



comunicare
Asociación de comunicadores sociales

La comunicación para el desarrollo

*Una experiencia comunicativa desde
el enfoque edu-entretenimiento*

Lic. César Cruz Yaranga





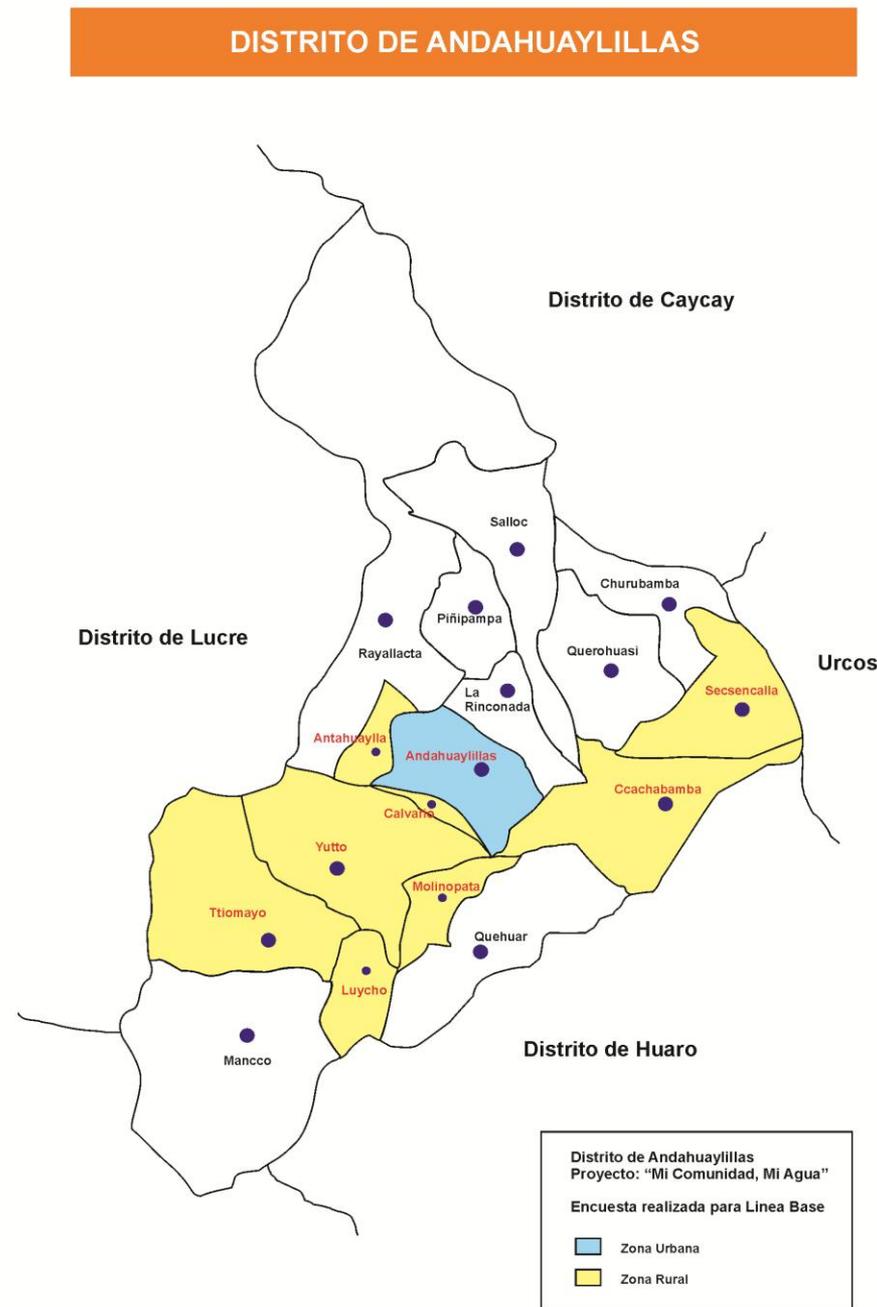
Proyecto Mi Comunidad, Mi Agua

...que busca generar conciencia y motivar el cambio social desde la comunicación en torno al agua y saneamiento.



zona de intervención

El Distrito de Andahuaylillas está ubicado en la margen izquierda de la Cuenca media alta del Vilcanota. Dista 36 Km. de la ciudad del Cusco. Altitud: 3122 m.s.n.m.



