaciones.unirioja.es/ojs/index.php/redur/article/download/4115/3365

Arteaga, C. y Solís, S. (2005). Necesidades sociales y desarrollo humano: un acercamiento metodológico, Nº 1. Plaza y Valdés. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rR6C8NFWsboC&oi=fnd&pg=PA5&dq=necesidades+sociales&ots=YtoJMJDUyl&sig=hdTjVpKv_rhEUWINv1oFlI9j4HY#v=onepage&q=necesidades%20sociales&f=false

Duflo, E. (2012). Women empowerment and economic development. Journal of Economic literature, 50 (4), 1051-79. https://doi.org/10.1257/jel.50.4.1051

González, E. (2007). La Teoría de los stakeholders: un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. Veritas: revista de filosofía y teología, 2 (17), 205 – 224. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=291122924002

Gumucio, A. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. Investigación & Desarrollo, 12 (1), 2 – 23. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26800101

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. Signo y pensamiento, 30 (58), 26 – 39. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232011000100002

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Censo de Población y Vivienda 2007 / Población. Consultado el 10 de agosto de 2022. http://censos.inei.gob.pe/cpv2007/tabulados/#

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Censo de Población y Vivienda 2007 / Educación. Consultado el 10 de agosto de 2022. http://censos.inei.gob.pe/cpv2007/tabulados/#

Manduley, J. (1976). El foro de radio rural como una estrategia para educar adultos para el desarrollo comunitario. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (13), 57 – 76. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791998

Observatorio Nacional de la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar. Casos atendidos en los CEM, según región y año de ocurrencia. Consultado el 20 de agosto de 2022. https://observatorioviolencia.pe/datospncvfs/

Ul Haq, M. (1995). Reflections on human development. Oxford University Press https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Cwyv2OtYdGQC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Reflections+on+Human+Development&ots=DN11st6xDR&sig=ArjZ2NmpfNbLw0sLxPjUePsNWkg#v=onepage&q&f=false

Unesco. Equidad de género. Consultado el 23 de agosto de 2022. https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Iguldad%20de%20genero.pdf

Universidad de Piura. Nuestra Historia. Consultado el 23 de agosto de 2022. https://www.udep.edu.pe/sobre-udep/historia/

Universidad de Piura. Proyectos de Desarrollo Social. Consultado el 23 de agosto de 2022. https://www.udep.edu.pe/proyectos-sociales/

Apéndices

Informe de desempeño profesional

a. Presentación

Soy bachiller de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, con un Programa especializado en Marketing Digital Estratégico en la misma casa de estudio. Además, realicé un Curso de Especialización en Responsabilidad Empresarial y Relaciones Comunitarias en REDINFOR - Perú y otros cursos de fotografía, diseño gráfico y herramientas digitales.

Mi interés profesional se orienta a la Comunicación para el desarrollo, así como las Comunicaciones de Marketing Social y Educativo.

b. Desarrollo Profesional

Mi experiencia pre profesional inició como practicante de redacción en diario La Hora y de imagen institucional en el Gobierno Regional de Piura, para luego pasar a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), donde destaqué por mis notas de prensa y reportajes a las mujeres artesanas de la región Piura, es allí donde nace mi interés por la Comunicación para el desarrollo.

Luego, realicé mis prácticas profesionales en el departamento de Proyectos de la Universidad de Piura, donde meses después me contratan como comunicadora del Proyecto Chalaco, una experiencia totalmente nueva de la que aprendí que la comunicación iba mucho más allá de la recepción correcta del mensaje hacia una comunicación integral y participativa.

En el Proyecto Chalaco realicé la ejecución del Plan de Comunicación para visibilizar y promocionar los objetivos y acciones enfocadas en la población beneficiaria de las mujeres, las que no solo recibieron el mensaje, sino que fueron parte a través de sus participaciones en los spots radiales, eventos culturales, talleres de aprendizaje, talleres de huertos y asociatividad.

