

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



**EL ROL DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DEL  
PRESUPUESTO PARTICIPATIVO DE LA  
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO - 2016**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**CINTYA LIDUVINA SANTOS MAMANI**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PUNO – PERÚ**

**2017**

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



EL ROL DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DEL  
PRESUPUESTO PARTICIPATIVO DE LA MUNICIPALIDAD  
PROVINCIAL DE PUNO – 2016

TESIS PRESENTADA POR:

CINTYA LIDUVINA SANTOS MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN

APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE

Dr. MAURO OCTAVIO TAPIA CRUZ

PRIMER MIEMBRO

M.Sc. MARIA BOBADILLA QUISPE

SEGUNDO MIEMBRO

Mg. YESSICA VILMA MERCADO ESTEVES

DIRECTOR DE TESIS

Dr. ELAND DICK VERA VERA

ASESORA DE TESIS

M.Sc. LICELI GABRIELA PEÑARRIETA  
BEDOYA

Área: Ciencias Sociales  
Línea: Comunicación para el Desarrollo

PUNO 2017 PERU

## DEDICATORIA

*Su apoyo ha sido fundamental, han estado conmigo incluso en los momentos más difíciles de mi vida. Este proyecto para mí no ha sido fácil pero ustedes estuvieron motivándome y ayudándome.*

*Gracias Bernardo y Graciela.*

## AGRADECIMIENTO

*A Dios, ser maravilloso que me dio la vida, a mi familia: Bernardo, Graciela, Melissa, Diana, Adonay, Roaynie y Jhonatan.*

*A mi director y asesora de tesis por su apoyo, a mis jurados a quienes además les agradezco mi formación profesional.*

*A mi alma mater la Universidad Nacional del Altiplano, a mi E.P. Ciencias de la*

*Comunicación Social.*

## ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

### CAPÍTULO I

<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1.1. PREGUNTA GENERAL .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS.....</b>	<b>15</b>
<b>1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>18</b>
<b>1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.1. COMUNICACIÓN.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>37</b>
<b>2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>42</b>
<b>2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL .....</b>	<b>42</b>
<b>2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....</b>	<b>42</b>
<b>2.3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....</b>	<b>42</b>
<b>2.3.4. UTILIDAD DE LOS RESULTADOS DE ESTUDIO .....</b>	<b>43</b>
<b>3.1. NIVEL .....</b>	<b>44</b>
<b>3.2. EJES Y DIMENSIONES DE ANÁLISIS .....</b>	<b>44</b>
<b>3.3. UNIDADES DE ANÁLISIS DE OBSERVACIÓN .....</b>	<b>45</b>
<b>3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>45</b>
<b>3.5. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>45</b>
<b>3.6. TÉCNICA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA .....</b>	<b>45</b>
<b>3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....</b>	<b>46</b>

<b>3.8. ANÁLISIS DE DATOS .....</b>	<b>47</b>
<b>4.1. GENERALIDADES .....</b>	<b>48</b>
<b>4.1.1. AGENTES DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO .....</b>	<b>48</b>
<b>4.1.2. EQUIPO TÉCNICO DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO .....</b>	<b>49</b>
<b>EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>50</b>
<b>5.1.1. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la zona de procedencia, grado de instrucción y sexo. ....</b>	<b>51</b>
<b>5.1.2. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la actitud del consultor y el equipo técnico durante el proceso del presupuesto participativo 2016. ....</b>	<b>53</b>
<b>5.1.3. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los medios masivos de comunicación .....</b>	<b>55</b>
<b>5.1.4. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los materiales de comunicación (afiches, dípticos, trípticos, hojas informativas, videos, etc.) .....</b>	<b>57</b>
<b>5.1.5. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al material comunicativo usados en el 2016 en comparación a años pasados.....</b>	<b>59</b>
<b>5.1.6. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al desarrollo del dialogo al que tuvo acceso durante el proceso de presupuesto participativo 2016 .....</b>	<b>61</b>
<b>5.1.7. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a su participación proceso de presupuesto participativo 2016.....</b>	<b>63</b>
<b>5.1.8. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la preparación que brindo el equipo técnico del presupuesto participativo 2016 .....</b>	<b>65</b>
<b>5.1.9. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la relación con sus compañeros y el equipo técnico durante el proceso de presupuesto participativo 2016.....</b>	<b>67</b>
<b>5.1.10. Componente en la calificación de los agentes participantes en el aporte de este espacio a la democracia y participación ciudadana en el 2016 .....</b>	<b>69</b>

**5.1.11. Componente en la calificación de los agentes participantes con respecto al lugar/ espacio donde se desarrolló el proceso de presupuesto participativo 2016..... 71**

**5.1.12. Componente en la opinión de las recomendaciones que hacen los agentes participantes del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016 para mejorar este espacio en los próximos años ..... 73**