Objetivos:

- ④ **Desarrollar capacidades de la coalición comunitaria para hacer una comunicación eficaz**
- ④ **Promover comunidades informadas que apoyen las iniciativas de gestión del agua, saneamiento e higiene**
- ④ **Promover el cambio positivo de conocimientos, actitudes y practicas cotidianas relacionadas con la gestión del agua, saneamiento e higiene**

Plan de Intervención Comunicativa

- ② **Conformación y fortalecimiento de una coalición comunitaria**
- ② **Mapeo comunicativo**
- ② **Producción de la radio novela “Sed de ti” y “Munay Unu”**
- ② **Producción de una radio revista**
- ② **Campañas de movilización ciudadana**

Mapeo comunicativo

Festividades o eventos tradicionales	
Fiesta Patronal de San Sebastián y fiesta comunal en Qehuar	20 enero
Los carnavales	Febrero
Festival del Timpuq	Febrero
Semana Santa	Marzo - abril
Fiesta Religiosa Cruz Velacuy	02 de mayo
Fiesta Patronal de San Isidro	15 de mayo
Feria Comunal en Churubamba y Mancco Mayo	Junio (1ra semana)
Expo Feria Provincial	15 de junio
Fiesta Patronal de San Pedro y San Pablo	29 de junio
Festival del Chiri Uchu	29 de junio
Fiesta Patronal de Corpus Cristi	29 de junio
Feria Distrital Agropecuaria y Artesanal en Secsencalla	27 de julio
Fiesta Patronal de San Cristóbal en Secsencalla	27 de julio
Fiesta Patronal de Virgen Rosario	7 y 8 de octubre
Festival del Lechón por todo los santos	2 de noviembre
Aniversario del Distrito de Andahuaylillas	19 de diciembre

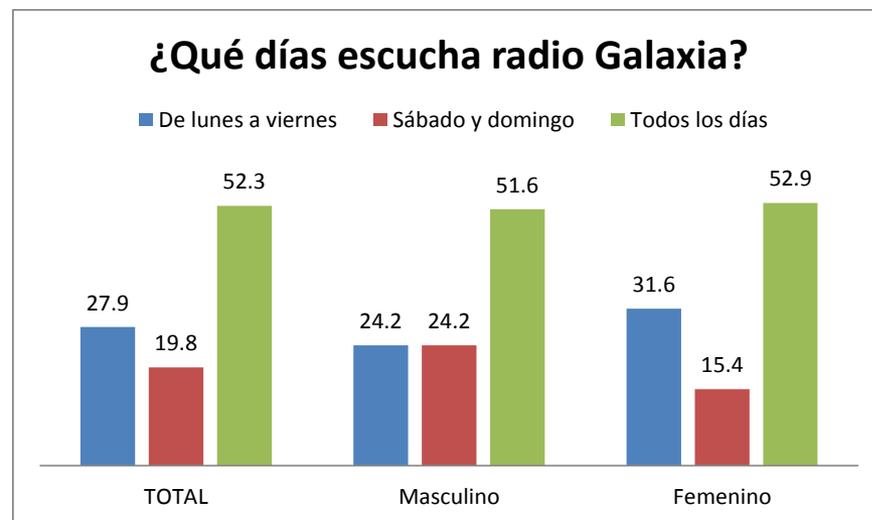
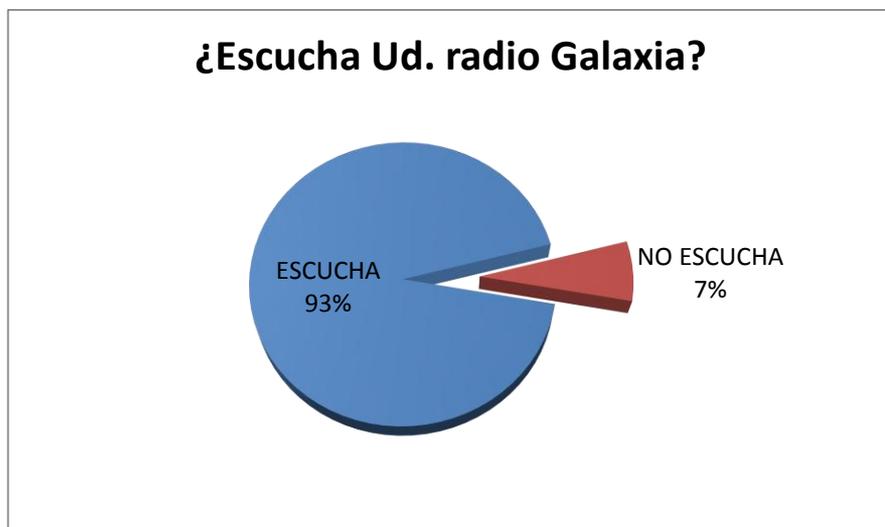
Espacios públicos de encuentro en el distrito