También preparé y elaboré las notas de prensa y reportajes sobre las mujeres del Proyecto Chalaco, las que destacaron y fueron plasmadas como portadas principales en los semanarios del diario El Tiempo.

En este proyecto aprendí más sobre la comunicación interpersonal y comunitaria gracias al contacto directo con las personas de los centros poblados, con las autoridades locales y asociaciones socioproductivas y de mujeres.

Luego al término del proyecto realicé otros trabajos de marketing y relaciones públicas en un centro dental y en un estudio fotográfico, para luego pasar como Asistente de la Dirección de Marketing y Comunicaciones de la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO), donde

realicé trabajo de Promoción y ejecuté el Plan de Comunicaciones de Marketing para la captación de nuevos estudiantes.

c. Reflexiones finales

La formación humanística e integral que recibí en la Universidad de Piura ha hecho de mí, una profesional con visión transformadora de la sociedad y capaz de realizar todo proceso comunicacional en beneficio de los objetivos de una empresa.

En mi caso, no solo busco especializarme profesionalmente en marketing social y comunicación para el desarrollo, sino también aprender de la experiencia y el trabajo en campo, con actividades que busquen el bien común en todos los actores directamente relacionados a la empresa o proyecto, para ello es importante la comunicación interpersonal que poco a poco he ido fortaleciendo con cada competencia.

Finalmente quiero decir que todas las experiencias laborales que he tenido han sido de gran provecho porque me han ayudado a perfilar mi rol como comunicador y a desarrollar habilidades comunicativas que se encontraban escondidas.

d. Certificaciones

UNIVERSIDAD DE PIURA

CERTIFICADO DE TRABAJO

Por el presente yo, Mgtr. Mercedes Fujihara Fujimaki con D.N.I. 02824195, en mi calidad de Gerente de GDTH de la Universidad de Piura con R.U.C. No. 20172627421, dejo constancia de lo siguiente:

El (la) Señor (ta) PINTADO VILLEGAS KAREN LIZBETH, identificado (a) con DNI No. 45406834, laboró en nuestra institución desde el 01 de Abril de 2014 al 30 de Setiembre de 2014 en calidad de COMUNICADORA SOCIAL en PROYECTO CHALACO-BISKAIA y teniendo a su cargo las siguientes funciones:

- *COMUNICADORA DEL PROYECTO: "EMPODERAMIENTO DE MUJERES A TRAVES DEL FORTALECIMIENTO DE CADENAS SOCIO PRODUCTIVAS Y SEGURIDAD ALIMENTARIA".*
- *EJECUTAR EL PLAN DE COMUNICACIONES DEL PROYECTO CHALACO.*
- *REALIZAR ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN PERSONALIZADA: ENTREVISTAS CON BENEFICIARIOS, INSTITUCIONES LOCALES Y ORGANIZACIONES DE BASE.*
- *REDACTAR/PREPARAR MATERIAL DE DIFUSIÓN: BOLETIN/DIPTICO/SPOT RADIO, ETC.*
- *COORDINAR CON EL EQUIPO DE CAMPO Y LA DIRECCIÓN DEL PROYECTO PARA ELABORAR NOTAS DE PRENSA DE LAS ACTIVIDADES MAS RELEVANTES.*
- *COORDINAR CON AUTORIDADES DE CHALACO, POBLACIÓN BENEFICIARIA Y EQUIPO TECNICO LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN.*
- *COORDINAR CON POBLADORES Y ASESORAR AL EQUIPO DE CAMPO PARA REALIZAR LA TRANSFERENCIA DEL PROYECTO.*
- *PRESENTAR LOS INFORMES CORRESPONDIENTES.*
- *ACTUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN EN MURALES IMPLEMENTADOS.*
- *ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS DE LA DOCUMENTACIÓN DEL PROYECTO.*

UNIVERSIDAD DE PIURA OFICINA DE PERSONAL

Cabe añadir que todas las tareas que le fueron asignadas durante su permanencia las desarrolló con responsabilidad y eficiencia.

