

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**



**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS POR EL
PROGRAMA NACIONAL DE JUSTICIA EN TU
COMUNIDAD EN EL DISTRITO DE ACORA - PUNO 2017**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. ANA LUCERO HANCO PINTO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

PUNO – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS POR EL PROGRAMA
NACIONAL DE JUSTICIA EN TU COMUNIDAD EN EL DISTRITO DE
ACORA - PUNO 2017

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ANA LUCERO HANCO PINTO

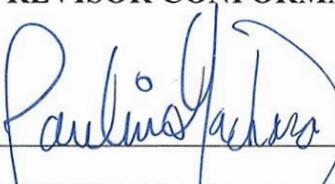
PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:



PRESIDENTE:



Dr. PAULINO MACHACA ARI

PRIMER MIEMBRO:



Lic. FERMÍN EDGAR GÓMEZ PINEDA

SEGUNDO MIEMBRO:



Dr. FLAVIO D. ABARCA MACEDO

DIRECTOR / ASESOR:



Dr. ELAND DICK VERA VERA

ÁREA: Comunicación para el Desarrollo

TEMA: Estrategias de Comunicación

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 28 DE OCTUBRE DEL 2019

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a mi madre, Juana Pinto, por su confianza y apoyo incondicional durante mi formación profesional. A mi tío, Jesús Pinto, por ser mi guía y haber forjado en mi un carácter de lucha. A mi hermana Fiorela Hanco, por brindarme su apoyo incondicional y alentarme a seguir en la realización de mi investigación. También quiero dedicar este trabajo a mis apreciados amigos y amigas con quienes compartí mi vida académica, quienes confían en mi capacidad de asumir nuevos retos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social por darme la oportunidad de formarme académicamente.

Con todo mi aprecio a todos los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, por brindarme conocimientos, compartir sus experiencias y por brindarme la posibilidad de hacer cosas maravillosas a favor de las comunidades más vulnerables.

A los docentes miembros del jurado: Dr. Javier Arturo Apaza Quispe, Dr. Paulino Machaca Ari, Dr. Flavio Demetrio Abarca Macedo y al Lic. Fermín Edgar Gómez Pineda. Agradecerles por su paciencia y sugerencias en el desarrollo de mi tesis.

Expreso mi más profundo y eterno agradecimiento a mi Director de tesis Dr. Eland Vera Vera, quien con su paciencia y experiencia me llevó a concretar esta investigación.

También agradezco a La Corte Superior de Justicia de Puno, Programa Nacional de Acceso a la Justicia de Personas en Condición de Vulnerabilidad y Justicia en tu Comunidad, por haberme brindado la información necesaria para la ejecución de mi investigación.

ÍNDICE GENERAL**DEDICATORIA****AGRADECIMIENTO****ÍNDICE DE FIGURAS****ÍNDICE DE TABLAS****ÍNDICE DE ACRÓNIMOS****RESUMEN 11****ABSTRACT..... 12****CAPÍTULO I****INTRODUCCIÓN**

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 14

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 16

1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 17

1.3.1 Hipótesis general 17

1.3.2 Hipótesis específicas..... 17

1.4 JUSTIFICACIÓN 18

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 19

1.5.1 Objetivo general..... 19

1.5.2 Objetivos específicos 19

CAPÍTULO II**REVISIÓN DE LITERATURA**

2.1 ANTECEDENTES	20
2.2 MARCO TEÓRICO	25
2.2.1 La comunicación.....	25
2.2.2 Comunicación para el desarrollo	26
2.2.3 Enfoque de desarrollo basado en los derechos humanos.....	28
2.2.4 Contenido básico de la estrategia de comunicación	29
2.2.5 Estrategias de comunicación.....	29
2.2.6 Estrategias de información y sensibilización.....	30
2.2.7 Campaña de bien público.....	33
2.2.8 Estrategia de desarrollo de capacidades	43
2.2.9 Descripción del programa.....	50
2.3 MARCO CONCEPTUAL	52

CAPÍTULO III**MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO.....	57
3.2 UBICACIÓN	57
3.3 METODOLOGÍA	57
3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN	58

3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	58
3.6 DIMENSIONES	58
3.7 NIVEL DE ANÁLISIS	59
3.8 UNIDAD DE ANÁLISIS	59
3.9 POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO	59
3.10 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	61

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

RESULTADOS	62
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	102
ANEXOS.....	107
ANEXO 1: ENTREVISTA.....	108
ANEXO 2: CUESTIONARIO	114
ANEXO 3: FICHA DE OBSERVACIÓN.....	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Grado de instrucción.....	66
Gráfico 2. Asistencia de la población para las capacitaciones.....	67
Gráfico 3. Información recibida en lengua materna.	68
Gráfico 4. Fuentes de información preferidas por la población.....	70
Gráfico 5. Materiales impresos que entregó el programa	71
Gráfico 6: Que recuerda la población de los materiales impresos.....	72
Gráfico 7: Opinión de los comuneros sobre los materiales	74
Gráfico 8: Satisfacción de la información que recibió la población.....	75
Gráfico 9: Producción radiofónica para el acceso a la justicia.	76
Gráfico 10: Elementos de la producción radiofónica que llama la atención	78
Gráfico 11: El programa utilizó medios audiovisuales.....	79
Gráfico 12: Los comuneros entienden los temas que les brindó el programa.	80
Gráfico 13: Los comuneros requieren de una ampliación de los temas.	81
Gráfico 14: Los temas generan interés.	83
Gráfico 15: Estrategias de desarrollo de capacidades aplicados por el PNJC.	84
Gráfico 16: Dinámicas en las capacitaciones.	86
Gráfico 17: Los comuneros se sienten capacitados	87
Gráfico 18: Los comuneros se sienten capaces de ayudar a otras personas.	88
Gráfico 19: Los comuneros opinan durante las capacitaciones.....	90
Gráfico 20: Formar un grupo orientador.	91
Gráfico 21: Calificación del programa nacional justicia en tu comunidad.	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Grado de instrucción.....	66
Tabla 2. Asistencia de la población para las capacitaciones.....	67
Tabla 3. Información recibida en lengua materna.	68
Tabla 4. Fuentes de información preferidas por la población.....	69
Tabla 5. Materiales impresos que entregó el programa.	71
Tabla 6. Que recuerda la población de los materiales impresos.	72
Tabla 7: Opinión de los comuneros sobre los materiales	73
Tabla 8: Satisfacción de la información que recibió la población.....	75
Tabla 9: Producción radiofónica para el acceso a la justicia.	76
Tabla 10: Elementos de la producción radiofónica que llama la atención	77
Tabla 11: El programa utilizó medios audiovisuales.....	79
Tabla 12: Los comuneros entienden los temas que les brindó el programa.	80
Tabla 13: Los comuneros requieren de una ampliación de los temas.	81
Tabla 14: Los temas generan interés.	82
Tabla 15: Estrategias de desarrollo de capacidades aplicados por el programa	84
Tabla 16: Dinámicas en las capacitaciones.	85
Tabla 17: Los comuneros se sientes capacitados	87
Tabla 18: Los comuneros se sienten capaces de ayudar a otras personas.	88
Tabla 19: Los comuneros opinan durante las capacitaciones.....	89
Tabla 20: Formar un grupo orientador.....	91
Tabla 21: Calificación del Programa Nacional Justicia en tu Comunidad.	92

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

CPD	: Comunicación para el Desarrollo
DPCR	: Diagnóstico participativo de comunicación rural
FAO	: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
IEC	: Información, Educación y Comunicación
OCDE	: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OIT	: La Organización Internacional del Trabajo
SERVINDI	: Servicios en Comunicación Intercultural
UNICEF	: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue determinar las estrategias de comunicación utilizadas por el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el Distrito de Acora – Puno 2017. La investigación es de metodología mixta (Cuantitativo - Cualitativo), de diseño no experimental, de alcance descriptivo, de corte transversal y de nivel micro; dado su carácter de investigación se configura como el método adecuado para conocer las estrategias de comunicación que se utilizaron para el empoderamiento de la población con relación al acceso a la justicia. El tipo de muestra que se empleó es probabilístico, de muestra aleatoria simple. En este estudio se tiene a un universo conformado de 200 personas que fueron capacitadas en el segundo semestre del año 2017 obteniendo como muestra a 99 personas de 25 a 65 años a quienes se les aplicó las encuestas, a su vez se realizó la entrevista al coordinador del Programa Nacional Justicia en tu Comunidad Lic. Nemio Jilari Mamani y se ejecutó la observación. Finalizada la investigación se arribó al siguiente resultado: Las estrategias de comunicación más utilizadas por el programa son las estrategias de información y sensibilización, en donde les brindaron información sobre violencia familiar, trata de personas y derechos, estos temas lograron captar el interés de la población. La información que brindó el programa se dio en aymara y castellano facilitando la comprensión de la información impartida.

Palabras Clave: Estrategias de comunicación, información, sensibilización y desarrollo de capacidades.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the communication strategies used by the National Justice Program in your Community in the District of Acora - Puno 2017. The research is of mixed methodology (Quantitative - Qualitative), of non-experimental design, of descriptive scope, cross section and micro level; Given its research character, it is configured as the appropriate method to know the communication strategies that were used for the empowerment of the population in relation to access to justice. The type of sample used is probabilistic, from a simple random sample. In this study we have a universe of 200 people who were trained in the second half of 2017, obtaining as a sample 99 people from 25 to 65 years to whom the surveys were applied, in turn the interview was conducted to the coordinator of the National Justice Program in your Community Lic. Nemio Jilari Mamani and the observation was executed. After the investigation, the following result was reached: The communication strategies most used by the program are information and awareness strategies, where they were given information on family violence, trafficking in persons and rights, these issues managed to capture the interest of the population . The information provided by the program was given in Aymara and Spanish, facilitating the understanding of the information provided.

Keywords: Communication, information, awareness and capacity development strategies.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La Comunicación para el desarrollo permite el diálogo, la participación y el intercambio de conocimientos e información entre personas e instituciones, teniendo en cuenta las necesidades y capacidades de todos los actores involucrados en el proceso de desarrollo. La investigación sirve para definir la importancia de las estrategias de comunicación para mejorar el acceso a la justicia dentro de las comunidades campesinas.

Una estrategia de comunicación para el desarrollo que aplica enfoques de derecho puede ayudar a la gente a adaptar sus perspectivas, así como a adquirir nuevos conocimientos, habilidades y propagar mensajes con un nuevo contenido social. La planificación de las estrategias de comunicación ofrece a la gente poderosas herramientas tanto para experimentar como para guiar el cambio.

Esta investigación está estructurada en cuatro partes. En el primer capítulo “INTRODUCCIÓN”, se expone el planteamiento del problema, formulación del problema, hipótesis, justificación y objetivos de la investigación.

En el segundo capítulo “REVISIÓN LITERARIA” se da a conocer los antecedentes, marco teórico y marco conceptual. Mostrando información teórica recurriendo a diversas fuentes para poder sustentar la investigación.

En el tercer capítulo “MATERIALES Y MÉTODOS”, se describe la metodología que orientó la dirección de la investigación, siendo clave las técnicas e instrumentos.

En el cuarto capítulo “RESULTADOS Y DISCUSIÓN”, se muestra los gráficos y su debida interpretación, finalmente se hacen las respectivas conclusiones y recomendaciones mostrando el resultado final de la investigación.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La noción de justicia es una de las más universales y está incluida en todos los marcos normativos conocidos, pero una gran cantidad de personas no acceden a la justicia debido a la pobreza que enfrentan sus pueblos y por los costos que le representa movilizarse de un lugar a otro. Debido a ello, las personas en condición de vulnerabilidad no pueden gozar de sus derechos fundamentales, puesto que los desconocen y no hay muchas instituciones que los puedan orientar; generada por la nula o poca atención por parte de los funcionarios y la falta de información sobre las mismas.

“Hoy algunos nacen siendo esclavos por herencia, una realidad impactante y dura, particularmente en África occidental y el sur de Asia”, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT). En este aspecto las estrategias de comunicación resultan muy importantes para impartir conocimiento, usando una variedad de medios disponibles para optimizar las decisiones que afectan directamente la vida de las personas.

En el Perú, Según el Instituto de Defensa Legal 54.8% de peruanos viven en zonas rurales, quienes en su gran mayoría no acceden a la justicia debido a que se enfrentan con diversas barreras; como es el factor lingüístico, económico, cultural y una ideología machista.

Acceder a la justicia implica la incorporación de estrategias de comunicación para el desarrollo que muchas veces no son evidenciadas debido a los pocos avances que tienen en el incremento de unidades jurisdiccionales que apoyen a los comuneros. Por ello, se ha formado la convicción de que el derecho al acceso a la justicia debería significar el reconocimiento de todas las formas o procedimientos que le permitan al poblador obtener información necesaria y valiosa sobre los derechos que poseen y puedan ejercerlo.

Si bien las instituciones fiscales, judiciales y de defensoría pública se sitúan en los distintos distritos de la región Puno, el número de oficinas todavía es insuficiente, puesto que las personas que residen en zonas rurales tienen que recorrer grandes distancias para acudir a estas, ello se agrava con las escasas vías de comunicación.

En las comunidades campesinas de la región de Puno, se percibe una alta vulneración a los derechos fundamentales de las personas, estas solo cuentan con un Juez de Paz no letrado, que no ejecuta adecuadamente las estrategias de comunicación para dar a entender sus derechos a los comuneros, es por ello que salen de sus lugares de origen en busca de justicia, pero se encuentran con una dura realidad, enfrentándose a una sociedad que los margina por su forma de hablar y vestir. Esto afecta más a las mujeres, ellas temen expresarse por el qué dirán, guardando para sí mismas los problemas de violencia familiar, trata de personas y de violencia sexual; hasta el día de hoy la gran mayoría de ellas sufren una alta transgresión a sus derechos y no acceden a la justicia.

A pesar de los esfuerzos de las instituciones públicas para informar y sensibilizar a las personas de zonas rurales en temas de acceso a la justicia, aún no se perciben buenos resultados debido a que los materiales que difunden están descontextualizados y los facilitadores no brindan información en su lengua natal. Estos factores, conducen a que

los actores sociales no adquieran el conocimiento adecuado porque las entidades encargadas de administrar justicia no utilizan estrategias comunicacionales adecuadas para el desarrollo de capacidades. Como consecuencia de este problema se observa que muchas personas en condición de vulnerabilidad siguen siendo marginadas.

En los últimos años el Poder Judicial ha difundido el Programa Nacional de Acceso a la Justicia de Personas en Condición de Vulnerabilidad y Justicia en tu Comunidad con la finalidad de tener un acercamiento con las comunidades campesinas y promover el efectivo acceso a la justicia. En este sentido, esta investigación determina las estrategias de comunicación que aplicó el programa y si verdaderamente tuvo resultados; puesto que en el ámbito local aún se desconoce la importancia de las estrategias de comunicación, para mejorar la calidad de vida de las comunidades por parte de las entidades del Estado que se encargan de administrar justicia.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Pregunta General

- ¿Cuáles son las estrategias de comunicación para el desarrollo que utiliza el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el Distrito de Acora?

1.2.2 Preguntas Específicas

- ¿Cuáles son los instrumentos de información y sensibilización que utiliza el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el Distrito de Acora?
- ¿Cuáles son las técnicas de desarrollo de capacidades que utiliza el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el Distrito de Acora?

1.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Hipótesis General

- Las estrategias de comunicación para el desarrollo que emplea el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en la Distrito de Acora, son de información, sensibilización y desarrollo de capacidades para el acceso a la justicia de personas en condición de vulnerabilidad, dichas estrategias no son implementadas adecuadamente en su gran mayoría, porque los trabajadores del programa no se dan el tiempo para ejecutarlas apropiadamente.

1.3.2 Hipótesis Específicas

- La estrategia de información y sensibilización que emplea el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el Distrito de Acora, se ejecutan por medio de materiales impresos y producción radiofónica, estos medios de comunicación se desarrollan adecuadamente puesto que logran generar interés dentro de la población.
- La estrategia de desarrollo de capacidades que utiliza el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el Distrito de Acora, se ejecutan por medio de técnicas grupales, estas no son desarrolladas adecuadamente puesto que los involucrados no se organizan entre ellos para demandar el cumplimiento de sus derechos.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La comunicación para el desarrollo es un motor fundamental para combatir la exclusión política y social de las personas en condiciones de vulnerabilidad y para garantizar la participación de estas.

Los usos de las estrategias de comunicación son importantes en estos tiempos de globalización. Las entidades públicas y privadas deben saber usarlas adecuadamente, puesto que trabajan con diversos grupos de personas, quienes se encuentran desamparados en cuanto al uso de sus derechos.

Muchos colectivos pobres no pueden acceder a la justicia debido a la poca información que tienen, de manera que las medidas que facilitan el acceso a la información son las estrategias comunicacionales, que por medio de ellas se empodera a estos grupos.

En esta perspectiva con la tesis se quiere determinar las estrategias de comunicación que utiliza el Programa Nacional de Justicia en tu Comunidad, en el Distrito de Acora, que buscó describir las estrategias de información, sensibilización y desarrollo de capacidades. A su vez saber si verdaderamente se está logrando que las comunidades campesinas se empoderen en cuanto a la exigencia de sus derechos fundamentales.

Se espera que esta investigación pueda ayudar a futuros proyectos relacionados al área comunicacional a su vez incrementar la teoría en el manejo de las estrategias de comunicación para el desarrollo y abrir nuevas fuentes de consulta. Asimismo, el trabajo servirá como sugerencia y fruto importante para la toma de decisiones en la aplicación de las estrategias.

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Objetivo General

- Determinar las estrategias de comunicación para el desarrollo que utiliza el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el Distrito de Acora.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Identificar los instrumentos de información y sensibilización que emplea el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el Distrito de Acora.
- Describir las técnicas de desarrollo de capacidades que usa el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el Distrito de Acora.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 Ámbito Internacional:

Rosal (2015), en su tesis de grado denominada “Campaña de comunicación social para prevenir la violencia intrafamiliar”, su principal objetivo fue desarrollar una propuesta de campaña de comunicación social, orientada a jóvenes mujeres de 20 a 30 años de edad para prevenir la violencia intrafamiliar. De esta manera se llegaron a las siguientes conclusiones: El diseño propuesto de una campaña de comunicación social, eleva la sensibilización pública del tema y promueve la tolerancia cero hacia este tipo de actos, tomando en cuenta que cerca del 90% de personas encuestadas creen que la denuncia es el mejor mecanismo al que puede optar la víctima. Sin embargo, aunque se cree que la denuncia es el proceder a seguir aún existe un bajo nivel de las mismas.

Se identificó la necesidad y realización de este tipo de campañas, el 99% de encuestados manifestó que es necesario la realización de este tipo de publicidad y difusión de mensajes relacionados con la prevención de violencia intrafamiliar.

Coy (2012), en su tesis de grado denominada “Evaluación de las estrategias de comunicación para la erradicación de la violencia y discriminación de género de la defensoría de la mujer indígena”, se planteó el siguiente objetivo: Evaluar las estrategias de comunicación que se utilizan para erradicar la violencia y la discriminación de género de la Defensoría de la Mujer Indígena. – DEMI.

La conclusión a la que se arribó en este trabajo de investigación es el siguiente:
La estrategia de elaboración de campañas de sensibilización ha funcionado, siempre y

cuando se acompañen de actividades alternas de formación a las usuarias, para que se empoderen de conocimientos y que sirvan de multiplicadoras de la información en sus comunidades.

Una de las estrategias de DEMI que ha funcionado es proveer de información a las usuarias en su propio idioma, sobre sus derechos humanos y específicos para ejercerlos, exigirlos y respetarlos. De esa manera se rompen los círculos de violencia dentro del seno familiar, en la sociedad y de parte del Estado.

2.1.2 Ámbito Nacional:

Espinosa (2003), en su estudio titulado “La comunicación en la promoción del desarrollo local: Estrategias de comunicación para promover el compromiso de la población del distrito de Máncora con su Plan Integral de Desarrollo” en la ciudad de Lima”, se planteó el siguiente objetivo: Realizar un diagnóstico socio comunicacional que permita delinear una estrategia de comunicación para promover el conocimiento y el compromiso de la población del distrito de Máncora con su Plan Integral de Desarrollo.

El principal aporte que se obtiene de dicha investigación es la siguiente: Los procesos de interacción de los habitantes se dan principalmente en relación a los actores y a los espacios en los cuales esta población organiza su vida cotidiana. Esto es la vida familiar, la vida amical, la vida del barrio y la vida laboral.

Si bien es cierto que constatamos con la existencia de algunas organizaciones sociales importantes, la dinámica de funcionamiento que establecen estas organizaciones es hacia adentro y tienen poca o escasa capacidad para generar redes sociales y promover niveles de comunicación y participación de la sociedad civil. Esto nos demuestra que, si

bien hay un esfuerzo organizativo a nivel de base, existe también una seria limitación para articular proyectos colectivos.

Tinoco (2014), en su tesis de grado denominada “Estrategia comunicacional de la campaña Prevención del Embarazo Adolescente”, se planteó el siguiente objetivo: Analizar la estrategia comunicacional de la campaña “Prevención del Embarazo Adolescente”, para descubrir la eficacia y limitaciones en el diseño e implementación de la campaña.