- Auditorio de la Municipalidad
- Locales comunales (en las comunidades)
- Plaza de Armas
- Mercado
- Paradero de buses
- Centro de salud
- Estadio deportivo
- Iglesia / Parroquia
- Teatrín

	RADIOEMISORA	FRECUENCIA	NIVEL DE SINTONÍA	COMENTARIO
Emisoras de Urcos - Quispicanchi				
1	Radio Galaxia	FM	+	Emisora privada
2	Radio Éxito	FM	+-	Emisora privada
3	Radio La Voz	AM	-	Pertenece a la Iglesia Adventista
4	Radio solar		-	Emisora privada
5	Radio Quispicanchi		-	Emisora privada
Emisoras de Cusco				
1	Radio Intiraymi	AM	+	Emisora privada
2	Radio Santa Mónica	AM	+-	Emisora privada

Mapeo comunicativo

Consumo de medios



El trabajo de campo arrojó que el 93.2% del total de personas contactadas escuchan Radio Galaxia, los cuales formaron parte del universo y sobre quienes se aplicó la encuesta. Esto implica que usar la mencionada emisora permite llegar potencialmente a este porcentaje de la población del distrito.

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría escucha esta radio todo los días (un 52.3% del total de la muestra, 12% del total de la población), días en que la audiencia más en mujeres.

Mapeo comunicativo

Aliados estratégicos

- ② Dirección Regional de Vivienda y Saneamiento Cusco
- ② Municipalidad Distrital de Andahuaylillas
- ② Municipalidad Provincial de Quispicanchi
- ② Puesto de Salud de Andahuaylillas
- ② Instituciones Educativas (Fe y Alegría y Cesar Vallejo Santoni)
- ② Gobernación Distrital de Andahuaylillas
- ② Parroquia de Andahuaylillas
- ② Mesa Técnica Provincial de Saneamiento Básico de Quispicanchi
- ② Presidentes comunales del distrito de Andahuaylillas



Conformación y fortalecimiento de una coalición comunitaria

- JASS de las comunidades de Seccsencalla, Qquerohuasi, Ccachabamba, Rayallacta, Yutto, Piñipampa, Ttiomayo, Mancco
- Gobernador Distrital
- Asociación Grupo Agricultura de Rayallacta
- Comisión de Regantes Mancco Mayo
- Comité Básico de Saneamiento de Piñipampa
- Vaso de Leche Piñipampa
- Red de Promotores Ambientales
- Organización juvenil "Nueva Generación de Jóvenes"
- Asociación Pro Vivienda Piñipampa
- Mercado "Virgen Dolorosa"
- Mercado "Las Palmeritas"
- Municipalidad Distrital – Sub Gerencia de Gestión Ambiental
- Agencia Agraria Quispicanchi

