

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

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



**MATERIALES IMPRESOS SOBRE USO Y ACCESO A LA TIERRA  
COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DE LA ASOCIACIÓN  
SERVICIOS EDUCATIVOS RURALES DE LA COMUNIDAD  
IÑACAYA, PICHINCUTA Y HUECO CUCHU, PERIODO 2019**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. VANESSA YURNEK SULLA MAMANI**

**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**

MATERIALES IMPRESOS SOBRE USO Y ACCESO A LA TIERRA COMO ESTRATEGIA  
COMUNICACIONAL DE LA ASOCIACIÓN SERVICIOS EDUCATIVOS RURALES DE  
LA COMUNIDAD DE ÑACAYA, PICHINCUTA Y HUECO CUCHU, PERIODO 2019

**TESIS PRESENTADA POR:**

Bach. VANESSA YURNEK SULLA MAMANI

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:**

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

**APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:**



**PRESIDENTE:**

  
\_\_\_\_\_  
Dr. ELAND DICK VERA VERA

**PRIMER MIEMBRO:**

  
\_\_\_\_\_  
M.Sc. PERCY GOMEZ BAILON

**SEGUNDO MIEMBRO:**

  
\_\_\_\_\_  
Dr. WALKER ERNESTO ARAGÓN CRUZ

**DIRECTOR / ASESOR:**

  
\_\_\_\_\_  
Lic. FERMÍN EDGAR GÓMEZ PINEDA

**Área : Comunicación para el desarrollo**

**Tema : Materiales Impresos**

**FECHA DE SUSTENTACIÓN: 26 de diciembre de 2019**

## DEDICATORIA

*Todo el esfuerzo y trabajo que puse para la realización del presente trabajo de tesis, lo dedico con todo cariño y amor a mi madre MATILDE, por su incondicional y permanente apoyo, por su confianza, por su paciencia y su buena voluntad para poder realizarme como profesional...*

*A mi mamá grande Vicenta, y a toda mi familia por el cariño, el ejemplo y la humildad que me inspiró siempre...*

*A una persona muy especial que me acompaña en todo momento, por su amor, comprensión y apoyo, J. Wilbert...*

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Nacional del Altiplano por brindarme la oportunidad de  
crecer profesionalmente.*

*A Ciencias de la Comunicación Social por brindarme nuevos conocimientos y  
conocer a grandes amistades; a cada uno de mis docentes que compartieron sus  
saberes durante el proceso de mi formación profesional.*

*A mi asesor Fermín Gómez Pineda por su orientación y tiempo, que hicieron  
posible la culminación de la presente investigación.*

*Al equipo de trabajo de la Asociación Servicios Educativos Rurales por  
permitirme realizar la investigación y apoyarme.*

*A mis amigos por su apoyo incondicional, a aquellas personas que confiaron en  
mí.*

**ÍNDICE GENERAL**

RESUMEN .....	13
---------------	----

ABSTRACT .....	14
----------------	----

**CAPITULO I****INTRODUCCIÓN**

1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	16
--------------------------------------	----

1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
-----------------------------------	----

1.2.1.PREGUNTA GENERAL .....	18
------------------------------	----

1.2.2.PREGUNTAS ESPECÍFICAS .....	19
-----------------------------------	----

1.3.HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
--	----

1.3.1.HIPÓTESIS GENERAL.....	19
------------------------------	----

1.3.2.HIPÓTESIS ESPECÍFICA .....	19
----------------------------------	----

1.4.JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO .....	20
-------------------------------------	----

1.5.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
---	----

1.5.1.OBJETIVO GENERAL.....	21
-----------------------------	----

1.5.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	21
-----------------------------------	----

## CAPÍTULO II

## REVISIÓN DE LITERATURA

2.1.ANTECEDENTES .....	22
2.1.1.LOCAL.....	22
2.1.2.NACIONAL.....	22
2.1.3.INTERNACIONAL.....	22
2.2.MARCO TEÓRICO .....	23
2.2.1.COMUNICACIÓN .....	23
2.2.2.COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.....	24
2.2.3.ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.....	25
2.2.4.COMUNICACIÓN ESCRITA .....	26
2.2.5.FOTOGRAFÍA .....	29
2.2.6.TEXTO.....	31
2.2.7.COLOR.....	37
2.3.MARCO CONCEPTUAL .....	39
2.3.1.COMUNICACIÓN .....	39
2.3.2.COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.....	40
2.3.3.ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	40

2.3.4.MATERIALES IMPRESOS.....	40
2.3.5.DISEÑO GRÁFICO .....	40
2.3.6.DISEÑO DE LA INFORMACIÓN .....	41
2.3.7.MENSAJE.....	41
2.3.8.FOTOGRAFÍA .....	41
2.3.9.TEXTO.....	41
2.3.10.COLOR.....	42
2.3.11.COMUNIDAD.....	42
2.3.12.COMUNIDAD CAMPESINA Y NATIVA .....	42
2.3.13.COMUNERO (A).....	43
2.3.14.COMUNERO (A) CALIFICADO.....	43
2.3.15.EMPODERAMIENTO .....	43
2.3.16.ESTATUTO COMUNAL.....	44

### CAPÍTULO III

#### MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO.....	45
3.2.PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO.....	46
3.3.PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO .....	46

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO.....	46
3.4.1. POBLACIÓN.....	46
3.5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	46
3.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	46
3.5.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	47
3.5.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	47
3.6. PROCEDIMIENTO.....	47
3.6.1. TÉCNICA.....	47
3.6.2. INSTRUMENTOS.....	48
3.7. VARIABLES .....	55
3.8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	56

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS COMUNEROS Y LAS COMUNERAS.....	58
4.2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS INTERVALO DE NIVEL DE IMPACTO Y NIVEL DE INSTRUCCIÓN .....	60
4.3. ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MATERIAL IMPRESO.....	62

4.4.ANÁLISIS DE LA FOTOGRAFÍA .....	66
4.5.ANÁLISIS DEL TEXTO .....	70
4.6.ANÁLISIS DEL COLOR.....	73
CONCLUSIONES .....	79
RECOMENDACIONES.....	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	82
ANEXOS .....	88
ANEXO A: CUESTIONARIO .....	89
ANEXO B: FICHA HEMEROGRÁFICA.....	91
ANEXO C: EVIDENCIA DE LA ENCUESTA .....	93
ANEXO D: EVIDENCIA DE LA FICHA HEMEROGRÁFICA .....	94
ANEXO E: LISTA DE PARTICIPANTES DE LA ENCUESTA.....	95
ANEXO F: FICHA INFORMATIVA DE LA ASOCIACIÓN SER .....	98
ANEXO G: MATERIAL IMPRESO N <sup>a</sup> 1 .....	103
ANEXO H: MATERIAL IMPRESO N <sup>a</sup> 2 .....	109

**ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>FIGURA N<sup>o</sup>1: ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MATERIAL IMPRESO .....</b>	<b>65</b>
<b>FIGURA N<sup>o</sup> 2: ANÁLISIS DE LA FOTOGRAFÍA .....</b>	<b>68</b>
<b>FIGURA N<sup>o</sup> 3: ANÁLISIS DEL TEXTO .....</b>	<b>72</b>
<b>FIGURA N<sup>o</sup> 4: ANÁLISIS DEL COLOR.....</b>	<b>76</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA N°1:</b> ESTADÍSTICA DE CONFIABILIDAD .....	52
<b>TABLA N°2:</b> ESTADÍSTICA TOTAL DE ELEMENTOS .....	53
<b>TABLA N°3:</b> OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	55
<b>TABLA N°4:</b> VALORACIÓN DE VARIABLE Y DIMENSIONES POR NIVELES	57
<b>TABLA N°5:</b> CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS INTERVALO DE NIVEL DE IMPACTO Y EDAD .....	58
<b>TABLA N°6:</b> CARACTERÍSTICAS SOCIO GRÁFICAS INTERVALO DE NIVEL DE IMPACTO Y NIVEL DE INSTRUCCIÓN .....	60
<b>TABLA N°7:</b> ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MATERIAL IMPRESO .....	62
<b>TABLA N°8:</b> ANÁLISIS DE LA FOTOGRAFÍA.....	66
<b>TABLA N°9:</b> ANÁLISIS DEL TEXTO.....	70
<b>TABLA N°10:</b> ANÁLISIS DEL COLOR .....	73

## ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- **ONU** : Organización de las Naciones Unidas
- **PENUD** : Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- **INEI** : Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- **IICA** : Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- **SER** : Servicios Educativos Rurales.
- **ONAMIAP** : Organización Nacional de Mujeres Indígenas Andinas y Amazónicas del Perú
- **FAO** : Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
- **UNESCO** : Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- **SERVINDI** : Servicios de Comunicación Intercultural
- **ONG** : Organizaciones no Gubernamentales
- **UNICEF** : Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia
- **COSUDE** : Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación

## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se ha podido apreciar que la mayoría de la población femenina de la Provincia de El Collao – Ilave desconoce sus derechos sobre uso y acceso a la tierra, asimismo varones y mujeres no conocen sobre el uso adecuado de las herramientas de gestión comunal en el año 2019, el propósito del estudio es identificar el impacto de los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad campesina de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho; la investigación corresponde a una metodología mixta de tipo descriptivo con un corte transversal, con un diseño no experimental, ya que se utilizó la recolección de datos por medio de una encuesta, para realizar un análisis estadístico, asimismo se empleó una ficha hemerográfica que ayudó a interpretar los resultados estadísticos obtenidos. El resultado de la investigación, de las 50 encuestas aplicadas a los comuneros y las comuneras de la comunidad campesina de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, muestra que el material impreso tiene nivel de impacto medio con un 76.0% en su población, lo que es equivalente al grupo mayoritario.

**Palabras Clave:** Diseño gráfico, Fotografía, Color, Materiales impresos, Estrategia comunicacional

## ABSTRACT

In the present work of investigation it has been possible to appreciate that the majority of the feminine population of the Province of El Collao - Ilave does not know its rights on use and access to the land, likewise men and women do not know on the suitable use of the tools of communal management in year 2019, the purpose of the study is to identify the impact of the printed materials on use and access to the land like communicational strategy of the Association Educational Rural Services in the rural community of Iñacaya, Pichincuta and Hueco Cucho; The investigation corresponds to a mixed methodology of descriptive type with a cross section, with a non-experimental design, since the collection of data by means of a survey was used, to carry out a statistical analysis, also a newspaper card was used that helped to interpret the obtained statistical results. The result of the investigation, of the 50 surveys applied to the communal farmers of Iñacaya, Pichincuta and Hueco Cucho, shows that the printed material has an average level of impact with 76.0% in its population, which is equivalent to the majority group.

**Keywords:** Graphic design, Image, Color, Printed materials, Communication strategy

## CAPITULO I

### INTRODUCCIÓN

Nuestra sociedad es intensamente informacional, por estar inmersos en un mundo globalizado y de necesidad de intercambiar información afectando nuestras actividades cotidianas, todo esto nos ha llevado a recibir todo tipo de información, en distintos idiomas y por distintos formatos de comunicación como son los medios audiovisuales, materiales impresos, medios digitales, etcétera.

La presente investigación titulada “materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional de la Asociación Servicios Educativos Rurales, en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho tuvo como propósito identificar el impacto de los MATERIALES IMPRESOS SOBRE USO Y ACCESO A LA TIERRA COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.

El contenido de la investigación está estructurado de acuerdo al reglamento de la Plataforma PILAR de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. En el primer capítulo, se detalla el planteamiento y formulación del problema, la hipótesis de la investigación, la justificación del estudio y los objetivos del de la investigación.

Asimismo, en el segundo capítulo se visualiza la revisión literaria, donde se plasman los antecedentes a nivel local, nacional e internacional; de la misma forma en el marco teórico encontramos información referencial a comunicación para el desarrollo, diseño de los materiales impresos y comunicación escrita; y el marco conceptual. En cuanto al tercer capítulo está compuesto por los materiales y métodos que fueron utilizados para consolidar los objetivos planteados en el proyecto de investigación.

En el cuarto capítulo, se analizó todos los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación. Por último, se muestran las conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos, sobre el desarrollo de la investigación realizada.

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la actualidad los materiales o medios impresos de enseñanza son más usados que en la Grecia Antigua, durante el Imperio Romano y posteriormente a lo largo de la Edad Media. Sin embargo, con el paso de los años esta situación fue cambiando debido a que el material impreso se fue convirtiendo en el eje vertebrador de las acciones de enseñanza y de aprendizaje.

Los materiales impresos en la actualidad son muy atractivos, ilustrados de numerosas fotografías, dibujos y esquemas, emplean distintos tipos de letras y variedad de colores para mostrarse como un material didáctico que contenga la información adecuada para su público objetivo.

En el Perú los materiales impresos han sido utilizados por instituciones públicas y privadas, dentro de ellas la mayoría lo ha utilizado como estrategia comunicacional o como un medio informativo, generalmente son utilizados para campañas, ferias, documentales, foros, congresos, proyectos, entre otros.

Los materiales impresos son utilizados de acuerdo a un público segmentado, estos tienen el objetivo de informar mediante los distintos formatos de diseño gráfico. Para un material adecuado se debe realizar un diagnóstico del público objetivo, lo que muchos establecimientos no realizan por temor a costos y tiempo que puede tomar el estudio.

Los materiales no son diseñados adecuadamente y es por ello que no se logra conseguir el objetivo trazado; además muchos de los materiales impresos carecen de

contenido iconográfico y tienen una información inadecuada, los colores que utilizan no son los correctos; por ello los mensajes no logran una interpretación eficiente.

La Asociación Servicios Educativos Rurales utiliza los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional en la Provincia de El Collao Ilave porque la mayoría de la población femenina desconoce sus derechos fundamentales en acceso y uso a la tierra con un rango de 31 a 60 años de edad con grado de instrucción primaria y secundaria.

Reynoso (2016) sostiene que las comunidades campesinas que no conozcan sus derechos en acceso y uso a la tierra pueden generar conflictos territoriales con comunidades aledañas, empresas y los gobiernos de turno en uso y defensa de los recursos naturales como es el agua, la tierra, los bosques, entre otros.

Escudero (2016) da conocer que las personas en situación de pobreza, especialmente en comunidades indígenas no ejercen sus derechos en uso y acceso a la tierra, por otro lado, menciona que esto genera vulnerabilidad en las mujeres ocasionando sobreexplotación de los recursos naturales poniendo obstáculos al desarrollo sostenible.

El proyecto: Inclusión de las mujeres indígenas aimaras en emprendimientos productivos ejerciendo sus derechos, ha identificado que los comuneros y las comuneras carecen de conocimientos sobre el uso adecuado de herramientas de gestión comunal y derecho a la tierra y territorio. Por ello busca un cambio de actitud en las mujeres de la Provincia de El Collao – Ilave en el uso y acceso a sus tierras mediante los materiales impresos.

Sin embargo, Cari y Churata (2015) afirman: Que la elaboración de mensajes y materiales no generan cambios de conducta, debido a que la mayor parte de la población

tiene estudios de nivel primario; además que el material no tiene un diseño adecuado en el proyecto de construcción del sistema de riego tecnificado Pucara y en el proyecto de mejoramiento y ampliación del servicio de agua y sistema de riego.

En la tesis de Maccapa (2005) Estrategias de comunicación impresa para prevenir la mortalidad materna difundidas por la dirección regional de salud – Puno (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú llega a la conclusión que la DIRESA Puno utiliza materiales educativos como estrategia comunicación impresa; la cual no es adecuada porque son elaboradas desde la perspectiva del Sector de Salud por falta de un personal capacitado en la elaboración de materiales, para ello no se toma el lugar donde serán distribuidos. Asimismo, estos medios comunicativos son redactados en un lenguaje técnico con un diseño saturado, con ilustraciones de otra región.

Es por ello que los medios impresos no son los adecuados para su lector; no cuentan con las características y necesidades que el lector tiene. Muchos de los materiales impresos no cuentan con un adecuado diseño, los diseñadores gráficos no toman en cuenta la iconografía o texto, fotografía y los colores.

En ese contexto, se investigó el impacto de los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PREGUNTA GENERAL**

¿Cuál es el impacto de los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional de la Asociación Servicios Educativos Rurales, en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019?

### **1.2.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS**

¿De qué manera la fotografía impacta en los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019?

¿Cómo impacta el texto en los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales, en la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019?

¿Cuál es el impacto de los colores en los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales, en la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019?

### **1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. HIPÓTESIS GENERAL**

El impacto de los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019, es medio.

#### **1.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA**

El impacto de fotografía en los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019, es bajo.

El impacto del texto en los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019, es alto.

El impacto de los colores en los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019, es alto.

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO**

En la actualidad los materiales han tomado importancia en la sociedad desde la Edad Media, con el paso del tiempo la situación ha ido cambiando y fue convirtiéndose en un medio de enseñanza, sin embargo, aún se tiene falencias al diseñar un material; por lo que despierta el interés de conocer el nivel de impacto que tienen los materiales impresos, en las comunidades de la Provincia de El Collao Ilave.

El presente estudio, permite tener una visión del estado actual en que se encuentran los materiales impresos y conocer el nivel de impacto que tienen en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho como estrategia comunicacional, asimismo se conoce que esta investigación tiene tres grandes dimensiones donde se conoce el desarrollo de cada uno de ellas.

La investigación busca proporcionar información útil a los gobiernos locales, regionales y nacionales; Organizaciones no gubernamentales ONGs, para que se utilice adecuadamente las herramientas comunicacionales como una estrategia comunicacional para que los mensajes sean entendidos por sus lectores y se logre los objetivos que cada institución se propone.

## **1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. OBJETIVO GENERAL**

Identificar el impacto de los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019.

### **1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Determinar el impacto de la fotografía de los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019.

Precisar el impacto del texto en los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019.

Identificar el impacto de los colores en los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019.

## CAPÍTULO II

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES

##### 2.1.1. LOCAL

Puma (2013), con la tesis de título: "Las estrategias de comunicación de la dirección regional de salud en la campaña para la prevención de las iras y neumonía en la zona norte en la región Puno - 2013" de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno de la Escuela Posgrado programa de doctorado en Ciencias Sociales, concluye que ninguna red de Salud utilizó estudios de audiencia y sondeo, asimismo los spots de la Diresa no están producidos adecuadamente a su público objetivo.

##### 2.1.2. NACIONAL

Ocaña (2012), en su trabajo de investigación titulada "Influencia de los medios y materiales didácticos y el rendimiento académico de los alumnos de la asignatura filosofía y ética"; tuvo como objetivo determinar el nivel de influencia del uso de medios y materiales didácticos con el rendimiento académico de los alumnos. La conclusión a la que llegó esta investigación es "El uso de medios y material didáctico no influye en el rendimiento académico de los alumnos de la asignatura de Filosofía y Ética".

##### 2.1.3. INTERNACIONAL

Andersen (2019), en su trabajo de investigación titulada "Análisis de las estrategias comunicacionales de responsabilidad social empresarial. El caso Methanex

Chile Limited – Punta Arenas”; tuvo como objetivo conocer las estrategias de Responsabilidad Social, mediante las prácticas de la comunicación estratégica.

La conclusión a la que llegó esta investigación es “Que se notó la importancia de la difusión y la utilidad de la comunicación organizacional en el desarrollo de la empresa al fomentar una buena fotografía”.

Caro (2008), en el trabajo de investigación titulado “El rol de los Materiales Auto instruccionales para enseñar con modalidad virtual “Procesamiento estadístico de datos con Software R” en cursos presenciales de Estadística”; llega a la conclusión contar con materiales adecuados contribuyen al aprendizaje y buscan la transformación del estudiante.