Se expide la presente certificación en la ciudad de Piura, con fecha 30 de Setiembre de 2014, para los fines que el (la) interesado (a) considere convenientes.

MGTR. MERCEDES FUJIHARA FUJIMAKI
GERENTE GDTH

UNIVERSIDAD DE PIURA

CERTIFICADO DE TRABAJO

Por el presente yo, Mgtr. Mercedes Fujihara Fujimaki con D.N.I. 02824195, en mi calidad de Gerente de Gestión y Desarrollo del Talento Humano de la Universidad de Piura con R.U.C. No. 20172627421, dejo constancia de lo siguiente:

El (la) Señor (ta) PINTADO VILLEGAS KAREN LIZBETH, identificado (a) con DNI No. 45406834, laboró en nuestra institución desde el 15 de Octubre de 2014 al 31 de Diciembre de 2014 en calidad de COMUNICADORA SOCIAL en PROYECTO CHALACO-BISKAIA y teniendo a su cargo las siguientes funciones:

- *EJECUTAR EL PLAN DE COMUNICACIONES DEL PROYECTO ASIGNADO.*
- *REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN PERSONALIZADA EN CAMPO: ENTREVISTAS CON BENEFICIARIOS, INSTITUCIONES LOCALES Y ORGANIZACIONES DE BASE.*
- *REDACCIÓN Y PREPARACIÓN DE MATERIAL DE DIFUSIÓN DEL PROYECTO ASIGNADO (BOLETINES, DIPTICO, SPOT RADIALES, ETC.)*
- *COORDINAR CON EL EQUIPO DE CAMPO Y LA DIRECCIÓN DEL PROYECTO PARA ELABORAR NOTAS DE PRENSA DE LAS ACTIVIDADES MAS RELEVANTES QUE SE ESTEN LLEVANDO A CABO.*
- *COORDINAR CON LAS AUTORIDADES, LA POBLACIÓN BENEFICIARIA Y EL EQUIPO TECNICO DEL PROYECTO LA EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN PROGRAMAS POR EL PROYECTO.*
- *PRESENTAR LOS INFORMES CORRESPONDIENTES.*
- *ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN MURALES IMPLEMENTADO EN LA ZONA DEL PROYECTO.*
- *ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS DE LA DOCUMENTACIÓN DEL PROYECTO.*

Cabe añadir que todas las tareas que le fueron asignadas durante su permanencia las desarrolló con responsabilidad y eficiencia.

Se expide la presente certificación en la ciudad de Piura, con fecha 31 de Diciembre de 2014, para los fines que el (la) interesado (a) considere convenientes.

MGTR. MERCEDES FUJIHARA FUJIMAKI
GERENTE GDTH

UPAO
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

EL DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO, ING. DANIEL R. ROJAS KEMPER, MBA. QUIEN SUSCRIBE;

CERTIFICA:

Que, doña **PINTADO VILLEGAS KAREN LIZBETH** identificada con D.N.I. N°45406834 ha prestado servicios en esta Institución Universitaria como **Personal Administrativo Contratado** en el puesto de **ASISTENTE DE MARKETING** en los periodos que a continuación se detallan:

Personal Administrativo Contratado 48hs del 06/09/2016 al 31/12/2016.
Personal Administrativo Contratado 48hs del 01/01/2017 al 30/06/2017.
Personal Administrativo Contratado 48hs del 01/07/2017 al 31/12/2017.
Personal Administrativo Contratado 48hs del 01/01/2018 al 31/03/2018.
Personal Administrativo Contratado 48hs del 01/04/2018 al 31/07/2018.
Personal Administrativo Contratado 48hs del 01/08/2018 al 31/12/2018.
Personal Administrativo Contratado 48hs del 01/01/2019 al 30/06/2019.
Personal Administrativo Contratado 48hs del 01/07/2019 al 31/12/2019.
Personal Administrativo Contratado 48hs del 01/01/2020 al 30/06/2020.