Producción de la radionovela “Sed de ti”

- ② Investigación formativa
- ② Pesca de historias relacionadas a agua y saneamiento
- ② Crear argumentos, escenarios y personajes
- ② Identificación de actores para la producción
- ② Grabación de los primeros capítulos de la radionovela
- ② Validación de los capítulos pilotos de la radionovela





Producción de la
RADIONOVELA
“Sed de ti”



Producción de la
RADIONOVELA
“Munay Unu”





*...que trata del
amor de Amanda y
Wilkins*

- ④ **Valoración y consumo responsable del agua (agua como recurso y como servicio)**
- ④ **Protección de fuentes de agua (Cuidado de fuentes de agua y medio ambiente)**
- ④ **Salud y acceso a agua y saneamiento de calidad (Prácticas saludables)**

Elementos de identidad de la radio revista



Nombre:

Ununchikta waqaychasun (cuidemos nuestra agua)

Horario: De 6:30 a 7:30 p.m.

Duración: 1hora

Frecuencia: De lunes a viernes (5 días a la semana)

Emisora: Radio Galaxia 98.1 FM – Urcos, Quispicanchi

Producción de la RADIO REVISTA

N°		Bloques
1	Conducción animada	Careta de entrada del programa (cuña)
2		Saludos de los conductores y presentación del tema
3		Saludos y música
4		Radionovela
5		Comentarios
6		Saludos y música
7		Participación del público (llamadas, testimonios, etc.)
8		Saludos y música
9		Entrevistas
10		Saludos y música
11		Despedida del programa
12		Careta de salida del programa (cuña)



Entrevistas a actores locales

Reuniones con grupos de audiencia



Campañas de movilización ciudadana



Resultados

Coalición local capacitada para hacer comunicación eficaz, promoviendo iniciativas de gestión del agua, saneamiento e higiene, y motivando el cambio social.

- ☉ 18 hombres y mujeres de la coalición capacitadas en eduentretenimiento y campañas de movilización comunitaria sobre agua y saneamiento
- ☉ 90% de los miembros de la coalición implementan las actividades del plan de comunicación en Andahuaylillas

Comunidad informada de Andahuaylillas comprende y apoya las iniciativas de gestión del agua, saneamiento e higiene

- ☉ 90% de la coalición participa en la ejecución del plan de comunicación.
- ☉ 90% de la coalición conoce más sobre comunicación en agua, saneamiento e higiene.
- ☉ 25 instituciones participan en ejecución de actividades de movilización comunitaria.
- ☉ 20% incremento de conversación sobre el tema de agua y saneamiento

Cambio positivo de conocimientos, actitudes y prácticas cotidianas de la comunidad relacionados con la gestión del agua, saneamiento e higiene.

- ☉ Incremento de 50% en conocimientos sobre valor del agua, cuidado de fuentes y salud e higiene.
- ☉ Incremento de 20% en actitudes favorables a valorar agua, cuidar fuentes y mejorar higiene y salud.
- ☉ Incremento de 10% en prácticas de valoración del agua, cuidado de fuentes de agua y salud e higiene.



Experiencias: Lima, Piura, Iquitos y Cusco



...la comunicación fomenta el dialogo y facilita las relaciones entre las personas para conocerse, comprenderse y aprender desde sus diferencias, porque la materia prima con la que trabajamos los comunicadores y comunicadoras no es la información y los medios, sino los relatos y las relaciones humanas.