Ruiz, Motta, Bruno, Demonte, & Tufro (2014), esta investigación ofrece herramientas para que las organizaciones sociales y comunitarias puedan producir materiales de comunicación de manera participativa para generar un enfoque de derechos y de género.

Méndez Garrido (2001), en el estudio realizado sobre “Pautas y criterios para el análisis y evaluación de materiales curriculares” muestran la importancia de los materiales educativos que adquieren en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1. COMUNICACIÓN**

La comunicación es una forma de interactuar con las personas que nos rodean, se puede dialogar de diferentes temas y con distintas personas a la vez. El ser humano por naturaleza desde que inicia con sus labores está en constante comunicación.

Por ello también se le define como “La comunicación es el oxígeno de la sociedad y elemento a través del cual las personas han hecho posible el avance científico, tecnológico y en todos los órdenes de la vida”. (Interiano, 1997)

Para Anderson (1953) la comunicación es un “Intercambio de imaginación, ideas, conceptos, sentimientos, etc; entre dos o más personas”, es decir, que todo ser humano expresa diferentes opiniones para generar reacciones de dialogo.

La comunicación puede entenderse como intercambio, interrelación, dialogo, todo lo relacionado a las necesidades productivas que el hombre como es el lenguaje. Comunicación es el pensamiento compartido y no puede existir un pensamiento sin palabra. Se puede entender la forma por la cual existen y se desarrollan relaciones humanas; es decir, todos los símbolos de la mente se transmiten en un espacio. (Gómez Pineda, 2014)

### **2.2.2. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Para el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, (UNICEF, 2019) comunicación para el desarrollo es una forma de participación planificada basado en pruebas que buscan cambios sociales y comportamientos positivos, asimismo articula diversos enfoques, canales y herramientas de comunicación. Por otro lado, es una herramienta de relaciones públicas o de comunicación corporativa.

La Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE, 2016), menciona que comunicación para el desarrollo es una herramienta para la incidencia social y política. Promueve la participación y el cambio social con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, medios comunitarios y tecnologías modernas de la información. También podemos decir que comunicación para el desarrollo

es facilitar el acceso a la información, involucrar y participar, empoderar e incidir en políticas públicas.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo ONU (2011), los procesos de comunicación son fundamentales para ampliar las prácticas de empoderamiento, a través de las cuales las personas consiguen entender por sí mismas asuntos, considerar y debatir ideas, negociar y participar en debates públicos de ámbito local y nacional.

De Lara y Olabe (2012) indica que comunicación para el desarrollo puede formar parte de otros planes de desarrollo que persigan objetivos ligados, por ejemplo, al progreso rural o tecnológico. De tal manera que la comunicación no sería el fin, sino más bien uno de los métodos.

### **2.2.3. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

La comunicación para el desarrollo es un proceso que implica la mejora de las condiciones de vida de los ciudadanos, a partir de las oportunidades y el cierre de brechas y sus necesidades. La comunicación se constituye en un elemento fundamental para procesos de cambio social, lo que implica asumir procesos de dialogo, transparencia, planificación y priorización de proyectos.

La comunicación para el desarrollo se relaciona con la opinión pública, es decir busca una construcción ciudadana. Asimismo, se implementan proyectos de comunicación que le dan prioridad a la palabra del ciudadano y el reconocimiento de sus experiencias. (Alfaro R. , 2006)

Cada proyecto de desarrollo debe tener una estrategia comunicativa que defina las relaciones a construir, los métodos, sus etapas, sus posibles conflictos y soluciones, presentado mediante diagnostico no sociales. (Alfaro R. M., 1993)

Las estrategias de comunicación se dividen en 4. Gonzales, A. (2017).

- a) **Estrategia de información:** Busca brindar datos que contextualicen el hecho problema o experiencia abordar. Además, los proyectos de desarrollo deben ser informados a la población, reflejando el pasado, el presente y el futuro de la intervención.
- b) **Estrategia de socialización:** La comunicación es un medio de socialización que tiene en cuenta la cultura, identidad y valores de los actores involucrados. La comunicación debe reconocer los intereses de los actores involucrados para que, a partir de los mismos, los mensajes sean eficientes y sobre todo de intereses colectivos.
- c) **Estrategia de sensibilización:** la comunicación es el arte de sensibilización, orientada a favorecer cambios oportunos en las sociedades o personales. Los cambios no solo se deben dar a nivel del discurso, sino sobre todo en la filosofía de vida y actuación de los actores involucrados.
- d) **Estrategia de sistematización:** la comunicación favorece la sostenibilidad de logros, limitaciones y lecciones aprendidas del proceso realizado.

#### 2.2.4. COMUNICACIÓN ESCRITA

La Comunicación escrita no sólo exige un buen gusto, claridad, coherencia, corrección sino también cuida la correspondencia. Redactar bien implica contenido y forma adecuada, asimismo por el hecho de que comunica algo, debe reducirse a una estructura más simple, es decir una comunicación bipersonal. (Quirós, 1980)

Considerando los siguientes elementos:

**Emisor:** Persona que habla o escribe.

- a) Elaborar mentalmente el mensaje. Implica pensar, seleccionar, ordenar, jerarquizar y dar la forma al contenido.
- b) Transferir todo lo pensado a un código. Es el lenguaje, por el que se escoge los recursos adecuados y precisos para que el mensaje sea interpretado con fidelidad.
- c) Expresar el contenido del mensaje. Sea utilizando la forma oral o la escrita. La redacción solamente abarca al as comunicaciones vertidas a la lengua escrita.

**Mensaje:** Es el contenido de la comunicación y requiere de una elaboración adecuada para que sea fácilmente comprendido. Los mensajes mal elaborados corren el riesgo de no ser entendidos o distorsionados en su contenido.

**Receptor:** Es la persona hacia quien va dirigido el mensaje o comunicación. Para captar dicho mensaje puede valerse del oído si la comunicación es oral o de la vista si se trata de un texto o escrito. Al descifrar los símbolos, interpreta el pensamiento del emisor, es decir, alcanza el nivel de comprensión de su contenido, lo cual determina una respuesta.

#### 2.2.4.1. VENTAJAS DE LA COMUNICACIÓN ESCRITA

La comunicación escrita tiene permanencia, con esto nos referimos a que poseemos la información en escritos para volverla a usar. Reflexión antes de escribir, podemos pensar y luego redactar, incluso podemos corregir un escrito ante de decidir si podemos difundirlo, definitivamente en un documento para posteriormente utilizarlo.

La información se registra, como pueden ser en los periódicos, libros, revistas, donde pueden estar escritas por años para ser utilizado como fuente de consulta, siempre tiene un uso posterior como medio de información ya que está escrita permanentemente y puede ser revisada por diferentes personas en distintos tiempos. (Manrique, 2019)

#### 2.2.4.2. DESVENTAJAS DE LA COMUNICACIÓN ESCRITA

No hay retroalimentación inmediata, es clara la diferencia entre la interactividad que hay en la comunicación escrita y verbal en cuanto a un aprendizaje.

Puede haber una interpretación equivocada del mensaje, como no hay una persona que explique el mensaje de la información o su contenido; esta se puede prestar a otros entendimientos que no sean los propuestos, baja el nivel de interdependencia y fomenta el aislamiento porque la mayoría de las lecturas son individuales y largas. Los textos largos como son los libros pueden tomar días para poderlo terminar. (Manrique, 2019)

#### 2.2.4.3. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN ESCRITA

- a) **Claridad:** Es una cualidad de la comunicación escrita que es la distinción con que percibimos los textos, genera sensaciones por medio de los sentidos o las ideas por medio de la inteligencia.

Es decir, escribir con pensamiento transparente, comprensible, exposición limpia, correcta. (Manrique, 2019)

- b) **Precisión:** Es la obligación o necesidad imprescindible que fuerza a ejecutar una determinación, exactitud rigurosidad, puntualidad, concisión; tal vez la brevedad y precisión en la expresión de los conceptos obligándolos a emplear únicamente las palabras que sean precisas y necesarias para expresar lo que queremos. (Manrique, 2019)

- c) **Síntesis:** En el compendio de aspectos de un texto, pero no de todos sino únicamente lo más importante, de la parte más esencial. La síntesis se realiza en base a las ideas principales del texto y con nuestras propias palabras. (Manrique, 2019)

- d) **Naturalidad:** Se utiliza la lengua más usual o más habitual. Escribir con nuestro propio vocabulario sin rebuscamientos en el modo de proceder. (Manrique, 2019)
- e) **Cortesía:** Tratar con atención y respeto a la persona a la cual le redactamos, es parte de la educación y por lo tanto debemos de tenerla muy en cuenta. (Manrique, 2019)

### 2.2.5. FOTOGRAFÍA

El ser humano y la ciudadanía siempre han tenido una mirada visual, lo que ha generado un desarrollo social, es por ello que Pertusa (2003) dice: “La fotografía es un pilar fundamental en las relaciones con nuestros semejantes, de manera que la mayor parte de la información del mundo la recibimos por medio del sentido de la vista” Por esa razón que todo tipo de material debería tener imágenes para ser mejor entendidas.

La imagen tiene distintas representaciones para cada persona de acuerdo al contexto donde se encuentra. Poulin (2012) menciona que: “Representación visual de algo, como: El retrato de un objeto obtenido con material fotográfico, una reproducción en un dispositivo electrónico (como en la televisión o en la pantalla del ordenador), una vívida estampa gráfica” Se le considera como una imagen vista y analizada por el hombre.

El análisis de la imagen aporta gran cantidad de información porque el cerebro trabaja de forma competitiva, permite reconocer y clasificar objetos de muy diversa complejidad; reconocemos letras en un texto, la marca y el modelo de un coche o los rostros de otros miembros de nuestra especie. Nuestro análisis es cualitativo y casi inmediato, por lo cual nos da idea a forma, textura, distancia, velocidad relativa, tipo de movimiento y otras particularidades. (Pertusa Grau, 2003)

### 2.2.5.1. CARACTERÍSTICAS DE LA FOTOGRAFÍA

La comunicación visual, el diseñador gráfico cuenta con numerosas formas y métodos para emprender el acto y el proceso de crear imágenes (glifos, pictogramas, símbolos, dibujos, ilustraciones, pinturas, fotografías e incluso la tipografía) pueden considerarse tipos de imágenes. Como todos tienen características visuales y funciones diferentes. (Poulin, 2012)

El diseñador gráfico puede generar diversas formas y métodos para crear imágenes, lo que hace cada ser humano desde que hace es reconocer la variedad de imágenes que va viendo en el transcurso de su vida poniéndole significado y una reacción a cada fotografía de acuerdo a los significados que él tiene.

### 2.2.5.2. CLASIFICACIÓN DE LA FOTOGRAFÍA

Las imágenes varían mucho en medio y contenido. La gran variedad de tipos de los que se dispone hoy en día se divide en lo siguiente:

- a) **Fugaz:** La fotografía fugaz existe sólo durante un tiempo breve. Puede ser un reflejo de un objeto en un espejo, una proyección en una cámara oscura o una escena proyectada en un tubo de rayos catódicos o en un monitor de video.
- b) **Impresa:** La fotografía impresa, o copia impresa, es la que ha sido grabada en un material o un objeto, como un papel o una tela, mediante un proceso fotográfico o digital. Una impresión láser, una impresión fotográfica o un mural digital a gran escala son imágenes de este tipo.
- c) **Fija:** Una fotografía fija es una única fotografía estática que se distingue de una fotografía en movimiento. Este término se usa en fotografía, en medios visuales y en el mundo digital.

- d) **Movimiento:** Una fotografía en movimiento es usualmente una película, vídeo o vídeo digital. También puede ser un visualizador animado como un zootropo. Además de con la película convencional, las imágenes en movimiento se captan con cámaras digitales, ordenadores portátiles, webcams y teléfonos móviles. (Poulin, 2012)

### 2.2.5.3. FUNCIONES DE LA FOTOGRAFÍA

Las imágenes cumplen un rol muy importante en los materiales impresos como son: Trípticos, folletos, cartillas, dípticos, manuales, módulos, entre otros. De esta forman pueden aportar significados a un texto narrativo, captar al lector con interés adicional, transmitir claridad y organizar una información completa, y comunicar emociones basadas en la experiencia humana (Poulin, 2012). Es por ello que la función que cumple la fotografía en un material impreso es muy importante, para lo cual se debe tener en cuenta que la fotografía puede ser literal, figurativa metafórica o abstracta.

La fotografía cumple con diferentes funciones, informa, educa, puede generar impresiones, etcétera. Esta fotografía puede ser una ilustración, dibujo o una fotografía que al ocupar el lugar de una ilustración generara que más personas respondan al material impreso, asimismo hace que las personas se identifiquen de una manera inmediata, ya que el individuo al ver la fotografía lo relaciona a su realidad más cercana. (Poulin, 2012)

### 2.2.6. TEXTO

#### 2.2.6.1. TIPOS DE TEXTO

Los textos son documentos escritos que nos permiten registrar toda clase de información. Sin embargo, para una correcta interpretación de sus contenidos, es necesario tener claro que cada texto responde a un tipo diferente, lo cual supone que

tendrá propósitos y características estructurales específicas. Conozcamos los tipos de texto y los rasgos que tienen cada uno: (Delgado, 2019)

#### - **TEXTO DESCRIPTIVO**

Un texto descriptivo es un conjunto de palabras y frases ordenadas coherentemente y con un sentido completo y autónomo que detalla las características de una realidad.

Los textos descriptivos, al igual que todo texto, debe expresar una idea de forma coherente y cohesiva, o sea, con una relación lógica y con una conexión armoniosa en su composición. (Delgado, 2019)

a) **Estructura de un texto descriptivo:** Un texto descriptivo puede ser corto, pero debe contener las siguientes partes: el tema que se quiere presentar, la caracterización del objeto de estudio que se quiere describir (aspecto y propiedades) y sus asociaciones con el mundo exterior (marco).

La caracterización del objeto escogido debe transmitir las cualidades, propiedades o las partes que componen el objeto de estudio como un todo.

b) **Características de los textos descriptivos:** Los textos descriptivos se caracterizan por utilizar la coherencia y cohesión. Un texto descriptivo busca crear un retrato mental del objeto en el receptor del mensaje. En este sentido, el emisor o locutor, utiliza recursos lingüísticos y literarios para lograr su objetivo.

c) **Tipos de los textos descriptivos:** Los textos descriptivos se dividen en dos: los descriptivos objetivos y descriptivos subjetivos. Los textos descriptivos objetivos están los textos científicos, técnicos, sociales y manuales. Los textos

descriptivos subjetivos son los textos de opinión, de publicidad, poemas, novelas, canciones y crónicas.

#### - **TEXTO INFORMATIVO**

El texto informativo es aquella producción de contenido que permite al lector obtener información sobre un acontecimiento actual o pasado o cualquier otro asunto o tema percibido en periódicos, enciclopedias, revistas, etcétera. (Delgado, 2019)

- a) **Estructura de un texto informativo:** Cuentan con una introducción, desarrollo y conclusión. El texto informativo debe describir situaciones reales e información precisa y veraz, es por ello que el lenguaje usado en la narración del texto informativo es objetivo, coherente, directo, y se evita el uso de recursos lingüísticos como metáforas o refranes, que puedan inducir al lector a dobles interpretaciones.
- b) **Función de los textos informativo:** es presentar un buen contenido sobre un hecho de actualidad, con ideas ordenadas, claras y muy bien explicadas, que permiten al lector la comprensión del texto, así como el uso de conectores para explicar consecuencias, finalidad, causas, etcétera.

#### - **TEXTO TÉCNICO**

El texto técnico es una tipología textual que se presenta las metodologías o los procesos necesarios con herramientas que le resulten ajenas para aplicar y desenvolver una serie de actividades o conocimientos científicos. El texto técnico se caracteriza por ser descriptivo y demostrativo, esto se debe a que expone un proceso de diversos conocimientos científicos. (Delgado, 2019)

- a) **Características de los textos:** El contenido se presenta de manera clara, coherente y concisa haciendo uso del lenguaje técnico. Es un texto de tipo argumentativo que evita presentar información que pueda generar ambigüedad, por lo que presta especial atención a uso del lenguaje.

Las afirmaciones que se presentan son objetivas y verdaderas con eso busca transmitir una información de carácter universal, de fácil traducción y comprensión para cualquier lector.

#### **2.2.6.2. EL COLOR EN EL TEXTO**

El empleo del color en los textos debe cumplir con algunas reglas básicas que deben ser seguidas en forma estricta, a los efectos de evitar que el público tenga dificultad para leer o para mantener la atención.

El texto es un solo color, suele ser monótono, lo que puede provocar que el usuario encuentre poco atractiva la propuesta. Por lo general, para hacer que el texto deje de ser algo monótono, basta con incluir colores diferentes a los títulos y subtítulos para que la apariencia general se muestre en forma atractiva.

En otros casos, el empleo de varios colores está dado por el tipo de página que se está haciendo. Una página destinada a los gráficos, la pintura o cualquier otro tema relacionado con el color, puede hacer necesario que los bloques de texto tengan colores diferentes. Esto también es empleado con frecuencia en páginas corporativas, ya que el texto puede llevar los colores que identifican a la compañía.

El empleo del color suele ser de relevancia también, en el contraste del texto sobre el fondo sobre el cual se encuentra. Esto es particularmente importante en el caso de las

páginas que tienen imágenes como fondo, ya que, en esos casos, la lectura es aún más compleja que en las páginas que tienen un color sólido de fondo.

En todos los casos, los colores empleados en los textos deben ser compatibles con la gama de colores de la página, ya que los bloques de texto forman parte de la propuesta visual de la cartilla. Los textos deben seguir los mismos principios de diseño que el resto de la página. (Cruz Ramos, Diseño de la información en las paginas web de las agencias de turismo , 2012)

### **2.2.6.3. BUENAS PRÁCTICAS EN LOS TEXTOS**

Uso correcto de las mayúsculas, negrita e itálicas. En algunos casos, las palabras escritas totalmente con mayúsculas se emplean para remarcar un texto, lo que resulta efectivo, sin embargo, un uso abusivo de este recurso puede hacer que el texto se vea monótono, ya que las mayúsculas. Algo similar sucede con el empleo de las negritas (el uso abusivo hace que el texto adquiera demasiada relevancia en el diseño) y las itálicas (notoriamente más difíciles de leer que las letras normales).

- No utilizar efectos en los textos. Los efectos de marquesiana, el texto parpadeante o textos móviles logrados con algunos scripts, por lo general deben ser evitados, ya que tienen efectos contraproducentes.
- Usar un máximo de tres fuentes diferentes y dos o tres colores para el texto.
- Hacer que los enlaces se distingan muy bien del resto del texto.
- Usar un espaciado apropiado entre líneas, párrafos, títulos y subtítulos, sangrías, etc. (Matthews , 1999)

#### 2.2.6.4. USO DEL TEXTO EN LOS MATERIALES IMPRESOS

Utilizar los tipos de letras más comunes. La mayoría de veces encontraremos en los materiales impresos con letra Arial, Times New Román y Verdana, puesto que esos tipos de letras ya serán reconocidos por los lectores.

Asimismo, no se debería utilizar varios tipos de letras en un mismo material impreso, eso debido a que suele llevar al lector a que no lea el texto hasta el final o que simplemente lea el título.