**ENTREVISTA AL EQUIPO TÉCNICO: PROCESO DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO ... 75**

**CONCLUSIONES**

**SUGERENCIAS**

**BIBLIOGRAFÍA**

**ANEXOS**

**ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**ANEXO2: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: CUESTIONARIO**

**ANEXO 3: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN (FICHA DE ENTREVISTA)**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1:</b> .....	<b>52</b>
Componente en la calificación de los agentes respecto a la zona de procedencia, grado de instrucciones y sexo	
<b>TABLA 2:</b> .....	<b>54</b>
Componentes en la calificación de los agentes participantes respecto a la actitud del consultor y el equipo técnico durante el proceso del presupuesto participativo	
<b>TABLA 3:</b> .....	<b>56</b>
Componentes en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los medios masivos de comunicación	
<b>TABLA 4:</b> .....	<b>58</b>
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los materiales de comunicación (afiches, dípticos, trípticos, hojas informativas, videos, etc)	
<b>TABLA 5:</b> .....	<b>60</b>
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al material comunicativo usados en el 2016 a comparación de otros años	
<b>TABLA 6:</b> .....	<b>62</b>
Componentes en la calificación de los agentes participantes respecto al desarrollo del dialogo al que accedió durante el proceso de presupuesto participativo 2016	
<b>TABLA 7:</b> .....	<b>64</b>
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a su participación durante el proceso del presupuesto participativo 2016	
<b>TABLA 8:</b> .....	<b>66</b>
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la preparación que brindo el equipo técnico durante el proceso de presupuesto participativo 2016	
<b>TABLA 9:</b> .....	<b>68</b>
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la relación con sus compañeros y el equipo técnico durante el proceso de presupuesto participativo 2016	
<b>TABLA 10:</b> .....	<b>70</b>
Componente en la calificación de los agentes participantes en el aporte de este espacio a la democracia y participación ciudadana 2016	
<b>TABLA 11:</b> .....	<b>72</b>
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al lugar /espacio donde se desarrolló el proceso de presupuesto participativo	
<b>TABLA 12:</b> .....	<b>74</b>
Componente en la opinión de las recomendaciones que hacen los agentes participantes del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016 para mejorar este espacio en los próximos años	



**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

**GRÁFICO 1:** ..... 52  
Componente en la calificación de los agentes respecto a la zona de procedencia, grado de instrucciones y sexo

**GRÁFICO 2:** ..... 54  
Componentes en la calificación de los agentes participantes respecto a la actitud del consultor y el equipo técnico durante el proceso del presupuesto participativo

**GRÁFICO 3:** ..... 56  
Componentes en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los medios masivos de comunicación

**GRÁFICO 4:** ..... 58  
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los materiales de comunicación (afiches, dípticos, trípticos, hojas informativas, videos, etc)

**GRÁFICO 5:** ..... 60  
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al material comunicativo usados en el 2016 a comparación de otros años

**GRÁFICO 6:** ..... 62  
Componentes en la calificación de los agentes participantes respecto al desarrollo del dialogo al que accedió durante el proceso de presupuesto participativo 2016

**GRÁFICO 7:** ..... 64  
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a su participación durante el proceso del presupuesto participativo 2016

**GRÁFICO 8:** ..... 66  
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la preparación que brindo el equipo técnico durante el proceso de presupuesto participativo 2016

**GRÁFICO 9:** ..... 68  
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la relación con sus compañeros y el equipo técnico durante el proceso de presupuesto participativo 2016

**GRÁFICO 10:** ..... 70  
Componente en la calificación de los agentes participantes en el aporte de este espacio a la democracia y participación ciudadana 2016

**GRÁFICO 11:** ..... 72  
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al lugar /espacio donde se desarrolló el proceso de presupuesto participativo

**GRÁFICO 12:** ..... 74  
Componente en la opinión de las recomendaciones que hacen los agentes participantes del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016 para mejorar este espacio en los próximos años

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo describir el rol de la comunicación dentro del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el año 2016, considerando que el rol de la comunicación es necesaria y fundamental en cualquier gestión de desarrollo local que implica la elaboración continua de estrategias comunicacionales que responden a las necesidades de la población y no solo al cumplimiento de algunos requisitos

Para este propósito se encuestó a 50 agentes participantes del presupuesto participativo y 2 agentes del equipo técnico de Presupuesto participativo organizado en la Provincia de Puno. El tipo de investigación descriptivo, a través la aplicación de diferentes instrumentos de recolección de datos.

Se planteó como hipótesis general, el rol de la comunicación en el proceso de presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el año 2016 no cumple con su función relacional.

La investigación contiene un análisis estadístico ordenado, claro y detallado para mostrar de la mejor manera los resultados obtenidos en la recolección de información.