Se expide el presente documento a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

Trujillo, 02 de julio del 2020

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS
PERÚ

ING. DANIEL RICARDO ROJAS KEMPER, MBA.
Dirección de Recursos Humanos.

CC.
Archivo
DRRK/YMPS.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Anexos

Anexo 1 Resultados cuantitativos esperados al finalizar según el marco lógico del proyecto

RESULTADOS	ACTIVIDADES
R1. Se ha fomentado la participación femenina en actividades productivas y de seguridad alimentaria, de capacitación y asociamiento.	•30 huertos familiares y escolares son implementados y manejados por mujeres campesinas de Chalaco para asegurar la alimentación de sus familias. •50 mujeres son capacitadas en la conducción de huertos y plan básico de comercialización de verduras. •180 pequeños productores y productoras de Chalaco son capacitados en planificación, organización y asociatividad.
R2. Se ha diversificado la producción agrícola de los pequeños productores y productoras de Chalaco, con participación activa de la mujer.	•1 nueva cadena de valor socioproductiva de arveja es implementada y consolidada en las zonas pobres del distrito de Chalaco.
R3. Potenciación y revaloración del rol de la mujer en el cuidado de la salud familiar y en el desarrollo de su comunidad, reforzando nuevas capacidades y conocimientos.	•50 mujeres adultas integrantes de organizaciones de base del distrito son alfabetizadas. •50 mujeres son capacitadas en equidad de género y prevención de violencia familiar contra las mujeres. •180 familias productoras de Chalaco y autoridades locales y regionales conocen el "Proyecto Chalaco", con participación de las mujeres de la zona.

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Anexo 2 Asociaciones de mujeres y socioproductivas de Chalaco.

Junta directiva de la Asociación María Elena Moyano

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

APPAGROP Virgen de la Asunción del caserío José Olaya

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Anexo 3 Actividad 1: Material de Visibilidad

Logo del proyecto Chalaco

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Roll Screen y Chaleco de identificación

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Banner de evento cultural

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Mural informativo del proyecto Chalaco

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Mural Informativo y mujeres beneficiarias con la implementación de sus propios huertos

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Anexo 4 Actividad 2: Difusión en medios regionales y nacionales

Nota de Prensa en Semanario del diario El Tiempo

Nota. Diario El Tiempo.

Nota de Prensa en diario El Comercio

Nota. Diario El Comercio.

Anexo 5 Actividad 3: Difusión en medios locales y alternativos
Spots Radiales: Madre beneficiaria con el proyecto participando en spot radial