10puntos 11puntos 12puntos 13puntos 14puntos 15puntos 16puntos  
17puntos

Ejemplos de tamaños de letra con el tipo de letra Times New Román

Arial Times New Román Verdana

Estos son los tipos de letra

Una vez seleccionada el tipo de letra adecuado, es hora de pensar en el tamaño de la letra que queremos utilizar. En esta parte debemos evitar de tamaño muy grande, así como de tamaños muy pequeños. La lectura de tipos de letra muy pequeños, resultará cansado para muchos lectores, lo que ocasionará que no vean bien y no lean el material.

#### 2.2.6.5. EL MENSAJE

El mensaje representa la información que el emisor desea transmitir al receptor, pueden contener símbolos que llevan un contenido al receptor. El mensaje emitido y recibido no necesariamente son los mismos, ya que la codificación y descodificación del

mismo pueden variar debido a los antecedentes y puntos de vista tanto del emisor como del receptor.

Existen algunos aspectos que deben tomarse en cuenta cuando se elabora un mensaje:

- Tener en mente al receptor.
- Pensar el contenido con anticipación.
- Ser breve.

- **EL MENSAJE PERSUASIVO**

Es aquel mensaje que moviliza emociones o cogniciones capaces de transformar una actitud.

- **EL MENSAJE INFORMATIVO**

En el cual el emisor da a conocer a su receptor algún hecho, situación o circunstancia. Sin que intervengan primordialmente sus emociones, ni deseos.

- **EL MENSAJE DESCRIPTIVO**

Nos permite explicar cómo es una persona, un animal, un lugar, una idea o una cosa. Así, el lector u oyente se forma una idea precisa de lo que describimos. (Impallari, 2019)

### **2.2.7. COLOR**

El color es un fenómeno físico que percibimos de manera consiente, pero es un fenómeno comunicativo influido por las informaciones previas sobre cada uno de los

colores posee cada individuo. La información previa sobre el color y las capacidades de cada receptor para percibirlo proporcionan al color diferentes significados.

#### **2.2.7.1. MEDICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA LUZ**

El color es la cualidad que tienen los objetos de reflejar pasar ciertos rayos de luz y absorber otros, produciendo así una estimulación en la retina que es transmitida al cerebro humano, donde se obtiene conciencia de él. De esta forma, las sustancias coloreadas y las radiaciones electromagnéticas hacen que el ojo humano perciba su entorno en forma de color. (Tena Parera, 2005).

Restricciones para el receptor, existen limitaciones visuales, como es recordar cada color y reproducir cada color, esta situación influye decisivamente en el lector y la percepción del color que va a ver.

#### **2.2.7.2. EXPRESIÓN DEL COLOR**

Para Tena Parera (2005) Los colores influyen decisivamente en nuestra psicología, creándonos diversas sensaciones. Por ejemplo, el rojo excita o el azul tranquiliza. De la misma forma, según la edad, sexo o el origen. Asimismo, pueden generar en una persona tres reacciones como es la impresión, al llamar la atención; expresan, al provocar un significado y emoción; y comunican, dado que tienen un valor de signo.

El color representa una forma visual que tiene una gran capacidad de expresar. Por lo tanto, para la psicología moderna y el psicoanálisis cada color cambia según sus culturas. Según las percepciones que tenga el receptor cada persona puede tener su propia escala de colores.

Si conocemos lo importante que es el color en un material impreso y las grandes influencias que tiene en el receptor, lo más adecuado es saber cómo combinar los colores para dar un mensaje gráfico que genere las reacciones que queremos ocasionar en el lector.

### **2.2.7.3. UTILIZACIÓN DEL COLOR**

Tiene una función comunicativa, lo que busca es emitir un mensaje gráfico a través del color, generando las siguientes reacciones en un receptor:

- a) Llamar la atención
- b) Mantenerla
- c) Transmitir información
- d) Generar emociones

## **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.3.1. COMUNICACIÓN**

La comunicación hace referencia a la interacción social, es decir, a la acción y al resultado de comunicarse. Es una acción social necesaria, ya que, si esta no existiese, nadie sería capaz de conocer a fondo el mundo que nos rodea y mucho menos compartir las experiencias propias de cada ser humano con los demás. Por consiguiente, es importante aprender a entenderse con los otros y a funcionar adecuadamente en situaciones sociales. Ciertas habilidades de comunicación nos ayudan a mejorar las relaciones interpersonales. (Interiano, 1997)

### **2.3.2. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Modelo comunicativo que favorece el balance entre el método participativo, el contenido social y el efecto el desarrollo comunitario. Es decir, la comunicación para el desarrollo radica en la posibilidad de relacionarse con la opinión pública como objetivo fundamental, en la construcción de ciudadanía, especialmente en sectores oprimidos, populares, mujeres, jóvenes, etnias y minorías. (UNICEF, 2019)

### **2.3.3. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

Conjunto de procesos, acciones, procedimientos y recursos que se usan en función alcanzar objetivos y metas trazadas desde el ámbito de la comunicación. Es decir, una estrategia puede relacionarse con la capacidad movilizadora que tiene la comunicación para incitar a la acción desde diversas áreas y campos como, por ejemplo, la participación social y comunitaria, la prevención de problemas sociales, la vigilancia y control de los recursos, etc. (Gonzales, 2017)

### **2.3.4. MATERIALES IMPRESOS**

Es el nombre utilizado para designar diferentes procesos para reproducir palabras, imágenes o dibujos sobre papel, tejido, otros. Complementos didácticos para que el lector pueda obtener información. (Quirós, 1980)

### **2.3.5. DISEÑO GRÁFICO**

Si añadimos al diseño el calificativo de gráfico, Actividad que se centra en el desarrollo de métodos para producir información digital, dirigida al usuario/lector, cuyo soporte es el documento digital propiamente dicho, en el marco de la estructura determinada, dirigida al usuario final. (Poulin, 2012)

### **2.3.6. DISEÑO DE LA INFORMACIÓN**

Actividad que se centra en el desarrollo de métodos para producir información digital, dirigida al usuario/lector, cuyo soporte es el documento digital propiamente dicho, en el marco de la estructura determinada, dirigida al usuario final. (Quirós, 1980)

### **2.3.7. MENSAJE**

El mensaje es el objetivo central de cualquier tipo de comunicación que se establezca entre dos partes, el emisor y el receptor. (Impallari, 2019)

### **2.3.8. FOTOGRAFÍA**

Representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario. Aunque el término suele entenderse como sinónimo de representación visual, también se aplica como extensión para otros tipos de percepción, como imágenes auditivas, olfativas, táctiles, sinestias, etc. (Pertusa, 2003)

### **2.3.9. TEXTO**

Composición de signos codificados en un sistema de escritura que forma una unidad de sentido. Las ideas esenciales que comunica un texto están contenidas en unidades estructurales de nivel superior o global, que otorgan coherencia al texto constituyendo su hilo central, el esqueleto estructural que cohesionan elementos lingüísticos formales de alto nivel, como los títulos y subtítulos, la secuencia de párrafos, etc. (Delgado, 2019)

### **2.3.10. COLOR**

Es la impresión producida por un tono de luz en los órganos visuales, o más exactamente, es una percepción visual que se genera en el cerebro de los humanos y otros animales al interpretar las señales nerviosas que le envían los foto receptores en la retina del ojo, que a su vez interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda que captan de la parte visible del espectro electromagnético. (Tena Parera, 2005)

### **2.3.11. COMUNIDAD**

Grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos. Con la capacidad desarrollada por los comunitarios para asumir, promover y defender los valores propios de su comunidad. Sentimiento de orgullo con el que se expresa la historia viva de su barriada, como la razón de ser. (Ley de comunidades campesinas, 2011)

### **2.3.12. COMUNIDAD CAMPESINA Y NATIVA**

Son organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integradas por personas naturales (familias) que habitan y controlan determinados territorios, ligadas por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales expresados en la propiedad comunal cuyos fines se orientan al mejor aprovechamiento de su patrimonio, para beneficio general y equitativo de los comuneros, promoviendo su desarrollo integral. Las Comunidades Campesinas y Comunidades Nativas son instituciones históricas en el Perú. En el pasado, la institución semejante se denominaba Ayllu. (Ley de comunidades campesinas, 2011)

### **2.3.13. COMUNERO (A)**

La “Ley de Comunidades Campesinas” indica que son comuneros los nacidos en la Comunidad, los hijos de comuneros y las personas integradas a la Comunidad. Se considera comunero integrado, al varón o mujer mayor de edad con capacidad civil que tenga cualesquiera de las siguientes condiciones: a. Que, conforme pareja estable con un miembro de la Comunidad; y b. Que solicite ser admitido y sea aceptado por la Asamblea General de la Comunidad. En ambos casos, si se trata de miembro de otra Comunidad, deberá renunciar previamente a ésta. (Ley de comunidades campesinas, 2011)

### **2.3.14. COMUNERO (A) CALIFICADO**

Para ser "comunero calificado" se requieren los siguientes requisitos: a) Ser comunero mayor de edad o tener capacidad civil, b) Tener residencia estable no menor de cinco años en la Comunidad, c) No pertenecer a otra Comunidad, d) Estar inscrito en el Padrón Comunal, e) Los demás que establezca el Estatuto de la Comunidad. (Ley de comunidades campesinas, 2011)

### **2.3.15. EMPODERAMIENTO**

El concepto de empoderamiento se utiliza en el contexto de la ayuda al desarrollo económico y social para hacer referencia a la necesidad de que las personas objeto de la acción de desarrollo se fortalezcan en su capacidad de controlar su propia vida. También puede ser interpretado el empoderamiento como un proceso político en el que se garantizan los derechos humanos y justicia social a un grupo marginado de la sociedad. (Hilari & Pinto, 2018)

### **2.3.16. ESTATUTO COMUNAL**

Para las comunidades indígenas el estatuto comunal es entendido como la ley del pueblo, porque está elaborado por los hombres y las mujeres mayores de edad que habitan y prestan sus servicios comunitarios en la comunidad o en el ejido. Se entiende además como un conjunto de acuerdos de asamblea de hombres y mujeres, escritos de manera ordenada en un documento que sirve para proteger y cuidar los recursos naturales de la comunidad y dar orden al interior de ella. (Hilari & Pinto, 2018)

## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

El presente trabajo se ubica en la región altiplánica, en la provincia de El Collao – Ilave, ubicada a 50 kilómetros de la ciudad de Puno, por encima de los 3850 m.s.n.m. cuenta con cinco distritos: Capaso, Pilcuyo, Ilave, Santa Rosa y Conduriri. Cabe precisar que su topografía es característica del altiplano, con extensiones regularmente plana rodeada de colina.

La investigación se realizó en la Comunidad campesina de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho que está ubicado en el distrito de Ilave provincia de El Collao y departamento de Puno.



### **3.2. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO**

- Julio - noviembre del 2019

### **3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO**

- El presente estudio de investigación ha sido financiado por la investigadora.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO**

#### **3.4.1. POBLACIÓN**

- La población tomada para el estudio son 25 varones y 25 mujeres de la comunidad campesina de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho inscritos en el libro de padrón.

### **3.5. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La siguiente investigación corresponderá a un enfoque descriptivo. Los métodos descriptivos simbolizan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de la investigación e implica la recolección de análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández , Fernández, & Baptista, 2010)

En el estudio se analizará los materiales impresos (cartillas), como estrategia comunicacional; asimismo se realizará la observación a la unidad de estudio.

### **3.5.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

El método de investigación es mixto, ya que se busca conocer el “Impacto” de los materiales impresos en la comunidad campesina de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, que se interpretara en números y porcentajes.

La investigación representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Sampieri y Mendoza , 2019)

### **3.5.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

Se utilizará un Diseño de investigación no experimental transversal descriptivo porque se caracterizan por no manipular la variable independiente y consiste en recolectar información con el propósito de describir las variables y analizar su comportamiento en un mismo tiempo. (Pino, 2007)

## **3.6. PROCEDIMIENTO**

### **3.6.1. TÉCNICA**

La técnica que se utilizo fue la encuesta, que nos ayudó a investigar de manera masiva el total de la población, asimismo se desarrolló la ficha hemerográfica para conocer a detalle y las características que tiene el material impreso.

Para (Casas, Repullo, & Donado, 2002) como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o

universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características, (Fàbregues, Meneses, Rodríguez , y Hélène, 2016) que nos permite investigar fenómenos, como los conocimientos, las actitudes o los comportamientos.

Para realizar la encuesta se ha tomado como estrategia aplicar los instrumentos de la investigación en el idioma ayamara con un lenguaje más sencillo para que los comuneros y comuneras puedan entender y responder a las preguntas con mayor facilidad y veracidad.

Mientras que la ficha hemerográfica es una técnica de investigación documental, generalmente esta ficha es utilizada para trabajos textuales, paráfrasis y resúmenes. En las fichas se registran datos de revistas o periódicos que se consultan como fuente de información. Al igual que las bibliográficas, tienen el objetivo de facilitar la consulta. (Anónimo, 2019)

Para este trabajo se utilizó la ficha hemerográfica para poder tener información específica del material analizado. Salcido (2019) afirma: “Es una ficha donde se registran todos los datos de identificación de periódicos, folletos, cartillas, que los distinguen para efectos de investigación” (p57). Este instrumento es de análisis cualitativo donde nos ayuda a entender aspectos específicos del diseño gráfico.

### **3.6.2. INSTRUMENTOS**

El Cuestionario, el cual es propio de la encuesta, constituido por un conjunto de preguntas para obtener los resultados esperados.

Según (Hernandez y Mendoza, 2019) los cuestionarios consisten en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.

Para la recolección de datos y para explicar los objetivos específicos se consideró 20 preguntas en total, de las cuales cinco preguntas de Fotografía, cinco preguntas de Texto, tres preguntas de Color y siete preguntas sobre el diseño del material.

### **DIMENSIÓN 1: Fotografía**

#### **INDICADORES**

- Tipo de fotografía
- Composición de la fotografía
- Diseño

### **DIMENSIÓN 2: Texto**

#### **INDICADORES**

- Tipo de letra
- Color de letra
- Forma en la que se presenta el texto
- Tipo de mensaje
- Cantidad de texto
- Amplitud por reglones de texto

### **DIMENSIÓN 3: Color**

#### **INDICADORES**

- Cualidades
- Escala de valores
- Clasificación
- Circulo cromático

- Tipos de armonía

Para identificar a nivel de impacto, se ha utilizado la Escala de Liker por frecuencia, ya que se definirá en nivel alto, medio y bajo.

- **Escala de Likert**

La escala de Likert está propuesta para medir actitudes; predisposiciones individuales a actuar de cierta manera en contextos sociales específicos o bien a actuar a favor o en contra de personas, organizaciones, materiales, objetos, etc. ( Matas, 2016). Además, se utiliza una serie de afirmaciones o ítems sobre los cuales se obtiene una respuesta por parte del sujeto. (Ospina, Sandova, Aristizábal, y Ramírez, 2005)

### **Tipos de Escala de Likert**

Por frecuencia:

- Muy frecuentemente
- Frecuente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

En la investigación se utilizó este tipo de escala de Likert según frecuencia, pero se cambió por:

- Sumamente satisfecho (5)
- Muy satisfecho (4)
- Satisfecho (3)
- Poco satisfecho (2)
- Nada satisfecho (1)

## VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

**El Coeficiente de Alfa de Cronbach:** Desarrollado por J. L. Cronbach, mide la consistencia interna del instrumento, el cual requiere de una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre cero y uno. Es aplicable a escalas de varios posibles, por lo que puede ser utilizado para determinar la confiabilidad en escalas cuyos ítems tienen como respuesta más de dos alternativas.

El cuestionario utilizado en la investigación cuenta con cinco a seis ítems de respuesta, por lo que el Alfa de Cronbach está altamente relacionado con la escala de Liker.

La escala que determinara la confiabilidad está dada por los siguientes valores:

### Criterio de Confiabilidad de valores

(Hernández, Sampieri y otros, 2010)

No es confiable	0
Baja Confiabilidad	0.01 a 0.49
Regular Confiabilidad	0.50 a 0.74
Aceptable Confiabilidad	0.75 a 0.89
Elevada Confiabilidad	0.90 a 1

Según la interpretación del Alfa de Cronbach, en cuanto más se aproxime a su valor máximo, 1, mayor es la fiabilidad, se considera que los valores del alfa superiores a 0,7 o 0,8 son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala. En la investigación se integró el Alfa de Cronbach con la escala de Likert, para validar los resultados de la información recolecta del instrumento – cuestionario.

### Estadística de Fiabilidad

La confiabilidad, se refiere a la confianza que tienen los datos recolectados, debido a que existe una constante repetición. Teniendo en cuenta que es la exactitud o precisión de un instrumento de medición. En la tabla 1, se observa un total de 50 encuestas realizadas que representa el 100% de los cuales ninguna fue excluida.

#### *Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
<b>Casos</b>	Válido	50	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	.0
	Total	50	100.0

Fuente: SPSS (2019)

Según los criterios de confiabilidad, se considera que los valores del alfa superiores a 0,7 o 0,8 son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala que representa “Confiabilidad”.

La tabla 1, se indica que cada una de las encuestas se consideró 16 elementos o ítems de los cuales el valor del coeficiente de confiabilidad resulta 0,740, lo que se interpreta con un valor de “Regular Confiabilidad” al instrumento - cuestionario.

Tabla 1

#### *Estadística de Confiabilidad*

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.740	16

Fuente: SPSS (2019)

En la tabla número 3, se observa el detalle de los 16 elementos o ítems que representan los resultados de la información recolecta del instrumento – cuestionario, cada una de ellas con el resultado del Alfa de Cronbach.

**Tabla 2***Estadística total de elementos***Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlaci ón total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Para mí es adecuado el tipo de fotografía que utiliza el material impreso	49.50	58.296	0.180	0.741
Para mí es adecuado el tamaño de la fotografía que utilizan el material impreso	50.20	55.347	0.467	0.718
Para mí es adecuado la ubicación de las imágenes en el material impreso	49.76	54.798	0.431	0.719
Para mí es adecuado que las imágenes del material impreso tengan leyenda	50.02	58.796	0.182	0.740
Para mí es adecuado que las imágenes tengan un contorno en el material impreso	48.34	55.290	0.271	0.735
A mí me gusta el tipo de letra que utiliza el material impreso	47.72	60.696	0.047	0.749
A mí me gusta el color de letra que utiliza el material impreso	48.34	55.290	0.271	0.735

A mí me gusta el tamaño de letras que utiliza el material impreso	48.50	57.480	0.242	0.735
A mí me gusta la forma en la que se presentan los textos en el material impreso	47.94	59.200	0.164	0.741
A mí me gusta la información que tiene el material impreso	47.46	58.988	0.241	0.735
A mí me gusta la cantidad de texto que se presentan en el material impreso	47.64	59.092	0.211	0.737
A mí me gusta la tonalidad que utiliza el material impreso	48.20	53.265	0.340	0.728
Para mí son adecuados los colores que se utiliza en el material impreso	48.48	50.173	0.502	0.708
A mí me gusta colores primarios que se utilizan en el material impreso	48.08	51.585	0.448	0.715
A mí me gusta colores secundarios que se utilizan en el material impreso	48.46	49.478	0.609	0.695
A mí me gusta colores intermedios que se utilizan en el material impreso	47.94	48.996	0.561	0.700

---

Fuente: IBM SPSS Statistics 25.0 (2019)

3.7. VARIABLES

Tabla 3

Operacionalización de Variables

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB INDICADORES	ESCALA
MATERIALES IMPRESOS	FOTOGRAFÍA	Tipo de fotografía	Paisaje	T: Encuesta I: Cuestionario Sumamente satisfecho (5) Muy satisfecho (4) Satisfecho (3) Poco satisfecho (2) Nada satisfecho (1)
			Publicitaria	
			Artística	
			Acción	
		Composición de la fotografía	Tamaño de la foto	
			Ubicación de la foto	
			Uso de la leyenda	
			Encuadre	
	Diseño	Contorno de la fotografía		
	TEXTO	Tipo de letra	En el título	T:Ficha hemerográfica
			En el contenido	I:Ficha hemerográfica
		Color de letra	En el título	
			En el contenido	
		Forma en la que se presenta el texto	Rectángulo	
			Redondeado	
			Cuadrado	
Rectángulo				
Tipo de mensaje		Ninguno		
		Informativo		
	Persuasivo			
	Descriptivo			
Cantidad de texto	Extenso			
	Regular			
	Reducido			

		Amplitud por reglones de texto	Extenso	
			Regular	
			Reducido	
	COLOR	Cualidades	Tono	
			Valor	
			Saturación	
		Escala de valores	Tonos bajos	
			Medios	
			Altos	
		Clasificación	Primeros	
			Secundarios	
			Intermedios	
		Circulo cromático	Saturación	
			Color puro	
			Luminosidad	
		Tipos de armonía	Complementarios	
			Adyacentes	
	Analogías			
	Triadas			

Fuente: Tesista (2019)

### 3.8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Según, la variable, dimensiones y la cantidad de preguntas que se valorizo los puntajes para definir los niveles alto, medio y bajo. Identificado con el Programa Estadístico IBM SPSS Statistics v25.