Llegando a la conclusión que el rol de la comunicación en el presupuesto participativo de la municipalidad Provincial de Puno 2016, se afirma nuestra hipótesis general considerando que se ha descuidado la parte relacional en un 34 % y se ha ido de la comunicación enfocándose solo a la parte difusionista.

## INTRODUCCIÓN

El interés por esta investigación nació de la observación realizada a los talleres del presupuesto participativo, donde la participación de los agentes era escasa debido a que no se tenía las condiciones necesarias. Por una parte se realizaba una convocatoria con material comunicativo (spots televisivos, radiales, gigantografías); por el otro lado no se tenía ninguna estrategia comunicativa durante los talleres.

La investigación permitió conocer de cerca el nivel de satisfacción que tenían los agentes participantes del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno, abriéndose así el interés por futuras investigaciones sobre el rol de la comunicación en espacios de participación ciudadana.

Este abordaje se describe en el Capítulo I: planteamiento del problema, antecedente y objetivo de la investigación, para ello fue necesario recurrir a diversas fuentes de información, para así poder sustentar la propuesta del proyecto de investigación.

Para avalar y dar sustento a esta investigación, en el Capítulo II: marco teórico, marco conceptual e hipótesis de la investigación, cito varios autores que hablan sobre el rol de la comunicación, centrándome en la propuesta de Rosa María Alfaro quien en el 2011 plante la comunicación como relación y difusión.

En el siguiente Capítulo III: se describe el método de investigación, quien la oriento a direccionar la investigación, siendo clave la propuesta de técnicas e instrumentos de investigación y la respectiva aplicación. Por otro lado, hablar de la muestra implica caracterizar el área de investigación, la misma que se aborda en el capítulo IV.

Por último, en el Capítulo V: exposición y análisis de resultados, se analiza e interpreta los resultados de la aplicación del proyecto propuesto.

En el capítulo III, la metodología de la investigación, método, nivel de investigación, diseño de investigación, tipo de investigación, población de estudio, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el capítulo IV, se considera la caracterización del ámbito de estudio.

Finalmente en el capítulo V, se desarrolla la exposición y análisis de los resultados, donde se ostenta la información recopilada a través de la encuesta, la ficha de observación, la ficha de análisis de contenido y la entrevista mediante una expresión clara, ordenada y detallada de la misma.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN, OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

La comunicación es elemento central en toda actividad humana esto no siempre es valorado así, aun cuando existen espacios de participación ciudadana que dependen de ello como son los Presupuestos Participativos, en este contexto, los espacios de participación no son escenarios de comunicación relacional, participativa, cómplice; por el contrario, son instancias que existen en respuesta a lo que establece la ley, pero que replican la estructura vertical del poder político y donde la comunicación se reduce a la difusión de información o su uso propagandístico en beneficio del alcalde de turno.

En ese sentido, la presente investigación plantea el estudio de uno de los espacios de Participación Ciudadana que es el Presupuesto Participativo (PP) como escenarios de comunicación, para poder identificar el tipo de comunicación que prima en ellos. Se toma como referencia la clasificación acuñada por Rosa María Alfaro (1999) para el tipo de comunicación, que incluye dos categorías: (1) comunicación difusionista, (2)

comunicación relacional. Con estas y otras categorías comunicacionales se procede a analizar el espacio de participación antes mencionado, es decir: el espacio de participación institucionalizada por ley, que es impulsado por la Municipalidad Provincial de Puno, que cuenta con la intervención del alcalde de la Municipalidad Provincial de Puno, regidores de la Municipalidad de Puno, Alcaldes distritales de la Provincia de Puno, Alcaldes de centros poblados, Instituciones locales y sociedad civil.

Lo cierto es que, a pesar de que la ley peruana contempla una serie de instancias y procesos participativos en la planificación del desarrollo, muchas veces estos no son escenarios de diálogo, negociación de intereses y toma de decisiones entre autoridades y ciudadanos. Esto se debe, por un lado, al recelo que tienen muchas autoridades ante la idea de ceder poder, que es una de las condiciones principales para el establecimiento de relaciones horizontales en un espacio participativo, donde los ciudadanos dialogan con intereses heterogéneos y negocian con sus autoridades para tomar decisiones conjuntas.

De otro lado, sucede que los ciudadanos no ejercen su ciudadanía porque no perciben una motivación clara y, bajo una lógica de costo-beneficio, la participación en la vida pública les demanda esfuerzo y tiempo, que ya se encuentran bastante limitados por su vida laboral y familiar.

En otros casos, los ciudadanos que sí se aventuran a intervenir en los asuntos públicos, prefieren crear espacios alternativos para canalizar sus demandas, porque son conscientes de las limitaciones y trabas de los espacios de participación institucionalizados por ley.

### **1.1.1. PREGUNTA GENERAL**

- ¿Cuál es el rol de la comunicación en el proceso del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el 2016?