La conclusión a la que se arribó en esta investigación es la siguiente: Insuficiente disposición de recursos económicos, tiempo y personal profesional dedicado exclusivamente a atender el diseño de la estrategia. Pero como se ha visto, también se debe a la mediación de prejuicios y convencionalismos en el rol de emisor del MINSA, lo cual contrae las oportunidades comunicacionales que con creatividad se podrían plantear

Los profesionales de salud son quienes poseen conocimientos relevantes que las adolescentes deben asimilar, pretendiendo generar así el cambio de comportamiento deseado. El relacionamiento y vínculo que se genera entre estos dos grupos humanos es indiferente al reconocimiento mutuo, la empatía y la retroalimentación. Desde este modelo las adolescentes no tienen oportunidades de darse a conocer ni de visibilizarse como interlocutores válidos.

Tanto el diseño de la estrategia como la implementación carecen de una visión acorde a la heterogeneidad y contexto adolescente actual. En los talleres realizados para el levantamiento de información de campo con adolescentes se comprobó que, con solo

unas horas de atención, participación y relacionamiento horizontal, las adolescentes reaccionan favorablemente y muestran mejor receptividad, relacionándose abiertamente.

2.1.3 Ámbito Local:

Bustincio (2016), en su tesis de grado denominada “Influencia de las estrategias comunicacionales en la promoción de una maternidad saludable y segura en el centro de Salud Vallecito – Puno”, siendo la principal problemática: el incrementar del número de muertes maternas cada año por la frágil implementación de las diversas estrategias para disminuir las complicaciones en las mujeres durante el proceso de gestación. Teniendo como objetivo principal: Identificar la influencia de las estrategias comunicacionales, en la promoción de una maternidad saludable y segura en el Centro de Salud Vallecito de Puno.

De esta manera se plantearon la siguiente conclusión: Las estrategias de comunicación en salud influyen de manera adecuada en la promoción de una maternidad saludable y segura en el Centro de Salud Vallecito de Puno, porque estas estrategias brindan información necesaria y a la vez orientan a las madres gestantes en todo el proceso de la maternidad que involucra la planificación familiar, atención prenatal, atención del parto y atención de post parto.

Leon, (2017), en el estudio titulado “Estrategias comunicacionales del proyecto empoderamiento de la mujer en el movimiento Manuela Ramos de la región Puno del 2014”, tiene como objetivo general: Analizar las estrategias comunicacionales del proyecto “Empoderamiento de mujeres organizadas para la reducción de vulnerabilidades en la ruta de atención de la violencia familiar y sexual de la región Puno” del 2014.

Las conclusiones a la que se arribaron en esta investigación son las siguientes: Las estrategias comunicacionales utilizadas son eficaces; las estrategias de información y sensibilización fueron afiches, folletos que comprenden entre dípticos, trípticos. También se trabajó e informo en el proyecto mediante un programa radial. En cuanto a los medios audiovisuales los cortometrajes y videos son los que más efecto tuvieron.

Las estrategias de desarrollo de capacidades que utilizó el proyecto fueron técnicas grupales. Las capacitaciones fueron mediante charlas y talleres, estas estuvieron muy bien trabajadas, como resultado de ello algunas de las participantes trabajan en esos temas ayudando a instituciones.

Las estrategias de participación y movilización social, que empleó el proyecto fueron las marchas y reuniones en algunos casos debates con instituciones. Las marchas fueron empleadas en ocasiones o fechas que conmemoran a la mujer, no se conoce de un acto de seguimiento, a la actualidad muchas de ellas ya no participan en movimientos sociales, lo que indica que falta trabajar en la sensibilización para que ellas sin esperar una invitación acudan a estas marchas porque es un problema de una sociedad, no de una ciudad o de un barrio.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un factor determinante para la integración de las personas en la sociedad, es una manera de intercambiar y compartir ideas e implica un proceso de crear y estimular la comprensión teniendo como base el desarrollo de las personas, convirtiéndola en una necesidad de las sociedades, por primitivas que sean, con el objetivo de poder intercambiar información y relacionarse entre sí.

“La comunicación juega un papel primordial como transmisor de información y agente vinculante en la comunidad. En la medida en que la ciudadanía esté informada de cuáles son sus derechos, se sentirá más capaz de exigir que se respeten y se cumpla cabalmente su protección. De la misma manera que la información al respecto de las acciones que se implementan en su comunidad.” (Barreda, 2012)

El ser humano por su naturaleza no puede vivir aislado física, mental ni socialmente, necesita relacionarse con los demás, es por ello que la comunicación es considerada como el medio fundamental para la interacción social. Busca transmitir una variedad de mensajes, pensamiento y sentimientos.

Bajo esta premisa, Anderson (1953), define la comunicación como “Intercambio de información, ideas, conceptos y sentimientos, entre dos o más personas”, es decir, que todo hombre expresa y recibe una serie de información con la finalidad de comprender lo que el otro piensa generando un entendimiento mutuo.

Se entiende que la comunicación es, ante todo, un proceso de intercambio que se completa o perfecciona cuando se han superado todas las fases que intervienen en el mismo.

“La comunicación, es construir con el otro un entendimiento común sobre algo. Es el fenómeno perceptivo en el cual dos conciencias comparten. El entendimiento puede ser la conclusión de las conciencias que discrepan de los enunciados una de otra.” (Duran, 2003, p. 47)

Dewey (como se citó en Orgollo, 2007) piensa que la comunicación es compartir, poner algo en común, significando ello no la acción mecánica o externa de realizar una tarea conjuntamente con otros, sino el percibir el mismo grado de conmoción interna emocional que el otro (con-sentir). Esa situación es la única que explica cómo puede pasar un elemento cultural a otra persona y, en síntesis, cómo se puede educar.

Bajo esa perspectiva la comunicación logra que las personas tengan un fuerte sentido de apropiación para realmente aceptar e internalizar los cambios que mejoren su vida diaria; deben tomar actitudes aparentemente sencillas como optar por desinfectar el agua o vacunar a los niños, ello implica una toma de decisiones basada en los conocimientos y la disponibilidad de información. En este sentido, “el éxito o fracaso de muchas políticas de desarrollo depende no solamente de quien las implementa o de su forma de implementación, sino de las personas que, siendo capaces de influir en su propia vida, aprenden y tienen acceso a suficiente información para involucrarse y hacer suyas las acciones, interesándose por su éxito y permanencia.” (Barreda, 2012)

2.2.2 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

La comunicación para el desarrollo destaca la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus intereses y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo.

La comunicación para el desarrollo (CPD) es el proceso sistemático, planificado y basado en la evidencia para fomentar los cambios sociales y de comportamientos positivos, cuantificables y fundamentales para los programas de desarrollo, la incidencia política, la labor humanitaria y la creación de una cultura que respete los derechos humanos y contribuya a realizarlos. (UNICEF, 2011, p.40)

La CPD se basa en la premisa de que el desarrollo sostenible no puede alcanzarse sin la participación consciente y activa de los protagonistas en todas las etapas de desarrollo. A su vez combina una variedad de métodos participativos y medios de comunicación de la radio comunitaria al vídeo y las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) modernas para garantizar un acceso más equitativo a la información, al intercambio de conocimientos e incluso a la toma de decisiones. (FAO, 2016, p.14)

“El desarrollo es un enfoque basado en el uso sistemático de medios participativos para maximizar el impacto y la sostenibilidad social. Combina métodos de comunicación interpersonal con varias herramientas, medios comunitarios, audiovisuales, radio rural, tecnologías de información y comunicación (TIC) - para facilitar la participación activa e informada.” (Pafum, 2018)

La CPD permite el diálogo, la participación y el intercambio de conocimientos e información entre personas e instituciones; teniendo en cuenta las necesidades y capacidades de todos los actores involucrados en el proceso de desarrollo e implica el uso planificado de diferentes estrategias para ayudar a las personas a tomar el control de sus vidas, mejorar la eficacia de sus organizaciones; mediante el intercambio de mensajes que enriquezcan el conocimiento común, con el propósito de mejorar su calidad de vida.

Desde esta perspectiva, las personas somos consideradas como enlaces y conductos para la comunicación, y no únicamente como usuarios o receptores de la misma. La comunicación en las manos de las comunidades ayuda a tender puentes de entendimiento entre sujetos de derechos y las entidades responsables del cumplimiento y protección de los mismos. Haciendo a los primeros partícipes y demandantes a los segundos, proporcionando los medios y capacidades para llevar a cabo estas funciones. (Barrera, 2012)

2.2.3 ENFOQUE DE DESARROLLO BASADO EN LOS DERECHOS HUMANOS

El enfoque de desarrollo basado en los derechos humanos identifica los sujetos de derechos y los garantes, se centra en reforzar tanto la habilidad de los sujetos para lograr el acceso a sus derechos como la de los garantes en cumplir con sus obligaciones.

Este enfoque da prioridad a la necesidad y al interés de las personas pobres en recibir información, comunicación y utilizan una variedad de canales que permiten a las personas en desventaja entender y participar en un proceso que les permite desarrollar sus derechos. El empleo de todos los medios tradicionales y nuevos, así como los debates cara a cara, forman parte del enfoque de comunicación para el desarrollo basado en derechos. (PNUD, 2011, p. 9)

Desde la óptica de la comunicación para el desarrollo, los sujetos de derechos pueden verse como ciudadanos que reclaman al gobierno y otros organismos estatales información accesible y clara sobre asuntos que conforman sus vidas, así como oportunidades para expresar opiniones que sean escuchadas y tenidas en cuenta en la realización de políticas. (PNUD, 2011)

Los sujetos que administran justicia aparecen como actores estatales responsables de asegurar y propiciar un entorno legislativo y regulador para las comunidades, para proveer información diversa, actualizada y responder a la opinión pública.

2.2.4 CONTENIDO BÁSICO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (1999), el contenido de cualquier estrategia de comunicación tendrá una mayor oportunidad de éxito si la información es: accesible, precisa, verificable, completa, oportuna y pertinente.

Una vez que los objetivos se hayan formulado y el método de comunicación se haya seleccionado, el contenido central de la estrategia de CpD será más fácil de delimitar, teniendo en cuenta los resultados. Este proceso de identificación de contenidos debe hacerse de manera participativa, involucrando a las comunidades y a los técnicos locales. (Acunzo, Pafumi, & Stella, 2016, p.95)

2.2.5 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Todo proyecto de desarrollo, más aún los de corte comunicativo, deben estructurar una o varias estrategias combinables. Según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), las estrategias más usadas para los proyectos de empoderamiento a las poblaciones más vulnerables son las siguientes:

- Información y sensibilización
- Desarrollo de capacidades
- Movilización social

- Difusión

En esta investigación solo se estudió las dos primeras estrategias, debido a que la institución no practica las demás.

2.2.6 ESTRATEGIAS DE INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

2.2.6.1 INFORMACIÓN

El derecho a la información es básico y primordial para la igualdad del acceso a la justicia constituyéndola como un principio de equidad para el desarrollo de los derechos. Informar consiste en transmitir, extender, difundir, contar, expresar ideas y conocimientos sobre un determinado tema. La información puede ser transmitida impresa en papel, grabada en una cinta, emitida a través de las ondas o ser hablada.

La información es un conjunto organizado de datos que constituyen un mensaje sobre un determinado hecho, en un lenguaje audible o visible. Implica una instancia básica de la comunicación, indispensable como plataforma para el acceso a otros procesos más complejos, como el conocimiento y los cambios de comportamiento. (UNICEF, 2006)

La información se origina en un emisor y es recibida por un receptor. Sin embargo, no toda información es eficaz, ni llega a quien tiene que llegar. Su eficacia estará dada por la capacidad y habilidad en su difusión según a los actores sociales y a su vez de las evaluaciones y percepciones que los destinatarios tengan de ella.

Para que el proceso de información sea efectivo y los mensajes lleguen y sensibilicen al otro, es esencial que la información sea significativa para las audiencias, para ello tiene que ser relevante, comprensible, trascendente y provea de anclajes

haciendo referencia a los saberes, conocimientos previos y experiencias de las personas.
(UNICEF, 2006)

La información es solo un primer paso dentro de un complejo proceso a través del cual las personas transforman información en conocimiento, para luego ponerlo en acción, de este modo empoderarse y lograr el desarrollo de sus comunidades.

2.2.6.2 SENSIBILIZAR

Sensibilizar es parte del proceso de información, cuando informamos también estamos buscando sensibilizar a las demás personas; esto implica una intención de advertir, involucrar, crear conciencia, generar interés e instalar una actitud frente a un tema. Logrando que las personas se comprometan emocionalmente a favor de tema.

Echevarría (como se citó en Pino, 2014) refiere que el principio metodológico para lograr la sensibilización es el ejercicio de procesos de reflexión y autorreflexión que favorezcan la toma de conciencia. La sensibilización puede acontecer para algunas personas como parte de un proceso vital espontáneo, a partir de vivencias de discriminación, injusticia y la reflexión sobre las mismas.

La sensibilización es el núcleo y a su vez un primer paso para el cambio de actitud frente a un tema, es un proceso mediante el cual se despierta la necesidad de participar y tomar conciencia de un tema que afecte a la sociedad. Busca que los participantes reflexionen en torno a una problemática y desigualdades para generar procesos de cambio en el plano personal e institucional. (UNICEF, 2006)

Romero (como se citó en Pino, 2014) menciona que sensibilizar es un primer paso antes de capacitar. Es un proceso mediante el cual una persona puede adentrarse en el

conocimiento del porqué de las inequidades que normalmente ve como naturales y descubrir que pueden ser desarmadas.

Sensibilización, es el proceso relativo al marco del aprendizaje. Está formado por tres grandes subprocesos de carácter afectivo motivacional que son: la motivación, la emoción y las actitudes. Es generar la predisposición, se trata de suscitar una predisposición inicial y activa en el sujeto hacia la actividad de aprendizaje que va a emprender. Una vez dispuesto inicia la actividad de aprender dirigiendo la atención a la información que selectivamente debe procesar. (Mendoza, Terranova, Zambrano & Macías, 2014)

Tanto las organizaciones no gubernamentales como las instituciones públicas no ganarían nada compartiendo información a personas que no sienten el tema, a menos que dichas personas sean sensibilizadas y vean las inequidades en su propia experiencia y reconozcan el porqué de muchos problemas que le afectan; en esta situación el sujeto estará en predisposición de aprender todo lo que le expongan.

Para que una información sea significativa, debe ser elaborada teniendo en cuenta los siguientes factores clave:

- **Pensada para otro:** Es fundamental pensar y diseñar procesos de información desde y para nuestras audiencias.
- **Relevante:** La información debe ser percibida como relevante por las personas a las que está dirigida.
- **Comprensible:** Esto implica presentar la información en un lenguaje y formato que la gente pueda recordar y entender.

- **Pertinente:** Es fundamental saber quién necesita la información, cuáles son sus condiciones de vida, su idioma, sus costumbres, su nivel de conocimientos. De esta manera será posible definir mensajes más pertinentes y palabras adecuadas.
- **Oportuna:** Es importante estar atentos a los momentos, coyunturas y contextos más favorables y oportunos para que la información resulte significativa.
- **Interesante y divertida:** Tiene la finalidad de involucrar a las personas y que les interese el tema que se trata.
- **Proveniente de fuentes confiables:** Son actores sociales reconocidos, respetados y legitimados socialmente que inspiran confianza y seguridad en los destinatarios. Es importante entonces detectar en cada comunidad qué personas o instituciones pueden hablar del tema en calidad de referentes.
- **Accesible:** Es importante que los destinatarios accedan al medio utilizado para comunicar la información como las radios FM de baja potencia, los periódicos locales y las radios comunitarias o se pueden informar por medio de carteleras, volantes, etc.
- **No exclusivamente mediática:** son las entrevistas, conversaciones informales, promotores comunitarios, reuniones, debates. (UNICEF, 2006)

2.2.7 CAMPAÑA DE BIEN PÚBLICO

Una campaña consiste en la coordinación de diferentes acciones, medios y lenguajes, para transmitir un mensaje concreto a audiencias definidas, durante un período de tiempo determinado, con medios y presupuesto establecidos.

Una campaña puede servir para:

- Informar, incrementar la comprensión sobre un problema, sus causas y posibles soluciones.
- Sensibilizar, crear conciencia, generar adhesión sobre temas que afectan a una comunidad.
- Promover cambios de valores, comportamientos, actitudes.
- Motivar a la acción para lograr iniciativas de movilización social, de desarrollo de la comunidad, etc.

El ámbito de la campaña es el espacio público y, al utilizar simultáneamente varios canales y soportes, busca causar impacto en una o varias audiencias. Las campañas de bien público se relacionan con proyectos orientados al desarrollo y los derechos. Se caracteriza por no tener fines de lucro, ser educativas y promover cambios de actitud. (UNICEF, 2006)

2.2.7.1 MEDIOS IMPRESOS

Los materiales que usan texto son muy útiles cuando se quiere informar a la gente sobre eventos y para proporcionar conocimientos técnicos sobre temas específicos. Los materiales visuales impresos, son particularmente efectivos cuando se utilizan para estimular la discusión o atraer la atención a un tema específico sea a través de la curiosidad, los deseos o los temores. Este grupo de materiales se aplica ampliamente en muchos de los enfoques de estrategias de comunicación porque anima la participación de la gente hacia el diálogo. (Mefalopulos y Kamlongera, 2008, p.63)

Los medios impresos deben ser pertinentes y apropiados culturalmente. Las imágenes o metáforas que podrían ser representadas visualmente pueden tener significados diferentes de una cultura a otra, es decir pueden ser o no aceptables.

VOLANTES: Es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo. Su mensaje es breve y conciso, por lo cual se diferencia del tríptico y del folleto, aunque se acepta que el volante es un cierto tipo de folleto breve. Se conoce en inglés como flyers.

Los volantes son típicamente usados para promover información, ideas, productos o servicios. Son una forma de publicidad masiva en pequeña escala o bien de comunicación comunitaria. Los flyers son un material que dentro de los medios impresos en la actualidad tienen gran destaque, gracias a la viralidad de información que estos pueden llegar a causar.

AFICHES: El afiche es una forma de publicidad. No es un libro, no trata de explicar o desarrollar un tema, pretende más bien crear un impacto emotivo que reviva o instale ideas, o que ayude a crear ambiente o inquietud por el tema.

Cualidades que debe tener un buen afiche

- Ser llamativo
- Debe entenderse a primera vista
- Comunica un mensaje de interés
- Se grabará en la memoria

REVISTAS: La clasificación de la UNESCO distingue cuatro categorías dentro de las revistas:

- **Revistas de información:** Revistas en las que se dan a conocer programas científicos, técnicos, educativos o económicos, anuncian reuniones, informan sobre personas, principalmente en forma de artículos o notas breves que contienen información general o no detallada
- **Revistas primarias:** Se les conoce también como “revistas de investigación y desarrollo”. En ellas se publican resultados de trabajos de investigación con todos los detalles necesarios para poder comprobar la validez de los razonamientos del autor o repetir sus trabajos.
- **Revistas de resúmenes o secundarias:** Revistas en las que se recoge el contenido de las revistas primarias, en forma de resúmenes.
- **Revistas de progresos científicos o tecnológicos:** Llamadas por algunos autores como “revistas terciarias”. En ellas se publican informes resumidos de los principales programas de investigación contenidos en las revistas primarias, durante amplios periodos.

HISTORIETAS: Si algo diferencia la historia y los avatares de la historieta norteamericana de sus semejantes europeos, es la importancia que cobrará la aparición de historietas en un novísimo canal gráfico, en la segunda mitad de los años treinta; el comic book, la revista dedicada generalmente a un solo héroe o tema, y con aventuras. Es que el “book”, propiamente hablando, constituye en sí mismo un medio de comunicación, lo que confiere propiedades diferenciales tan profundas como las que van de la televisión a la radio. (Masotta, 1983)

PERIÓDICO: El periódico es un medio impreso también conocido como diario o prensa escrita, su función primordial es difundir noticias, se clasifica en función de su

periodicidad, la cual suele ser diaria (lo que le da el nombre de diario), semanal, e incluso mensual.

- **Características y estructura**

La prensa escrita está diseñada para informar a grandes masas, en tanto que subsiste de la publicidad (pues su costo a la venta apenas cubre el costo de mano factura), lo que requiere de una estructura interna bien establecida.

SEPARATAS: Impresión por separado de un artículo o capítulo publicado en una revista o en un libro. (RAE,2019)

2.2.7.2 PROGRAMAS RADIALES:

La radio puede cubrir inmensas áreas y llegar a una amplia población con un costo relativamente bajo. A la radio se le ha dado el papel de informar, educar y entretener. Sin embargo, para el desarrollo la radio es multifacética, puede servir para transmitir mensajes, mejorar la organización de grupos y organizaciones, ampliar el foro para el diálogo social, proporcionar la construcción de capacidades de la comunidad, incrementar la conciencia y el conocimiento sobre los temas de la comunidad, llevar la voz de la gente hasta los altos niveles de la estructura política y movilizar a la comunidad para que se haga cargo de temas de interés colectivo. Los requisitos y los formatos de la producción de la radio pueden ser adaptados a usos y objetivos específicos. (Mefalopulos y Kamlongera, 2008, p. 51)

Los elementos o materias primas que emplea un programa radial conforman un lenguaje radiofónico. Sus componentes son cuatro:

- La voz o el lenguaje de los seres humanos,

- La música o el lenguaje de las sensaciones,
- El efecto sonoro y el silencio.