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

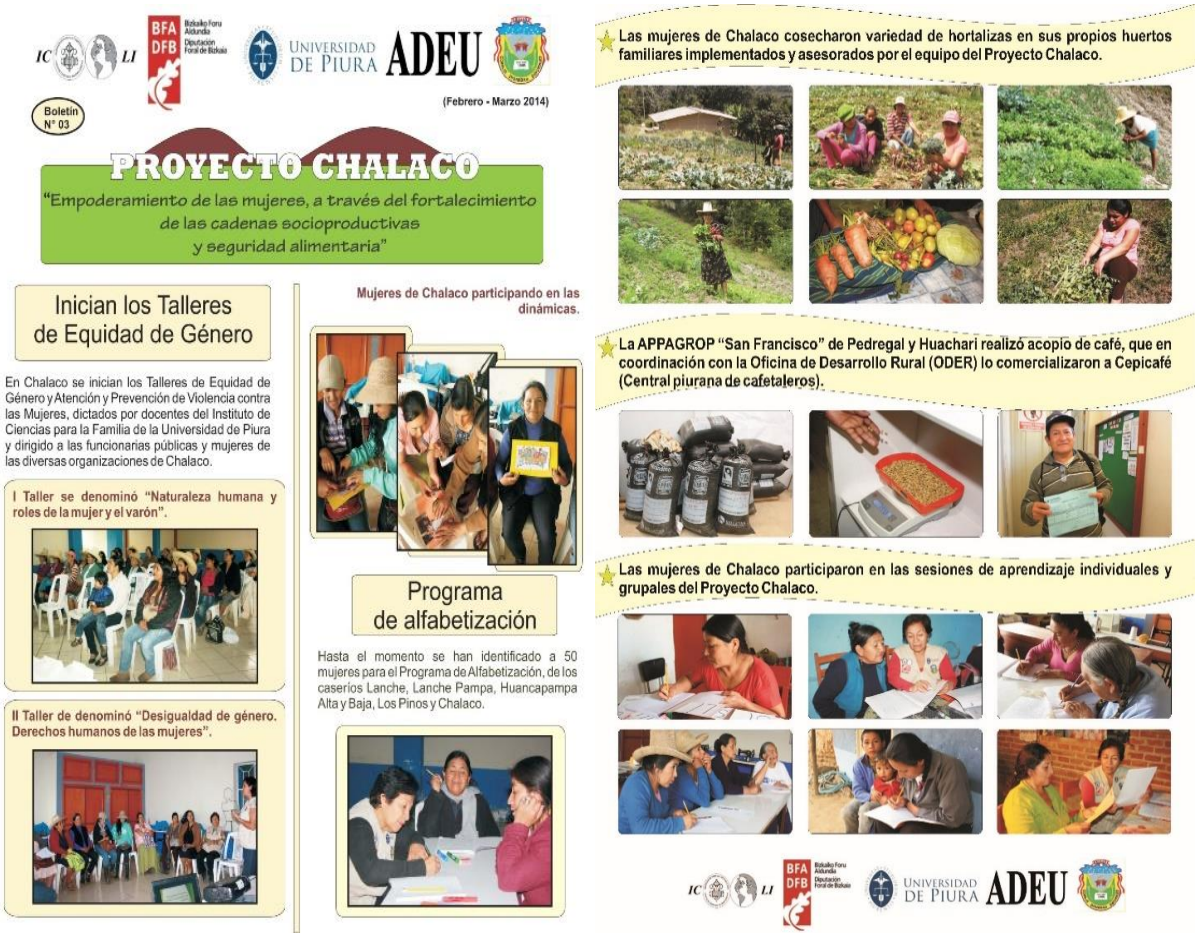
Comunicados radiales: Docente del Proyecto Chalaco participando en los anuncios por la radio La Rondera

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Spot Radiales: Mujeres beneficiarias del proyecto participando en spot radial