### **1.1.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS**

- ¿Cuál es el rol de la comunicación difusionista en el proceso del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el 2016?
- ¿Cuál es el rol de la comunicación relacional en el proceso del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el 2016?

## **1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

En nuestra región Puno existen estudios sobre presupuestos participativos en el área de economía y sus análisis del proceso de ejecución de proyectos; sin embargo, para encontrar investigaciones relacionadas con el rol de la comunicación en el proceso del presupuesto participativo, fue necesario acudir a la municipalidad provincial de Puno, donde se tiene estudios sobre los procesos de presupuesto participativo de otros años, información relacionada de tesis que detallo a continuación:

### **INTERNACIONALES**

En el Informe, “La democracia en América Latina del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2007)”. Las Naciones Unidas, Se plantean los siguientes objetivos en la investigación: confirmar si la

preferencia de los ciudadanos por la democracia es relativamente baja. El cual concluyo en lo siguiente: Gran parte de las latinoamericanas y los latinoamericanos valora el desarrollo por encima de la democracia e incluso le quitaría su apoyo a un gobierno si éste fuera incapaz de resolver sus problemas económicos”.

Esta preferencia pone en debate la opción de que los gobiernos democráticos son la mejor manera de promover el desarrollo económico y social de las poblaciones en América Latina

La frustración, la desconfianza, y la falta de alternativas permiten que la gente mire a las figuras carismáticas, autoritarias y militares con sus ofrecimientos y promesas populistas como la respuesta o solución a los problemas de desarrollo humano y social.

Julio Sarsosa (2013), en la tesis “Estrategias de comunicación interna para la difusión de información institucional en TECNA del Ecuador” para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, se llegó a las siguientes conclusiones que son importantes para la investigación: Es que todas las estrategias que se plantean en el plan de comunicación estratégica tienen como objetivo principal, a más de comunicar la información, realizar un trabajo en equipo promoviendo la interacción entre los colaboradores, pero sobre todo promueven que los colaboradores dejen de ser únicamente receptores de mensajes, y se conviertan también en emisores de los mismos.



## NACIONALES

El Ministerio de Salud en el estudio de caso sobre la estrategia comunicacional de la campaña “Prevención del Embarazo Adolescente” (2010 y 2012) plantea los siguientes puntos que considero importantes para la investigación.

La forma de comunicación que tiene el Ministerio de Salud con la población adolescente es vertical y difusionista. Esto parte de la falta de investigación de los estrategias del MINSA que encubre muchas creencias sobre la educación sexual. Entre ellas, se piensa que hablar abiertamente sobre sexo equivale a fomentar las relaciones sexuales, por tanto se restringe mucha información a los adolescentes, lo cual es ilógico si lo que se desea es precisamente prevenir situaciones de riesgo. A pesar que se sabe que una gran proporción de adolescentes ya tienen relaciones sexuales antes de los 14 años, se dirigen a ellos como si ninguno hubiese iniciado su vida sexual.

James Joseph Niemeyer Grawe, en su Tesis titulado: Desarrollo de la Participación Ciudadana en los Procesos de Control Social de la Gestión Municipal en el Distrito de Comas, Lima, Perú (2006) para obtener el grado académico de Magíster en Gerencia Social, llegó a las siguientes conclusiones que son importantes para la investigación

La tesis titulada: El Presupuesto Participativo basado en resultados como instrumento para la toma de decisiones en la asignación y ejecución del presupuesto de inversiones de la Municipalidad Distrital de Casa Grande, Trujillo presentado por Palacios, L. (2012) obtener el Título Profesional de

Economista con mención en Finanzas, llegó a las siguientes conclusiones que son importantes para la investigación. Llegó a las siguientes conclusiones. Se puede decir que existen dos fuertes limitaciones en los procesos de participación ciudadana; una es la desconfianza de la población, el pueblo ya no cree en sus autoridades tanto a nivel local como a nivel nacional; y la segunda es la falta de tiempo del poblador por su situación económica y la necesidad de lograr el sostén de su hogar. Ellos tienen que trabajar muchas veces gran parte del día. Como mencionan los entrevistados, el poblador llega en la noche sólo a descansar, como alguien dijo, es su “casa-dormitorio”. Por tanto, ni se entera de lo que pasa en su barrio, zona o pueblo.

### **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Objetivo General.**

Describir el rol de la comunicación en el Proceso del presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el año 2016

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar cuál es el rol de la comunicación difusionista usadas por la Municipalidad Provincial de Puno en el Presupuesto Participativo en el año 2016.
- Señalar cómo es el rol de la de comunicación relacionista usadas por la Municipalidad Provincial de Puno en el Presupuesto participativo en el año 2016.