PROGRAMAS EDUCATIVOS : Para entender el concepto de radio educativa, Peppino (1991) establece que para saber diferenciar los programas de radio con carácter educativo, debe considerarse que todos los programas radiofónicos tienen la posibilidad de enseñar, más no de educar, por ello establece diferencias entre programas “educativos” e “instructivos” (1991: p. 75), los últimos aquí se denominaron no formales, éstos no son considerados educativos ya que no existe una institución social que valide sus contenidos y que certifique los conocimientos obtenidos por el alumno. La radio educativa es aquella cuyos programas siguen un plan de estudios previamente determinado y validado por una institución del sistema social. En un programa de Radio Educativa el radioescucha se convierte en un alumno que se inscribe a un curso, donde será evaluado para obtener un certificado de estudio, no obstante, no se encuentra inscrito en una institución educativa.

Según Martín Serrano, en el proceso de comunicación a través de un medio masivo existen una serie de mediaciones que se realizan desde los Actores hasta que Alter se forma una representación (1985). Se trata, fundamentalmente de cinco mediaciones:

- La que llevan a cabo los actores Ego que tienen la iniciativa de la información.
- La que realizan los actores que deciden qué datos poner o no.
- La que efectúa el medio de comunicación cuando relaciona los datos de referencia y por sus características expresivas. Este tipo de mediación recibe el nombre de mediación cognitiva.
- La que ejecutan los medios al momento de incluir o excluir algún dato de referencia. A esta mediación se le conoce como estructural.

- La que opera Alter cuando elabora las representaciones de las expresiones.

CUÑA RADIAL: Es un tipo de mensaje muy breve que suelen repetirse constantemente para generar una respuesta en el público. Estos mensajes radiales según el tiempo de duración se llaman spots o cuñas radiales. (SERVINDI, 2015, p.26)

SPOTS RADIAL: Es aquel espacio publicitario que se emite por medio de la radio está compuesta en su totalidad por audio, respetando todos sus componentes como es la voz, la música, el silencio y los efectos sonoros. Es el formato más corto dentro de la producción radiofónica, dura como máximo 30 segundos, crea una imaginación sin límites al radio escucha, dándole la posibilidad de personalizar los mensajes.

RADIOTEATROS: Es la fusión del teatro y la radio como medio de comunicación. En otras palabras, es la adaptación del género teatral a la radio. Para que la adaptación resulte válida, el teatro renuncia a los aspectos visuales de la escena y los sustituye con elementos sonoros: efectos de sonido para ambientar la narración de las escenas o el diálogo entre los actores, una música de fondo que sirva como una atmósfera y un mayor énfasis en la voz por parte de los actores. (Navarro,2015)

RADIO ENTREVISTA: La entrevista es el trabajo periodístico que relata, en todo o en parte, la conversación o diálogo con una determinada persona. La atracción informativa puede estar en la persona entrevistada o en el interés de lo que afirma.

La entrevista consiste, por lo general, en diálogos fluidos entre los interlocutores que comienzan y terminan bien. Aunque no siempre una entrevista de final feliz es la que mejor le sirve al comunicador o interesa al público. (SERVINDI, 2015, p.22)

SOCIODRAMA: Es un formato radial en el que se dramatiza una situación vivida por las personas de una comunidad. Tiene una duración breve 4 a 5 minutos y los actores son los propios integrantes de la organización o la comunidad. Para que un sociodrama cumpla su objetivo, debe incluir un espacio de participación, donde los oyentes puedan expresar sus opiniones. (SERVINDI, 2015, p.20)

2.2.7.3 AUDIOVISUALES

A menudo, el video se ha visto como un medio potente que es adaptable y efectivo en todas las situaciones. Desafortunadamente, no es el caso. El video se puede utilizar con grabaciones con propósitos específicos para audiencias muy restringidas, con características e intereses específicos.

El video es un medio que puede ser usado para un sin número de fines. La más común de sus funciones es la de comunicación de masas de una sola vía, donde el mensaje o una serie de mensajes se transmiten a una audiencia pasiva, que observa y no puede proporcionar una retroalimentación directa sobre lo que se ha producido. Sin embargo, el video, puede ser aplicado en forma participativa e interpersonal. La gente en la comunidad puede usar el video para documentar y reproducir temas y actividades de interés colectivo. También puede ser usado para generar la discusión sobre los temas críticos. (Mefalopulos y Kamlongera, 2008, p. 74)

SPOT TELEVISIVO: El spot es aquel espacio publicitario que aparece en cine o en televisión, es decir, el spot puede clasificarse en el grupo de avisos audiovisuales que integran audio e imágenes. El fin primordial del spot es dar a conocer un producto, un servicio, la propuesta política de un candidato, entre las opciones más recurrentes para lo cual se lo emplea.

CORTOMETRAJES: Cortometraje, conocido popularmente también como corto, es una producción audiovisual que no dura más allá de treinta minutos, su duración tradicional se ubica entre los ocho y los treinta minutos. Estas películas breves procuran tratar temas poco taquilleros y ese hecho de estar por fuera de los circuitos comerciales les permite a sus realizadores abordar temas de todo tipo, apartarse de los géneros tradicionales, improvisar, imponer su creatividad, romper y transgredir las leyes clásicas del lenguaje cinematográfico, y dar rienda suelta a nuevas propuestas visuales y de contenidos. (Ucha, 2012)

VIDEO REGISTRO: Un vídeo es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética. Consiste en la capturar de una serie de fotografías que luego se muestran en secuencia y a gran velocidad para reconstruir la escena original. El video registro es una captura de imágenes de una serie de eventos de una institución; en el ámbito de la comunicación comunitaria, este material es captado de seminarios, talleres, encuentros, etc. Con el objetivo de ser difundidas a todas las personas interesadas que no fueron partícipes y puedan conocer las nuevas teorías que se plantean.

2.2.7.4 CONSUMOS CULTURALES

Los consumos culturales son usados como una forma para ayudar a la población para su desarrollo y aceptar las condiciones de su medio ambiente y su responsabilidad para mejorar a su grupo en cuanto a la cultura, la educación, la política, la economía y también socialmente. Puede ser utilizado para transmitir y reforzar ciertos mensajes o para descubrir e investigar temas.

CANCIONES: Usualmente son canciones para campañas, compuestas y cantadas por los equipos de extensión, solos o con la gente con quienes trabajan. En algunos casos, las canciones son grabadas en cintas y distribuidas a través de todo el país para ser transmitidas a través de la radio o de grabadoras portátiles durante las sesiones de trabajo. En ese caso se busca el apoyo de músicos entrenados.

Los principios guía para la composición de tales canciones son:

- Una melodía simple y atractiva
- Palabras simples y mucha repetición
- Un mensaje claro

TEATRO CALLEJERO: En la mayoría de los casos donde existe este teatro, es dirigido por un equipo de expertos que trabajan con varios tipos de extensionistas ayudándolos a que sus mensajes sobre salud, nutrición y agricultura lleguen a los poblados rurales usando el entretenimiento y la diversión. A través del mundo en desarrollo, se encuentran proyectos de uno y otro tipo comprometidos con el teatro para el desarrollo. (Mefalopulos & Kamlongera, 2008, p. 80)

Las áreas que cubre este teatro varían desde el drama directo a las canciones que se emplean de alguna forma como un medio para la comunicación de ideas, relacionadas con el desarrollo rural.

DANZA: Las danzas empleadas son aquellas que ya poseen dentro de ellas un potencial imitativo y por lo tanto deberían llamarse apropiadamente danzas-dramas. Aunque son danzas acompañadas por canciones, la parte dominante proviene de la música

al ritmo de estos instrumentos imitan varias escenas en las cuales ellos representan los mensajes que han elegido para representar.

2.2.8 ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE CAPACIDADES

El desarrollo de capacidades procura que los sujetos se reconozcan como titulares de derechos; desarrollen conocimientos y habilidades para ejercerlos, exigirlos y abogar por un orden económico y social respetuoso del bienestar común. (UNICEF, 2006, p. 7)

Los ciudadanos tienen derecho a participar en los asuntos que los afectan, pueden identificar y comprender aspectos no tenidos en cuenta y proponer soluciones y proyecciones más adecuadas a sus propios contextos.

El enfoque de derecho implica la participación directa de las personas en las decisiones relativas a su propio desarrollo. De esta manera, provee a la comunidad de una base moral sólida para reclamar lo que le corresponde y abogar por un orden económico respetuoso de los derechos humanos, tanto nacional, regional e internacional. (UNICEF, 2006, p.20)

La participación de las personas contribuye a la elaboración de nuevas y más complejas representaciones de los problemas sociales. A la vez, construye bases sólidas para que sus voces sean escuchadas y tomadas en cuenta a la hora de pensar soluciones, respuestas y propuestas para el desarrollo de la comunidad.

El desarrollo de capacidades implica un proceso de enseñanza y aprendizaje participativo, cuyo punto de partida sea el conocimiento con la comunidad de sus problemáticas, saberes, tradiciones, conflictos históricos y estrategias de supervivencia. (UNICEF, 2006, p.35)

Esta estrategia de comunicación es fundamental para crear las condiciones previas necesarias que permitan a las personas expresar su opinión sobre asuntos y participar en el desarrollo de soluciones de los problemas que los aquejan, desarrollando de este modo sus capacidades, para la defensa de sus derechos.

2.2.8.1 TÉCNICAS INDIVIDUALES

CHARLA: Reunión de personas donde un expositor proporciona la información y dialoga con el resto, el objetivo es transmitir información, crear un estrado mental o punto de vista.

- Informal
- Tono de conversación
- El público puede interrumpir para hacer preguntas
- No debe ser leída
- Normalmente el auditorio conoce algo del tema
- Utilización de frases de buen humor
- El expositor puede hacer preguntas al público
- No debe durar más de una hora
- El expositor puede desplazarse por la sala.

CONFERENCIA: Reunión de personas que escuchan frente a frente la información que otra proporciona. Dependiendo del tema, pueden ser:

Presentar información de manera formal y directa, plantear información especializada, identificar una problemática general o un aspecto de ésta, motivar a un grupo, compartir las experiencias de una persona, proporcionar información experta con continuidad.

- Técnica formal: La comunicación, durante la exposición, se da en solo un sentido.
- Los oyentes, al final de la exposición pueden hacer uso de la palabra en forma oral o escrita, aclarar puntos, dudas o hacer un planteamiento distinto.
- El expositor puede hacer uso de ayudas audiovisuales.
- El expositor puede desplazarse por el estrado.
- La exposición no debe sobrepasar de la hora ni ser menor de veinte minutos.

DISCURSO: Razonamiento oral persuasivo de alguna extensión, dirigido a un público por una sola persona.

- Es formal.
- Debe llevar encabezamiento (saludo individual o colectivo en orden jerárquico).
- El hablante requiere ser presentado por otro individuo.
- General mente el expositor se mantiene en un solo lugar.
- No deben utilizarse ayudas audiovisuales.
- Los gestos deben ser muy significativos.

2.2.8.2 TÉCNICAS GRUPALES

TALLER DE CAPACITACIÓN: El taller es una situación privilegiada de aprendizaje. Su propósito principal es reflexionar sistemáticamente sobre conocimientos, valores, actitudes y prácticas que se tienen sobre determinada problemática en un grupo o una comunidad y que se expresa en la vida diaria de cada persona participante. El punto de partida es lo que los y las participantes hacen, saben, viven y sienten; es decir, su realidad, su práctica. Mediante el diálogo de saberes, el taller permite la construcción

colectiva de aprendizajes, ya que se estimula la reflexión y búsqueda de alternativas de soluciones de las problemáticas que afectan la calidad de vida individual o colectiva.

El taller posibilita la construcción de aprendizajes sobre la base de la capacidad y oportunidad que tienen las personas de reflexionar en grupo sobre sus propias experiencias. El proceso de aprendizaje se completa con el regreso a la práctica para transformarla, poniendo en juego los elementos adquiridos en el proceso. (Expósito, Grundmann, Quezada, & Valdez, 2001)

FERIAS INFORMATIVAS: Es un espacio de trabajo efervescente, interactivo y de colaboración, en el que se llevan a cabo debates animados y se realizan demostraciones prácticas. Se celebran sesiones con facilitadores en las que se aprende cómo otras personas han mejorado la eficacia y la calidad de su trabajo, y se ofrecen oportunidades para crear redes que permiten a las personas estar en contacto y poner en relación sus propias ideas, así como intercambiar opiniones de una forma natural y en un ambiente relajado. Una feria del conocimiento no es un fin en sí mismo, sino el principio de un proceso mediante el cual se crearán nuevas asociaciones y se realizarán nuevos intercambios entre personas que desean trabajar juntas de una manera diferente. (Kolshus, Matras, Treinen, & Van der Elstraeten, 2004)

Eventos como las ferias del conocimiento, en los que se aplican instrumentos y métodos de intercambio de conocimientos, promueven la interacción, por lo que han de planificarse cuidadosamente. Aunque la finalidad de una feria es promover un intercambio de ideas espontáneo e informal, la improvisación debe limitarse al flujo de pensamientos y contenidos y no debe afectar al método de trabajo.

DEBATE: Es una controversia oral entre varias personas para demostrar la superioridad de unos puntos de vista sobre otros.

- Estático: Generalmente las personas sostienen su punto de vista hasta el final. Las decisiones se toman por votación.
- Formal: El coordinador establece reglas para la participación especialmente en cuanto al tiempo, busca la mejor solución a través de la argumentación y la persuasión, tono de discurso, atmósfera de disputa, en la que cada participante trata de imponer su punto de vista y grupo relativamente grande.

CURSOS: Es utilizado para hacer referencia a un tipo de educación formal que no necesariamente está inscripto dentro de los currículos tradicionales y oficiales que forman parte de una carrera, si no que muchas veces puede ser también realizado de manera temporal por interés personal pero no para obtener determinada titulación. Podríamos decir que el curso entendido en este sentido es la unidad básica de toda educación formal pero muchas veces puede caer por fuera de la educación oficial.

El curso forma parte de la educación formal ya que está sistematizado en torno a un tema, a una proyección temporaria, al material que se utilizará, a las estrategias prácticas pensadas para cada temática, a un saber pre-existente también formalizado.

ENCUENTROS GRUPALES: Una fusión de experiencia y opiniones entre un grupo de personas muy calificadas en un determinado campo o entre gentes capaces de analizar problemas específicos basándose en la información proporcionada por otros individuos competentes.

- Se tratan temas muy específicos y disciplinarios.

- Los participantes se designan por representación
- Es necesario dividir el trabajo de discusión en dos etapas
- Labor previa de comisiones y sesiones plenarias. (Universidad de Granada,2015)

MESA REDONDA: Exposición de diversos puntos de vista sobre un tema determinado, por parte de varios especialistas.

- El número de expositores generalmente es de tres a seis, pero puede variarse.
- Es conveniente que no dure más de cincuenta minutos, para permitir luego las preguntas del auditorio.
- Se exponen diferentes puntos de vista. (Universidad de Granada,2015)

SIMPOSIO: Desarrollo de diferentes aspectos de un mismo tema o problema en forma sucesiva ante un grupo, por parte de un equipo de expertos.

- Los expositores pueden ser de tres a seis.
- Cada expositor debe enfocar un aspecto correspondiente a su especialidad.
- Las exposiciones no deben exceder los quince minutos, pero se puede variar el tiempo según el número de participantes, de modo que no invierta más de una hora.
- Se presenta un resumen al final.
- Participan diferentes expertos. (Universidad de Granada,2015)

PANEL: Grupo de individuos competentes y representativos de tendencias, opiniones o partidos diversos. Núcleo de participantes que serán testigos de diferentes puntos de vista y núcleo de expertos que los exponen. Intercambiando opiniones, en presencia de personas interesadas en el tema.

- Corriente de comunicación entre un pequeño grupo muy comprometido y un grupo grande cuya actividad es limitada.
- Permite tomar decisiones. Se informa a las personas involucradas de las decisiones que se toman y de su motivo.
- Información mutua dentro de un grupo extenso, es uno de los métodos de información de sentido doble, bilateral, ascendente y descendente.

FORO: Grupo que discute un tema, hecho o problema, conducido por un moderador o coordinador.

- Libre expresión de ideas y opiniones de todos los integrantes.
- Permite la discusión de cualquier tema.
- Es informal.

SEMINARIO: Grupo que investiga o estudia intensivamente un tema en sesiones planificadas recurriendo a fuentes originales de información.

- Los miembros tienen intereses comunes.
- El tema exige la investigación o búsqueda específica en varias fuentes.
- El desarrollo de las tareas es planificado por todos los miembros en la primera sesión del grupo.
- Los resultados o conclusiones son responsabilidad de todo el grupo.
- Concluye con una sesión de resumen y evaluación del trabajo realizado.
- Se puede trabajar durante varios días. Las sesiones duran dos, tres horas, o el tiempo que requiera la temática estudiada. (Universidad de Granada,2015, p.40)

2.2.9 DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Las Cortes Superiores de Justicia promueven el acercamiento a la población para la difusión de valores democráticos y el respeto de los Derechos Humanos, que sin afectar su labor jurisdiccional desarrollan actividades de proyección informativa, educativa y social en favor de la comunidad.

El 2011 se institucionalizó al Programa Nacional de Justicia en tu Comunidad, como un programa de proyección social para brindar servicio de apoyo a la comunidad, a través de la creación de espacios informativos, capacitación, coordinación y concertación, para la difusión de valores democráticos y el respeto de los derechos.

El Programa Justicia en tu Comunidad se ha sustentado en el trabajo voluntario de los jueces (zas) de las 33 Cortes Superiores de Justicia del país, que luego de su jornada laboral se desplazaban a los espacios comunales para compartir con la comunidad su conocimiento legal y su experiencia en el despacho judicial a través de actividades educativas e informativas.

Los jueces del Poder Judicial evidenciaron que las poblaciones de su entorno en las zonas más vulnerables y necesitadas del país desconocían sus derechos y los mecanismos de acceso a la justicia. Ello hizo necesario diseñar estrategias institucionales que recogieran el interés y preocupación de los jueces, advirtiendo de un lado la necesidad de que la justicia atienda también la dimensión preventiva de los conflictos y no sólo la resolución de éstos, así como que tienda lazos de comunicación con la ciudadanía que favorezcan su acceso a la justicia en esa perspectiva se realizan una serie de actividades de capacitación y difusión para proporcionar información básica sobre los derechos

ciudadanos, así como los procedimientos y requisitos para garantizar un efectivo acceso a la justicia de las personas en condición de vulnerabilidad.

El programa tiene como objetivo, promover el efectivo acceso a la justicia de las personas en condición de vulnerabilidad, implementando las 100 Reglas de Brasilia de manera coordinada intra e interinstitucional; trabajando objetivos específicos como es el de:

- Promover el acceso a la justicia de niños y niñas en estado de desprotección familiar, víctimas de trabajo infantil, trata, explotación sexual, violencia familiar, violencia escolar, maltrato, castigo físico y humillante.
- Propiciar el acceso a la justicia de los adolescentes que se encuentran en conflicto con la Ley Penal.
- Fomentar el acceso a la justicia de las mujeres discriminadas y víctimas de violencia basada en género, de manera eficaz y oportuna, propiciando la eliminación de las barreras que limitan su acceso.
- Fortalecer los mecanismos de acceso a la justicia para la protección de los derechos de los adultos mayores.
- Promover la efectividad de los derechos de las personas con discapacidad.
- Fomentar una política de inclusión social con las personas en condición de vulnerabilidad, en especial aquellas que se encuentran en situación de pobreza y pobreza extrema.
- Propiciar un enfoque intercultural en el sistema de administración de justicia para la protección de los derechos de las comunidades campesinas y nativas.

El programa trabaja cuatro enfoques, con el objetivo de hacer cumplir los derechos fundamentales de las personas.

Género: es una construcción cultural que define los contenidos de lo femenino y lo masculino sobre la base de las diferencias biológicas entre mujeres y hombres, y que estructura la percepción y la organización concreta y simbólica de toda la vida social.

Derechos humanos: son garantías jurídicas universales que protegen a las mujeres y los hombres contra acciones y omisiones que interfieren con las libertades y los derechos fundamentales y con la dignidad humana.

Intercultural: se concibe que ningún grupo cultural está por encima de otro, y que la interacción debe darse de una forma respetuosa, horizontal y sinérgica, favoreciendo la integración y la convivencia.

Ambiental: el ambiente en que vivimos es diverso como es la vida y el trabajo de las mujeres. En el mundo rural como urbano y en el mundo patriarcal la diversidad tiene escasa cabida y menos aún reconocimiento. Por el contrario, las mujeres, al ser diferentes, son tratadas como distintas e inferiores, al igual que la naturaleza, cuyo valor se ignora y en tanto no tiene voz se la destruye.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 AFICHES

Es un término que hace referencia a un cartel. Se trata, por lo tanto, de una lámina de papel o de otro material en la que hay textos o figuras que se exhiben con diversos fines.