**Tabla 4***Valoración de variable y dimensiones por niveles*

	<b>BAJO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>ALTO</b>
<b>Nivel de impacto del material impreso</b>	16 - 37	38 – 59	60 - 80
<b>Nivel de impacto en la fotografía del material impreso</b>	16 - 37	38 – 59	60 - 80
<b>Nivel de impacto en el texto del material impreso</b>	16 - 42	43 – 69	70 - 96
<b>Nivel de impacto en los colores del material impreso</b>	16 - 37	38 – 59	60 - 80
<b>Fotografía</b>	16 - 37	38 – 59	60 - 80
<b>Texto</b>	16 - 42	43 – 69	70 - 96
<b>Color</b>	16 - 37	38 – 59	60 - 80

Fuente: Tesista (2019)

## CAPÍTULO IV

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS COMUNEROS Y  
LAS COMUNERAS*Tabla 5. Características sociodemográficas intervalo de nivel de impacto y edad*

		NIVEL DE EDAD				
		[21,30]	[31,40]	[41,60]	[61,80]	Total
<b>INTERVA LO DEL NIVEL DE IMPACT O</b>	<b>BAJO</b>	0	0	1	2	3
		0.0%	0.0%	2.0%	4.0%	6.0%
	<b>MEDIO</b>	2	7	18	11	38
		4.0%	14.0%	36.0%	22.0%	76.0%
	<b>ALTO</b>	0	2	2	5	9
		0.0%	4.0%	4.0%	10.0%	18.0%
	<b>Total</b>	2	9	21	18	50
		4.0%	18.0%	42.0%	36.0%	100.0%

Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)

### **INTERPRETACIÓN:**

En la tabla 5 se observa el intervalo de nivel de impacto y el nivel de edad de las 50 encuestas realizadas a los comuneros y las comuneras de la comunidad Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, de lo que se puede deducir, que un 6.0% de ellos tiene el intervalo del nivel de impacto bajo de los cuales un 4.0% tiene entre 61 a 80 años de edad y un 2.0% tiene entre 41 a 60 años de edad; asimismo un 0.0% tiene 21 a 40 años de edad.

Los resultados muestran que un 4.0% de los comuneros y comuneras tiene entre 21 a 30 años de edad, seguido de un 18.0% tiene entre 31 a 40 años de edad, un 42.0% tiene entre 41 a 60 años de edad, mientras que un 36.0% tiene entre 61 a 80 años de edad.

Los resultados de la tabla 5, muestran que la población de la Comunidad Campesina de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, se ha logrado un impacto del material impreso, porque los comuneros y las comuneras 61 a 80 años han entendido el material impreso en un nivel alto, nivel de edad entre 41 a 60 años han entendido el material impreso en un nivel medio, teniendo en cuenta que el proyecto tuvo la duración de tres años.

- Cruz, (2012) recomienda que el tamaño de la letra no debe ser pequeña, puesto que existen usuarios que no pueden leer de una manera cómoda.

Asimismo, el material impreso ha sido diseñado para los comuneros y las comuneras que tienen 21 a 60 años de edad, de los cuales el público objetivo de 21 a 40 años valora los materiales impresos limitadamente.

**4.2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS INTERVALO DE NIVEL DE IMPACTO Y NIVEL DE INSTRUCCIÓN**

*Tabla 6. Características socio gráficas intervalo de nivel de impacto y nivel de instrucción*

		NIVEL DE INSTRUCCIÓN				
		PRIMARIA	SECUNDA RIA	SUPERIOR	NINGUNO	Total
		2.0%	2.0%	0.0%	2.0%	6.0%
	BAJO	1	1	0	1	3
		28.0%	44.0%	0.0%	4.0%	76.0%
<b>INTERV</b>	MEDIO	14	22	0	2	38
<b>ALO DE</b>		14.0%	4.0%	0.0%	0.0%	18.0%
<b>NIVEL</b>						
<b>DE</b>	ALTO	7	2	0	0	9
<b>IMPACT</b>		44.0%	50.0%	0.0%	6.0%	100.0%
<b>O</b>	Total	22	25	0	3	50

Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)

### INTERPRETACIÓN:

En la tabla 6 se observa el intervalo de nivel de impacto y el nivel de instrucción, de lo que se puede deducir que un 44.0% tiene estudios del nivel secundario, entiende el material impreso en un nivel medio; un 28.0% cuenta con estudios del nivel primario y entiende el material impreso en un nivel medio; asimismo los resultados muestran que un 14.0% de los comuneros y las comuneras cuenta con estudios de nivel primario, el nivel de impacto es de nivel alto; también se observa que un 2.0% no tienen ningún tipo de estudio lo que nos indica que ellos entienden el material impreso en un nivel bajo.

En la tabla 6 se observa que el nivel de instrucción influye en la comprensión de los materiales impresos, 2.0% de los comuneros y las comuneras no tiene ningún tipo estudios y el nivel de impacto de los materiales es bajo, sin embargo 14.0% tiene estudios primarios y ellos entiende el material en un nivel alto, teniendo en cuenta que un 44.0% cuenta con nivel de estudio secundario y su nivel de impacto de los materiales es medio; lo que nos da entender que el nivel de educación si influye en el impacto de los materiales impresos.

- Según (Silva y Loreto, 2014) resalta la importancia que existe en el desarrollo del empoderamiento según su contexto, tales como el nivel individual, contexto organizacional y comunitario; asimismo refiere que los tres niveles se considera el proceso de aprendizaje de habilidades, toma de decisiones, resolución de problemas, asumir roles y responsabilidades.

El aprendizaje mediante el contexto se desarrolla de acuerdo al grado de instrucción que tienes o que lo estas desarrollando, como sería el caso de los comuneros y las comuneras que están estudiando.

- Asimismo, (Hilari y Pinto, 2018) argumentan la participación de la mujer en la toma de decisiones dentro de sus organizaciones comunales es mínima, debido a factores como el analfabetismo, el exceso de trabajo doméstico, la discriminación y el tipo de género que limitan tomar decisiones para la contribución del desarrollo de la comunidad.

Si los comuneros y las comuneras no tienen un grado de instrucción no podrán interpretar el material impreso como es el objetivo de la Asociación Servicios Educativos Rurales debido a que necesariamente tienen que leer y entender el medio informativo; el impacto en las mujeres analfabetas será más limitado debido a que desarrollan exceso de labores domésticas, lo que no generara un cambio de actitud en cuanto al uso y acceso a la tierra.

#### 4.3. ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MATERIAL IMPRESO

*Tabla 7. Análisis del impacto del material impreso*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	BAJO	3	6.0	6.0	6.0
	MEDIO	38	76.0	76.0	82.0
	ALTO	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)*

### INTERPRETACIÓN:

De la tabla 7, se identifica que según el análisis del impacto en materiales impreso, el 76.0% de los comuneros y las comuneras a las que se les aplico la encuesta tiene el nivel de impacto del material impreso medio, porque se ubica en el rango de 85 a 131 según la valorización de variable; seguido de un 18.0% que tiene un nivel alto, que se ubica en un rango de 131 – 180 según la valoración de variable y un 6.0% que tiene un nivel bajo, porque se ubica en el rango de 36 a 84 de la valoración de variable; por lo que se puede deducir que el nivel de impacto de los materiales impresos es medio, coincidiendo con la hipótesis planteada, que fue, el impacto de los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, periodo 2019, es medio.

Según la hipótesis planteada en la investigación, hace referencia a que los materiales impresos tienen un impacto en la comunidad campesina de Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho en; en el texto y color que utilizan; además que el texto les parece interesante, lo que ocasiona que lo puedan leer y entender; los colores son aceptados porque los comuneros y las comuneras lo identifican con su cultura, lo que nos da entender es que se sienten familiarizados, genera una aceptación en los medios informativos.

- Maccapa, (2005) argumenta que el material educativo es limitado e insuficiente, debido a factores como que los contenidos de los materiales son redactados en un lenguaje técnico, con un diseño saturado, y con ilustraciones de otra región.

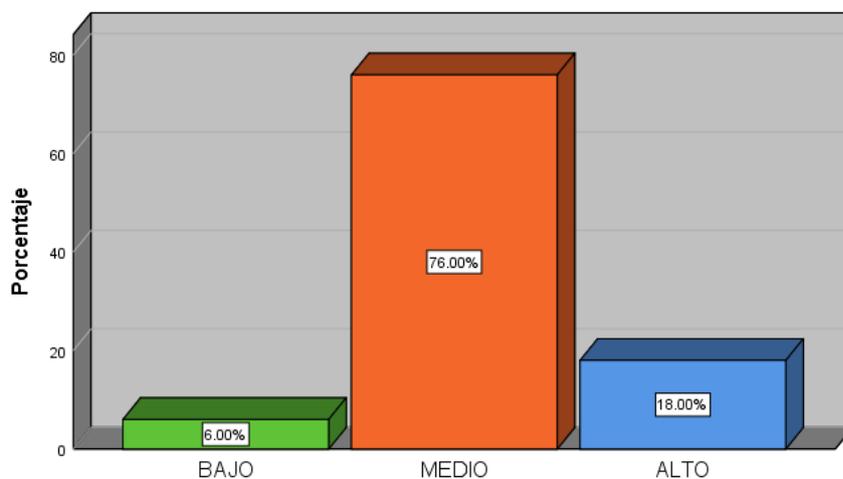
Se coincide con la afirmación del autor, debido a que los materiales impresos analizados contienen imágenes que no corresponden a la Provincia de El Collao Ilave, asimismo los comuneros y las comuneras de la comunidad Campesina de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho relacionan las imágenes a otras regiones.

- En su investigación (Ingrid, 2018) afirma que los materiales impresos como estrategias didácticas han desarrollado capacidades de expresión oral logrando un cambio social en los niños y niñas de la Institución Educativa Pimaria Los Ángeles.

De esta manera parcial se coincide con la afirmación del autor, debido a que los materiales impresos con un diseño adecuado y utilizando la fotografía, texto y el color correcto se puede llegar a tener un impacto de nivel alto en las comunidades campesinas De la Provincia de el Collao Ilave.

- Aguilar, De la Vega, Lugo y Zarco (2014) aseguran que en los materiales didácticos deben considerarse las características del usuario, además propiedades internas como la estructura, presentación y su nivel de interactividad.
- Galindo, Pérez, López y Robles (2001) sugieren que se diseñe e implemente una estrategia de comunicación para el medio rural, donde se brinde información precisa para generar nuevos conocimientos.

Estas afirmaciones coinciden con la investigación, asimismo los materiales impresos como estrategia comunicacional deben ser dirigidos a un público objetivo, teniendo en cuenta el lugar, el idioma, la cultura, el grado de instrucción y la edad.



*Figura 1 Análisis del impacto del material impreso*

Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)

### **INTERPRETACIÓN:**

De la figura 1, los comuneros y las comuneras muestra el impacto que tiene el material impreso con un 76.0%, lo que nos da entender que tiene un impacto de nivel medio, seguidamente de un 18.0% con una aceptación de nivel alto; sin embargo, existe un 6.0% que nos da conocer que el nivel de impacto del material es de nivel bajo.

- Para Cochachi J. y Díaz M. (2004) nos habla de la opinión de Gloria Valdeiglesias sobre los Medios Educativos: “Son todos los recursos que facilitan el proceso de enseñanza y la construcción de nuevos aprendizajes para acceder más fácilmente a la información”.

No habrá un cambio de actitud en los beneficiarios del proyecto si no se realiza un proceso de sensibilización con materiales informativos o educativos que genera nuevos conocimientos para que puedan desarrollar adecuadamente sus derechos sobre el uso y acceso a la tierra.

- Para (Gómez, 2008), afirma que los materiales impresos no tienen impacto porque los diseñadores no tienen experiencia, no se trabaja adecuadamente la ubicación y la dimensión de los espacios de la fotografía, texto y el color, por lo tanto, menciona que los materiales informativos carecen de fundamentos teóricos para realizar diseños atractivos.

Se coincide en algunos aspectos con el autor como es el uso y distribución adecuada de los materiales impresos, sin embargo, en el análisis de los materiales impresos de la Asociación Servicios Educativos Rurales del proyecto Inclusión de las mujeres indígenas aimaras en emprendimientos productivos ejerciendo sus derechos, fue elaborado por una consultora con las correcciones los miembros directivos del SER.

#### 4.4. ANÁLISIS DE LA FOTOGRAFÍA

*Tabla 8. Análisis de la fotografía*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	43	86.0	86.0	86.0
	MEDIO	5	10.0	10.0	96.0
	ALTO	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)

### INTERPRETACIÓN:

La tabla 8, se puede interpretar que el nivel de impacto del material impreso, el 86.0% de los comuneros y las comuneras que se les aplicó la encuesta, en la fotografía tienen un nivel de impacto bajo, seguido de un 10.0% que tiene un nivel medio y un 4.0% que tiene un nivel alto, por lo que se puede deducir que el nivel de impacto de los materiales impresos, en la fotografía es bajo, según la hipótesis planteada el impacto de fotografía en los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional, de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho, es bajo; porque las fotografías utilizadas son de otras regiones.

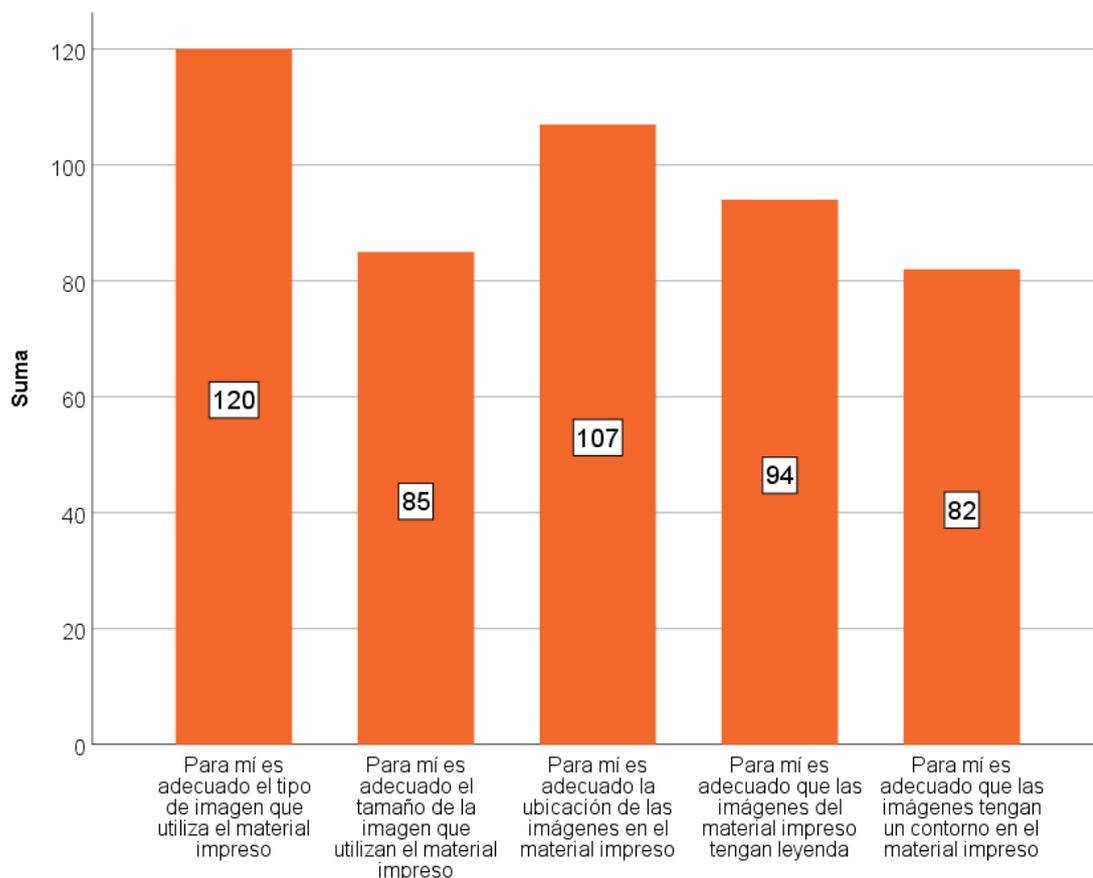
La hipótesis de la investigación, hace referencia si la fotografía es contextualizada del lugar donde se entregan los materiales, si tiene el tamaño adecuado la fotografía para que los comuneros y las comuneras de la comunidad Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho para que puedan apreciar, además conocer el tipo de plano que les gusta que se presenten las fotografías.

Asimismo, se visualizó en la ficha hemerográfica que al público objetivo no le gusta las imágenes se presenten en formas o con contornos grandes.

- Según la investigación de (Maccapa, 2005) llega a la conclusión que los materiales impresos utilizados por la Dirección de Promoción de Salud, presenta ilustraciones con personajes de otras zonas y no cumple con la validación del público objetivo.
- Mientras que (Cruz, 2013) menciona en la investigación que realizó sobre Diseño de la información en las páginas web de las agencias de turismo utiliza la fotografía en tamaño mediano y pequeño.

Lo que nos da entender la investigación es que los materiales impresos como trípticos, cartillas, manuales, dípticos, entre otros. Deben tener ilustraciones o fotografías que se relacione a su público objetivo, es decir que el lector se sienta identificado con las imágenes que ve en el medio de información. Sin embargo, otro factor importante que nos da a conocer Cruz es que todo material de información debe tener el tamaño correcto de la fotografía.

Por lo que existe cierta concordancia con las investigaciones de (Maccapa, 2005) y (Cruz, 2013) al referirse a la fotografía como una dificultad en un material impreso.



*Figura 2 Análisis de la fotografía*

Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)

### INTERPRETACIÓN:

De la figura 2, el impacto del material impreso en la fotografía, el indicador “Para mí es adecuado el tipo de fotografía que utiliza el material impreso” tiene un valor más alto, con 120; seguido por el indicador “Para mí es adecuado la ubicación de las imágenes en el material impreso” con un valor de 107; el indicador “Para mí es adecuado que las imágenes del material impreso tengan leyenda” con un valor de 94; seguido del indicador “Para mí es adecuado el tamaño de la fotografía que utiliza el material” con un valor de 85 y el indicador “Para mí es adecuado que las imágenes tengan un contorno en el material impreso” tiene el valor más bajo con 82. Por lo que se puede deducir que el nivel de impacto de la fotografía es bajo.