#### 1.4. JUSTIFICACIÓN

La motivación principal para realizar esta investigación fue el poco interés de la Municipalidad Provincial de Puno, en establecer mecanismos de comunicación dentro de los espacios de participación ciudadana; principalmente el proceso de presupuesto participativo que responde a una actividad que esta normado para todas las ciudades; lo que ha hecho que pierda el objetivo principal con el cual fue instaurado y es el de acercar a la población a fin de que se involucre en la gestión y pueda solucionar necesidades.

Dominique (2006) comentaba que la comunicación es algo tan cotidiano y natural para todos que, a priori, parece que no hay nada que decir sobre ella. En efecto la comunicación está inmersa en toda relación social y en los procesos del desarrollo, y desde ahí los comunicadores sostenemos que puede aportar al cambio y transformación social.

Pero para eso hay que visibilizar su función, sus alcances y límites, razón por la cual esta investigación sobre el rol de la comunicación en el Proceso del Presupuesto Participativo en la Municipalidad Provincial de Puno, pone especial énfasis en identificar el rol o función que cumplen responde solo a la parte difusionista y no a la relacionista que son las dos clasificaciones que hace Alfaro (2002).

En este proceso que lleva nueve años en la Provincia de Puno, se ha notado una dificultad desde sus inicios, el rol que desempeña la comunicación en estos espacios ha sido para el cumplimiento de la ordenanza y no para cohesionar a

los actores, a fin de que prevalezca la participación para conseguir buenos resultados que beneficien o resuelvan necesidades básicas.

Es preciso destacar que el correcto uso de estrategias comunicacionales en el aspecto difusionista y de relación asegurara una correcta intervención de la población y la priorización de proyectos que ayuden a cubrir las necesidades que se tienen. Entonces, la comunicación es importante en este contexto, para generar espacios de encuentro y diálogo entre personas con ideas e intereses distintos, desde donde se puedan tomar decisiones que beneficien a la comunidad.

En ese sentido, se busca lidiar contra el simple cumplimiento de las normas y escaso interés de implementar estrategias de comunicación que ayuden a fortalecer tanto la relación de difusión que se haga y la comunicación como relación que es la que está presente en todo momento.

Así mismo la investigación tiene relevancia política ya que pretende dar cuenta de las estrategias y recursos comunicacionales más efectivos en la promoción de la participación ciudadana, para recomendar con buenos argumentos su implementación en los espacios de toma de decisión local, comenzando por la Provincia capital Puno y que servirá para los futuros Procesos de Presupuesto Participativo.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN, OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

La comunicación es elemento central en toda actividad humana esto no siempre es valorado así, aun cuando existen espacios de participación ciudadana que dependen de ello como son los Presupuestos Participativos, en este contexto, los espacios de participación no son escenarios de comunicación relacional, participativa, cómplice; por el contrario, son instancias que existen en respuesta a lo que establece la ley, pero que replican la estructura vertical del poder político y donde la comunicación se reduce a la difusión de información o su uso propagandístico en beneficio del alcalde de turno.

En ese sentido, la presente investigación plantea el estudio de uno de los espacios de Participación Ciudadana que es el Presupuesto Participativo (PP) como escenarios de comunicación, para poder identificar el tipo de comunicación que prima en ellos. Se toma

como referencia la clasificación acuñada por Rosa María Alfaro (1999) para el tipo de comunicación, que incluye dos categorías: (1) comunicación difusionista, (2) comunicación relacional. Con estas y otras categorías comunicacionales se procede a analizar el espacio de participación antes mencionado, es decir: el espacio de participación institucionalizada por ley, que es impulsado por la Municipalidad Provincial de Puno, que cuenta con la intervención del alcalde de la Municipalidad Provincial de Puno, regidores de la Municipalidad de Puno, Alcaldes distritales de la Provincia de Puno, Alcaldes de centros poblados, Instituciones locales y sociedad civil.

Lo cierto es que, a pesar de que la ley peruana contempla una serie de instancias y procesos participativos en la planificación del desarrollo, muchas veces estos no son escenarios de diálogo, negociación de intereses y toma de decisiones entre autoridades y ciudadanos. Esto se debe, por un lado, al recelo que tienen muchas autoridades ante la idea de ceder poder, que es una de las condiciones principales para el establecimiento de relaciones horizontales en un espacio participativo, donde los ciudadanos dialogan con intereses heterogéneos y negocian con sus autoridades para tomar decisiones conjuntas.

De otro lado, sucede que los ciudadanos no ejercen su ciudadanía porque no perciben una motivación clara y, bajo una lógica de costo-beneficio, la participación en la vida pública les demanda esfuerzo y tiempo, que ya se encuentran bastante limitados por su vida laboral y familiar.

En otros casos, los ciudadanos que sí se aventuran a intervenir en los asuntos públicos, prefieren crear espacios alternativos para canalizar sus demandas, porque son conscientes de las limitaciones y trabas de los espacios de participación institucionalizados por ley.