2.3.2 ANÁLISIS DE LOS RECURSOS DE COMUNICACIÓN

Es la evaluación de los canales de comunicación locales disponibles para llegar a los actores priorizados, a fin de identificar las opciones más adecuadas y más rentables,

con la finalidad de desarrollar adecuadamente las actividades planificada para el lugar de interés. (Acunzo, Pafumi, & Stella, 2016, p.33)

2.3.3 ANÁLISIS SITUACIONAL

Es la recopilación y el análisis de los antecedentes y datos secundarios de los objetivos del proyecto y los actores principales, del entorno político e institucional, y de los socios potenciales y recursos. Esta apreciación preliminar ayuda a generar preguntas específicas sobre los temas explorados durante el diagnóstico participativo de comunicación rural (DPCR) en el campo. (Acunzo, Pafumi, & Stella, 2016)

2.3.4 CANALES DE COMUNICACIÓN

Es cualquier medio a través del cual se transmite un mensaje para que llegue a los grupos previstos y para establecer con ellos un proceso de comunicación de doble vía. Pueden clasificarse como: medios populares o tradicionales, medios comunitarios, medios masivos, tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y medios sociales. (Acunzo, Pafumi, & Stella, 2016)

2.3.5 CHARLA

Designa a aquella conversación, que generalmente ostenta tintes amistosos e informales, y que uno mantiene con otro individuo o con varios, que hacen las veces de interlocutores, con la misión de comentar algún tema, ponerlo, o tomar conocimiento de algo, entre otras cuestiones.

2.3.6 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO (CPD)

Es el uso sistemático de métodos y herramientas de comunicación participativa para facilitar el intercambio de información y conocimiento entre actores relevantes de una

iniciativa de desarrollo, a fin de lograr objetivos comunes. (Acunzo, Pafumi, & Stella, 2016)

2.3.7 COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje.

2.3.8 CURIOSIDAD

La curiosidad es el apetito de ver, saber y conocer, capaz de hacer manejar montañas de datos o de conocimientos si no se detiene su impulso. La curiosidad obliga a trabajar duro y a mantener una fuerte auto-disciplina si se quiere verla satisfecha. (Beltrán & Pérez 2004, p.35)

2.3.9 CURSO TALLER

Es una modalidad de enseñanza-aprendizaje caracterizada por la interrelación entre la teoría y la práctica, en donde el instructor expone los fundamentos teóricos y procedimentales, que sirven de base para que los alumnos realicen un conjunto de actividades diseñadas previamente y que los conducen a desarrollar su comprensión de los temas al vincularlos con la práctica operante.

2.3.10 DESARROLLO DE CAPACIDADES

Se refiere al fortalecimiento y perfeccionamiento de las capacidades a nivel de recursos humanos, científicos, tecnológicos, organizativos e institucionales para realizar funciones de desarrollo de manera sostenible. (Acunzo, Pafumi, & Stella, 2016)

2.3.11 DISEÑO

Es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace aplicando distintos métodos de modo tal que pueda quedar plasmado bien sea en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas.

2.3.12 ENFOQUES DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Son las funciones específicas que la comunicación bidireccional realiza en el marco de una estrategia de CpD. Estas incluyen: concienciación, información e intercambio de conocimientos, movilización social, promoción, educación recreativa y negociación, entre otros.

2.3.13 IDENTIFICACIÓN DE TEMAS CLAVE

Es la revisión de los principales temas de desarrollo para encontrar los puntos de entrada de la comunicación que pueden ser abordados directamente a través de la estrategia y el plan de CpD. Esto se lleva a cabo basándose en datos generados por el proyecto que solicita el apoyo en CpD, y que luego son validados con los actores locales a través del DPCR.

2.3.14 INFORMACIÓN

Es un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno.

2.3.15 JUSTICIA

Es un conjunto de valores esenciales sobre los cuales debe basarse una sociedad y el Estado, estos valores son; el respeto, la equidad, la igualdad y la libertad.

2.3.16 MÉTODO DE COMUNICACIÓN

Es la forma de interactuar, compartir o intercambiar información tales como la comunicación interpersonal, mediada o masiva. Para cada método se puede usar uno o varios canales de comunicación y combinarlos.

2.3.17 PARTICIPACIÓN

Es la acción de involucrarse en cualquier tipo de actividad de forma intuitiva o cognitiva.

2.3.18 PLAN DE ACCIÓN DE CPD

Es una herramienta que especifica y programa las actividades y productos, y asigna los recursos necesarios para que la estrategia de CpD sea operativa en el terreno. El plan de CpD tiene que ser ajustado conjuntamente con los actores locales para facilitar su movilización, compromiso y control sobre las actividades de comunicación.

2.3.19 PLANIFICACIÓN DE LA CPD

Es un proceso participativo y estructurado para diseñar la mejor estrategia, y serie de acciones, que lleven al logro de los objetivos previstos. Se trata de establecer un diálogo y movilizar a los actores previamente identificados para acordar con ellos los resultados de comunicación apropiados en función de sus características, necesidades, capacidades y recursos. (Acunzo, Pafumi, & Stella, 2016, P.10)

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

Para obtener la información requerida en la ejecución de la investigación se visitó al Programa Nacional de Justicia en tu Comunidad, que se encuentra en las instalaciones del Poder Judicial de Puno, en la mencionada institución se recolectó información cualitativa a través de la entrevista y observación que se realizó durante las capacitaciones. Asimismo, las encuestas se aplicaron en el distrito de Acora - Puno y posteriormente todos los datos fueron analizados e interpretados.

3.2 UBICACIÓN

El distrito de Acora es uno de los quince distritos que conforman la provincia de Puno. Ubicado en el altiplano a una altura de 3 867 msnm a orillas del Lago Titicaca. El clima en la zona media es frío, templado y húmedo; en la zona alta y cordillera predomina un clima frío intenso y seco; y en la zona del lago posee un clima templado húmedo a frío, presentando condiciones microclimáticas muy favorables para el desarrollo de la actividad agrícola semi-intensiva y actividad pecuaria complementaria.

3.3 METODOLOGÍA

El método a emplear para el desarrollo de la presente investigación es mixto. El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p. 755)

3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según la naturaleza del problema, es de alcance descriptivo, según lo plantea Danhke (como se citó Hernández, Fernández & Baptista, 2010); los estudios descriptivos buscan especificar los propósitos, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diferentes conceptos, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Con esta investigación se busca describir de qué manera se aplican las estrategias comunicacionales en el programa Justicia en tu Comunidad.

3.5 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación corresponde al diseño no experimental de corte transversal. La investigación no experimental observa fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Como señalan Kerlinger y Lee (como se citó Hernández, Fernández & Baptista, 2010): “En la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o los tratamientos”. La investigación transversal recolecta datos en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

3.6 DIMENSIONES

- Información y sensibilización
- Desarrollo de capacidades

3.7 NIVEL DE ANÁLISIS

Micro social, puesto que la investigación se realizó en el Distrito de Acora – Tambo Gilatamarca.

3.8 UNIDAD DE ANÁLISIS

El Programa Nacional Acceso a la de Justicia de personas en condición de vulnerabilidad y Justicia en tu Comunidad de la Corte Superior de Justicia de Puno y las estrategias de comunicación para el desarrollo que utilizaron.

Unidad de Observación: Programa Nacional Justicia en tu Comunidad realizado en el segundo semestre del 2017 y las estrategias de comunicación para el desarrollo.

3.9 POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

POBLACIÓN: La población está conformada por dos grupos de trabajo, los primeros son los integrantes del Programa Justicia en tu Comunidad y el segundo está conformado por los pobladores del Distrito de Acora. En el programa se realizó la entrevista al coordinador. El entrevistado no representa un gran número, por ende, se considera población censal, según Ramírez (1997) la población censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra.

La población determinada para la presente investigación, está conformada por personas Aymara hablantes de 25 a 65 años, que viven en el distrito de Acora, según los registros de capacitación del programa asisten un total de 200 personas, de donde se sacó la muestra que es una cantidad representativa de esa población.

MUESTRA:

La muestra es probabilística, donde se conoce el número de la población, para esta investigación se tomó la muestra aleatoria simple. En este estudio se tiene a un universo conformado de 200 personas que fueron capacitadas en el segundo semestre del año 2017 obteniendo como muestra a 99 personas a quienes se les aplicó las encuestas, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N = Número total de comuneros

Z = Nivel de confianza (95%)

e = Error de estimación de la muestra

P = Probabilidad de que el evento ocurra

q = Probabilidad de que el evento no ocurra

n = Tamaño de muestra

Los datos son:

N = 200 número de pobladores capacitados.

Z = 1.96

p = 0.85

q = 0.15

e = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2(0.85)(0.15)(200)}{(0.05)^2(200 - 1) + 1.96^2(0.85)(0.15)}$$

$$n = 99.22$$

Donde n = 99, siendo el total de encuestas a realizar.

3.10 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas son recursos de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos.

LA ENTREVISTA

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

LA ENCUESTA

TÉCNICA	INSTRUMENTO
<ul style="list-style-type: none"> – Entrevista – Observación participante – Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> – Guía de entrevista – Guía de observación – Cuestionario

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se muestra los tres instrumentos aplicados para la ejecución de la investigación. En la primera parte se expone la entrevista realizada al coordinador del Programa Nacional de Justicia en tu Comunidad Lic. Nemio Jilari Mamani.

En la segunda parte del capítulo se desarrolla un estudio cuantitativo, obtenido por medio del cuestionario aplicado en el Distrito de Acora– Tambo Gilatamarca: el estudio consta de tres partes, en la primera sección se muestra las interrogantes sobre las estrategias de comunicación, en la segunda, las estrategias de información y sensibilización, el cuestionario culmina con unas preguntas sobre desarrollo de capacidades.

En la última parte de este capítulo se muestra las fichas de observación que se ejecutaron en el Distrito de Acora – Tambo Gilatamarca que sirvió para contrastar la información brindada por el coordinador.

A. RESULTADO DE LA ENTREVISTA (Entrevista completa en anexos)

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL COORDINADOR DEL PROGRAMA NACIONAL JUSTICIA EN TU COMUNIDAD DE LA REGIÓN PUNO.

La entrevista es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas, este instrumento debe estar bien estructurado, debe ser abierto, donde la máxima expresión es la profundidad. No solo se tiene conversación con un informante, sino que los encuentros se repiten hasta que el investigador aclare todos los temas emergentes o cuestiones relevantes para su estudio, bajo esta premisa para la ejecución de la investigación cualitativa se realizó una guía de entrevista constituida por cuatro partes, en la primera se

formuló preguntas sobre el programa, en la segunda se expone las estrategias de comunicación, en la tercera las estrategias de información y sensibilización, culmina la entrevista con las interrogantes de desarrollo de capacidades, posteriormente se ejecutaron reuniones diversas con el coordinador del programa Lic. Nemio Jilari Mamani.

PROGRAMA NACIONAL JUSTICIA EN TU COMUNIDAD

El programa Nacional Justicia en tu Comunidad tiene como finalidad impulsar y difundir políticas preventivas a las poblaciones más vulnerables y a su vez generar un acercamiento con su población con la intención de reforzar el acceso a la justicia.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

El programa Nacional Justicia en tu comunidad adopto como primera estrategia el acercamiento a los líderes con mayor legitimidad dentro de una comunidad, posteriormente entablan un dialogo con el objetivo de conocer la realidad de las comunidades y las problemáticas que enfrentan, de esas reiteradas conversaciones focalizan los temas que se va a desarrollar y a los actores sociales que intervendrán. Haber optado en relacionarse con los líderes les ha brindado mayor aceptación y respaldo por parte de los comuneros quienes ya no los ven como agentes extraños.

Los comuneros participan activamente de las actividades que realiza el programa, debido a que llevan especialistas acordes a la problemática que enfrentan, es por ellos que las reuniones se prolongan de 3 a 4 horas.

ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN

Al momento de informar dentro de una comunidad el programa segmenta al público según a ello desarrollan las actividades, evalúan sus costumbres, el nivel de educación y el idioma que habla la población para poder llevar especialistas que manejen ese idioma y puedan ser entendidos; en la gran mayoría de los casos se desarrolla la temática violencia familiar, puesto que en las zonas rurales hay mayor presencia de esta problemática,

desplegar estos temas tiene la intención, que las mujeres estén informadas y puedan denunciar a sus agresores.

El programa cuenta con materiales impresos como son los trípticos, dípticos, volantes, boletines informativos y producciones audiovisuales. El programa poseía un espacio de radio que era denominado Voz de justicia, pero el día de hoy ya no sale al aire debido al trabajo que cuesta realizarlo adecuadamente. Los materiales impresos se realizan una vez al año los cuales son reproducidos para las posteriores actividades, pero para la ejecución de estas no se evalúa previamente a la población, es decir el material se hace dentro de la oficina según al criterio de los profesionales, no se consulta a la población que imágenes les gustaría o de qué forma le llamaría más la atención.

Frente a la problemática que enfrentan los poblados más vulnerables el programa viene desarrollando una actividad denominada Justicia Itinerante, donde los trabajadores judiciales salen a las comunidades con la finalidad de recoger demandas de alimentos, violencia familia, trata de personas y demás casos; el cual está teniendo mucha acogida debido a que pueden tener cerca a los jueces y realizas sus consultas de manera gratuita.

ESTRATEGIA DE SENSIBILIZACIÓN

Al iniciar las charlas los especialistas del programa preguntan y evalúan cuanta información manejan sobre el tema que se va a desarrollar. El programa cuenta con especialistas en diferentes ramas como son los sociólogos, psicólogos y educadoras quienes aportan valiosas herramientas para sensibilizar a la población, se adecuan al público objetivo que se va informar. En el caso de niños la educadora lleva juegos lúdicos, mientras que los psicólogos sensibilizan por medio del dialogo. El equipo multidisciplinario trabaja orientándolos por medio de dinámicas para enseñarles sobre sus derechos, esto en cuanto a la sensibilización de los niños; con las personas adultas se realizan dramatizaciones con casos reales para que conozcan cómo deben actuar frente a

un tema que vulnera sus derechos. Las actividades están planificadas para desarrollarlas de dos a tres horas, pero estas reuniones se prolongan por la intervención de la población.

ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE CAPACIDADES

El programa considera que se ha hecho un gran avance en cuanto al desarrollo de capacidades dentro de las comunidades campesinas, aportando con el desarrollo, debido a que el programa fortaleció la aplicación de la Justicia Comunitaria, en donde los pobladores hacen uso de este medio de justicia de acuerdo a sus usos y costumbres sin afectar el derecho fundamental de las demás personas.

El programa desarrollo las capacidades por medio de encuentros, congresos y talleres en donde participan las comunidades campesinas en mesas de trabajo, plenarias es ahí donde ellos tienen una participación activa. Los comuneros han logrado reforzar su capacidad de administrar justicia para que no vulneren sus derechos fundamentales. Al finalizar las actividades faltan implementar la evaluación de las capacitaciones.

Según el especialista las capacidades que faltan reforzar es la educación debido a que en las comunidades campesinas se muestra un alto índice de personas que requieren educación de calidad, reforzar la autoestima de las mujeres puesto que muchas de ellas son víctimas de violencia familiar, las comunidades están en un sistema donde predomina en gran medida el machismo, falta fortalecer el tema de la igualdad de género dentro de las mismas.

El programa realiza informes de cada actividad que ejecuta, pero si hablamos de evaluar los resultados que se ha logrado hasta el momento es un punto que les hace falta reforzar y trabajar, pero consideran que se irá dando con el tiempo. Puesto que los resultados no son inmediatos, cambiar actitudes es un trabajo de años es lo que refieren.

B. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS

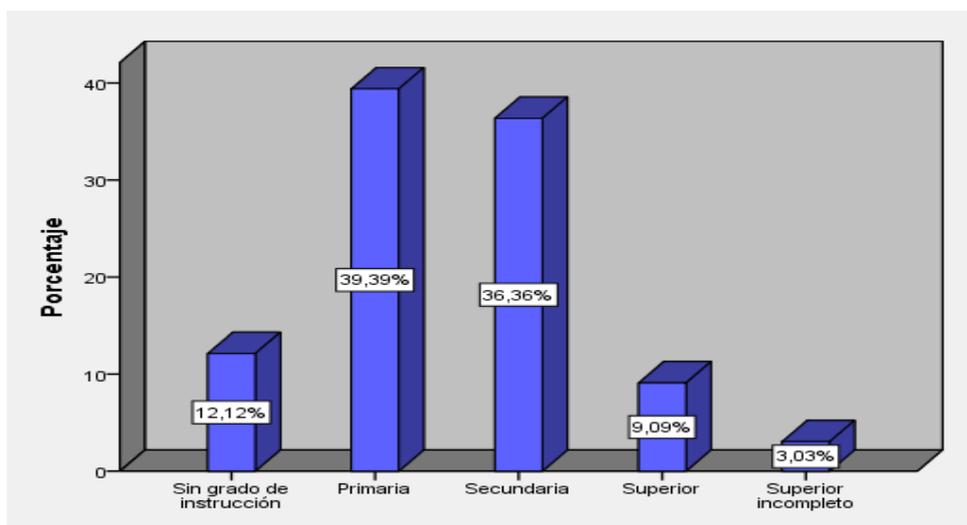
Tabla 1. Grado de instrucción

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sin grado de instrucción	12	12,1 %	12,1 %
Primaria	39	39,4 %	51,5 %
Secundaria	36	36,4 %	87,9 %
Superior	9	9,1 %	97,0 %
Superior incompleto	3	3,0 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 1. Grado de instrucción



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

La tabla N° 1, muestra el grado de instrucción de los participantes, el 39.4% estudió primaria, el 36% estudió secundaria; según la tabla podemos decir que la gran mayoría de personas que asistieron a las capacitaciones del Programa Nacional Justicia en tu comunidad tienen el grado de instrucción necesaria para evaluar y analizar la información de los materiales que se les entregan. Conocer el grado de instrucción del

público objetivo ayuda a brindar mejor información, planificar una estrategia de acuerdo a sus conocimientos.

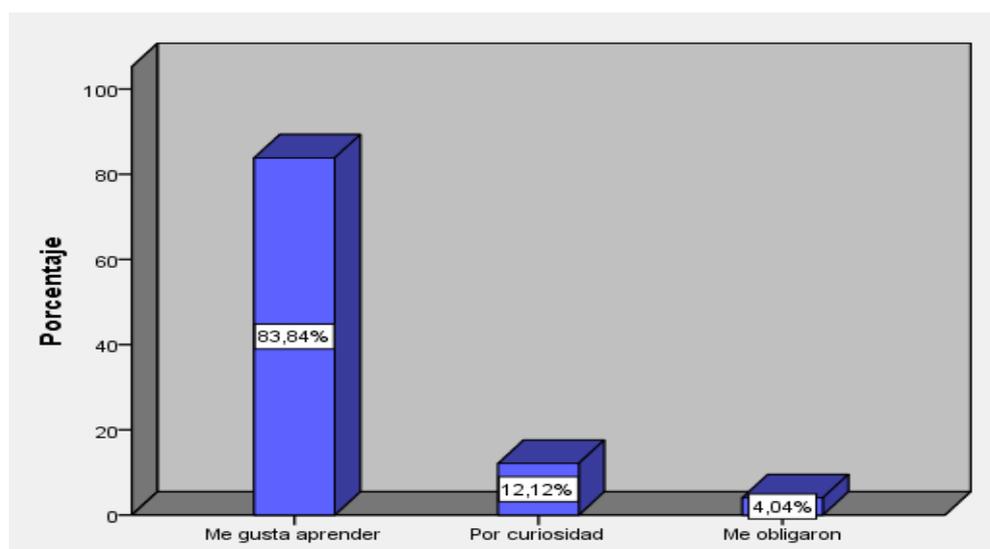
Tabla 2. Asistencia de la población para las capacitaciones.

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Me gusta aprender	83	83,8 %	83,8 %
Por curiosidad	12	12,1 %	96,0 %
Me obligaron	4	4,0 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 2. Asistencia de la población para las capacitaciones.



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 2, el 83.8% de las personas asisten a las capacitaciones del Programa Nacional de Justicia en tu Comunidad; según la tabla podemos decir que la gran mayoría asistió por voluntad propia y reforzar sus conocimientos sobre el acceso a la justicia. Leer, investigar, estudiar, interesarse por un tema y explorarlo ayuda a

enfrentar todas las diferentes situaciones que van surgiendo en la vida. El ser humano necesita tener voluntad para aprender nuevas cosas y asumir nuevos retos.