- Para (Barboza, 2016) plantea dos características o formas de aplicar el uso de las imágenes. Por un lado, la producción de imágenes sirve como técnica para realizar análisis documental de la sociedad y el otro es educar mediante ella.
- Asimismo, (Rigo, 2014) manifiesta que las actividades académicas a partir de imágenes y fotografías y obras de arte; hace que los alumnos indaguen sobre los temas enseñados, por lo tanto, llega a la conclusión de que el uso de la fotografía como recurso didáctico debería ser tomada en cuenta como una estrategia de enseñanza – aprendizaje.

De lo que se puede interpretar que, la fotografía ha sido utilizada como estrategia de enseñanza – aprendizaje en el área de educación con resultados de aceptación; asimismo (Barboza, 2016) argumenta que la fotografía es una técnica para realizar análisis documentales, por lo tanto, la fotografía es utilizado como una estrategia o método de enseñanza en los materiales impresos.

#### 4.5. ANÁLISIS DEL TEXTO

*Tabla 9. Análisis del texto*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	7	14.0	14.0	14.0
	ALTO	43	86.0	86.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)

#### **INTERPRETACIÓN:**

La tabla 9 se puede identificar que el análisis del texto en el material impreso, el 86.0% de los comuneros y las comuneras entiende el texto que contienen los materiales impresos que lo sitúa en un nivel alto, seguido de un 14.0% que tiene un nivel medio, por lo que se puede deducir que el nivel de impacto en los material impresos en el texto es alto, coincidiendo con la hipótesis de la investigación, que fue, el material es entendido en la comunidad campesina de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho.

- La investigación de (Maccapa, 2005) refiere que el diseño y la diagramación son publicaciones impresas son inadecuadas por no tener equilibrio entre los principios básicos de diseño (texto y espacio en blanco) y el contenido del texto es extenso.

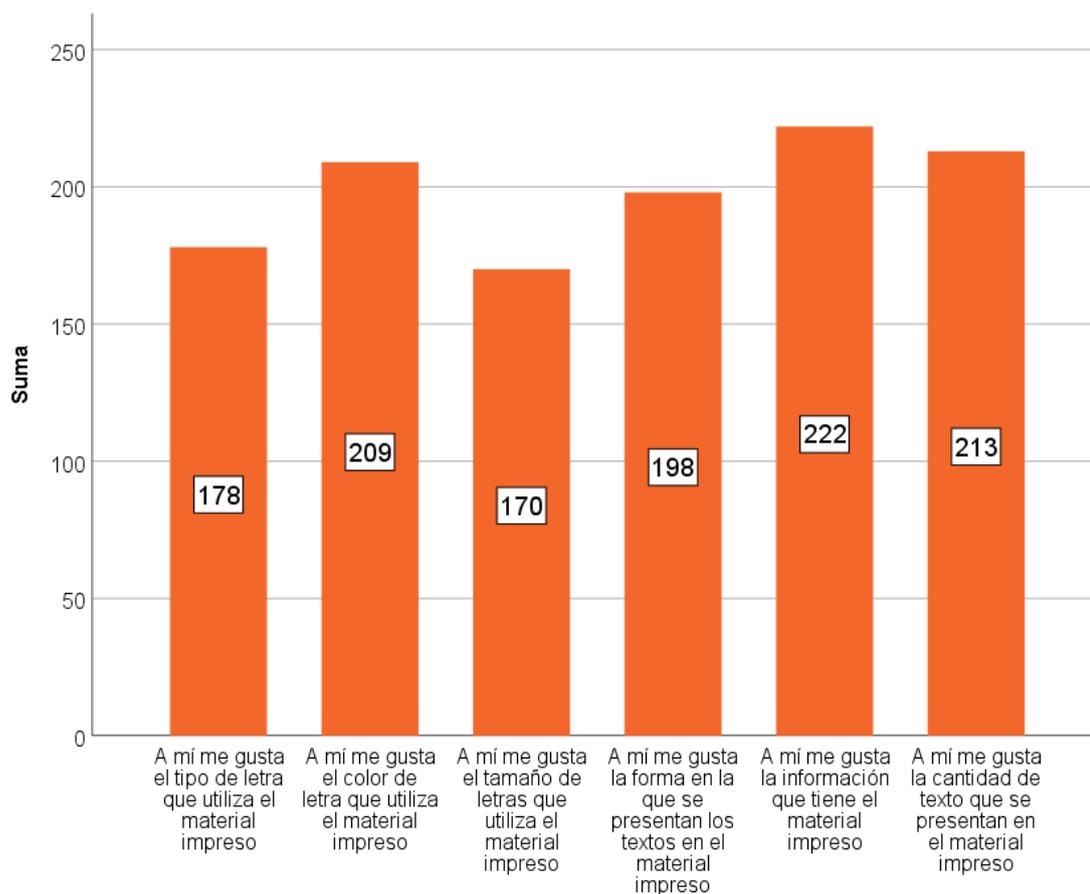
De lo que se puede deducir que al público objetivo no le gusta los textos extensos, asimismo se analizó en la ficha hemerográfica que los comuneros y las comuneras hacen un esfuerzo por ver y leer el tamaño de las letras debido a que se tiene un 149.3cm de

altura x 699.3cm de ancho en espacio de texto en el material sobre Derecho a la tierra y territorio de las mujeres indígenas, lo que representa a un 60% del total del espacio utilizado del material informativo.

- En la investigación de (Cruz 2013) las páginas web de las agencias de turismo emplean una escala de reglones de amplitud extensa, asimismo presenta información de mensaje informativo y descriptivo. Con fuente de tamaño pequeño, por lo tanto, el autor afirma que no es recomendable para las páginas web.

Se concuerda con la afirmación del autor el de tamaño de letra porque los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra de la Asociación Servicios Educativos Rurales tienen el tamaño de letra N° 06 a N°12 en el contenido y el tamaño de letra en el título es N° 18a N°24.

Asimismo, se ha podido analizar en la ficha hemerográfica que la amplitud de reglones del texto es entre corto y medio porque se ha visto que el párrafo más corto es de 2 líneas y el más largo es de 12 líneas; con información de mensaje informativo en los dos materiales utilizados por el proyecto.



*Figura 3 Análisis del texto*

Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)

### **INTERPRETACIÓN:**

De la figura 3, análisis del texto del material impreso, el indicador “A mí me gusta la información que tiene el material impreso” tiene el valor más alto, con 222; seguido de “A mí me gusta la cantidad de texto que se presentan en el material impreso” con un valor de 213; “A mí me gusta el color de letra que utiliza el material impreso” tiene un valor de 209, seguido del indicador “A mí me gusta la forma en la que se presentan los textos del material impreso” con un valor de 198 y el indicador “A mí me gusta el tipo de letra que utiliza el material impreso” y el indicador 170 y tiene el valor más bajo con Por lo que se puede deducir que existe un interés en leer el texto del material impreso.

Con respecto a la dimensión a mí me gusta la información que tiene el material impreso, se interpreta que los comuneros y las comuneras de la comunidad campesina entienden los materiales y les agrada el contenido que tiene.

- Para (Cruz, 2012) afirma que los textos utilizados en las páginas web de las agencias de turismo de la ciudad de Puno son extensos, asimismo sugiere que los textos deben ser persuasivos y deben tener tamaño de letra grande.

Se coincide parcialmente con la afirmación del autor, por lo tanto, la investigación realizada concuerda con algunas afirmaciones sobre las páginas web de las agencias de turismo.

#### 4.6. ANÁLISIS DEL COLOR

*Tabla 10. Análisis del color*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	3	6.0	6.0	6.0
Válido MEDIO	21	42.0	42.0	48.0
ALTO	26	52.0	52.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)

### INTERPRETACIÓN:

La tabla 10 se puede identificar que el análisis del color, el 52.0% de los comuneros y las comuneras a las que se encuestó, tienen un nivel alto, seguido de un 42.0% que tiene un nivel medio y un 6.0% que tiene un nivel bajo, por lo que se puede deducir que el nivel de análisis del color es alto, asimismo se puede decir que el impacto del color se debe a que los encuestados se identifican con los colores y las variaciones que existe porque lo relacionan con su cultura, coincidiendo con la hipótesis de la investigación, que fue, los colores tienen una aceptación alta.

Según la hipótesis planteada, el color tiene relación con los colores que utiliza la zona aymara (La Provincia de El Collao Ilave), asimismo tiene una aceptación por parte de los comuneros y las comuneras de la comunidad campesina Iñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho.

- Para (Gómez, 2008), en su investigación realizada sobre diseño e impacto del material gráfico utilizado en la campaña de educación vial concluye que las características y la composición gráfica que presenta el material impreso es limitado en cuanto a organización de recursos visuales, el cual no causó buena impresión en el público objetivo.

El autor nos da a conocer claramente que el uso incorrecto de los colores afecta visualmente en un diseño gráfico, además se coincide con el autor porque en la investigación se llega a la misma conclusión.

- Según (Frascara, 2000), Los colores influyen decisivamente en nuestra psicología, creándonos diversas sensaciones. El rojo excita o el azul tranquiliza. También influyen según la edad, sexo o el origen se siente cierta tendencia a determinados colores.

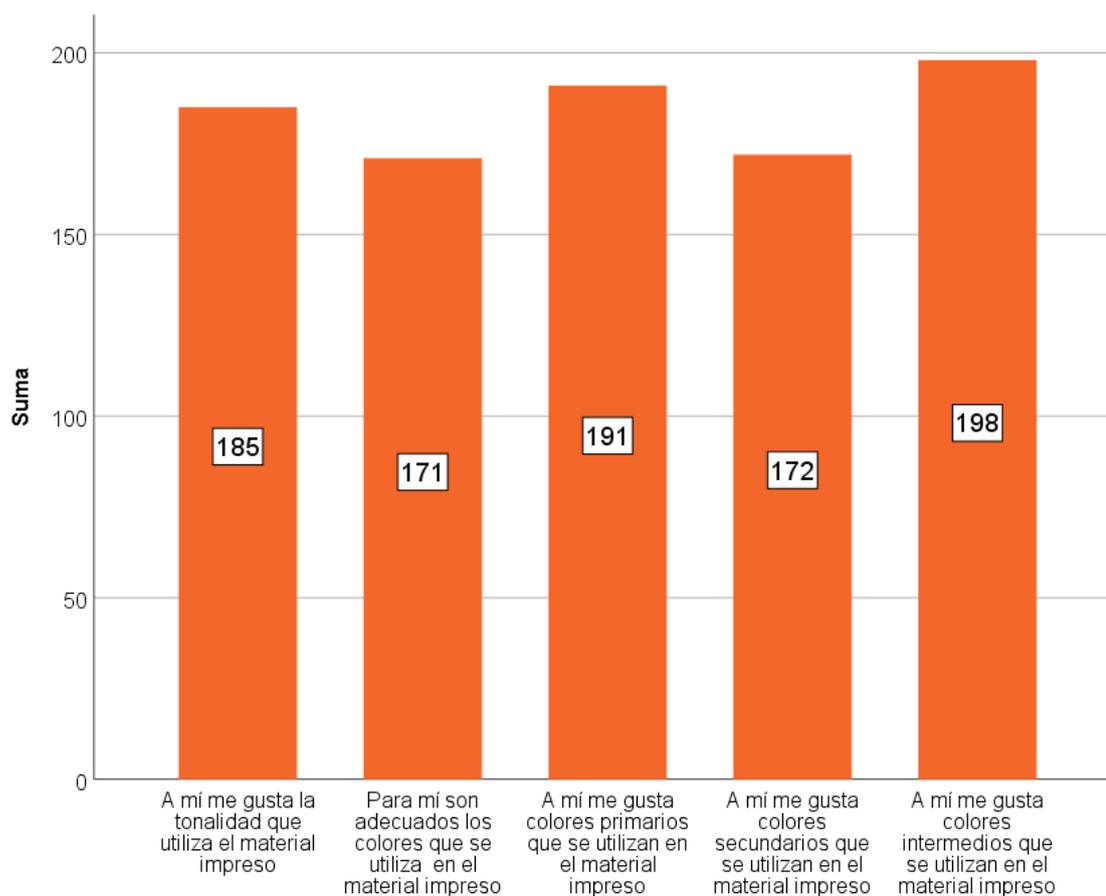
De lo que se puede interpretar que, el color ha sido utilizado como un influyente decisivo en la persona, crea diversas sensaciones en el hombre, busca reacciones ante una actividad, genera impresión y su objetivo es llamar la atención, por lo que se puede decir que el color es una técnica para comunicar un significado, es utilizado como un método de enseñanza en los materiales impresos.

- Según, (Mamani, 2014) asegura que las comunidades que pertenecen a la cultura aymara relacionan los colores que utilizan a las vivencias y costumbres que tienen sus antepasados.

La comunidad campesina de Ñacaya: Pichuncuta y Hueco Cucho le gusta los colores relacionado a las flores de la zona, los recursos naturales, entre otros. Lo que nos explica que se siente identificados con los colores que utiliza la Asociación Servicios Educativos Rurales en los materiales impresos como son: Nuestros instrumentos de gestión comunal y Derechos a la tierra y territorio de las mujeres indígenas.

- Según (Frascara, 2000), argumenta que la psicología moderna y el psicoanálisis admiten que la respuesta a cada color cambia según las culturas, los grupos humanos e incluso los individuos. De esta forma, los psicólogos demuestran que el ser humano tiene una escala de colores propios y con ellas puede expresar sus emociones.

Lo que da conocer el autor, es un aporte muy importante en la comunicación debido a que la mayoría de los comunicadores utiliza el color como parte del diseño, sin embargo, para utilizar el espacio del color se debe tener en cuenta la cultura a la que pertenece el público objetivo. Generar reacciones, provocar una emoción o un significado es una forma de comunicar y generar nuevos conocimientos en el ser humano.



*Figura 4 Análisis del color*

Fuente: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2019)

### **INTERPRETACIÓN:**

De la figura 4, el análisis del color, el indicador “A mí me gusta colores intermedios que se utilizan en el material impreso” tiene el valor más alto, con 198; seguido de “A mí me gusta colores primarios que se utilizan en el material impreso” con un valor de 191, el indicador “A mí me gusta la tonalidad que utiliza el material impreso” con un valor de 185; asimismo el indicador “A mí me gusta colores secundarios que se utilizan en el material impreso” con un valor de 172 y el indicador “Para mí son adecuados los colores que se utiliza en el material impreso” tiene el valor más bajo con 171. Por lo que se puede deducir que el nivel de aceptación de los materiales impresos, específicamente en el color es alto, frente a al análisis que se ha podido realizar.

Con respecto a la dimensión a mí me gusta colores intermedios que utiliza el material impreso se ve que es representado por 198 lo que nos indica que tiene mayor aceptación por los comuneros y las comuneras de la comunidad campesina, lo que nos da entender la ficha hemerográfica es que no les gusta los colores muy fosforescentes.

- Para (Jiménez) da a conocer que los colores producen sensaciones y generan distintos estados de ánimo en los lectores, asimismo recomienda que utilizar una correcta armonía de matices, contrastes y fondos adecuados que permitan una lectura cómoda de textos y gráficos.

Este planteamiento responde el componente del color, en el uso adecuado en los materiales impresos como son Herramientas de gestión comunal y Derecho a la tierra y territorio de las mujeres indígenas, asimismo se coincide con el autor en cuanto el significado de cada color para el público objetivo.

- Según (Tena Parera, 2005), argumenta que el color provoca percepciones en otros sentidos como son el oído, tacto, olfato, gusto, percepción del espacio y del movimiento.

Los comunicadores y diseñadores gráficos tienen el color como un recurso expresivo para reacciones en su público objetivo. Por esta razón deberían conocer de manera exhaustiva la potencialidad del color.

- Asimismo, el autor (Tena Parera, 2005), menciona que la expresividad del color no se diferencia en casi nada con el resto de los elementos de la página impresa. El color consigue expresividad modificando cualidades cromáticas.

Para lo que menciona el autor se debería tener en cuenta la representación figurativa que tiene el público beneficiario de cada color, conocer la ideología y la cultura con la cual se identifican; en la comunidad Campesina de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho los comuneros y las comuneras se identifican con los colores de sus recursos naturales, como son el agua, sus bosques, la tierra, la chacra y las flores. Es por ello que el impacto del material impreso de la Asociación Servicios Educativos Rurales tiene un nivel de impacto alto, es afirmación ha sido validado con la ficha hemerográfica.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** El impacto de los materiales impresos sobre uso y acceso a la tierra como estrategia comunicacional de la Asociación Servicios Educativos Rurales en la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho – El Collao Ilave – 2019, es limitado; no es muestra un cambio de actitud en los comuneros y las comuneras, sin embargo entienden el texto y les agrada el color, sin embargo, no se sienten identificados con la fotografía por no estar contextualizadas con la región de Puno, existen falencias en el diseño y diagramación del material impreso.

**SEGUNDA:** El nivel de impacto de la fotografía en los materiales impresos como estrategia comunicacional de la Asociación servicios Educativos Rurales; es bajo ya que los comuneros y las comuneras de la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho no se identifican con las imágenes por no ser contextualizadas con la región de Puno, asimismo, consideran que las ilustraciones son muy pequeñas, la mayoría de las fotografías no cuenta con una leyenda.

**TERCERA:** El nivel de impacto del texto en los materiales impresos como estrategia comunicacional de la Asociación servicios Educativos Rurales; es alto ya que los comuneros y las comuneras de la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho les gusta el tipo de información que brinda el material informativo, asimismo genera interés de leer.

**CUARTA:** El nivel de impacto del color en los materiales impresos como estrategia comunicacional de la Asociación servicios Educativos Rurales; es alto ya que los comuneros y las comuneras de la comunidad de Ñacaya, Pichincuta y Hueco Cucho; les

gusta los colores que utilizo el diseñador gráfico, asimismo le gusta la tonalidad que tiene el material impreso.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Se recomienda a la Asociación Servicios Educativos Rurales tomar servicios profesionales de la región de Puno en diseño y la diagramación de su material impreso como son: Nuestros instrumentos de gestión comunal y derecho a la tierra y territorio de las mujeres indígenas; teniendo en cuenta los criterios básicos de diseño, los mismos que deben presentar bastantes fotografías de la zona y garantizar que los materiales informativos sean adecuados para el público beneficiario.

**SEGUNDA:** En cuanto a la fotografía no es recomendable utilizar fotografías que no correspondan al tema, porque de esta manera solo logras confundir al lector y generas una desconfianza de la información brindada; asimismo se debe tener en cuenta la edad y el grado de instrucción que tiene el público objetivo.

**TERCERA:** El texto que se utiliza en el material impreso es de tamaño mediano, por lo que se recomienda aumentar la dimensión de la letra para que más personas lo puedan leer con facilidad, asimismo no se debe utilizar ningún tipo de contorno porque distrae al lector.