### **1.1.1. PREGUNTA GENERAL**

- ¿Cuál es el rol de la comunicación en el proceso del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el 2016?

### **1.1.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS**

- ¿Cuál es el rol de la comunicación difusionista en el proceso del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el 2016?
- ¿Cuál es el rol de la comunicación relacional en el proceso del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el 2016?

## **1.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

En nuestra región Puno existen estudios sobre presupuestos participativos en el área de economía y sus análisis del proceso de ejecución de proyectos; sin embargo, para encontrar investigaciones relacionadas con el rol de la comunicación en el proceso del presupuesto participativo, fue necesario acudir a la municipalidad provincial de Puno, donde se tiene estudios sobre los procesos de presupuesto participativo de otros años, información relacionada de tesis que detallo a continuación:

### **INTERNACIONALES**

En el Informe, “La democracia en América Latina del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2007)”. Las Naciones Unidas, Se plantean los siguientes objetivos en la investigación: confirmar si la preferencia de los ciudadanos por la democracia es relativamente baja. El cual concluyo en lo siguiente: Gran parte de

las latinoamericanas y los latinoamericanos valora el desarrollo por encima de la democracia e incluso le quitaría su apoyo a un gobierno si éste fuera incapaz de resolver sus problemas económicos”.

Esta preferencia pone en debate la opción de que los gobiernos democráticos son la mejor manera de promover el desarrollo económico y social de las poblaciones en América Latina

La frustración, la desconfianza, y la falta de alternativas permiten que la gente mire a las figuras carismáticas, autoritarias y militares con sus ofrecimientos y promesas populistas como la respuesta o solución a los problemas de desarrollo humano y social.

Julio Sarsosa (2013), en la tesis “Estrategias de comunicación interna para la difusión de información institucional en TECNA del Ecuador” para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, se llegó a las siguientes conclusiones que son importantes para la investigación: Es que todas las estrategias que se plantean en el plan de comunicación estratégica tienen como objetivo principal, a más de comunicar la información, realizar un trabajo en equipo promoviendo la interacción entre los colaboradores, pero sobre todo promueven que los colaboradores dejen de ser únicamente receptores de mensajes, y se conviertan también en emisores de los mismos.



## NACIONALES

El Ministerio de Salud en el estudio de caso sobre la estrategia comunicacional de la campaña “Prevención del Embarazo Adolescente” (2010 y 2012) plantea los siguientes puntos que considero importantes para la investigación.

La forma de comunicación que tiene el Ministerio de Salud con la población adolescente es vertical y difusionista. Esto parte de la falta de investigación de los estrategias del MINSA que encubre muchas creencias sobre la educación sexual. Entre ellas, se piensa que hablar abiertamente sobre sexo equivale a fomentar las relaciones sexuales, por tanto se restringe mucha información a los adolescentes, lo cual es ilógico si lo que se desea es precisamente prevenir situaciones de riesgo. A pesar que se sabe que una gran proporción de adolescentes ya tienen relaciones sexuales antes de los 14 años, se dirigen a ellos como si ninguno hubiese iniciado su vida sexual.

James Joseph Niemeyer Grawe, en su Tesis titulado: Desarrollo de la Participación Ciudadana en los Procesos de Control Social de la Gestión Municipal en el Distrito de Comas, Lima, Perú (2006) para obtener el grado académico de Magíster en Gerencia Social, llegó a las siguientes conclusiones que son importantes para la investigación

La tesis titulada: El Presupuesto Participativo basado en resultados como instrumento para la toma de decisiones en la asignación y ejecución del presupuesto de inversiones de la Municipalidad Distrital de Casa Grande, Trujillo presentado por Palacios, L. (2012) obtener el Título Profesional de Economista con mención en

Finanzas, llegó a las siguientes conclusiones que son importantes para la investigación. Llegó a las siguientes conclusiones. Se puede decir que existen dos fuertes limitaciones en los procesos de participación ciudadana; una es la desconfianza de la población, el pueblo ya no cree en sus autoridades tanto a nivel local como a nivel nacional; y la segunda es la falta de tiempo del poblador por su situación económica y la necesidad de lograr el sostén de su hogar. Ellos tienen que trabajar muchas veces gran parte del día. Como mencionan los entrevistados, el poblador llega en la noche sólo a descansar, como alguien dijo, es su “casa-dormitorio”. Por tanto, ni se entera de lo que pasa en su barrio, zona o pueblo.