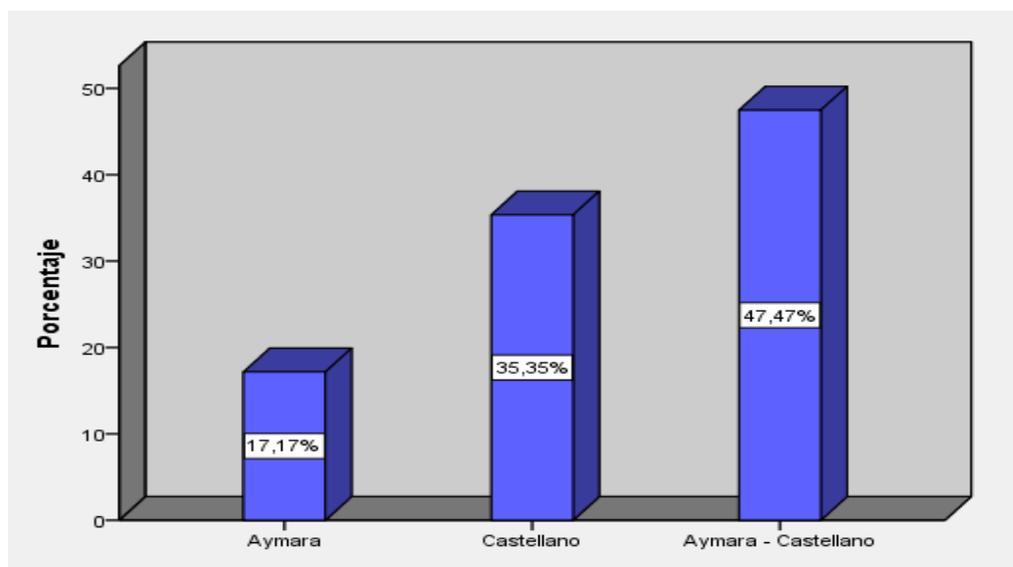
Tabla 3. Información recibida en lengua materna.

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Aymara	17	17,2 %	17,2 %
Castellano	35	35,4 %	52,5 %
Aymara-Castellano	47	47,5 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 3. Información recibida en lengua materna.



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

Los pueblos originarios poseen derechos lingüísticos, en donde se resalta que estos tienen derecho a recibir educación, acceder a la justicia y a la salud, garantizar que los servicios públicos se brinden en su propio idioma, según el literal del artículo 2 de la Constitución Política del Estado, por ello es importante construir conocimiento en la lengua materna.

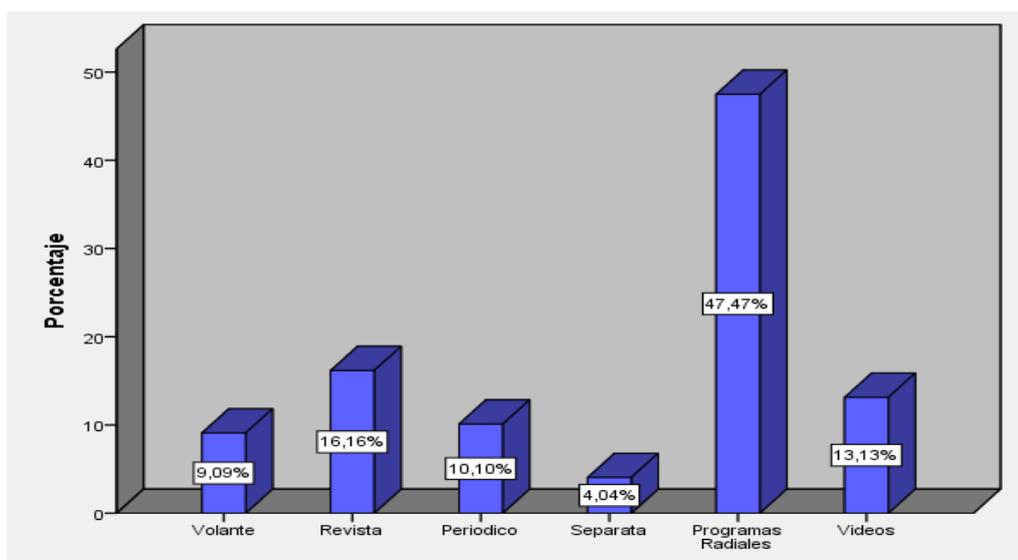
De la tabla N° 3, el 47.5% de personas indicaron que fueron capacitados en Aymara y Castellano; podemos decir que la mayoría de las capacitaciones se desarrollaron en ambas lenguas, facilitando la comprensión de los temas tratados. Las personas que reciben la enseñanza en su lengua materna obtienen mejores resultados puesto que entienden el idioma a la perfección, porque es su medio de comunicación constante. Durante las capacitaciones se observó que a los comuneros les llama la atención que los especialistas hablen su idioma, por ende, les prestan mayor atención, esta información se refleja en la entrevista realizada al coordinador del programa donde menciona que los facilitadores hablan Quechua y Aymara, estos son designados según al lugar de capacitación con la finalidad de integrarse a la comunidad y de esta forma facilitar el acceso a la justicia de personas en condición de vulnerabilidad.

Tabla 4. *Fuentes de información preferidas por la población.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Volante	9	9,1 %	9,1 %
Revista	16	16,2 %	25,3 %
Periódico	10	10,1 %	35,4 %
Separata	4	4,0 %	39,4 %
Programas Radiales	47	47,5 %	86,9 %
Videos	13	13,1 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 4. Fuentes de información preferidas por la población.

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 4, el 47.5% de personas encuestadas prefieren los programas radiales porque es un medio de comunicación que los acompaña en su quehacer diario, puesto que viven en zonas rurales y este medio es el más accesible para ellos. Conocer los medios de información que prefiere el público objetivo ayuda a segmentar los medios con mayor alcance dentro del público al que se dirige la organización, a su vez ayuda a llegar directamente a la población indicada y captar su interés. Los comuneros mencionaron que la radio les llama la atención porque es el medio que lo acerca más a la sociedad y las autoridades.

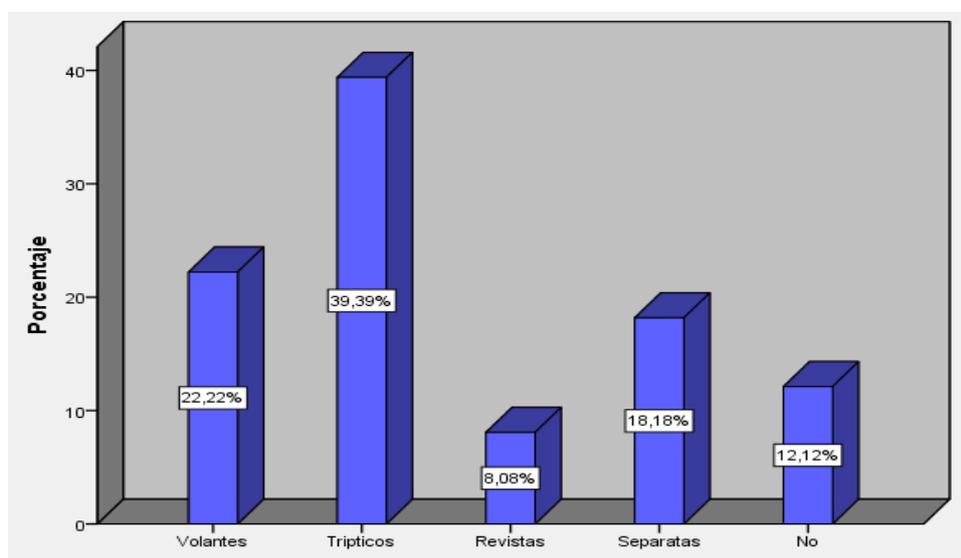
Tabla 5. *Materiales impresos que entregó el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Volantes	22	22,2 %	22,2 %
Trípticos	39	39,4 %	61,6 %
Revistas	8	8,1 %	69,7 %
Separatas	18	18,2 %	87,9 %
No	12	12,1 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 5. *Materiales impresos que entregó el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad.*



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

Al menos el 80% del aprendizaje, todavía está basado en el uso de material impreso por lo que este sigue jugando un papel especial en el proceso de aprendizaje.

(García, 2001)

De la tabla N° 5, el 39.4% mencionaron que el programa les entregó trípticos, y el 12.1% restante dijeron que no habían recibido ni un tipo de material; entonces podemos

deducir que el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad hace uso de trípticos durante las capacitaciones para informar a la población. En las fichas de observación y en la entrevista realizada se muestra que los afiches son los medios de información más utilizados por el programa cotejando con la información que se refleja en la tabla. Los materiales impresos, cobran una relevancia mayor cuando se habla de enseñanza autónoma, o enseñanza a distancia ya que son el elemento educativo más próximo a la población durante las capacitaciones. De ahí la importancia de presentar materiales que contengan ayudas extra textuales que le permitan un aprendizaje más eficaz. (Pozo, 1999)

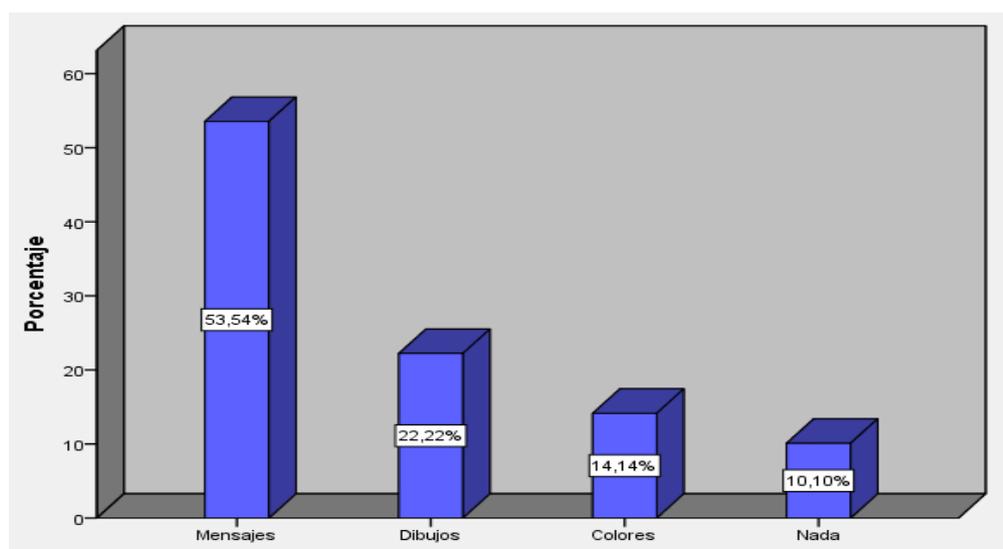
Tabla 6. *Qué recuerda la población de los materiales impresos.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Mensajes	53	53,5 %	53,5 %
Dibujos	22	22,2 %	75,8 %
Colores	14	14,1 %	89,9 %
Nada	10	10,1 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 6: *Qué recuerda la población de los materiales impresos.*



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 6, el 53.5% recuerda los mensajes que contenía el material impreso y el 10.1% no recuerda nada del material impreso que le dio el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad; entonces podemos deducir que los materiales impresos lograron captar la atención de la población, posicionándose el mensaje frente a las demás características del material. Las imágenes, mensaje, colores y demás elementos juegan un papel importante para informar a los grupos de interés, es por ello que para desarrollarla se deberá considerar el contexto al que se dirigen, evaluando los términos que se utilizaran en la estructura del mensaje; cada detalle cuenta para que el material cumpla su objetivo. En los materiales impresos debe primar el término AIDA; llamar la atención del poblador, atraer el interés del comunero, conocer los deseos del poblador y llamarlos a la acción, en este caso contextualizado al área de Comunicación para el Desarrollo.

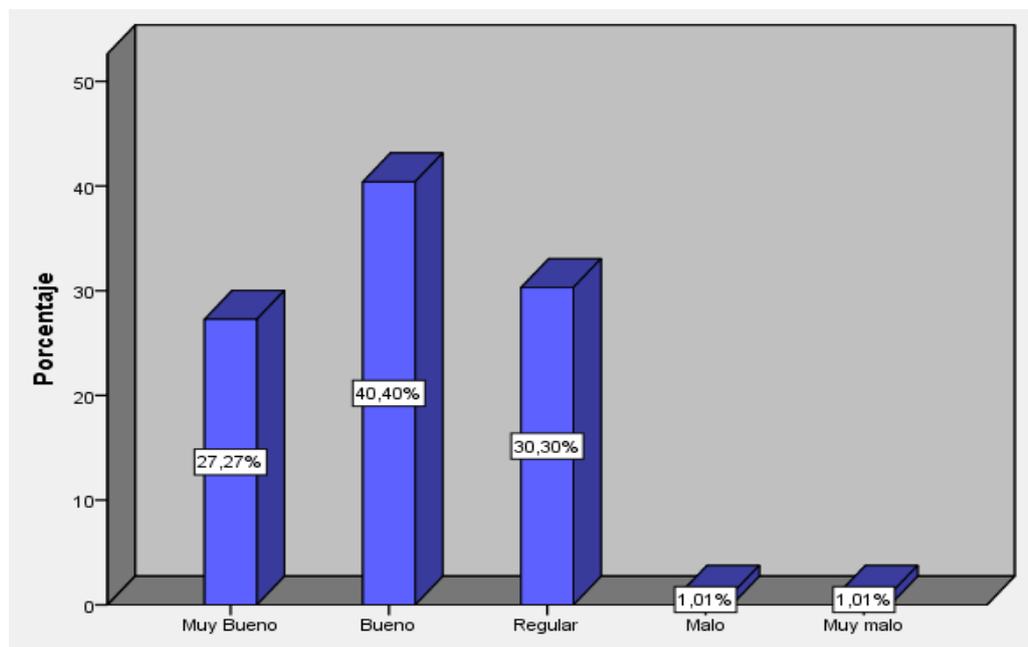
Tabla 7: *Opinión de los comuneros sobre los materiales que les brindó el programa.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	27	27,3 %	27,3 %
Bueno	40	40,4 %	67,7 %
Regular	30	30,3 %	98 %
Malo	1	1,0 %	99 %
Muy malo	1	1,0 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

GRÁFICO 7: Opinión de los comuneros sobre los materiales que les brindó el programa.



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N°7, el 40.4 % mencionan que son buenos, el 30.3% indican que los materiales son regulares; entonces podemos deducir que los pobladores consideran que los materiales entregados por el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad son buenos. Según la ficha de observación realizada, a los comuneros les gusta los materiales impresos por los temas que se desarrollan y la información que se describe en él. Conocer la calificación de los materiales impresos ayuda a mejorar la calidad de los materiales en cuanto a información y diseño, con la finalidad de ser bien interpretada por parte de los comuneros.

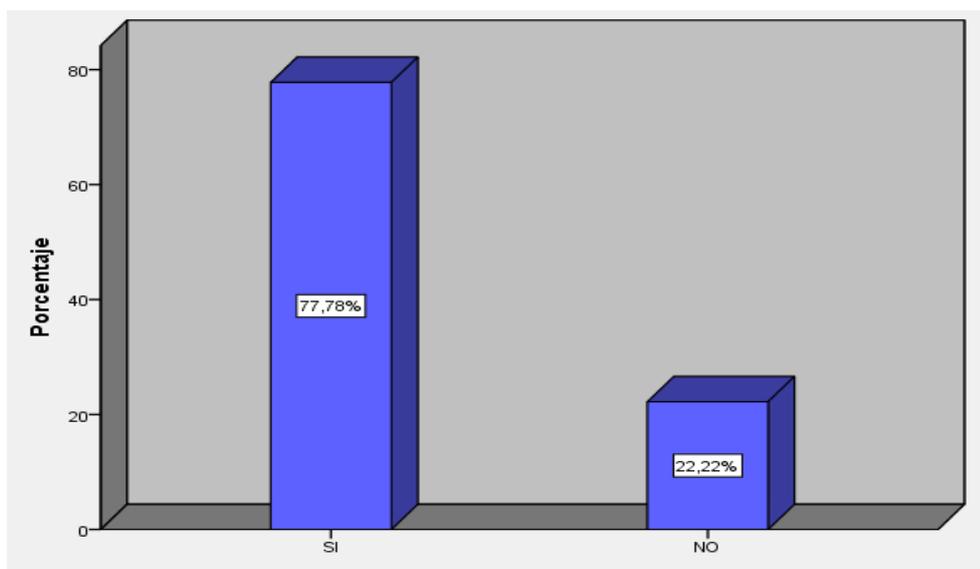
Tabla 8: Satisfacción de la información que recibió la población.

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SI	77	77,8 %	77,8 %
NO	22	22,2 %	100,0
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 8: Satisfacción de la información que recibió la población.



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 8, el 77.8% mencionan que están satisfechos con la información que contienen los materiales impresos y el 22.2% menciona que no están satisfechos con la información que se les dio; entonces podemos decir que en su gran mayoría la población está satisfecha con la calidad de la información que les brindó el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad. Conocer la satisfacción de la población en cuanto a la información brindada muestra que el programa cumple con las exigencias que tiene la comunidad respondiendo a las necesidades de información para un adecuado acceso a la justicia.

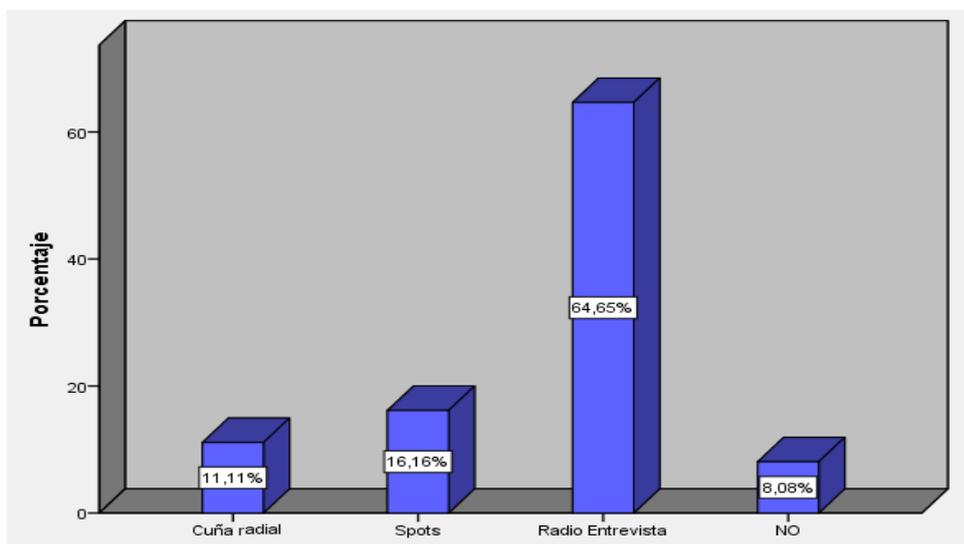
Tabla 9: Producción radiofónica para el acceso a la justicia.

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Cuña radial	11	11,1 %	11,1 %
Spots	16	16,2 %	27,3 %
Radio Entrevista	64	64,6 %	91,9 %
NO	8	8,1 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 9: Producción radiofónica para el acceso a la justicia.



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 9, el 64.7% de personas se informaron de sus derechos por medio de la radio entrevista, este fue el formato más utilizado por el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad para brindar información. Un programa radial es un espacio audiofónico de corta duración, en donde se hace uso de la palabra, la música, la voz, el sonido y el silencio. (UNICEF, 2009).

En el Perú, y en otras regiones del mundo, la radio sigue siendo un medio de información y comunicación importante en diversas poblaciones que se mantienen a pesar del desarrollo de las tecnologías de información y comunicación. La radio sigue trabajando en el acompañamiento de las rutinas de la gente de todas las edades y en todos los contextos, pero más aún en zonas alejadas o zonas rurales en los cuales el acceso a otros medios, si bien se han desarrollado, todavía es complejo y la radio es el principal medio de información, comunicación e interacción que tiene la gente. (UNESCO, 2019)

El coordinador del programa Justicia en tu Comunidad revelo que el programa de radio denominado VOZ DE JUSTICIA que se transmitía por Pachamama radio ya no se emite pese a que tenía gran acogida en las comunidades campesinas por falta de tiempo, ya que producir el programa demandaba mayor trabajo.

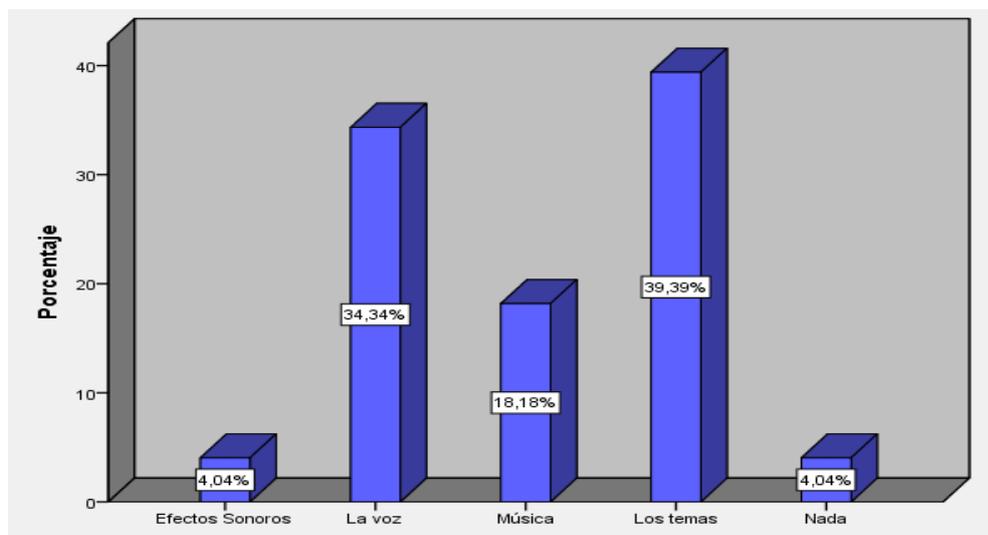
Tabla 10: *Elementos de la producción radiofónica que llama la atención de los comuneros.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Efectos Sonoros	4	4,0 %	4,0 %
La voz	34	34,3 %	38,4 %
Música	18	18,2 %	56,6 %
Los temas	39	39,4 %	96 %
Nada	4	4,0 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 10: Elementos de la producción radiofónica que llama la atención de los comuneros.