**CUARTA:** A la carrera de Ciencias de la Comunicación Social formar profesionales que conozcan y apliquen adecuadamente las técnicas visuales del diseño gráfico en un material impreso, que utilicen correctamente los elementos visuales como él (texto, fotografía y color) con un enfoque intercultural.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, R. (1993). Una comunicación para otro desarrollo. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Alfaro, R. (2006). Otra brújula, innovaciones es comunicación para el desarrollo. Lima: Calandria.
- Alfaro, R. M. (1993). Una comunicación para otro desarrollo: para el diálogo entre el norte y el sur. Lima: Calandria.
- Aguilar, De la Vega, Lugo y Zarco (2014, 25 de enero). Análisis de criterios de evaluación para la calidad de los materiales didácticos digitales. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/924/92429919005.pdf>
- Andersen Ortiz, P. A. (5 de Julio de 2019). Análisis de las estrategias comunicacionales de responsabilidad social empresarial. Recuperado de <https://docplayer.es/2214963->
- Barboza, A. (2006). Sobre el método de la interpretación documental y el uso de las imágenes en la Sociología: Karl Mannheim, Aby Warburg y Pierre Bourdieu. Sociedad o Estado. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/se/v21n2/a05v21n2>
- Cari, E, & Churata, E, (2017). Análisis comparativo de las estrategias de comunicación entre el proyecto de construcción del sistema de riego tecnificado pucará y el proyecto mejoramiento y ampliación del servicio de agua sistema de riego Yocará (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Caro, N. P. (2008). El rol de los Materiales Auto instruccionales para enseñar con modalidad virtual "Procesamiento estadístico de datos con Software R" en cursos

presenciales de Estadística. Revista de Educación a Distancia. Recuperado de <http://www.um.es/ead/red/34>.

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (24 de abril de 2002).

Ministerio de asuntos externos. Recuperado de [https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual\\_ES.pdf](https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual_ES.pdf)

Cochachi, J. & Diaz, R. (2004). Medios educativos. 1era Edición. Editorial San Marcos. Lima, Perú

Cruz Ramos, Y. B. (2012). Diseño de la información en las páginas web de las agencias de turismo de la ciudad de Puno. Puno.

De Lara González, A., & Olabe Sánchez, F. (2012). La comunicación para el Desarrollo, análisis de caso: fundación aclo, educación a distancia por radio en Bolivia. Razón y Palabra. Recuperado de <https://www.significados.com/tipos-de-texto/>

Escudero, K. (setiembre del 2016). Gobernanza responsable de la Tierra y Mujeres Indígenas (Primera Edición)

Fábregues, S., Meneses, J., Rodríguez Gómez, D., & Hélène Paré, M. (2016). Técnicas de investigación social y educativa. Europa: Editorial UOC.

Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación: 7ma Edición. Editorial Infinito. Buenos aires, Argentina

- Galindo, Pérez, López y Robles (2001, 04 de octubre). Estrategias de comunicación en el medio rural Zacatecano para transferir innovaciones agrícolas. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/573/57319412.pdf>
- Gómez Mamani, I, (2018). Diseño e impacto del material gráfico utilizado en la campaña de educación vial, dirigido por la dirección de circulación terrestre - Puno (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Gómez Pineda, F. (2014). Teorías de la comunicación. Puno: Separata UNA.
- Gonzales, A. (2017). Estrategias de comunicación en procesos de desarrollo local. Recuperado de <https://blogs.upn.edu.pe/comunicaciones/2017/06/21/estrategias-de-comunicacion-en-procesos-de-desarrollo-local/>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2019). Metodologías de la Investigación. México: Mc Graw - Hill Interamericana Editores.
- Hernández, S., Fernández, & Baptista, L. (2010). Metodología de la investigación. México: Quinta edición.
- Hilari Hanco, S, & Pinto Gamarra, S. (2018). Participación de la mujer para la toma de decisiones en las organizaciones comunales de la zona alta de El Collao – Ilave. Puno, Perú. Recuperado de <http://www.pabloimpallari.com.ar>
- Interiano, C. (1997). Semiología y comunicación. Guatemala: 5° Edición.
- Ingrid, C, (2018). Estrategias de comunicación impresa para prevenir la mortalidad materna difundidas por la dirección regional de salud - puno (tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles, Chimbote, Perú.

Jiménez Hernández, J, (2018). Propuesta de una Multimedia para completar la colección Multisaber (tesis de maester).

Asociación SER (2011). Ley de comunidades campesinas

Maccapa, V, (2005). Talleres de lectura utilizando materiales impresos como estrategia didáctica para mejorar la expresión oral en los preescolares de 3 años de la Institución Educativa Los Ángeles (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.

Mamani, Julian, (2014). Cultura Aymara, Puno, Perú. Recuperado de Academia:  
[https://www.academia.edu/33900807/Comunicación\\_oral\\_y\\_escrita\\_VENTAJA\\_S\\_Y\\_DESVENTAJAS\\_DE\\_LA\\_COMUNICACIÓN\\_ESCRITA](https://www.academia.edu/33900807/Comunicación_oral_y_escrita_VENTAJA_S_Y_DESVENTAJAS_DE_LA_COMUNICACIÓN_ESCRITA)

Matas, A. (2016). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. Revista Electrónica de Investigación Educativa

Matthews, M. (1999). Manual de Referencia. Madrid: Mc GRAW-HILL/Interamericana de España.

Méndez Garrido (2001), Méndez Garrido, J. (s.f.). Pautas y criterios para el análisis y evaluación de materiales curriculares

Ocaña Fernández, Y. (2012). Influencia de los medios y materiales didácticos y el rendimiento académico de los alumnos de la asignatura filosofía y ética. Lima.

Ospina Rave, B., Sandova, J., Aristizábal Botero, C., & Ramírez Gómez, M. (2005). La escala de Likert en la valoración de los conocimientos y las actitudes de los profesionales de enfermería en el cuidado de la salud. Antioquia, 2003. Invest Educ Enferm, 14-29.

- Pertusa Grau, J. F. (2003). Técnicas de Análisis de Fotografía. Valencia: Maite Simón.
- Pino, (2007). Pino Gotuzzo, R. (2007). Metodología de la Investigación (2da ed). Lima, San Marcos E.I.R.L, 396.
- Poulin, R. (2012). El lenguaje del diseño gráfico. España: promotora de la prensa internacional S.A.
- Puma Portugal C. S. (2013). Las estrategias de comunicación de la dirección regional de salud en la campaña para la prevención de las iras y neumonía en la zona norte en la región Puno - 2013 (tesis del Posgrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú
- Quirós, E. (1980). Redacción moderna y práctica. Trujillo: Departamento de Publicaciones del Instituto Superior de Periodismo y Relaciones Públicas "Dr. Carlos Uceda Meza".
- Reynoso, R. (setiembre del 2016). Gobernanza responsable de la Tierra y Mujeres Indígenas (Primera Edición)
- Rigo, D. (2014). Aprender y Enseñar a través de las imágenes. Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4665727>
- Ruiz, Motta, Bruno, Demonte, & Tufró (2014), Ruiz, L., Motta, L., Bruno, D., Demonte, F., & Tufró, L. (2014). Comunicación popular, Universidad y Organizaciones Sociales. Producción de Materiales de Comunicación y Educación Popular, 15.
- Salcido, L. (26 de noviembre de 2019). Colegio de estudios científicos y tecnológicos del estado de sonora. Recuperado de [tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/10056/Anexo.pdf](https://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/10056/Anexo.pdf)

Silva, C, & Loreto Martinez, M. (2004). Empoderamiento: Proceso, Nivel y Contexto.

Psykhe

Tena Parera, D. (2005). Diseño gráfico y Comunicación. Madrid (España): Pearson

Educación, S.A.

UNICEF, (2019) UNICEF. (28 de octubre de 2019). Unicef y las Naciones Unidas.

Recuperado de [https://www.unicef.org/spanish/cbsc/index\\_42329.html](https://www.unicef.org/spanish/cbsc/index_42329.html)

## **ANEXOS**



**ANEXO A**



**CUESTIONARIO SOBRE LOS MATERIALES IMPRESOS EN LA COMUNIDAD DE IÑACAYA, PICHINCUTA Y HUECO CUCHO**

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Estimado (a), solicitamos su colaboración para que nos brinde información con la encuesta sobre los materiales impresos de la Asociación Servicios Educativos Rurales, las respuestas serán totalmente confidenciales.

20-30	31-40	41-50	51-60	61-80	Edad:
-------	-------	-------	-------	-------	-------

Grado de Instrucción: Primaria \_\_\_\_ / Secundaria \_\_\_\_ / Superior \_\_\_\_ / Ninguno \_\_\_\_ /

<b>FOTOGRAFÍA</b>					
	<b>Suma mente Satisfe cho</b>	<b>Muy Satisfe cho</b>	<b>Sat isfe cho</b>	<b>Poco Satisfe cho</b>	<b>Nada Satis fecho</b>
Para mí es adecuado el tipo de fotografía que utiliza el material impreso					
Para mí es adecuado el tamaño de la fotografía que utilizan el material impreso					
Para mí es adecuado la ubicación de las imágenes en el material impreso					
Para mí es adecuado que las imágenes del material impreso tengan leyenda					

<b>TEXTO</b>					
	<b>Suma mente Satisfe cho</b>	<b>Muy Satisfe cho</b>	<b>Sat isfe cho</b>	<b>Poco Satisfe cho</b>	<b>Nada Satis fecho</b>
A mí me gusta el tipo de letra que utiliza el material impreso					
A mí me gusta el color de letra que utiliza el material impreso					
A mí me gusta el tamaño de letras que utiliza el material impreso					
A mí me gusta la forma en la que se presentan los textos en el material impreso					
A mí me gusta la información que tiene el material impreso					
A mí me gusta la cantidad de texto que se presentan en el material impreso					
<b>COLOR</b>					
	<b>Suma mente Satisfe cho</b>	<b>Muy Satisfe cho</b>	<b>Sat isfe cho</b>	<b>Poco Satisfe cho</b>	<b>Nada Satis fecho</b>
A mí me gusta la tonalidad que utiliza el material impreso					
Para mí son adecuados los colores que se utiliza en el material impreso					
A mí me gusta colores primarios que se utilizan en el material impreso					
A mí me gusta colores secundarios que se utilizan en el material impreso					
A mí me gusta colores intermedios que se utilizan en el material impreso					

**ANEXO B**  
**FICHA HEMEROGRÁFICA**

Tipo de Material:

Tema:

FOTOGRAFÍA											
Composición de la Fotografía					DISEÑO DE LA FOTOGRAFÍA						
Tipo de Fotografía		Descripción		Ubicación de la foto		Uso de Leyenda		Encuadre		Utilización de contorno en la fotografía	
						SI NO		Plano Medio		SI NO	
						Descripción		Plano Entero		Descripción	
								Plano Panorámico			
De paisaje		Grande (30cm altura x 21.5cm de ancho)									
Publicitaria		Mediano(15cm de altura x 10.3cm de ancho)									
Artística		Pequeño (7.5cm de altura x 05.2cm de ancho)									
Acción											
Detenido											
TEXTO											
Título:		Forma en la que presenta el texto		Tipo de Mensaje		Amplitud del Texto		Amplitud por Reglones		Descripción	
		Negro Blanco		Informativo		Extenso (149.3cm de altura x 699.3cm de ancho)		N° de Fila Extenso (N° 12)		Texto N° 1: Texto N° 2: Texto N° 3:	
		Más de dos colores Otro(Especifique)		Persuasivo		Regular (74.7cm de altura x 349.7cm de ancho)		N° de Fila Regular (N° 5 a 6)			
		Negro Blanco Más de dos colores		Descriptivo		Reducido		N° de Fila			
Contenido :		Color									
Tipo de Letra:		Rectángulo Redondeado									
Tamaño de letra:		Cuadrado									
Tipo de Letra:		Rectángulo									
Tamaño de letra:		Más de dos colores									

COLOR											
Cualidades		Escala de valores			Clasificación			Círculo cromático		Tipos de armonía	
Tono		Tonos bajos		Colores primarios		Descripción de los colores primarios:	Saturación		Complementarios		
Valor		Tono medios		Colores secundarios		Descripción de los colores secundarios:	Color puro		Adyacentes		
Saturación		Tonos altos		Colores intermedios		Descripción de los colores intermedios:	Luminosidad		Analogías		
									Triadas		

## ANEXO C

## EVIDENCIA DE LA ENCUESTA REALIZADA EN LA COMUNIDAD



Foto 1. Encuesta realizada en la Comunidad Campesina Iñacaya, Pichincuta y Huevo Cucho, El Collao –Ilave – Puno.



Foto 2. Encuesta realizada en la Comunidad Campesina Iñacaya, Pichincuta y Huevo Cucho, El Collao –Ilave – Puno.

## ANEXO D

**EVIDENCIA DE LA FICHA HEMEROGRÁFICA REALIZADA EN LA  
COMUNIDAD IÑACAYA, PICHINCUTA Y HUECO CUCHO.**

Foto 3. Ficha de observación realizada en la Comunidad Campesina Iñacaya, Pichincuta y Huevo Cucho, El Collao –Ilave – Puno.



Foto 4. Ficha de observación realizada en la Comunidad Campesina Iñacaya, Pichincuta y Huevo Cucho, El Collao –Ilave – Puno.

**ANEXO E**

**LISTA DE PARTICIPANTES DE LA ENCUESTA SOBRE MATERIALES  
IMPRESOS EN LA COMUNIDAD IÑACAYA, PICHINCUTA Y HUECO**

**CUCHO**

N <sup>a</sup>	APELLIDOS Y NOMBRES	SEXO	DNI	EDAD
1.	Alvarro Cotrado, Lidia	Femenino	01874365	42
2.	Arohuata Incacutipa, Severino	Masculino	01786139	73
3.	Arohuata, Juana Florencia	Femenino		77
4.	Ayute Ccallo, Marcelino	Masculino	01783040	72
5.	Callo Limachi, Ruth Talia	Femenino	73636300	50
6.	Carrillo Quino, Reyna	Femenino	46587152	29
7.	Ccallo Incacutipa, Alejandro	Masculino	01782769	66
8.	Ccallo Incacutipa, Efrain	Masculino	01783457	64
9.	Choque Huayte, Benjamin	Masculino	01771821	55
10.	Cotrado Larijo, Ruben	Masculino	01873000	45
11.	Cotrado Rizalazo, Tito	Masculino	01330627	46
12.	Huaycani Coaquira, Lucia	Femenino	01836743	45
13.	Huaycani Duran, Santiago	Masculino	01847139	70
14.	Huaycani Maquera, Fransisca	Femenino	01791218	52
15.	Huaycani Maquera, Lucia	Femenino	01836742	55

16.	Huaycani Pataca, Primitiva	Femenino	01855346	50
17.	Incacutipa Cacasaca, Vilma	Femenino	73647730	19
18.	Incacutipa Cacasaco, Eloy	Masculino	46718545	26
19.	Incacutipa Garcia, Patricio	Masculino	01783700	70
20.	Incacutipa Incacutipa, Felicia	Femenino	01787990	50
21.	Incacutipa Incacutipa, Ignacia	Femenino	01786916	74
22.	Incacutipa Incacutipa, Miguel	Masculino	01783300	64
23.	Incacutipa Incacutipa, Teodoro	Masculino	01785266	63
24.	Incacutipa Incacutipa, Victor	Masculino	00487553	47
25.	Incacutipa Limachi, Pascual	Masculino	01798581	78
26.	Incacutipa Maquera, Hipolito	Masculino	01787458	70
27.	Incacutipa Navarro, Flora	Femenino	01784028	53
28.	Incacutipa Navarro, Francisco	Masculino	01785196	58
29.	Incacutipa Navarro, Meliton	Masculino	80009211	40
30.	Incacutipa Navarro, Raul	Femenino	80008877	49
31.	Incacutipa Navarro, Rosa	Femenino	01784027	56
32.	Incacutipa Rizalazo, Gladis	Femenino	01865148	43
33.	Incacutipa Rizalazo, Serafin	Masculino	01836145	50
34.	Incacutipa Ticona, Rogelio	Masculino	00116347	40
35.	Limachi Incacutipa, Florentino	Masculino	01785340	76

36.	Limachi Maquera, Honorata	Femenino		91
37.	Limachi Maquera, Maria	Femenino	01855472	51
38.	Mamani Canahui, Julia	Femenino	01837409	55
39.	Maquera Huaycani, Agustina	Femenino	01848633	67
40.	Maquera Huaycani, Gerardo	Masculino	01787258	86
41.	Maquera Huaycani, Raul	Masculino	01833937	62
42.	Marca Incacutipa, Hilda	Femenino	45494231	43
43.	Quispe Pancaya, Vilma	Femenino	01865079	44
44.	Rizalazo De Llica, Juana	Femenino	01793013	67
45.	Rizalazo Duran, Felipe	Masculino	01788224	64
46.	Rizalazo Espenoza, Severino	Masculino	01789315	65
47.	Rizalazo Incacutipa, Maria	Femenino	01889002	40
48.	Roque Llanque, Dionicia	Femenino	01838027	70
49.	Rizalazo, German	Masculino	01787670	68
50.	Ticona, Celia	Femenino	00508271	59

## ANEXO F

### FICHA INFORMATIVA DE LA ASOCIACIÓN SERVICIOS EDUCATIVOS RURALES

La Asociación SER fue fundada en 1980 por un grupo de profesionales peruanos y agentes pastorales que decidieron apoyar los esfuerzos que realizaban campesinos organizados y equipos de promoción local en la defensa de sus derechos. Este grupo fue encabezado por Edmundo León que en esos años era el Responsable del Departamento Campesino de la Comisión Episcopal de Acción Social (CEAS). Además, entre los otros fundadores estuvieron Pedro Vásquez, José Luis Gonzáles, Laureano del Castillo y Andrés Besinet. El primer equipo estuvo conformado por Roxana García-Bedoya en la coordinación ejecutiva, con la compañía de las hermanas María Gabriela y Cecilia.

SER, es una asociación privada de alcance nacional creada en 1,980 por un grupo de profesionales que decidieron apoyar los esfuerzos que realizaban las organizaciones campesinas y equipos de promoción local en la defensa de sus derechos. A lo largo de sus 50 años de existencia SER ha desarrollado múltiples proyectos que contemplaron actividades de capacitación, asesoría, promoción social y productiva y defensa de los derechos fundamentales de la ciudadanía. Su creación se encuentra en los Registros Públicos con partida N°01807765, Ficha N°5221, asiento N°A00003.

Dirigido a consolidar la imagen del SER como referente que mejora la calidad de vida de la población rural construyendo sistemas de agua y saneamiento, promueve la gobernanza responsable de género, y que genera información y opinión sobre derechos humanos, políticas públicas y conflictos en el Perú.

### Objetivo General:

SER tiene mayor incidencia en los temas que trabaja ante la sociedad, el Estado y la Cooperación internacional.

### Objetivo Específicos:

#### Tema 1: Eficiencia Institucional y Organización Interna

- Gestión institucional eficiente y eficaz.
- SER ha fortalecido su liderazgo e incidencia y genera corriente de opinión pública.
- Ciudadanía mejor informada y con voz en medios SER.

#### Tema 2: Liderazgo Institucional e Incidencia

- Relaciones institucionales.
- Capacidades para la incidencia.
- Fotografía institucional.
- Liderazgo institucional.

#### Tema 3: Información como derecho

- Accesibilidad y confiabilidad de la Información.
- Participación de la ciudadanía a través de medios SER.

### Actividades:

SER cuenta con una plataforma virtual llamada Noticias SER, en donde se encontrarán noticias, informes, entrevistas y columnas de opinión sobre la coyuntura política, los conflictos sociales, los derechos humanos en el Perú, especialmente en las

regiones de Ayacucho, Cajamarca y Puno. Además, produce semanalmente el Boletín virtual con las notas informativas más resaltantes del escenario político y social.