### **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Objetivo General.**

Describir el rol de la comunicación en el Proceso del presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el año 2016

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar cuál es el rol de la comunicación difusionista usadas por la Municipalidad Provincial de Puno en el Presupuesto Participativo en el año 2016.
- Señalar cómo es el rol de la de comunicación relacionista usadas por la Municipalidad Provincial de Puno en el Presupuesto participativo en el año 2016.
-

#### 1.4. JUSTIFICACIÓN

La motivación principal para realizar esta investigación fue el poco interés de la Municipalidad Provincial de Puno, en establecer mecanismos de comunicación dentro de los espacios de participación ciudadana; principalmente el proceso de presupuesto participativo que responde a una actividad que está normado para todas las ciudades; lo que ha hecho que pierda el objetivo principal con el cual fue instaurado y es el de acercar a la población a fin de que se involucre en la gestión y pueda solucionar necesidades.

Dominique (2006) comentaba que la comunicación es algo tan cotidiano y natural para todos que, a priori, parece que no hay nada que decir sobre ella. En efecto la comunicación está inmersa en toda relación social y en los procesos del desarrollo, y desde ahí los comunicadores sostenemos que puede aportar al cambio y transformación social.

Pero para eso hay que visibilizar su función, sus alcances y límites, razón por la cual esta investigación sobre el rol de la comunicación en el Proceso del Presupuesto Participativo en la Municipalidad Provincial de Puno, pone especial énfasis en identificar el rol o función que cumplen responde solo a la parte difusionista y no a la relacionista que son las dos clasificaciones que hace Alfaro (2002).

En este proceso que lleva nueve años en la Provincia de Puno, se ha notado una dificultad desde sus inicios, el rol que desempeña la comunicación en estos espacios ha sido para el cumplimiento de la ordenanza y no para cohesionar a los actores, a

fin de que prevalezca la participación para conseguir buenos resultados que beneficien o resuelvan necesidades básicas.

Es preciso destacar que el correcto uso de estrategias comunicacionales en el aspecto difusionista y de relación asegurara una correcta intervención de la población y la priorización de proyectos que ayuden a cubrir las necesidades que se tienen. Entonces, la comunicación es importante en este contexto, para generar espacios de encuentro y diálogo entre personas con ideas e intereses distintos, desde donde se puedan tomar decisiones que beneficien a la comunidad.

En ese sentido, se busca lidiar contra el simple cumplimiento de las normas y escaso interés de implementar estrategias de comunicación que ayuden a fortalecer tanto la relación de difusión que se haga y la comunicación como relación que es la que está presente en todo momento.

Así mismo la investigación tiene relevancia política ya que pretende dar cuenta de las estrategias y recursos comunicacionales más efectivos en la promoción de la participación ciudadana, para recomendar con buenos argumentos su implementación en los espacios de toma de decisión local, comenzando por la Provincia capital Puno y que servirá para los futuros Procesos de Presupuesto Participativo.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. MARCO TEÓRICO**

Para el desarrollo del marco teórico, se parte desplegando la comunicación, su rol dentro de la ciudadanía; donde abordo la comunicación difusionista y la comunicación propagandística para conocer algo más sobre este tema.

Con respecto al Presupuesto participativo, cito diversas definiciones y estructuras que se han dado y modificado conforme ha pasado el tiempo.

##### **2.1.1. COMUNICACIÓN**

Para Zorim, (2000) es un proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes, incluye todo proceso por el cual la conducta del ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano.

La comunicación es antes que nada una relación de diálogo e interlocución (entre individuos y entre éstos y sus instituciones), que ayuda a las personas a superarse y aprender unas de otras. La comunicación permite que los sujetos pongan en común imágenes, percepciones, dudas, ideas y propuestas, posibilitando dialogar a partir de ellas y llegar a consensos sobre lo que hay que cambiar o continuar para ser mejores personas y vivir en sociedad. (Gumucio 2008)

La comunicación participativa busca la emancipación de las personas, alentando el diálogo horizontal para el reconocimiento de los problemas comunitarios y la búsqueda de soluciones. Bajo esta perspectiva, el proceso del cambio social es más importante que los productos porque precisamente, durante el proceso de comunicación, se inicia la transformación (Gumucio 2008).

Sin embargo, a pesar del aporte de la comunicación en los procesos de desarrollo, a menudo se le reduce a un valor meramente instrumental (Armas 1995)

La comunicación por sí misma no produce desarrollo sino que requiere de una serie de condiciones socioeconómicas y políticas. Para vivir en una democracia participativa se requieren algunas condiciones previas como la reducción de las desigualdades, porque en este escenario predominan los grupos que prefieren su estabilidad antes que lo participativo. Otro reto consiste en lograr que las personas pasen de verse y actuar como consumidores, a ejercitar sus propias capacidades y disfrutar de ellas, porque esto sí fomenta un sentimiento de comunidad ya que se realiza en conjunto (Macpherson 1982).

La comunicación participativa puede promover cambios a nivel de conocimientos, actitudes y prácticas, y ahí reside parte de su aporte al desarrollo. En primera instancia, porque mejora el proceso de intercambio de información al indicar los canales y códigos más adecuados para transmitirla. En segundo lugar, dado que la comunicación siempre necesita a dos o más personas porque es una relación donde se producen diversos sentidos, esta se constituye como promotora del trabajo en equipos interdisciplinarios y estimula la construcción conjunta y creativa (FAO 2006).