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Anexo 6 Boletín informativo



Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Anexo 7 Material didáctico

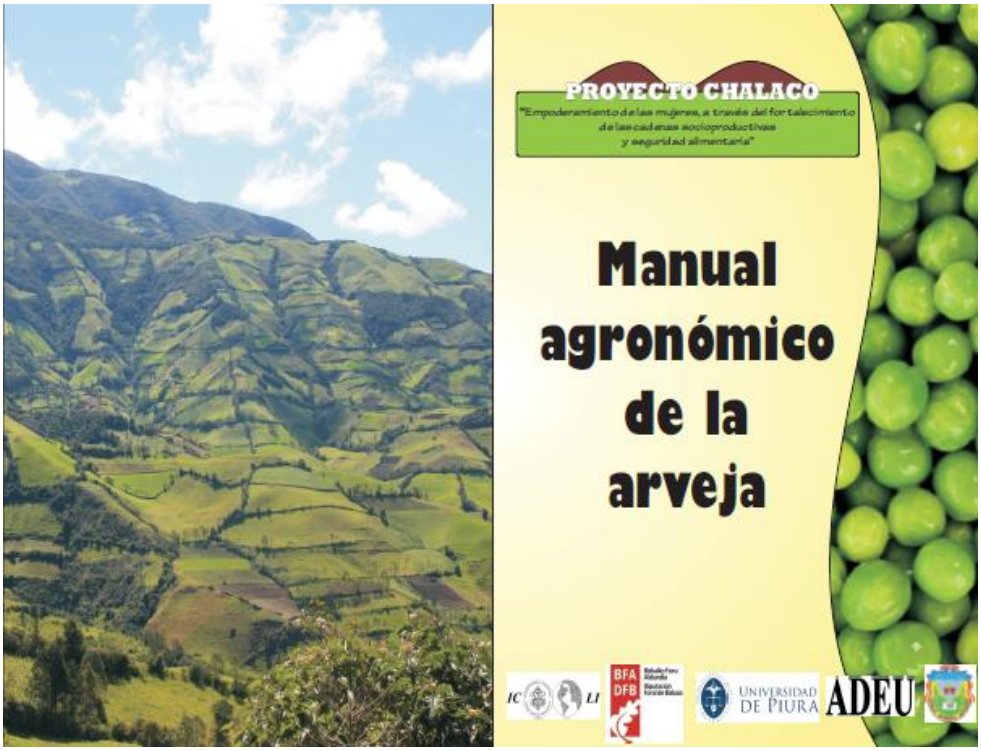
Afiche mensual del Proyecto Chalaco

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Díptico institucional del Proyecto Chalaco

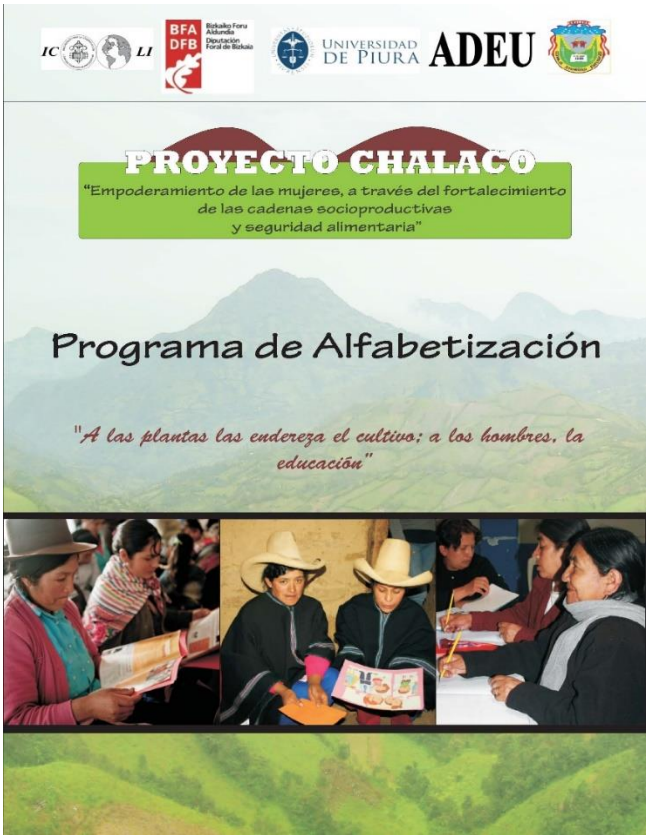
Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Manual de cultivo de arveja



Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Material para los talleres de alfabetización del Proyecto Chalaco



Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Anexo 8 Actividades culturales realizadas en el Proyecto Chalaco

Mujeres beneficiarias del proyecto participando en el Festival Cultural: El cantar de mi pueblo

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Mujeres beneficiarias del proyecto en el Festival Cultural: De tu huerto a tu cocina

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Anexo 9. Talleres para las mujeres beneficiarias

Talleres de alfabetización y aprendizaje a mujeres de la Asociación María Elena Moyano

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Talleres de equidad de género a mujeres de asociaciones, funcionarias de la municipalidad y docentes del colegio San Fernando en Chalaco

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.

Talleres de implementación de huertos familiares

Nota. Proyecto Chalaco 2013 - 2014.