Javier Ampuero – PCI Media Impact



Sin Comunicación No Hay Desarrollo

*Aporte de la **prensa**
en el **desarrollo humano y social***

La mirada de la violencia contra la mujer
desde los medios



Monitoreo de medios de comunicación
de cobertura nacional, realizado de
setiembre a octubre 2012

Medios de comunicación	N°	Tipo de medio	Periodo	Horas/ediciones
TELEVISIÓN Lima	3	NOTICIEROS: América TV, ATV, Frecuencia Latina	SEPTIEMBRE-OCTUBRE: 24 al 28 de Septiembre y 1ro de Octubre del 2012	18 horas de programas informativos en septiembre- octubre.
PRENSA ESCRITA Lima	4	Diarios Locales: Trome, Comercio, Ojo, Perú 21	OCTUBRE: 13 al 21 de Octubre del 2012	9 ediciones de prensa en octubre X 4 = 36 ediciones.
PRENSA ESCRITA Piura	3	Diarios Locales: La Hora, Correo y El Tiempo.	OCTUBRE: 13 al 21 de Octubre del 2012	9 ediciones de prensa en octubre X 3= 27 ediciones.

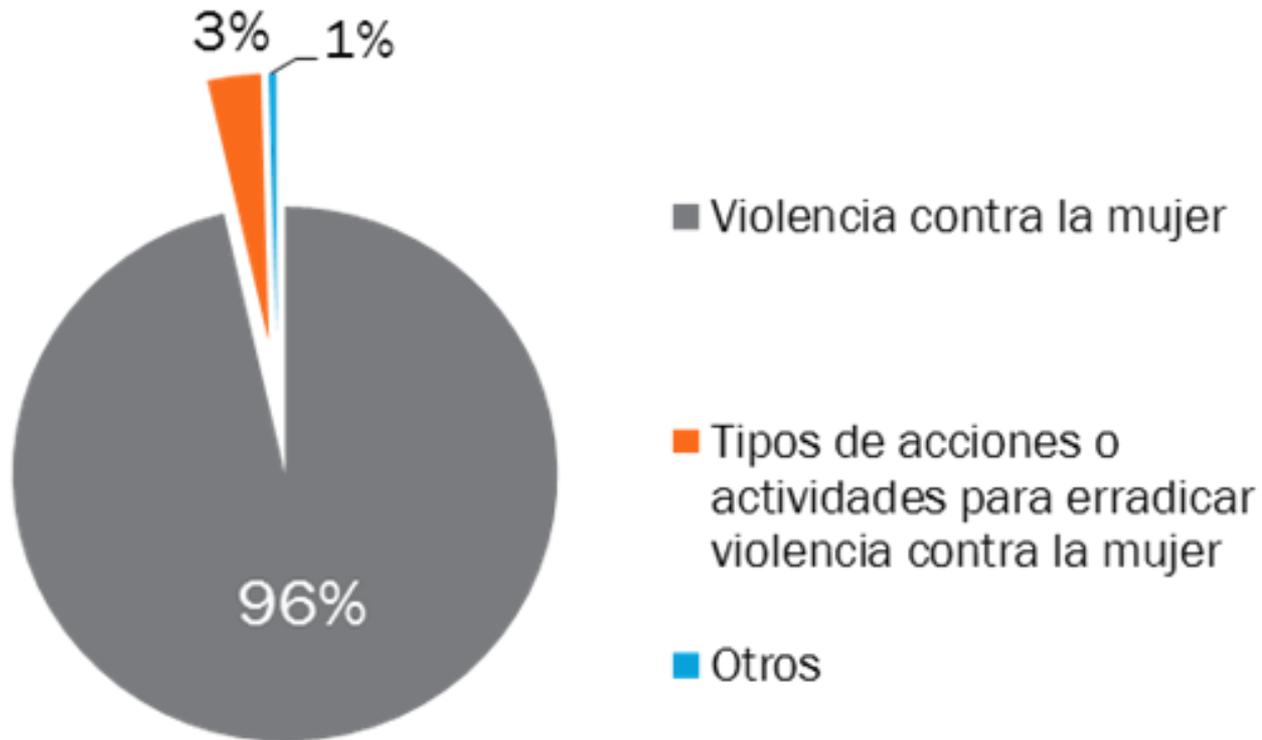
FICHA TÉCNICA

LA VIOLENCIA SE INSTALA EN LA TELEVISION

Nombre del Medio	Total de noticias		Noticias de violencia en general		Noticias violencia contra la mujer	
	N	%	N	%	N	%
Televisión	1196	100	434	36.3	221	18.5
Prensa en Lima	3346	100	286	8.5	89	2.7
Prensa en Piura	1649	100	163	9.9	39	2.4
Total	6191	100	883	14.3	349	5.6

Pese a que el volumen de noticias en general en la prensa es mayor que en la televisión, son los programas informativos de televisión los que tienen un mayor porcentaje de noticias relacionadas con la violencia en general y con la violencia contra la mujer en particular.

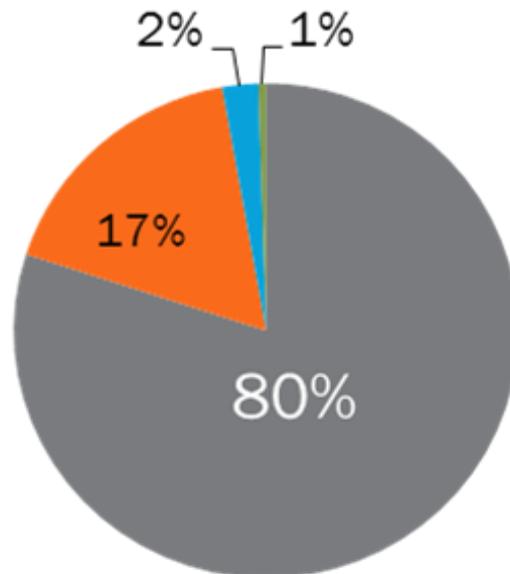
Televisión



Los medios televisivos presentan contenidos de violencia hacia la mujer en su mayoría, pero un contenido mínimo con posibles soluciones a la problemática.