### CONSEJO DIRECTIVO

Nombre	Cargo	Profesión
Raquel Reynoso Rosales	Presidenta	Trabajadora Social
Roxana García Bedoya Maguiña	Vicepresidenta	Antropóloga
Alejandro Laos Fernández	Vocal	Antropólogo
Moisés Palomino Medina	Vocal	Abogado
Roger Agüero Pittman	Vocal	Ingeniero Agrícola

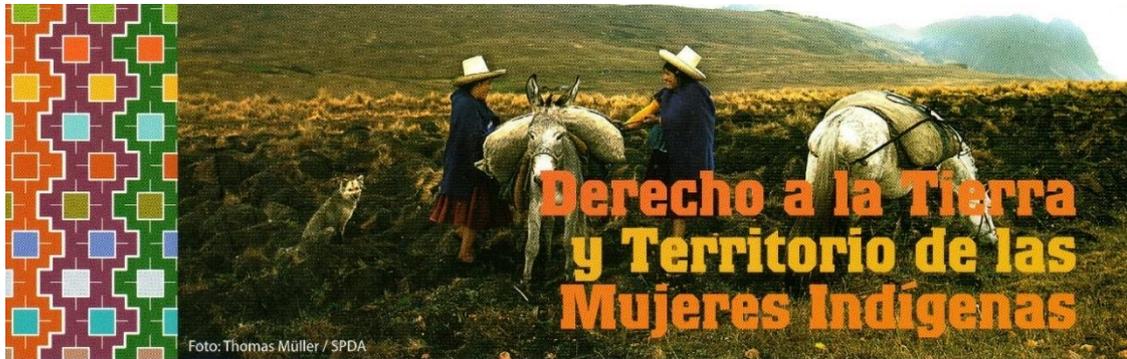
### PROYECTOS

Financiador(es)	Proyecto	Año	Presupuesto \$
Manos Unidas España	Acceso al agua potable y saneamiento en dos localidades de Huancavelica.	2019	94,811.00
Agencia Vasca de Cooperación para el Desarrollo / Medicus Mundi España	Llapanchik Kuscas: Por el derecho al agua y al saneamiento con equidad de género en la población rural quechua de Vinchos – Ayacucho, Perú.	2019	483,278.48

<p>Ayuntamiento Vitoria Gasteiz / Medicus Mundi  España</p>	<p>Juntas: Por el derecho al agua y al saneamiento con equidad de género en la población rural de Patahuasi, distrito de Vinchos, Huamanga-Ayacucho.</p>	<p>2019</p>	<p>110,000.00</p>
<p>Diputación Foral de Álava / Medicus Mundi. España</p>	<p>Fortalecimiento de la gestión comunal y municipal en equidad de género para el ejercicio del derecho humano al agua potable y saneamientosostenible en Chota, Perú.</p>	<p>2018</p>	<p>150,000.00</p>
<p>Vitoria Gasteiz / Medicus Mundi España</p>	<p>Gestión sostenible del agua potable y baños ecológicos, como derecho humano en la población rural de Concepción Cangallo, distrito de Vinchos. Provincia de Huamanga, Ayacucho.</p>	<p>2018</p>	<p>100,000.00</p>
<p>Fundación Avina Perú</p>	<p>Apoyo acciones de la Red de Agua Segura.</p>	<p>2018</p>	<p>13,761.00</p>
<p>Ayuntamiento Vitoria Gasteiz / Medicus Mundi  España</p>	<p>Gestión sostenible de agua potable y saneamiento como derecho humano, en la población rural de Totorapata.</p>	<p>2017</p>	<p>135,000.00</p>
<p>Secretariado Internacional del Agua – Alas de Esperanza /Canadá</p>	<p>Abastecimiento de agua potable y saneamiento ecológico de Wariperqa, distrito Vinchos, provincia Huamanga, Región Ayacucho, Perú.</p>	<p>2017</p>	<p>77,662.00</p>

Asociación Civil Bien por Bien – Yaqua Perú	Agua Potable y Saneamiento Ambiental Sostenible para la localidad rural de San Juan del Suro – Chalamarca – Chota – Cajamarca.	2017	56,327.00
Manos Unidas España	Instalación de Baños Ecológicos – Lirpo y Putaca	2017	99,973.00
Manos Unidas España	Instalación de Baños Ecológicos - Pantuylla	2016	93,532.00
Asociación Civil Bien por Bien – Yaqua Perú	Agua Potable y Saneamiento Ambiental Sostenible para la localidad Rural San José de Ticllas, Huamanga	2016	49,507.00

## ANEXO G

**MATERIAL IMPRESO DE DERECHO A LA TIERRA Y TERRITORIO DE  
LAS MUJERES INDÍGENAS – N° 1**


### Presentación

Derecho a la Tierra y Territorio de las Mujeres Indígenas es una cartilla dirigida a las mujeres indígenas de las zonas andinas y amazónicas, quienes tienen la preocupación por la situación de sus tierras y territorios que cada día están siendo vulnerados por diversas actividades económicas como la minería, la industria de la madera o el cultivo de palma aceitera, entre otras.

En esta cartilla, las mujeres indígenas podrán reflexionar sobre la importancia de su participación en la toma de decisiones sobre la tierra y el territorio, además de cómo lograr ser comuneras calificadas.

### El valor de la tierra y territorio para las mujeres indígenas

Para las mujeres indígenas, al igual que para sus pueblos, la tierra y el territorio tienen un valor que va más allá del productivo o económico. El territorio es el lugar sagrado donde vivieron sus antepasados, en los que viven los espíritus de la naturaleza, donde desarrollan su identidad y sus prácticas culturales y donde se asegura el futuro de sus hijas e hijos. Es así que la pérdida de sus tierras y territorios es una amenaza para su subsistencia y la de sus futuras generaciones.

### ¿Qué diferencia hay entre tierra y territorio?

Para los pueblos indígenas, la tierra y el territorio son conceptos diferentes, pero relacionados. El concepto de tierra está asociado al uso y aprovechamiento de este espacio físico geográfico (Por ejemplo, la propiedad de una chacra). En cambio, al hablar de territorio se reconoce una dimensión más amplia y se refiere al área geográfica que posee un significado para el pueblo que lo habita. En el territorio se juntan factores simbólicos, económicos, sociales y culturales que históricamente formaron su identidad cultural y étnica.

Así, podemos decir que el territorio incluye la tierra, lo especial con los lugares sagrados y ceremoniales, entre otros.

Es importante señalar que la palabra territorio se relaciona con el derecho a la libre determinación de los pueblos indígenas. Es decir, que se reconoce el derecho a la autonomía o al autogobierno en las cuestiones relacionadas con sus asuntos internos y locales, así como a disponer de medios para financiar sus funciones autónomas.<sup>1-</sup>

#### CONVENIO 169-OIT

**ARTICULO 7 1.** Los pueblos interesados deberán tener el derecho de decidir sus prioridades en lo que atañe al proceso de desarrollo, en la medida en que éste afecte a sus vidas, creencias, instituciones y bienestar espiritual y a las tierras que ocupan o utilizan de alguna manera, y de controlar, en la medida de lo posible, su propio desarrollo económico, social y cultural. Además, dichos pueblos deberán participar en la formulación, aplicación y evaluación de los planes y programas de desarrollo nacional y regional susceptibles de afectarles directamente.

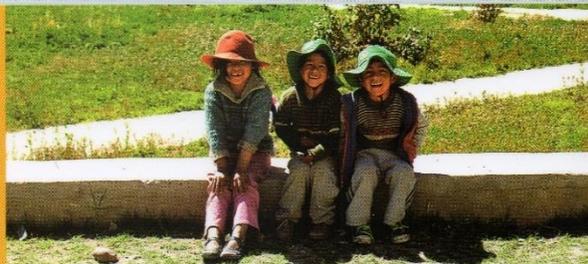
1.- Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas.



## MATERIAL IMPRESO DE DERECHO A LA TIERRA Y TERRITORIO DE LAS MUJERES INDÍGENAS - N° 2

### Preguntas para la reflexión

- ¿De dónde provienen tus abuelos y abuelas?, ¿A qué se dedicaban?
- ¿Eran parte de un pueblo indígena?, ¿Cómo se llamaba su pueblo o comunidad?



### ¿Cuáles son las principales normas que protegen el derecho a la igualdad entre hombres y mujeres?

Así como existen leyes y otras normas nacionales e internacionales, como los convenios y tratados, que reconocen el derecho a la tierra y el territorio de los pueblos indígenas, también existen normas que garantizan las igualdad de los derechos entre hombres y mujeres, las cuales buscan eliminar la discriminación por motivos de género.

A nivel internacional las principales herramientas de protección de los derechos en favor de las mujeres son:

- El Convenio 169 de la OIT que en su artículo 3.1. señala que los derechos de los pueblos indígenas se deben aplicar sin discriminación, tanto a los hombres como a las mujeres indígenas. La Plataforma de Acción de Beijing, donde el Estado peruano se compromete a erradicar las diferencias y toda forma de discriminación entre hombres y mujeres.
- La Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas Discriminación contra la Mujer (CEDAW por sus siglas en inglés) reconoce que las mujeres indígenas son discriminadas en grado desproporcionado y exige a los estados que se garantice la plena igualdad de sus derechos de acceso equitativo a la tierra y los derechos sobre los recursos naturales.

A nivel nacional tenemos:

- La Constitución Política del Perú, que reconoce el derecho a la igualdad entre las personas, por lo que nadie puede ser discriminado o discriminada por su origen, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier índole.
- La Ley 28983, Ley de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (2007) que busca garantizar, a mujeres y hombres, el ejercicio de sus derechos a la igualdad, dignidad, libre desarrollo, bienestar y autonomía. Impidiendo la discriminación tanto en la vida pública como privada a nivel nacional, regional y local.
- El Plan Nacional de Igualdad de Género (PLANING 2012 – 2017) busca garantizar la igualdad y la efectiva protección de los derechos humanos para mujeres y hombres, la no discriminación y el pleno desarrollo de las capacidades individuales y colectivas. En las regiones también se cuenta con los Planes Regionales de Igualdad de Oportunidades (PRIO). Con respecto al derecho a la tierra y el territorio, el PLANING señala que en el:
  - Objetivo estratégico 5 se espera garantizar los derechos económicos de las mujeres en condiciones de equidad e igualdad de oportunidades con los hombres.
  - Objetivo estratégico 8 se señala el valor del aporte de las mujeres en el manejo sostenible de los recursos naturales y, en su resultado 8.3, se busca incrementar el acceso y uso de recursos naturales por parte de las mujeres.
- El Acuerdo Nacional en la política N° 11 señala que se promoverá la igualdad de oportunidades sin discriminación.

## MATERIAL IMPRESO DE DERECHO A LA TIERRA Y TERRITORIO DE LAS MUJERES INDÍGENAS - N° 3

### ¿Qué es la tenencia de la tierra y el territorio?

Cuando hablamos de los derechos a la tierra y el territorio, necesariamente debemos hablar de la tenencia. Las personas logran acceder a los derechos de propiedad sobre la tierra o el territorio a través de los sistemas de tenencia, es decir, mediante mecanismos jurídicos formales (leyes, normas y estatuto comunal) y acuerdos informales (basados en usos y costumbres). Estos mecanismos determinan los recursos que se van a utilizar, quien puede utilizarlos y durante cuánto tiempo y circunstancias.

La tenencia de la tierra y el territorio se divide frecuentemente en:

- Privada: Los derechos de propiedad le pertenecen a una parte privada que puede ser un individuo o un grupo de personas o una persona jurídica, como una empresa o una asociación.
- Colectiva: Los derechos de propiedad le pertenecen a un colectivo. Ese es el caso de los pueblos indígenas o las comunidades campesinas o nativas (que constituyen una de las formas en las que se organizan los pueblos indígenas en el Perú). Cada uno de los miembros de la comunidad o pueblo indígena tiene derecho a acceder a los recursos colectivos, pero nadie es propietario exclusivo.
- Estatal: En este caso se trata de los predios o inmuebles de propiedad del Estado.

### ¿Cuáles son los derechos a la tierra y territorio de las mujeres indígenas?

Al interior de las comunidades campesinas y nativas se reconocen dos: tipos de derechos con respecto a la tierra y el territorio:

- La propiedad comunal que puede estar reconocida en el título de propiedad.
- La propiedad familiar no se reconoce con un título de propiedad, aunque podría tener un certificado de posesión. Este le otorga a la familia ciertos derechos de exclusividad sobre las parcelas o sectores del territorio comunal. Esta es una práctica que tiene reconocimiento y legitimidad en la comunidad.

Las normas que rigen el gobierno interno y la gestión de las comunidades son: el Decreto Ley N° 22175, "Ley de Comunidades Nativas y de Desarrollo Agrario de la Selva y de Ceja de Selva" y la Ley N° 24656, "Ley General de Comunidades Campesinas" y sus respectivos reglamentos, así como los mismos estatutos comunales.

En estas normas se señala la igualdad de derechos y obligaciones entre comuneras y comuneros. En ninguna parte de estos documentos se sugiere discriminar a un comunero o comunera por su estado civil o por no tener descendencia. Al interior de los pueblos o comunidades, quienes van a ejercer los derechos políticos (elegir y ser elegido o elegida) y a la tenencia y propiedad sobre la tierra y el territorio son las personas que tienen la condición de comunera calificada o comunera calificada.

Un documento de vital importancia es el estatuto comunal, en

tanto define con mayor claridad la forma en que se gobernará la comunidad y sus bienes, cuáles serán las reglas internas, cuáles serán los derechos y deberes de los comuneros calificados y las comuneras calificadas, qué usos se dará a las tierras, etc.

El comunero calificado o la comunera calificada tienen derecho a elegir y ser elegido o elegida para los cargos propios de la comunidad y a participar con voz y voto en las asambleas generales, pedir rendición de cuentas o información a las autoridades comunales. Estos derechos políticos se ejercerán siempre y cuando sean considerados además como comunera o comunero hábil, es decir, que hayan cumplido con todos los deberes que impone la comunidad. Un punto importante que debemos añadir es que solo un miembro de la familia puede ser considerado comunero calificado o comunera calificada.



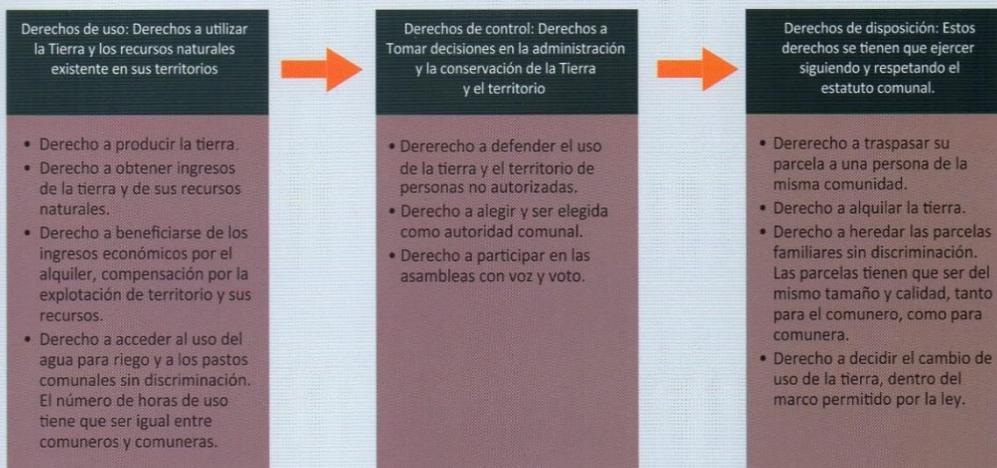
**MATERIAL IMPRESO DE DERECHO A LA TIERRA Y TERRITORIO DE LAS MUJERES INDÍGENAS - N° 4**

**Para llegar a ser comunero/a calificado/a se tienen que cumplir con los siguientes requisitos**

- Ser mayor de edad.
- Tener residencia estable, mínima de cinco años en la comunidad.
- Estar inscrito o inscrita en el Padrón Comunal.
- No pertenecer a otra comunidad.
- Cualquier otro requisito que establezca el estatuto comunal.



**CUADRO Los derechos a la tenencia y propiedad sobre la tierra y el territorio**

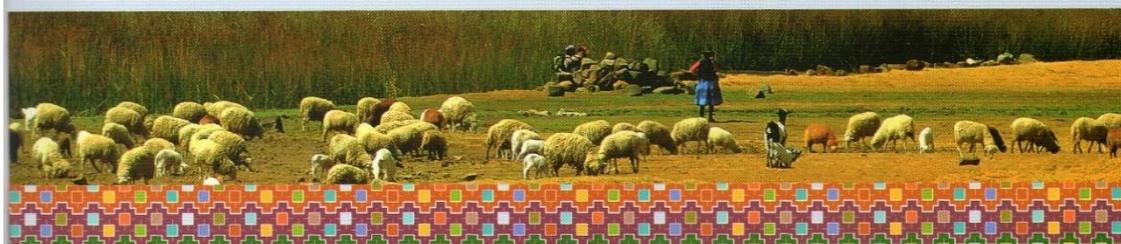


**¿Cómo se encuentran las mujeres indígenas en las comunidades?**

Una de las características principales de los pueblos indígenas y comunidades campesinas o nativas, es que cuentan con libertad y autonomía para adoptar reglas y normas internas para su propio autogobierno y la gestión de las tierras y el territorio. En las comunidades, las costumbres, los usos y tradiciones tienen un fuerte peso en el otorgamiento de derechos sobre la tierra y el territorio para comuneras y comuneros.

En la dinámica comunal se ha interpretado que quienes

tienen el derecho al estatus de "calificada" son los jefes de familia y por lo tanto este derecho recae principal y mayoritariamente en los hombres. Estas interpretaciones parten de la idea de que las mujeres indígenas no son las productoras ni están en capacidad de gestionar la tierra y el territorio. Se entiende que las mujeres se dedican a las labores domésticas, las cuales no son valoradas ni reconocidas a nivel familiar o comunal. Es así que el acceso a la tierra y el territorio para las mujeres está condicionado a que estén casadas o con pareja y tengan descendencia.



## MATERIAL IMPRESO DE DERECHO A LA TIERRA Y TERRITORIO DE LAS MUJERES INDÍGENAS - N° 5

Esta interpretación viene limitando los derechos de las mujeres indígenas y trae como consecuencia:

### **Débil acceso a cargos de decisión:**

Al no ser comunera calificada no puede ejercer su derecho a ser elegida. El Censo Nacional Agropecuario (CENAGRO 2012) muestra la situación de desigualdad en la participación de las mujeres respecto de los hombres en los cargos de presidencia comunal: el 96.3% de comunidades campesinas se encuentran presididas por hombres, ante solo el 3.7% de mujeres que ejercen dicho cargo. En el caso de las comunidades nativas la brecha es mayor, el 97.7 de comunidades están presididas por hombres, frente al 2.3% de aquellas presididas por mujeres.

### **Baja participación en los espacios de decisión:**

Al no ser comuneras calificadas, las mujeres indígenas no tienen la posibilidad de participar con voz y voto en las asambleas comunales. Difícilmente participan en los procesos de titulación y tienen una débil influencia en las decisiones sobre el acceso de terceros a la comunidad con fines de explotación de sus recursos minerales, forestales, hídricos, etc., así como para el pago de las compensaciones.

### **Menos posibilidades para acceder a parcelas comunitarias:**

Las mujeres solteras y sin hijos tienen menos posibilidades de acceder a una parcela comunal que un hombre en las mismas condiciones.