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

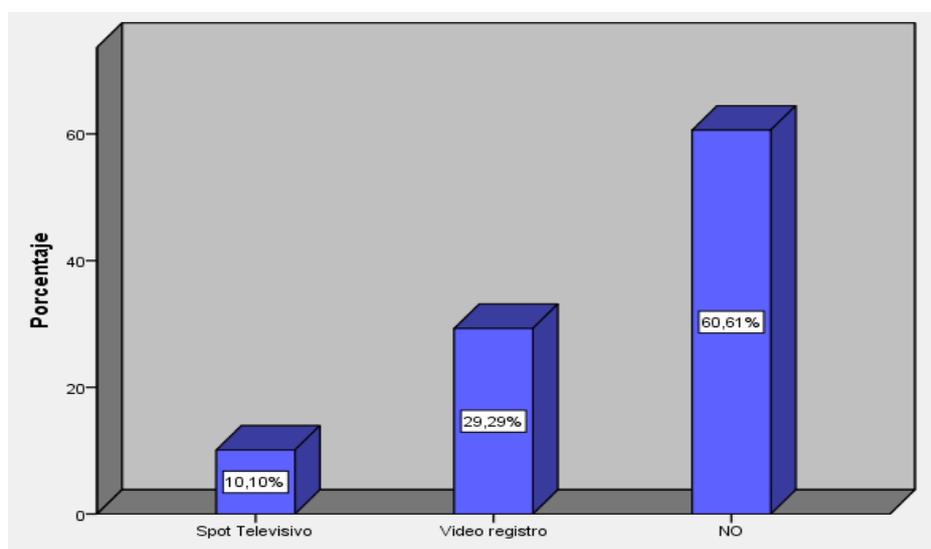
De la tabla N° 10, el 39.4% de personas mencionan que los temas que se desarrollaron captaron su atención, mientras que una minoría del 4.1% señala que no les llamó la atención ninguno de los elementos radiofónicos; según la tabla deducimos que a los comuneros les llamó atención la temática que manejaba el programa voz de justicia. En la entrevista realizada al coordinador menciona que los temas tratados en el programa eran variados, donde participan los jueces explicando diferentes temas como es la violencia familiar, trata de personas, filiación, etc. Por medio de la radio entrevista aproximaban a los magistrados con la población más vulnerable.

Tabla 11: *El programa utilizó videos.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Spot Televisivo	10	10,1 %	10,1 %
Video registro	29	29,3 %	39,4 %
NO	60	60,6 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 11: *El programa utilizó videos.*

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 11, el 60.7% de las personas encuestadas mencionan que no vio ningún tipo de video; con dichas respuestas se puede decir que el Programa Nacional Justicia en tu comunidad no utilizó videos para informar y sensibilizar a la población, pero algunos de ellos sí vieron spots televisivos por su cuenta. Un video de capacitación ayuda a que cada participante reciba la misma información y en todo momento. Según la entrevista realizada el coordinador del programa indica que, si se muestran videos, pero

en la mayoría de los casos no lo hacían, puesto que las comunidades a las que iban no tenían los medios para exponerlo.

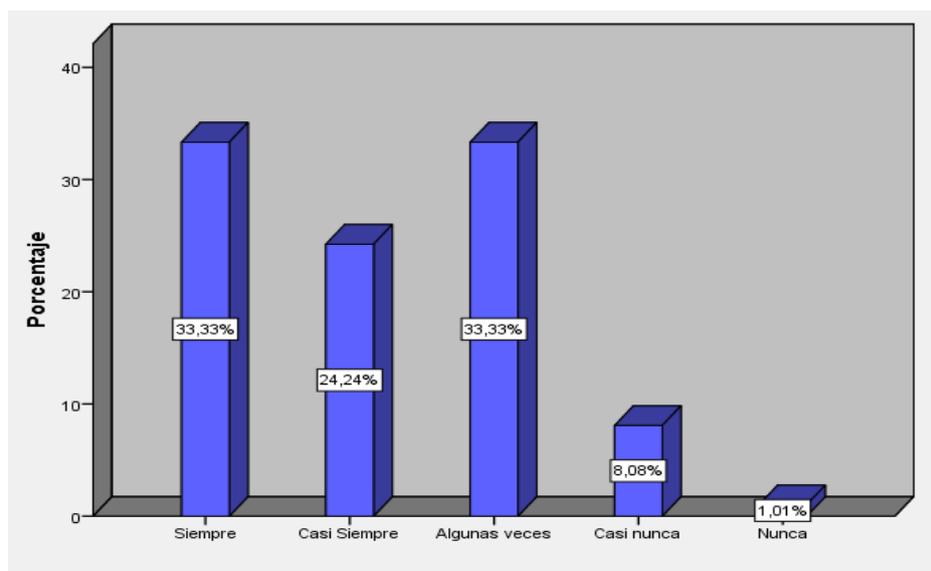
Tabla 12: *Los comuneros entienden los temas que les brindó el programa.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	33	33,3 %	33,3 %
Casi Siempre	24	24,2 %	57,6 %
Algunas veces	33	33,3 %	90,9 %
Casi nunca	8	8,1 %	99 %
Nunca	1	1,0 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 12: *Los comuneros entienden los temas que les brindó el programa.*



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

En la tabla N°12, el 33.3% indican que siempre entienden los temas que les explican y el 1% menciona que nunca entienden los temas que les brindan; según la tabla se puede deducir que los comuneros entienden en su gran mayoría los temas que les exponen los especialistas del Programa Nacional de Justicia en tu Comunidad. En la

entrevista realizada al coordinador, menciona que los comuneros participan por medio de interrogantes y se muestran interesados en aprender, esta acción hace notar que entienden los temas que se desarrolla.

Cunando se dice que se ha entendido un tema, se le puede juzgar, valorar y aplicar a otros casos similares con la finalidad de solucionar problemas de la vida cotidiana o del ámbito científico.

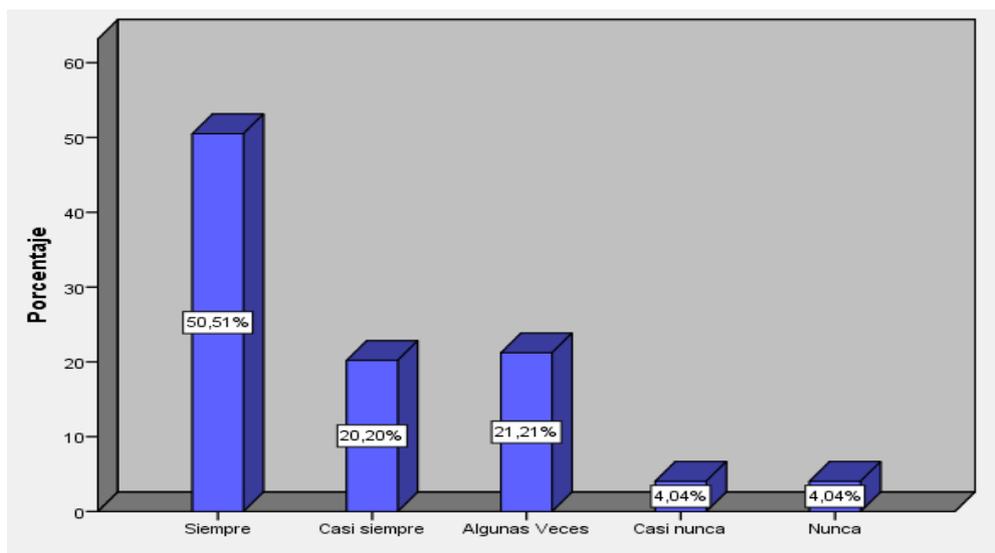
Tabla 13: *Los comuneros requieren de una ampliación de los temas.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	50	50,5 %	50,5 %
Casi siempre	20	20,2 %	70,7 %
Algunas veces	21	21,2 %	91,9 %
Casi nunca	4	4,0 %	96 %
Nunca	4	4,0 %	100 %
Total	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 13: *Los comuneros requieren de una ampliación de los temas.*



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 13, el 50.5% de personas requiere de una ampliación de la información que brinda el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad. Según la tabla, la gran mayoría de participantes requiere una ampliación de los temas que exponen los especialistas. Esta información se refleja en la entrevista realizada al coordinador, cuando menciona que el programa realiza una primera intervención con la ayuda de los personajes más representativos de la comunidad y para una posterior capacitación son los comuneros quienes buscan a la institución para que vuelvan a realizar la capacitación.

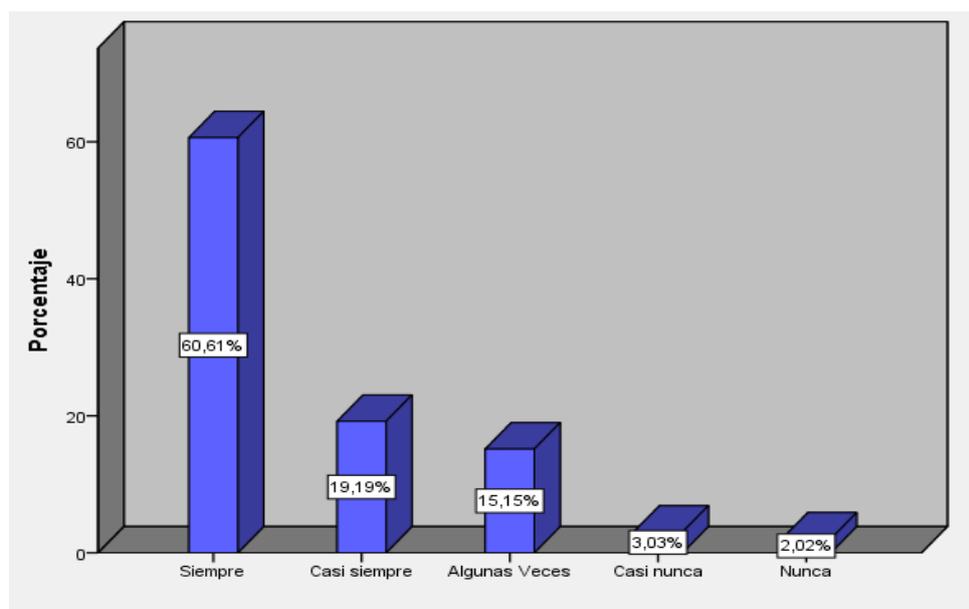
Ampliar nuestro conocimiento a través del estudio, ayuda a mejorar el vocabulario por medio de la lectura y el interés de aprender nuevas teorías, Se dice que alguien tiene amplitud de ideas cuando sabe aceptar lo que piensan otros, aunque no coincida con su criterio.

Tabla 14: *Los temas generan interés.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	60	60,6 %	60,6 %
Casi siempre	19	19,2 %	79,8 %
Algunas veces	15	15,2 %	94,9 %
Casi nunca	3	3,0 %	98,0 %
Nunca	2	2,0 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 14: *Los temas generan interés.*

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 14, al 60.6% de la población encuestada le genera interés los temas que desarrolla el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad y el 2% menciona que nunca les genera interés; podemos deducir que a la mayoría de personas capacitadas si les generó interés los temas impartidos por el programa, esta información se coteja en la entrevista y ficha de observación, en donde se menciona que los comuneros en su gran mayoría tiene la intención de involucrarse en los temas, este hecho se refleja más en las madres de familia cuando se les habla de trata te personas, violencia familiar y el bullying.

Generar interés implica una intención de advertir, involucrar, crear conciencia e instalar una actitud frente a un tema. Logrando que las personas se comprometan emocionalmente a favor de los temas.

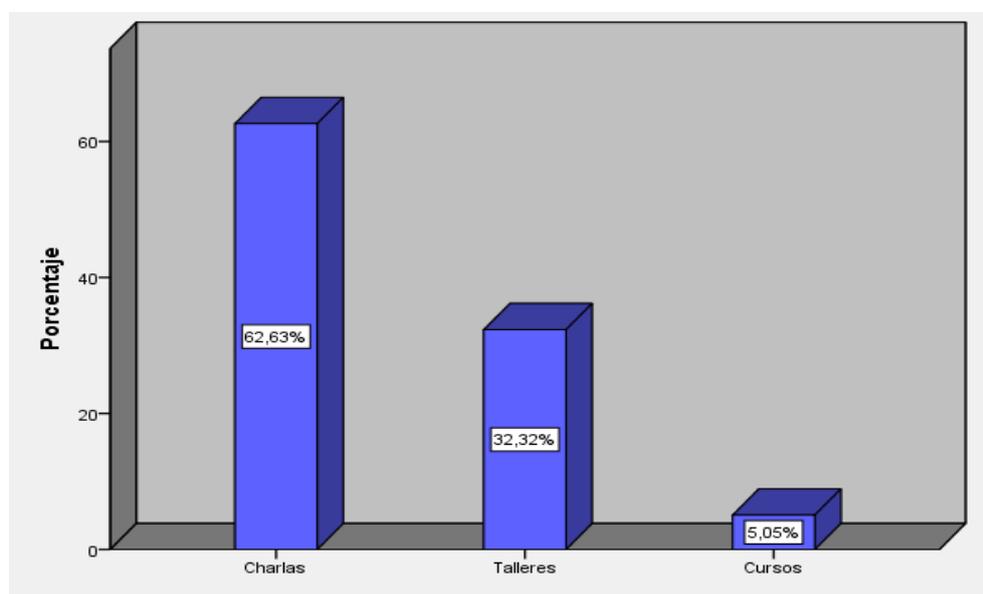
Tabla 15: Estrategias de desarrollo de capacidades aplicados por el programa nacional justicia en tu comunidad.

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Charlas	62	62,6 %	62,6 %
Talleres	32	32,3 %	94,9 %
Cursos	5	5,1 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 15: Estrategias de desarrollo de capacidades aplicados por el programa nacional justicia en tu comunidad.



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 15, del 100% de personas encuestadas el 62.6% señalan que el programa les informó por medio de charlas, el 32.3% señala que el programa les informó por medio de talleres; podemos deducir que en la gran mayoría de actividades realizadas por el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad se desarrolla por medio de Charlas de orientación y talleres para capacitar a los comuneros. Los profesionales aportan a los cursos sus conocimientos técnicos y la experiencia práctica; los especialistas fomentan

un ámbito colaborativo en donde se propicia el intercambio de conocimientos. Las técnicas grupales permiten facilitar el proceso de aprendizaje porque plantea interrogantes, abre cuestionamientos, facilita la búsqueda y estimula la provocación de conflictos.

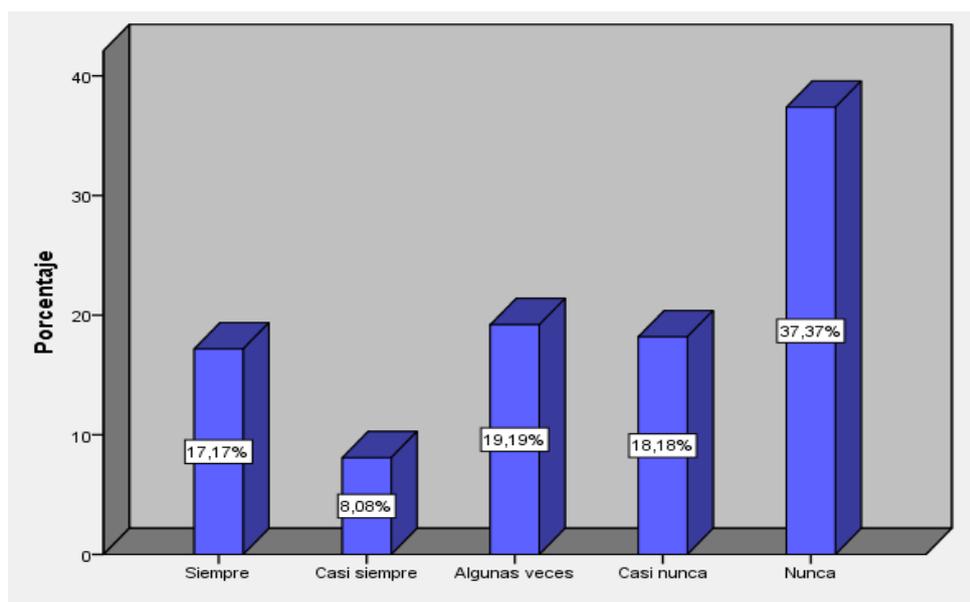
En la entrevista realizada al coordinador menciona que realizan diferentes actividades grupales, destacando los cursos, talleres, charlas y seminarios, pero el que más de ejecuta es la charla, puesto que no demanda demasiado tiempo, muchas veces los comuneros no se toman el tiempo para quedarse varias horas, puesto que tienen un día planificado para el cuidado de su ganado u otras situaciones.

Tabla 16: *Dinámicas en las capacitaciones.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	17	17,2 %	17,2 %
Casi siempre	8	8,1 %	25,3 %
Algunas veces	19	19,2 %	44,4 %
Casi nunca	18	18,2 %	62,6 %
Nunca	37	37,4 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 16: *Dinámicas en las capacitaciones.*

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 16, el 37.4% mencionan que nunca realizan ningún tipo de dinámica; según la tabla deducimos que el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad no realiza dinámica en la mayoría de sus capacitaciones. Las técnicas y dinámicas grupales son instrumentos que favorecen la participación de todos los integrantes de un grupo. A su vez, dichas técnicas posibilitan que el grupo genere conocimiento en un marco lúdico. La gran metodología de las dinámicas es el aprender haciendo e interactuando con otros.

Según la ficha de observación el programa no realiza dinámicas durante las salidas de campo, pero si las ejecuta en actividades de mayor realce, es decir cuando el programa sale de dos a mas días congregando a diversos especialistas, como al psicólogo, educadora, trabajadora social, médico y jueces.

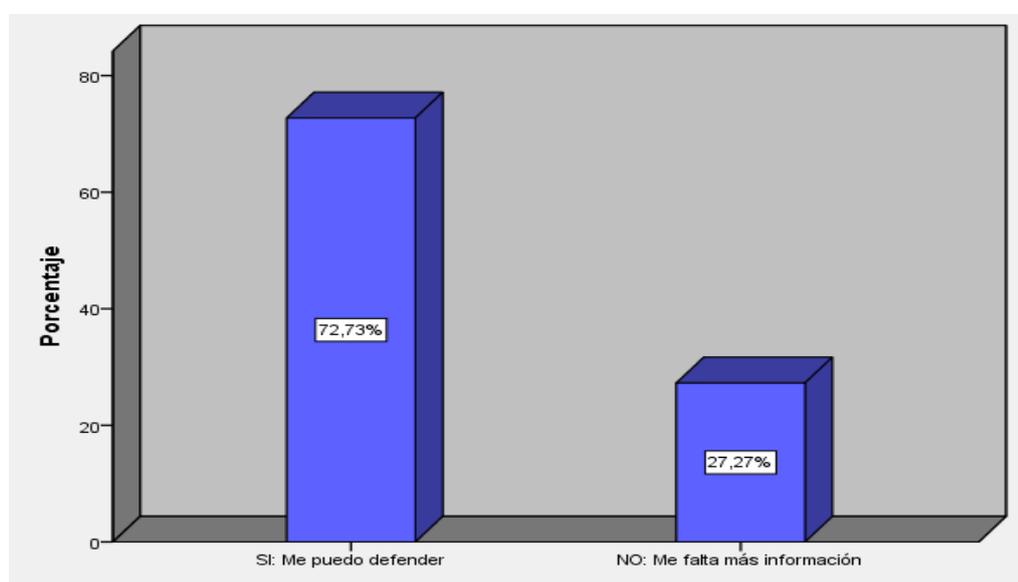
Tabla 17: *Los comuneros se sienten capacitados para el desarrollo de sus derechos.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
SI: Me puedo defender	72 %	72,7 %	72,7 %
NO: Me falta más información	27 %	27,3 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 17: *Los comuneros se sienten capacitados para el desarrollo de sus derechos.*



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 17, el 72.7% de personas mencionan que si se sienten capacitados para el desarrollo de sus derechos y el 27.3% mencionan que no están capacitados para el desarrollo de sus derechos porque les falta más información; según la tabla deducimos que la mayoría de los comuneros están capacitados para el desarrollo pleno de sus derechos y evitar vulneraciones a los mismos. La capacitación es un proceso a corto plazo, implementado para modificar los comportamientos de las personas, garantizar la

adquisición de habilidades y el conocimiento de reglas y conceptos importantes para la ejecución de sus derechos fundamentales. Según a la entrevista al coordinador la capacitación dentro de una comunidad se refleja más en las rondas campesinas, en donde se le enseña cómo administrar justicia sin vulnerar los derechos fundamentales de los demás.