Posición del medio respecto a la información (Televisión)

- Expone o informa de hechos
- Promueve el debate público
- Fiscaliza e interpela en la gestión pública
- Otros



Los medios priorizan la exposición e información de hechos antes que la promoción del debate público y la interpelación pública.

POCA INNOVACIÓN EN FORMATOS INFORMATIVOS

	Televisión	Prensa Lima	Prensa Piura	Total
Nota informativa	68.8	82.0	84.6	73.9
Entrevista individual, colectiva	12.2	4.5	10.3	10.0
Reportaje	10.9	2.2	2.6	7.7
Otros	7.7	3.4		5.7
Columna		3.4	2.6	1.1
Comentario	0.5	1.1		0.6
Artículo		2.2		0.6
Editorial		1.1		0.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

No se identifica el uso de otros formatos informativos que sean significativos en el marco de este monitoreo. Esto es importante señalar ya que hace que la información sobre estos temas sea más descriptiva que analítica, de opinión o interpretativa

FRENTE A ESTA SITUACIÓN LOS MEDIOS PUEDEN...

- ② Crear un clima de opinión favorable a una nueva política pública orientada a la igualdad de género o los derechos específicos de las mujeres.
- ② Informar y orientar a la ciudadanía sobre la problemática de la violencia contra las mujeres para prevenirla y para atenderla de manera oportuna
- ② Contribuir a construir una agenda pública inclusiva con participación de las mujeres y sectores + vulnerables e invisibilizadas (niñas, adolescentes, ancianas).
- ② Legitimar el feminicidio como un problema social – no como un delito delincencial (una muerte más) -sino como una muerte por ser mujer y estar sumergida en relaciones de subordinación y dependencia que la sociedad reproduce y permite.