### **Acceso a tierras comunales de menos calidad y tamaño y restricción del uso de los servicios comunales:**

Existe la idea de que una mujer sola no trabaja bien la tierra y podría desaprovechar este recurso. Por ello, muchas veces se otorga a las mujeres parcelas pequeñas o se les reduce el tiempo de uso del agua de riego o de cualquier otro servicio comunal que agilice el trabajo agropecuario. Algo similar sucede con la herencia de las parcelas familiares. Se prefiere heredar a las mujeres las parcelas de menor tamaño y de menor calidad, al contrario que en el caso de los hombres que heredan tierras de mejor capacidad agrícola y pecuaria.

La condición de comunero calificado genera que sean los hombres quienes ejercen con mayor frecuencia los cargos de representatividad y autoridad en la comunidad, recayendo en ellos la toma de decisiones relacionadas al uso y tenencia de la tierra y el territorio. Aunque se vienen observando cambios, especialmente en la zona andina, donde algunas mujeres ejercen cargos dentro de las juntas directivas como vocales, fiscales, tesoreras o secretarías, esto aún no implica que las mujeres sean consideradas en los procesos de toma de decisiones. Además, es frecuente que las mujeres que participan sean principalmente viudas con hijos menores a quienes se les otorga el reconocimiento como comunera calificada en reemplazo del esposo.

### **Preguntas para la reflexión**

¿De qué manera aportan las mujeres al desarrollo de la comunidad?

¿Por qué deberían las mujeres ser parte de la toma de decisiones de la comunidad?



### **¿Por qué es importante la participación de las mujeres indígenas en la toma de decisiones?**

En la actualidad, es común que los comuneros calificados estén fuera de la comunidad por tiempos prolongados, afectando la toma de las decisiones y acciones que permitan mantener el desarrollo y la vida de la comunidad. Esta situación recarga de trabajo a las mujeres indígenas. Son ellas quienes tienen que sustentar a la familia, aportar su trabajo al desarrollo de la comunidad y cuidar el medioambiente. Muchas veces, tienen que asumir responsabilidades asumidas por los hombres, sin que ello les de la posibilidad de tomar decisiones.

Cuando hablamos de la participación de las mujeres en la toma de decisiones comunales, nos estamos refiriendo a la necesidad de que ellas puedan ejercer el derecho a voz y voto en sus comunidades, más allá de su condición como poseedoras o no de parcelas. La participación activa de las mujeres indígenas en los espacios de toma de decisiones puede fortalecer la vida de la comunidad y la seguridad territorial ante posibles negociaciones internas y externas sobre el uso del territorio y sus recursos.



## MATERIAL IMPRESO DE DERECHO A LA TIERRA Y TERRITORIO DE LAS MUJERES INDÍGENAS - N° 6

### ¿Qué podemos hacer para reconocer a las mujeres indígenas como comuneras calificadas?

Para que las mujeres indígenas puedan participar en los espacios de decisiones dentro de sus comunidades en igual condiciones que los hombres, es necesario revisar y actualizar los instrumentos de gestión comunal. Estos instrumentos tienen valor legal para el reconocimiento de las normas que rigen la comunidad, tanto por parte del Estado como de la misma comunidad.

Se debe tener en cuenta las diferentes disposiciones legales que permitan resguardar, regular y garantizar la existencia de la comunidad conforme lo garantiza la Constitución Política del Perú, pero también se debe tener en cuenta el marco legal de protección y respeto a los derechos de las mujeres.

Conocer y revisar periódicamente los estatutos comunales, nos permitirá mantener actualizadas las reglas de la comunidad sobre forma de gobierno, usos del territorio y organización de la comunidad. Así como los tiempos y el contexto van cambiando, también es necesario que los instrumentos de gestión de mantengan al día y correctamente registrados.

Si al interior de las comunidades se inicia un proceso de reflexión sobre los aportes y la participación efectiva de las mujeres en la toma de decisiones comunales y se habla sobre la igualdad de derechos entre hombres y mujeres, es importante que este proceso concluya con la modificación de los estatutos comunales, donde se hagan explícitos estos derechos de mujeres y hombres.

#### Preguntas para la reflexión

¿Sabes quién tiene el estatuto de tu comunidad?, ¿Hace cuánto tiempo que no lo revisan?

¿Las mujeres son consideradas comuneras calificadas en tu comunidad?, ¿Quiénes son las comuneras calificadas y quiénes no?

¿Cuántas mujeres hay en la junta directiva de tu comunidad?, ¿Qué cargos tienen?



### Hacia una gobernanza de la tierra y el territorio

Cada sociedad y cada pueblo tienen su propio modo de definir y regular la forma en que las personas y los colectivos pueden acceder a los derechos a la tierra y el territorio. Estas formas tienen diversos mecanismos que, en muchos casos, pueden excluir a las mujeres y a los pueblos indígenas en la disposición de la riqueza de sus territorios, condenándolos a la pobreza y desaparición.

La gobernanza responsable de la tenencia de la tierra y el territorio busca que los pueblos y en particular las mujeres indígenas disfruten de derechos seguros de tenencia, igualdad de oportunidades en el acceso y control de sus tierras y territorios y recursos naturales, como el agua y los minerales.

Cuando hablamos de gobernanza de la tierra, hacemos referencia a un conjunto de prácticas y reglas que se encuentran presentes en la toma de decisiones, posesión y dinámicas sobre los territorios. Los sistemas de tenencia de la tierra determinan quién puede utilizar qué recursos, durante cuánto tiempo y bajo qué circunstancias (FAO, 2003).

La FAO define la gobernanza de la tierra como:

"Las normas, procesos y estructuras a través de las cuales se adoptan decisiones relativas al acceso a la tierra y su uso, la manera en la que se ejecutan e imponen las decisiones, y la forma con la que se gestionan intereses contrapuestos relativos a la tierra".



*Créditos:*  
Redacción: Karem Escudero Letona y Elizabeth Pflucker Herrera.  
Revisión de contenidos: Raquel Reynoso Rosales y Miluska Carhuavilca García  
Diseño y diagramación: Javier Fernández Maldonado

Asociación Servicios Educativos Rurales – SER  
Segunda edición revisada y corregida, Lima, mayo 2018.

## ANEXO H

MATERIAL IMPRESO DE NUESTROS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN  
COMUNAL - N° 1

# NUESTROS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN COMUNAL

Las comunidades campesinas son una forma de organización de los pueblos indígenas u originarios, a quienes el Estado les reconoce existencia legal y personería jurídica.

Las comunidades campesinas en el Perú son autónomas para definir su organización interna, regulando el uso y libre disposición de sus tierras, las medidas y actividades económicas y administrativas, así como los derechos y deberes de sus miembros por mantener el funcionamiento de la comunidad.

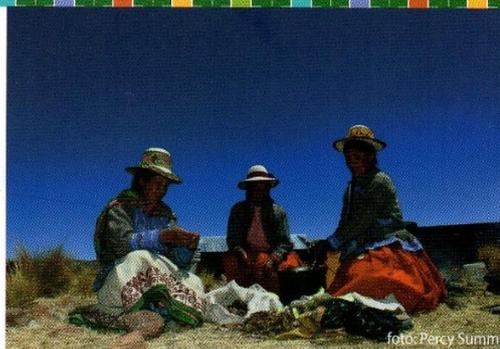


foto: Percy Summer

Constitución Política del Perú  
Artículo 89°.- Las Comunidades Campesinas y Nativas tienen existencia legal y son personas jurídicas.

Son autónomas en su organización, en el trabajo comunal y en el uso y la libre disposición de sus tierras, así como en lo económico y administrativo, dentro del marco que la ley establece. La propiedad de sus tierras es imprescriptible, salvo el caso de abandono previsto en el artículo anterior.

El Estado respeta la identidad cultural de las Comunidades Campesinas y Nativas.

Existen diferentes normas nacionales e internacionales que garantizan, regulan y resguardan a nuestras comunidades, como la Constitución Política del Perú, el Convenio N° 169 de la Organización Internacional del Trabajo - OIT, la Ley N° 24656, Ley General de Comunidades Campesinas y su Reglamento, la Directiva N° 10-2013-Sunarp/SN, que regula la inscripción de los actos y derechos de las comunidades campesinas y otras más.

## Instrumentos de gestión

En ejercicio de su autonomía, las comunidades campesinas tienen plena libertad para adoptar las reglas o normas internas que consideren pertinentes. Para el mejor desarrollo de sus fines e intereses, los instrumentos de gestión comunal son herramientas que aportan a la gobernabilidad interna de las comunidades y refuerzan su institucionalidad dentro del marco legal peruano.

Así, tenemos algunos instrumentos básicos para nuestra gestión comunal como el Estatuto Comunal, el Libro de Actas, el Cuaderno de Caja, el Padrón Comunal o el Libro de Actas de sesión de uso de las parcelas; a estos instrumentos también se les pueden sumar los mapas perimétricos comunales y de parcelas. Si contamos con estos instrumentos actualizados y registrados, podremos tener una comunidad más organizada.

## ¿Qué debemos inscribir en los Registros Públicos?

La inscripción de los diferentes actos referidos a nuestra comunidad en los Registros Públicos, protege nuestro territorio y derechos sobre el uso de nuestras tierras, evitando que personas externas se apropien de él.

Para realizar este registro debemos acudir a las oficinas receptoras o registrales de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (Sunarp) de nuestra provincia o región.

## MATERIAL IMPRESO DE NUESTROS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN COMUNAL - N° 2

### ¿Qué podemos inscribir?

**Reconocimiento.** Es el primer acto de inscripción en el Registro de Personas Jurídicas. Con dicha inscripción, la comunidad campesina tiene existencia ante los Registros Públicos y puede, a partir de ese momento, solicitar la inscripción de los acuerdos que adopte su asamblea.

**Elección de Representantes.** Las comunidades campesinas, luego de elegir a sus representantes de acuerdo con su derecho consuetudinario, deben inscribirlos en el Registro de Personas Jurídicas. Esto le permitirá a la comunidad celebrar contratos o firmar convenios con terceros.

**Empresa Comunal.** Las comunidades campesinas, utilizando su personería jurídica, pueden organizarse y administrar sus actividades económicas en forma empresarial, mediante la generación de unidades productivas de bienes y servicios comunales, para asegurar el bienestar de sus miembros y contribuir al desarrollo de la comunidad en su conjunto.

**Estatuto.** Es el documento que contiene reglas internas que determinan qué se debe o no hacer y cómo debe funcionar una comunidad campesina. Las modificaciones totales o parciales del estatuto también se inscriben.

**Rondas Comunales.** Se puede inscribir la conformación de rondas comunales, cuya función es apoyar en el ejercicio de funciones para la solución de conflictos, conciliación extrajudicial, seguridad comunal, entre otros fines.

**Resoluciones Judiciales.** Se inscriben las decisiones judiciales producto de algún conflicto al interior de la comunidad.

### ESTATUTO COMUNAL

Es un documento que tiene las reglas de la comunidad. En él se mencionan las responsabilidades y funciones de las autoridades y de los comuneros y las comuneras. Es importante que el estatuto refleje las costumbres, tradiciones y prácticas culturales de la

comunidad, siempre en el marco de lo que señalan la Constitución y las leyes.

El estatuto debe mantenerse actualizado para que las reglas reflejen la realidad.

### ¿Qué información debe ir en el estatuto?

- Denominación de la comunidad campesina y domicilio.
- Las reglas sobre la convocatoria.
- El quórum para la instalación de la asamblea.
- La forma de decidir la mayoría para que los acuerdos de la Asamblea General y de la Directiva Comunal sean válidos.
- Conformación y funciones de la Junta Directiva.
- Duración de la Junta Directiva que deberá sujetarse al plazo de dos años.
- Continuidad o no de la Junta Directiva, si vence el mandato.



## MATERIAL IMPRESO DE NUESTROS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN COMUNAL - N<sup>o</sup> 3

### ¿Qué documentos debemos presentar para la modificación del estatuto?

Para modificar el estatuto, la comunidad debe presentar la copia autenticada o certificada del acta de la asamblea general en la que conste el acuerdo de aprobación o modificación del estatuto. La autenticación puede realizarse con fedatario, notario o juez de Paz, según lo convenga la comunidad.

### DIRECTIVA COMUNAL

La Directiva Comunal es el órgano responsable del gobierno y administración de la comunidad. Está constituida por un mínimo de seis directivos que ocupan los siguientes cargos:

Presidente o presidenta

Vicepresidente o vicepresidenta

Secretario o secretaria

Tesorero o tesorera

Fiscal

Vocal



foto: Katherine Bravo

El Estatuto de la comunidad podrá establecer un mayor número de miembros, pero hasta un máximo de nueve.

### ¿Quiénes pueden ser elegidos para ser miembros de la Directiva Comunal?

Cualquier comunero o comunera que:

- Sea comunero o comunera calificada con por lo menos dos años de antigüedad, salvo que se trate de la elección de la primera Directiva
- Goce del derecho de sufragio
- Esté inscrito o inscrita en el Padrón Comunal
- Domine el idioma predominante de la comunidad
- Se encuentre hábil, de conformidad con los derechos y deberes señalados en el Estatuto de la Comunidad.

Concluido el proceso electoral, se recomienda que el presidente saliente entregue a la Junta Directiva electa todos los documentos que correspondan a las elecciones para que tramite la inscripción en los Registros Públicos

## MATERIAL IMPRESO DE NUESTROS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN COMUNAL - N<sup>o</sup> 4

### ¿Cuáles son las funciones de la Directiva Comunal?

- Dirigir la marcha administrativa de la comunidad.
- Elaborar el plan y proyecto de desarrollo comunal, asumiendo su ejecución y control.
- Elaborar el presupuesto anual y el balance del ejercicio económico.
- Mantener actualizado el Padrón Comunal, el catastro, así como el Padrón de Uso de Tierras de la comunidad.
- Elaborar el proyecto de estatuto de la comunidad.
- Exonerar de las contribuciones económicas, de las faenas comunales y otras obligaciones, a los comuneros impedidos de cumplirlos por motivos justificados.
- Aceptar donaciones y legados, dando cuenta a la Asamblea General.
- Solicitar a la Asamblea General autorización expresa para disponer o gravar los bienes y rentas de la comunidad, así como para celebrar transacciones y actos para los que se requiera autorización especial.

### ¿Qué documentos debemos presentar para inscribir la nueva Directiva en los Registros Públicos?

- Solicitud de inscripción, según formulario otorgado por Sunarp.
- Copia simple del Documento Nacional de Identidad (DNI) de la persona que presenta la solicitud.
- Copia certificada por notario, juez de Paz o autenticada por fedatario de la Zona Registral de la Sunarp, del acta de elección de la nueva Junta Directiva.
- Constancia del presidente de la Junta Directiva saliente sobre la convocatoria a la Asamblea General eleccionaria.
- Constancia del presidente de la Junta Directiva saliente sobre el quórum válido para la Instalación de la Asamblea General donde se eligió a la nueva Junta Directiva.

## ACTAS Y LIBRO DE ACTAS

### ¿Qué es un acta?

El acta es el documento que contiene todos los acuerdos adoptados en Asamblea General o por la Junta Directiva. El acta es un medio de prueba de estos acuerdos.

### ¿Qué contiene el acta?

- Fecha y hora del inicio y fin de la Asamblea General.
- Lugar donde se lleva a cabo la Asamblea General, sin necesidad de precisar la dirección correspondiente.
- Nombre completo de la persona que presidió la Asamblea General.
- Los acuerdos arribados, indicando los votos con los que se aprobó.
- Si se trata de acta de elección de la Directiva, deberá indicarse el nombre completo y el número de DNI de los comuneros que la integran.

## MATERIAL IMPRESO DE NUESTROS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN COMUNAL - N<sup>o</sup> 5

### ¿Que es un libro de actas?

Es un cuaderno especial en el que las comunidades campesinas registran cada una de las actas de las sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva. Este libro debe estar certificado en una Notaría y, en aquellos centros poblados donde no existan notarías, se podrá solicitar la certificación al juez de Paz o juez de Paz Letrado.



foto: Katherin

### PADRÓN COMUNAL

El Padrón Comunal es el registro de todos los comuneros y comuneras que pertenecen a la comunidad. Esto servirá para conocer el número de los comuneros o comuneras que forman parte de la comunidad y poder identificarlos e identificarlos. Es importante tenerlo actualizado, por eso cada dos años debemos actualizar el registro, al actualizarse se deben eliminar de este registro a los comuneros y comuneras fallecidas, a quienes ya no pertenecen a la comunidad o a quienes por alguna falta cometida ya no merezcan figurar en él.

### ¿Cuál es la información necesaria para el registro en el padrón comunal?

#### Datos generales del comunero o comunera

- Condición (Comunero/a calificado/a)
- Apellidos paterno y materno
- Nombres
- Fecha de nacimiento
- Lugar de nacimiento
- Edad
- Número de DNI
- Estado civil
- Grado de instrucción
- Fecha de admisión como comunero/a calificado/a
- Fecha de cese
- Motivo del cese.

#### Datos de hijos/as y cónyuge

##### Hijos/ hijas

- Apellidos paterno y materno
- Nombres
- Fecha de nacimiento
- Lugar de nacimiento
- Número de DNI

##### Cónyuge

- Apellidos paterno y materno
- Nombres
- Fecha de nacimiento
- Lugar de nacimiento
- Número de DNI

### PADRÓN DE PARCELAS CEDIDAS EN USO

Así como el padrón comunal nos ayuda a mantener el registro de todos los comuneros y comuneras que pertenecen a la comunidad, el Padrón de Parcelas Cedidas en Uso nos ayuda a saber cómo están distribuidas las parcelas y tierras de la comunidad.



**MATERIAL IMPRESO DE NUESTROS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN  
COMUNAL - Nª 6**



A través de este padrón debemos registrar qué comunero o comunera tiene en posesión las parcelas, identificando la sucesión de estas y los motivos de transferencia. Así, podremos mejorar la gestión de nuestros territorios y prevenir conflictos internos por la posesión de tierras.

**¿Qué información debe recoger el Padrón de Parcelas Cedidas en Uso?**

**Datos generales del comunero o comunera poseionaria**

- Condición (Comunero/a calificado/a)
- Apellidos paterno y materno
- Nombres
- Número de DNI
- Nombre de cónyuge
- Número de hijos e hijas
- Fecha de toma de posesión de la parcela
- Fecha de transferencia de la parcela
- Motivo de la transferencia
- Nombre completo del nuevo o nueva poseionaria.



foto: Katherine Bravo

Recuerda que todos los instrumentos de gestión son importantes para el buen funcionamiento de nuestra comunidad, por eso es importante contar con ellos, organizarlos y guardarlos en lugares fijos y seguros, pero también es importante revisarlos y actualizarlos periódicamente.

**Fuentes bibliográficas:**

Castillo Castañeda, Pedro. Manual de elecciones comunales Lima: Heifer Perú, 2011  
SUNARP. Guía general para la inscripción de actos y derechos de las comunidades campesinas. Superintendencia Nacional de los Registros Públicos Lima, abril 2016)

**Créditos:**

Redacción: Elizabeth Pflucker Herrera  
Diseño gráfico: Javier Fernández-Maldonado  
Asociación Servicios Educativos Rurales. Lima, mayo 2018



Plataforma  
Gobernanza  
Responsable  
de la Tierra  
Perú

INTERNATIONAL  
**LAND**  
COALITION

AMÉRICA  
LATINA Y  
EL CARIBE

**Brot**  
für die Welt