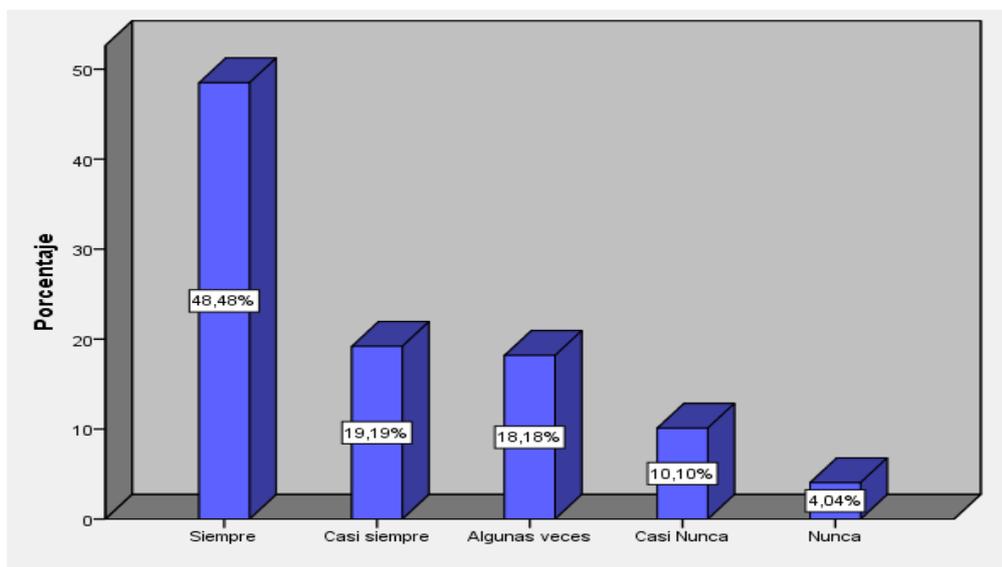
Tabla 18: *Los comuneros se sienten capaces de ayudar a otras personas.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	48	48,5 %	48,5 %
Casi siempre	19	19,2 %	67,7 %
Algunas veces	18	18,2 %	85,9 %
Casi Nunca	10	10,1 %	96,0 %
Nunca	4	4,0 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 18: *Los comuneros se sienten capaces de ayudar a otras personas.*



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

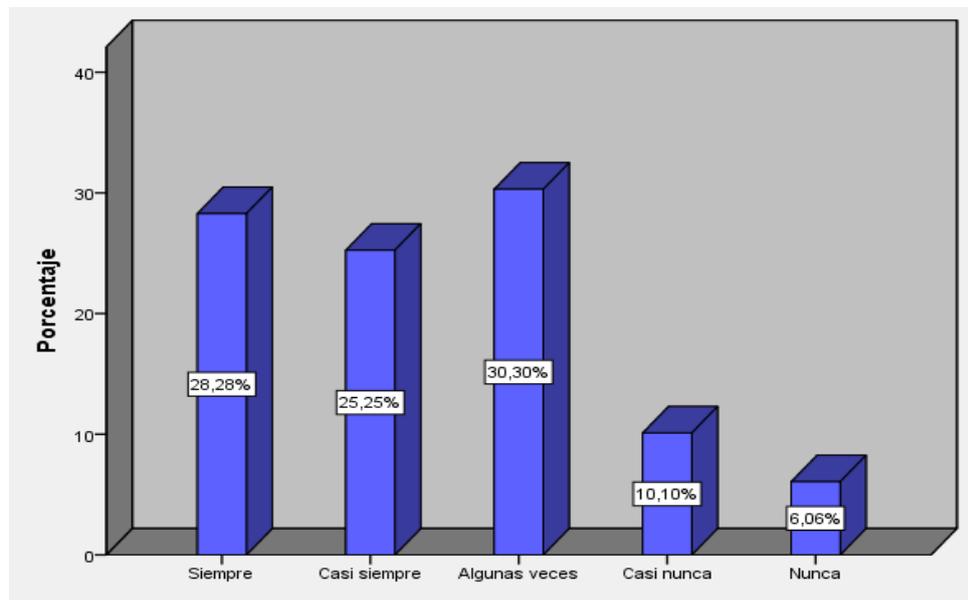
De la tabla 18, el 48.5% de personas se siente capacitado de ayudar a otras personas para acceder a la justicia y el 4% señala que nunca se sienten capaces de ayudar a otras personas; según la tabla deducimos que el programa Nacional Justicia en tu Comunidad ha logrado llamarlos a la acción, puesto que los resultados muestran que la gran mayoría de ellos son capaces de ayudar a sus semejantes. Esta información no está respaldada por ninguna fuente de información puesto que el programa no hace seguimiento a los grupos que capacita, ni realizan evaluaciones durante las capacitaciones que ejecuta.

Tabla 19: *Los comuneros opinan durante las capacitaciones.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	28	28,3 %	28,3 %
Casi siempre	25	25,3 %	53,5 %
Algunas veces	30	30,3 %	83,8 %
Casi nunca	10	10,1 %	93,9 %
Nunca	6	6,1 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 19: *Los comuneros opinan durante las capacitaciones.*

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla 19, el 25.3% de personas encuestadas mencionaron que casi siempre opina durante las capacitaciones y el 6% menciona que nunca opinan durante las capacitaciones; en este entender los comuneros del distrito de Acora la mayoría de ellos opinan durante las capacitaciones que realiza el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad. La opinión también es el concepto que se tiene respecto a algo o alguien, es una proposición donde no se tiene la confianza total sobre la verdad del conocimiento. Esto supone que se admite la posibilidad de error ya que no hay evidencia plena. Durante las capacitaciones se observó que los comuneros participan porque los temas desarrollados son acordes a la necesidad o la problemática que enfrentan.

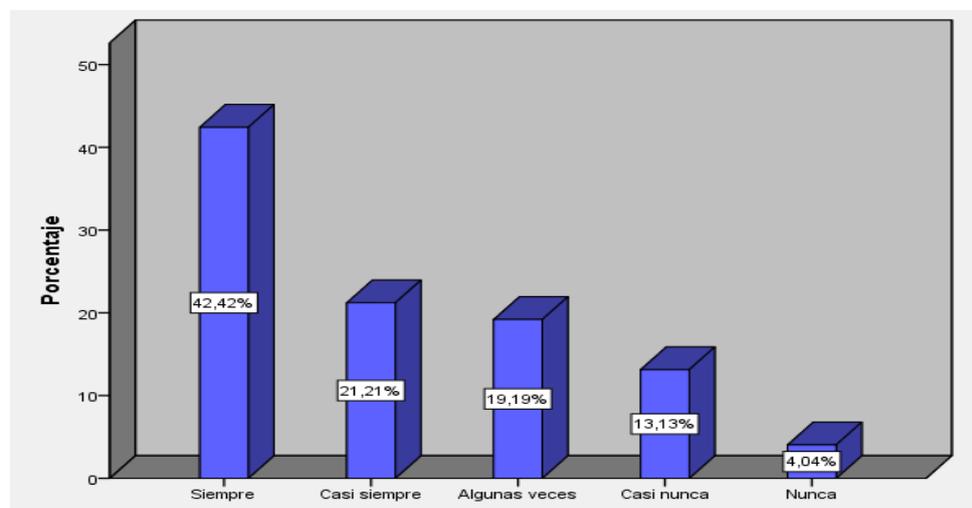
Tabla 20: *Formar un grupo orientador.*

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	42	42,4 %	42,4 %
Casi siempre	21	21,2 %	63,6 %
Algunas veces	19	19,2 %	82,8 %
Casi nunca	13	13,1 %	96,0 %
Nunca	4	4,0 %	100 %
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 20: *Formar un grupo orientador.*



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 20, el 42.4% de personas señalan que siempre tienen ganas de formar un grupo orientador y el 4% restante señala que nunca quieren formar un grupo orientado. La orientación es la acción de comunicar a una persona aquello que no sabe y que pretende conocer; según la tabla podemos deducir que a la mayoría de los comuneros han pensado en crear un grupo orientador para ayudar a sus semejantes, pero hasta el momento no hay ningún avance, ni muestras de que se organicen para lograr la creación

de este grupo. El programa solo practica dos estrategias de comunicación sobresaliendo la estrategia de información y sensibilización.

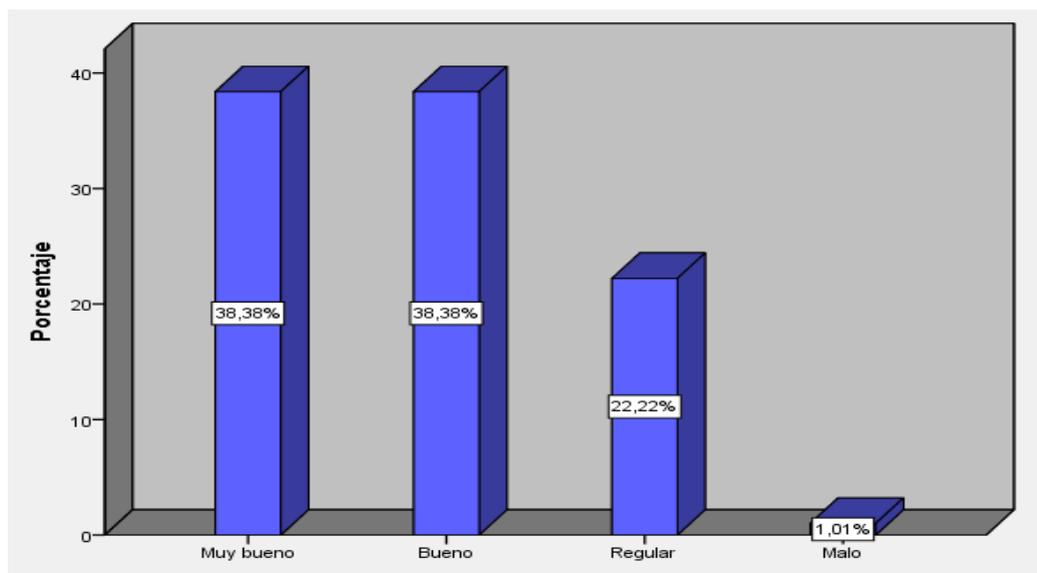
Tabla 21: Calificación del Programa Nacional Justicia en tu Comunidad.

Opinión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy bueno	38	38,4 %	38,4 %
Bueno	38	38,4 %	76,8 %
Regular	22	22,2 %	99,0 %
Malo	1	1,0 %	100 %
Muy malo	0	0,0 %	
TOTAL	99	100 %	

FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

Gráfico 21: Calificación del Programa Nacional Justicia en tu Comunidad.



FUENTE: Encuesta aplicada en Julio, Acora – Puno 2019.

Elaboración propia.

INTERPRETACIÓN:

De la tabla N° 20, el 42.4% de personas señalan que siempre tienen ganas de formar un grupo orientador y el 4% restante señala que nunca quieren formar un grupo orientado. La orientación es la acción de comunicar a una persona aquello que no sabe y

que pretende conocer; según la tabla podemos deducir que a la mayoría de los comuneros han pensado en crear un grupo orientador para ayudar a sus semejantes, pero hasta el momento no hay ningún avance, ni muestras de que se organicen para lograr la creación de este grupo. El programa solo practica dos estrategias de comunicación sobresaliendo la estrategia de información y sensibilización.

**C. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA OBSERVACIÓN REALIZADA
EN EL PROGRAMA NACIONAL JUSTICIA EN TU COMUNIDAD**

MÉTODO: Investigación cualitativa

TÉCNICA: Observación

INSTRUMENTO: Ficha de Observación

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1	PROCESO INVESTIGATIVO: PROGRAMA NACIONAL JUSTICIA EN TU COMUNIDAD
	EQUIPO DE INVESTIGACIÓN: - ANA LUCERO HANCO PINTO
FECHA: 20 DE JUNIO AL 25 DE JUNIO HORA: 10:00 AM – 13:00 PM LUGAR: Corte Superior de Justicia de Puno. Programa Nacional de Acceso a la	El Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en la ciudad de Puno coordina con los representantes, presidentes de los grupos vulnerables o comunidades campesinas, con un mes de anticipación para afinar todos los detalles y a su vez conocer la problemática que se presenta, definido ya el problema que aqueja a la población, los encargados del programa tienen una reunión semanal donde conversan sobre los temas que trataran y los

<p>Justicia de Personas en Condición de Vulnerabilidad y Justicia en tu Comunidad.</p>	<p>especialistas que convocaran para la posterior capacitación.</p> <p>Si, en la comunidad se presenta altos índices de denuncias de alimentos, filiación, reconocimiento o violencia familiar el programa lleva a especialistas quienes los atienden en la denominada Justicia itinerante. En la mayoría de los casos la población se acerca al programa con la intención de que los trabajadores judiciales realicen capacitaciones en su comunidad.</p>
--	--

FUENTE: Observación realizada en el distrito de Acora – Puno.

INTERPRETACIÓN: El Programa Nacional Justicia en tu Comunidad para lograr el acercamiento con la población más vulnerable, en primer lugar, se reúne con los líderes de estos grupos, ellos al ser parte de la comunidad ya conocen las necesidades y las problemáticas que enfrentan, es por ello que estas personas toman la iniciativa de solicitar cursos, talleres o reuniones dentro de su comunidad para que esta entidad pueda dar solución o apoyo con la finalidad de menguar las problemáticas que enfrentan sus comunidades.

<p>FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2</p>	<p>PROCESO INVESTIGATIVO: ESTRATEGIAS DE INFORMACIÓN</p>
	<p>EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ANA LUCERO HANCO PINTO
<p>FECHA: 13 DE JULIO</p> <p>HORA: 10: 00 AM – 13:00 PM</p>	<p>El programa realiza una diversidad de materiales impresos como son los trípticos, volantes, boletines y separatas con el objetivo de generar interés en la población más vulnerable, estos materiales son realizados según los intereses del programa mas no de la comunidad, puesto que</p>

<p>LUGAR: Distrito de Acora – Tambo Gilatamarca.</p>	<p>no se realiza una investigación previa para la elaboración de estos, falta la contextualización de la información.</p> <p>Los materiales están estructurados con mucha información que llamaría la atención de una persona instruida, pero cuando se habla de comunidades campesinas en su mayoría no lo son, por este motivo se observa el desinterés de las personas y en especial de las mujeres, porque algunos materiales contienen texto con palabras técnicas.</p> <p>En años anteriores realizaban un programa radial denominado “Voz de Justicia” que hoy en día ya no sale al aire puesto debido al trabajo que cuesta realizarlo y a la falta de personal.</p> <p>Crean video registro de las actividades que realizan, como encuentros, reuniones o cursos recopilando ideas y nuevas teorías, los cuales son editados y difundidos a otras sedes judiciales, pero esta información en la mayoría de las actividades no se muestra a la población, sabiendo q ver videos ayuda a llegar a las personas, ya que contiene elementos que capta la atención de las personas.</p>
---	---

FUENTE: Observación realizada en la Corte Superior de Justicia de Puno.

INTERPRETACIÓN: Las estrategias de información más ejecutadas por el Programa Nacional de Justicia en tu Comunidad son los materiales impresos, en donde se observa que los más destacados son los trípticos, volantes y separatas; los materiales no están contextualizados a la realidad que enfrentan los pueblos y a su vez están elaborados sin un estudio previo. En cuanto a medios radiofónicos no se realiza ni un tipo de material.

Si hablamos de productos audiovisuales se observa que se trabaja en gran medida, pero no se difunde dentro de las comunidades campesinas.

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 3	PROCESO INVESTIGATIVO: ESTRATEGIAS DE SENSIBILIZACIÓN
	EQUIPO DE INVESTIGACIÓN: - ANA LUCERO HANCO PINTO
FECHA: 13 DE JULIO HORA: 10: 00 AM – 13:00 PM LUGAR: Distrito de Acora – Tambo Gilatamarca.	<p>Para lograr la sensibilización dentro de las comunidades campesinas el programa hace uso de la estrategia de consumos culturales entre ellos destaca el teatro callejero de casos judiciales o problemáticas que enfrentan.</p> <p>Los temas más trabajados son violencia familiar, bulling y trata de personas. Estas actividades no se realizan en la mayoría de los casos, solo aplican esta estrategia en actividades grandes en donde tienen una participación de 150 o más personas, estas se pueden realizar de 6 o 7 veces al año. Este tipo de actividad solo lo ejecutan con personas mayores de edad, para trabajar con menores de edad suelen usar el dialogo conjuntamente con juegos lúdicos. Al final de cada intervención no se hace la consulta a los participantes del mensaje que han logrado aprender.</p>

FUENTE: Observación realizada en el distrito de Acora – Puno.

INTERPRETACIÓN: La estrategia de sensibilización utilizada por el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad son los consumos culturales entre ellos destaca el teatro callejero, esta estrategia no es aplicada en todas las actividades solo en actividades con mayor número de participantes.

<p style="text-align: center;">FICHA DE OBSERVACIÓN N°</p> <p style="text-align: center;">4</p>	<p style="text-align: center;">PROCESO INVESTIGATIVO: ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE CAPACIDADES</p>
	<p style="text-align: center;">EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p style="text-align: center;">- ANA LUCERO HANCO PINTO</p>
<p>FECHA: 24 DE JUNIO</p> <p>HORA: 10: 00 AM – 13:00 PM</p> <p>LUGAR: Distrito de Acora – Tambo Gilatamarca.</p>	<p>Para el desarrollo de capacidades el programa utiliza el dialogo aplicada en técnicas grupales entre ellas destaca las charlas, talleres, ferias informativas, seminarios y cursos. Entre las mencionadas, las más utilizadas son los talleres y charlas.</p> <p>Los cursos de capacitación en la mayoría de los casos duran en entre dos a tres horas, donde se observa en un inicio que no se hace una evaluación previa de los conocimientos que tienen los comuneros sobre los temas que van a trabajar; desarrollan las actividades con exposiciones y con la intervención de los comuneros, pero no se observa que apliquen dinámicas de algún tipo en la mayoría de las actividades.</p> <p>Para el desarrollo de estas actividades utilizan un idioma hibrido, mesclando el Aymara con el castellano solo para la presentación o para palabras clave, pero el 60% de las capacitaciones se desarrolla en castellano dificultando el entendimiento de la población. Se observa que la mayoría de las personas a pesar que entienden el castellano toman mayor interés cuando el especialista habla en su idioma. Al finalizar el curso o el taller no se evalúa el nuevo conocimiento que han adquirido.</p> <p>El programa no suele ir reiteradas veces a una zona en particular; durante el año solo van dos veces como máximo. Esto dificulta a las comunidades en el proceso de</p>

	empoderarse, puesto que no se puede lograr el cambio de actitud si no se les nutre de nuevos conocimientos reiteradas veces.
--	--

FUENTE: Observación realizada en el distrito de Acora – Puno.

INTERPRETACIÓN: Las estrategias de desarrollo de capacidades más utilizadas por el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad son las charlas y talleres, en el desarrollo de estas actividades en la mayoría de los casos no aplican las dinámicas grupales para empoderar a la población, no realizan una evaluación anticipada ni posterior a la intervención, dificultando conocer los verdaderos resultados de estas actividades.

CONCLUSIONES

PRIMERA:

Las estrategias de comunicación para el desarrollo más utilizadas por el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad en el distrito de Acora son: Información y sensibilización, y desarrollo de capacidades. La estrategia de información y sensibilización logra que los actores sociales se interesen en los temas brindados por el programa Justicia en tu Comunidad como violencia familiar, trata de personas, derechos del niño y del adolescente, entre otros. Para la ejecución de estas actividades tuvieron como aliados a los personajes con mayor credibilidad dentro del distrito de Acora. La estrategia de desarrollo de capacidades no fue aplicada adecuadamente puesto que los facilitadores no utilizan guías metodológicas, no evalúan los conocimientos previos de los actores sociales y no abren espacios de dialogo con la población.

SEGUNDA:

La estrategia de información y sensibilización es la más utilizada por el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad, desarrolladas a través de materiales impresos, entre ellos destacan: los trípticos, volantes y separatas; estos materiales lograron captar el interés de los pobladores debido a los mensajes que están plasmados. Para sensibilizar a la población más vulnerable hicieron uso de consumos culturales destacando el teatro callejero. La producción radiofónica y video no fueron aplicadas en gran medida durante la ejecución de las actividades, a pesar que en la encuesta realizada un 64% prefiere informarse por medio de la radio entrevista, porque es un medio de información, comunicación e interacción.

TERCERA:

La estrategia de desarrollo de capacidades que utilizó el programa fue mediante charlas, capacitaciones y talleres. Los facilitadores y especialistas no realizaron preguntas previas para saber el nivel de conocimiento de los actores sociales, por lo tanto, al finalizar las actividades no se sabe si se aportó en la mejora de sus conocimientos o no. Asimismo, los facilitadores durante las capacitaciones no crean un espacio de diálogo donde los actores sociales puedan expresar sus ideas con confianza y claridad. En cuanto al desarrollo de los talleres no se realiza una programación adecuada porque no utilizan guías metodológicas.

RECOMENDACIONES

PRIMERA:

El Programa Nacional Justicia en tu Comunidad debería reforzar las estrategias de comunicación para el desarrollo que aplica durante sus capacitaciones realizando sus guías metodológicas. Debe focalizar poblados con mayor problemática y evaluar los avances que se logran para generar mejores resultados.

SEGUNDA:

Para la elaboración de los materiales de información y sensibilización deberían trabajar conjuntamente con las poblaciones más vulnerables, para que estos tengan mejores resultados y aceptación. Deberían reforzar la producción radiofónica debido a que es un medio que conecta a los poblados más alejados de la región y tiene un alto índice de preferencia dentro de las comunidades.

TERCERA:

En la ejecución de la estrategia de desarrollo de capacidades deberían aplicar la evaluación, posterior a las capacitaciones, para conocer cuánto de la información brindada han podido aprender los comuneros haciendo uso de las dinámicas grupales y los trabajos en equipo, con la finalidad de optimizar día a día la metodología de enseñanza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acunzo, M. Pafumi, M. & Stella, M. (2016). *Manual de Comunicación para el Desarrollo Rural*. Roma: FAO.
- Alfaro, R. (2006). *Otra brújula, innovaciones en comunicación para el desarrollo*. Lima, Perú: Editorial Calandria Lima.
- Alfaro, R. M. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo: para el diálogo entre el norte y el sur*. Lima, Perú: Editorial Calandria. Lima.
- Barreda Ruiz, E. (2012). *Estrategia de Comunicación: Prevención de conflictos, desarrollo de acuerdos y construcción de la paz en comunidades con personas internamente desplazadas en Chiapas, México*.
- Beltrán L, J., y Pérez S, F. (2004). *El Proceso de Sensibilización*. Madrid, España: Fundación Encuentro.
- Brönstrup, C., & Godoi, E., & Ribeiro, A. (2007). *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional*. Signo y Pensamiento, XXVI (51), 26-37.
- Bustincio, C. (2016). *Influencia de las estrategias comunicacionales en la promoción de una maternidad saludable y segura en el centro de salud Vallecito – Puno 2015* (Tesis de grado). Universidad Nacional del Altiplano. Recuperado de: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8046>
- Cari, E., & Churata, E. (2017). *Análisis comparativo de las estrategias de comunicación entre el proyecto de construcción del sistema de riego tecnificado pucara y el proyecto mejoramiento y ampliación del servicio de agua y sistema de riego*

yocará periodo 2015 (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno.

Carrillo, H & García, I. (2015, 10 de Julio). Debate: ¿Se debe exigir la enseñanza del quechua? *El Comercio*.

Castro V, O., & Castillo, C. I. (2012). *Sensibilización y disposición al cambio en la formación de formadores: Perspectivas y retos*. Revista Electrónica Educare, 16, 73-80.

Coy, L. (2012). *Evaluación de las estrategias de comunicación para la erradicación de la violencia y discriminación de género de la defensoría de la mujer indígena*. (Tesis de grado). Universidad de San Carlos de Guatemala.

Duarte, E. (2003). *Por una epistemología de comunicación*. São Paulo, Brasil: Loyola, pp. 41-54.

Espinosa, M. (2003). *La comunicación y el desarrollo local: Estrategias de comunicación para promover el compromiso de la población del distrito de Máncora con su plan integral de desarrollo*. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú.

Expósito, M; Grundmann, G; Quezada, L & Valdez, L. (2001). *Preparación y ejecución de talleres de capacitación: una guía práctica*. Santo Domingo: Centro Cultural Poveda.

FAO. (2007). *Comunicación y Desarrollo Sostenible: Selección de la 9 na mesa redonda de las Naciones Unidas sobre comunicación para el desarrollo*. Recuperado de: <http://www.fao.org/docrep/pdf/010/a1476s/a1476s00.pdf>.

Farné, A. (2017). *Comunicación para el Cambio Social*. Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social "Disertaciones", [S.l.], v. 10, n. 1, p. 177-179. Fecha de acceso: 14 noviembre 2018. Recuperado de:

<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4601>.

Galindo,C.J. (2011). *Comunicación estratégica e ingeniería en comunicación social*. Razón y palabra, vol. 16, número 75, Febrero – abril. [Versión Adobe Digital Edition]. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706016>

Gutiérrez, W. (2015). Informe La Justicia en el Perú: Cinco grandes problemas. Lima, Perú: El Búho E.I.R.L

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010) *Metodología de la Investigación*, 4ta Edición, México: McGraw Hill. Recuperado

Kolshus,K; Matras, F; Treinen, S & Van der Elstraeten, A. (2014). Ficha de buenas prácticas: organizar una feria del conocimiento. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/a-aq228s.pdf>

Leon, A. (2017). *Estrategias de comunicación del proyecto empoderamiento de la mujer en el movimiento Manuela Ramos de la región Puno del 2014*. (Tesis de grado). Universidad Nacional del Altiplano. Recuperado de:

<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8046>

Martín, S. (1993). *Teoría de la Comunicación*. 1. Epistemología y análisis de la referencia. (3ª.ed.). México: Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán.

- Mendoza M, F., & Terranova R, J., & Zambrano C, V., & Macías Loor, M. (2014). *Estrategias de sensibilización y atención para la generación de interés en el aprendizaje de lengua*. International Journal of Developmental and Educational Psychology, 3 (1), 17-30.
- Navarro, J. (2015). *Definición ABC*. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/radioteatro.php>
- Orgollo, C. (2007). *Manual de Comunicación*. Madrid. España: Dykinson S.L.
- Pafum, M. (2018). *Diagnóstico participativo de comunicación para el desarrollo con jóvenes rurales de Guatemala*. Roma, Italia: FAO.
- Peppino, B. (1991). *Radiodifusión Educativa*. México: Gernika-UAM Azcapotzalco.
- Pino, D. V. (Julio de 2014). Scielo. [Versión Adobe Digital Edition] Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/laven/v5n40/v5n40a3.pdf>.
- PNUD. (2011). *Comunicación para el desarrollo*. Nueva York: QUO Bangkok.
- Pozo, M. (1999) *Aprendices y maestros. La nueva cultura del aprendizaje*. Madrid: Alianza Editorial.
- Real Academia Española. (2019). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>
- Rosal, A. (2015). *Campaña de Comunicación social para prevenir la violencia intrafamiliar*. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar.
- SERVINDI. (2015). *La Radio Popular: manual de capacitación* (1ª ed.). Lima, Perú: Sinco Editores.

Tinoco, A. (2014). *Desafíos comunicacionales en la campaña de salud Pública Peruana: Estrategia comunicacional de la campaña Prevención del Embarazo Adolescente efectuado por el ministerio de Salud (2010 - 2012)*. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú.

Ucha,F. (2012). *Definición ABC*. Recuperado de:

<https://www.definicionabc.com/general/cortometraje-corto.ph>

UNICEF (2006) *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*: Buenos Aires, Argentina.

UNICEF. (2006). *Desarrollo de capacidades para el ejercicio de la ciudadanía*. Buenos Aires, Argentina.

UNICEF. (2006). *Información para el Desarrollo*. Buenos Aires, Argentina.

UNICEF. (2006). *Participación de niños, niñas y adolescentes*. Buenos Aires, Argentina.

Universidad de Granada. (2015). *Técnicas de comunicación oral*. (2da ed.). España.

Velasco, M.T., M.C. Cadiz, & M.F. Lumanta. (1999). *Implementing Social Marketing and Social Mobilization Plans. En DEVC 208: Communication and Social Marketing*. Laguna, Filipinas: University of the Philippines Open University.

ANEXOS

ANEXO 1: ENTREVISTA

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: Nemio Jilari Mamani, Secretario técnico de la comisión distrital de Acceso a la Justicia de Personas en Condición de Vulnerabilidad y Justicia en tu Comunidad de la Corte Superior de Justicia de Puno.

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR: Ana Lucero Hanco Pinto

FECHA DE LA ENTREVISTA: 15 de junio del 2019

PROGRAMA NACIONAL JUSTICIA EN TU COMUNIDAD

1. **¿Cuál es el objetivo principal del Programa Nacional Justicia en tu Comunidad?**

El objetivo es que el Poder Judicial no sea entendida como una entidad sancionadora, si bien es la naturaleza emitir sentencias y la labor jurisdiccional, pero a través del Programa Nacional Justicia en tu Comunidad lo que se busca es impulsar, difundir políticas preventivas en la sociedad.

2. **¿Cuáles son los componentes del Programa Nacional Justicia en tu Comunidad?**

En el programa trabajamos el acceso a la justicia, tenemos 11 ejes según el Plan Nacional de Acceso a la Justicia dentro de ellos están los niños, adolescentes, personas con discapacidad, adulto mayor, internos, la victimización, género, comunidades campesinas, promoción y difusión de las 100 reglas de Brasilia.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

3. **¿Cuáles son las estrategias de comunicación implementadas en el programa?**

Cuando nosotros salimos al campo, identificamos al público al que vamos a llegar, el Poder Judicial en un primer momento no es bien recibida por la población por ser una entidad inquisitiva sancionadora, porque hay alguien que va salir beneficiada con una sentencia y otra que no va ser beneficiada, y eso

implica que una de las partes va decir que se hizo justicia y otra que no, entonces nosotros para poder llegar a ellos tenemos en consideración esa apreciación que ellos tienen del programa, lo que buscamos como estrategias es conocer a sus líderes que tienen legitimidad dentro de la población y encontramos ahí, presidentes de organizaciones, vaso de leche, presidentes de comunidades campesinas, con los cuales entablamos un diálogo de acuerdo a ello se hace una planificación, se focaliza a quienes nos vamos a dirigir y una vez focalizados impulsamos la actividad que se tenga que realizar.

4. ¿Qué estrategias de comunicación tuvieron mayor impacto en el programa?

El haber adoptado como estrategia la identificación a quienes tienen legitimidad dentro de la población, porque puede ser que la comunidad tenga un presidente pero que no tiene legitimidad nosotros no podemos llegar a la población, por ejemplo, en las rondas campesinas sus representantes tienen mucha legitimidad dentro de su organización, tenerlos a ellos como aliados nos permite llegar con mayor eficiencia a nuestro público.

5. ¿Cree Ud. que el impacto del programa es mayor con el uso de las estrategias de comunicación? ¿Por qué?

Si porque es necesario implementar nuevas estrategias que nos sigan permitiendo llegar a la población, consideramos que debemos seguir trabajando en ese tema.

La experiencia de haber generado un cambio se percibe en su mayoría dentro de las rondas campesinas, ese trabajo no supera los 10 años como institución hasta antes de aproximarnos a ellos nuestra relación era indiferente pero al adoptar estas políticas de acercamiento a la población con los dirigentes y por medio de ellos ha permitido que el Poder Judicial este legitimado dentro de ellos y nosotros también le damos un reconocimiento, la constitución también lo permite, tienen una labor jurisdiccional

6. De forma general ¿Cuál fue el aporte principal de las estrategias de comunicación para alcanzar los objetivos del programa?

El legitimar al Poder Judicial y aproximarnos con la población por ejemplo en las rondas campesinas, nosotros tenemos nuestra fuerte presencia ahí, el sistema de administración de justicia está constituido por el Poder Judicial, el Ministerio Público, la Defensa Pública, la policía Nacional, de todos ellos quien

tiene mayor presencia y legitimidad dentro de una organización es el Poder Judicial y gracias a esas estrategias de aproximarnos sus líderes y hablarles en su propio idioma. Trabajar con comunidades Aymaras y quechuas nos obliga a tener profesionales q hablen estos idiomas para dar las charlas de orientación.

7. Los comuneros participan consiente y activamente de las actividades que realiza el programa

Considero que si, en las capacitaciones que hemos desarrollado se a tenido una fuerte presencia de los comuneros abecés estas reuniones se prolongan debido a las preguntas y consultas que se realizan de manera personal. Un tema que influye bastantes es que es el Poder Judicial porque la población no tiene la oportunidad de preguntarle a un juez y es muy distinto preguntarle a un representante de la DEMUNA puesto que estas instituciones no tienen la connotación que tiene el Poder Judicial. Actualmente tenemos un respaldo en las salidas de campo por parte de la población debido a que llevamos especialistas en diferentes ramas y esto hace que pregunten de manera reservada los problemas que los aquejan.

INFORMACIÓN

8. Al momento de brindar información ¿Segmentan su población?

Si, debido a que tenemos muchos grupos de trabajo, la temática que desarrollamos va a cambiar mucho si trabajamos con comunidades campesinas o si son para jóvenes, va depender mucho el tipo de público objetivo que tengamos. Si en una reunión vienen grupos diferentes, tratamos temas que pueda servirles a todos los grupos como la responsabilidad como familia, el rol de las personas.

9. ¿Cuál es el mensaje o contenido de la información que brindan en sus actividades?

En la mayoría de las comunidades tocamos temas de violencia familiar, tenemos grandes índices que señalan que las mujeres sufren mayor vulneración y una especie de idiosincrasia donde las mujeres no hacen las denuncias, las personas más vulnerables terminan siendo ellas y los niños y en algunos casos los adultos mayores.

Tocamos problemas que se reflejan en la sociedad, falta de alimentos, infracciones con la ley penal contamos con jueces de familia que brindaran información

socioeducativa. Frente a un problema que existe en la sociedad la entidad que va dar respuesta es el Poder Judicial, la respuesta que se emite es a través de una resolución, nosotros por medio del programa lo realizamos de manera preventiva y tenemos como responsabilidad de abordar esos temas focalizando también al público e identificando los lugares en donde hay mayor incidencia.

10. ¿Qué estrategias de información aplican dentro de las comunidades campesinas?

Para poder comunicarnos con ellos nos adaptamos al tipo de idioma que hablan ellos, si es una población Aymara llevamos especialistas que hablen ese idioma, evaluamos el nivel educativo de acuerdo a ello realizamos la actividad, contamos con materiales de información que son los trípticos, dípticos o algunas producciones audiovisuales, en alguna oportunidad hemos realizados teatros para que pueda ser mucho más exquisito en la sensibilización.

11. ¿Consideran que la información que brindan es relevante para los comuneros?

Si porque les brindamos información de acuerdo a la problemática que enfrentan, un tema que estamos trabajando bastante fuerte es Justicia Itinerante esta actividad se hace porque identificamos que en esos lugares hay madres con hijos no reconocidos, una vez que se ha focalizado sus necesidades se lleva este servicio, recogemos la demanda y se ahorra tiempo; ellos tienen un acceso efectivo al servicio de administración de la justicia, estas actividades están acompañadas de una charla de sensibilización.

12. ¿Qué materiales de información se elaboraron de acuerdo a las necesidades de la población?

Elaboramos trípticos, dípticos, algunas veces boletines y diapositivas en los diferentes temas; se tienen materiales elaborados para todo el año según la temática que se realizará en las actividades, Los materiales impresos no necesariamente se realizan según a la población.

SENSIBILIZACIÓN

13. ¿Cómo sensibilizan a la población?

Tenemos un equipo multidisciplinario conformado por un médico, psicólogo, trabajadora social y una educadora al margen de los jueces; son ellos quienes juegan un papel muy importante cuando salimos a realizar este tipo de charlas, en

cuanto a la sensibilización ellos adoptan sus propias mecánicas de acuerdo al grupo al que se informará.

14. ¿Qué estrategias de sensibilización aplican durante sus actividades?

Los materiales son de acuerdo al público objetivo que tengamos, en el caso de niños la educadora lleva juegos lúdicos, mientras que los psicólogos sensibilizan por medio del dialogo. El equipo multidisciplinario trabaja orientándolos por medio de dinámicas y juegos lúdicos para enseñarles sobre sus derechos, esto en cuanto a la sensibilización de los niños; con las personas mayores realizamos dramatizaciones con casos reales para que conozcan cómo deben actuar frente a un tema que vulnere sus derechos.

15. ¿Cuánto tiempo dura la sensibilización dentro de una comunidad?

Las actividades están planificadas para dos a tres horas, pero esto dependerá de la intervención de la población, generalmente estas reuniones se prolongan. No tenemos un tiempo específico.

DESARROLLO DE CAPACIDADES

16. ¿Ustedes consideran que aportan con el desarrollo de capacidades de los comuneros?

Consideramos que, si se ha hecho un gran avance, se ha aportado con el desarrollo puesto que se les fortalece bastante en la aplicación de la Justicia Comunitaria, ellos hacen uso de este medio de justicia de acuerdo a sus usos y costumbres sin afectar el derecho fundamental de las personas.

17. ¿Cómo promueven el desarrollo de capacidades dentro de las comunidades campesinas?

Por medio de encuentros, congresos donde participan las comunidades campesinas en mesas de trabajo, plenarias es ahí donde ellos tienen una participación activa.

18. ¿Cuáles son las técnicas que utilizan para el desarrollo de capacidades?

Congresos, encuentros, talleres

19. ¿Qué capacidades se ha logrado desarrollar luego de implementada las capacitaciones?

A sido fortalecer la capacidad de administrar Justicia, es en ese tema que se incide más para que no vulneren sus derechos fundamentales de las demás personas cuando administran Justicia.

20. ¿Qué capacidades faltan reforzar dentro de las comunidades campesinas?

Falta reforzar la educación, a nivel de las comunidades campesinas tenemos un alto índice de personas que requieren educación de calidad, reforzar la autoestima en las mujeres puesto que muchas de ellas son víctimas de violencia familia, estamos en un sistema donde predomina bastante el machismo, falta reforzar el tema de la igualdad de género dentro de las comunidades campesinas.

21. ¿El programa hace una evaluación previa antes de capacitar a los comuneros sobre un determinado tema?

Al inicio de los talleres se suele preguntar y ver cuánto saben del tema, se desarrolla la actividad se absuelven las interrogantes, pero nos falta implementar la evaluación después de las capacitaciones.

22. ¿El programa evalúa la eficiencia de su intervención dentro de una comunidad?

Nosotros después de las capacitaciones realizamos un informe de cada actividad que ejecutamos, pero si hablamos de evaluar los resultados que se tiene de las actividades es un punto que nos hace falta reforzar y trabajar pero que se irá dando con el tiempo. Puesto que los resultados no son inmediatos, cambiar actitudes es un trabajo de años.

ANEXO 2: CUESTIONARIO

El siguiente cuestionario tiene por finalidad determinar las estrategias de comunicación que utiliza el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad – Distrito de Acora

Nombre: _____ Sexo () Edad ()

Marque con una (X) la opción de su preferencia.

1. ¿Qué grado de instrucción tiene usted?

Sin grado de instrucción	
Inicial	
Primaria	
Secundaria	
Superior	

2. ¿Por qué participaste en el Programa Nacional Justicia en tu Comunidad?

Me gusta aprender	
Por curiosidad	
Me obligaron	

3. ¿La información que recibiste fue en tu lengua natal?

SI	Aymara	
NO	Español	
En ambas lenguas	Aymara - Castellano	

4. ¿Cuáles son las fuentes de información preferidas para Ud.? (Puede marcar más de una opción)

Volantes	
Revistas	
Periódicos	
Fólderes informativos	
Programas Radiales	
Videos	

5. ¿El proyecto te hizo entrega de material impreso?

SI	Volantes	
	Afiches	
	Revistas	
	Historietas	
	Periódicos	

	Separatas	
NO		

6. ¿Qué recuerdas del material que te entregaron?

Mensaje	
Dibujos	
Colores	
Nada	

7. ¿Qué opina usted sobre los materiales que le brinda el programa?

Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	
Muy malo	

8. ¿Requiere de una ampliación de los temas que se le explican?

Siempre	
Casi Siempre	
Algunas veces	
Casi Nunca	
Nunca	

9. ¿Está usted satisfecho con la información que se le dio a conocer?

SI	
NO	

10. ¿Escuchaste alguna vez en la radio sobre sus derechos?

SI	Programas educativos	
	Cuña Radial	
	Spots	
	Radioteatros	
	Radio Entrevista	
NO		

11. ¿De eso que escucho que le llamo la atención?

Efectos sonoros	
La Voz	
Música	
Los temas	
Nada	

12. ¿El programa te dio a conocer por medio de videos?

SI	Spot televisivo	
	Cortometrajes	
	Video Registro	
	Otros	
NO		

13. ¿Usted entiende los temas que le brinda el programa?

Siempre	
Casi Siempre	
Algunas veces	
Casi Nunca	
Nunca	

14. ¿Los temas tratados le generaron interés?

Siempre	
Casi Siempre	
Algunas veces	
Casi Nunca	
Nunca	

15. Durante el desarrollo de las capacitaciones las personas del proyecto te enseñaron a través de: (Puede marcar más de una opción)

Charlas	
Talleres	
Ferías Informativas	
Cursos	

16. ¿Durante el desarrollo de los talleres realizaron dinámicas grupales?

Siempre	
Casi Siempre	
Algunas veces	
Casi Nunca	
Nunca	

17. ¿Te sientes una persona capacitada para el desarrollo de tus derechos?

SI	¿Por qué?:
NO	¿Por qué?:

18. ¿Usted se siente capaz de ayudar a otras personas para acceder a la justicia?

Siempre	
Casi Siempre	
Algunas veces	
Casi Nunca	
Nunca	

19. ¿Cuándo usted asiste a las capacitaciones opina?

Siempre	
Casi Siempre	
Algunas veces	
Casi Nunca	
Nunca	

20. ¿Le gustaría formar un grupo orientador sobre los temas tratados?

Siempre	
Casi Siempre	
Algunas veces	
Casi Nunca	
Nunca	

21. ¿Usted cómo calificarías al programa?

Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	
Muy malo	

GRACIAS POR SU TIEMPO

ANEXO 3: FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN N°	PROCESO INVESTIGATIVO:
	EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:
FECHA: HORA: LUGAR:	