#### 2.1.1.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Castañeda. M. (2005) señala que la comunicación está integrada por un conjunto de elementos que hacen posible la comunicación.

- **El contexto:** la manera en que los procesos y las estructuras sociales, culturales, económicas y políticas, así como los procesos individuales de la vida cotidiana dialogan con el proceso comunicativo.
- **Los códigos:** las reglas, normas o signos con los cuales la gente se comunica (se expresa y percibe). Existe una buena comunicación cuando se tiene el mismo código sino esta es deficiente. Toda sociedad comparte un código básico pero sucede que a veces los grupos al interior de ella desarrollan códigos paralelos o complementarios.

- **Emisor y receptor:** los roles que cumplen los sujetos de la comunicación, porque un emisor también se convierte en receptor y el receptor en emisor. Cabe destacar que al receptor se le denomina de manera mas adecuada perceptor en la medida que las personas no solo recibimos información sino que percibimos la comunicación según nuestro contexto, cultura, experiencias, etc.
- **Medios y recursos:** la variedad de canales de llegada, medios o espacios de comunicación mediante los cuales se hace posible la comunicación.
- **Mensaje y referente:** el contenido de lo comunicado y lo referente a lo que hace alusión. Es decir el mensaje siempre va a significar algo a alguien en tanto es una versión de algo (tema, situación, persona, objeto) depende del tipo de referencia que se haga. El mensaje es lo que se dice, la referencia es la forma o el tratamiento que se le da a lo que se dice.

#### 2.1.1.2. FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

Castañeda. M. (2005) señala que el rol de la comunicación está integrada por un conjunto de elementos que hacen posible la efectividad de este medio de interacción.

- **Útil para otros:** es decir que le permita a la gente tomar decisiones, participar, conocer a otros, comprender problemas, opinar y proponer, integrarse, etc.



- **Frecuencia y continuidad:** que sea esperada, que deje de ser un encuentro eventual para convertirse en una relación planificada de largo plazo.
- **Pertinencia y oportunidad:** que tome en cuenta el contexto y el ámbito donde se realiza y se adecue al momento oportuno. Cuando sea necesaria, no antes ni después.
- **clima comunicativo favorable:** ausencia de ruidos, uso de espacios físicos agradables, predisposición al dialogo, información preventiva y códigos compartidos.
- **Variedad de canales de llegada:** la relación se puede desarrollar, de manera complementaria, directamente (cara a cara y en espacios grupales) o mediana (a través de medios locales masivos).
- **Reconocimiento mutuo:** compartir y comprender las demandas y necesidades de cada parte, sus expectativas y prejuicios. Es decir cual es el capital acumulado y las intenciones que se ponen en juego en la relación.
- **Capacidad y voluntad de dialogo:** desarrollar las capacidades de comunicación de las personas: que expresen con claridad sus ideas y sentimientos y puedan escuchar y comprender a los demás.

### **2.1.1.3. EL ROL DE LA COMUNICACIÓN**

Según Rosa María Alfaro (citada por Carrión y Wollrad 1999:17), el tipo de relación comunicacional que un actor establece con otro, depende de su intención.

En esa línea, la autora propone tres tipos de relaciones comunicacionales:

- La difusionista, que niega al otro como interlocutor y se limita a la transmisión de información;
- La propagandística, que apunta al convencimiento y manipulación
- La relacional, que se basa en el diálogo y la negociación de intereses entre distintos actores sociales que se van empoderando en el proceso.

#### **2.1.1.3.1. LA COMUNICACIÓN DIFUSIONISTA**

Este modelo prioriza y valora la importancia de la información y de los flujos en que ésta se ubica y logra poner en circulación. Supone que la información transforma pues es un bien no poseído por los sujetos, quienes al ser imbuidos de ese conjunto de saberes van a ser «llenados» de cultura o formación. Es casi una inoculación (teoría hipodérmica) que no reconoce el saber ya construido por cada ciudadano a través de su vida y experiencia. (Alfaro, 1999)

Se acerca mucho al modelo de «divulgación científica» pues se trata de poner en sencillo, simple y atractivo ese bagaje informativo y verdadero, sin tomar en cuenta las características y conflictos culturales, sociales y políticos del receptor. La verdad no es discutible, menos cuestionable. Es un planteamiento difusionista y lineal de la comunicación (vertical) pues sólo se trata de propagar cuando la información ha sido descubierta y probada. (Alfaro, 1999)

**a. El estudio del emisor y los medios.**

La formulación del flujo en dos pasos mostraba como las ideas fluyen desde los medios de comunicación hacia los líderes de opinión y de allí a los sectores más activos de la población. (Kunczik, C. 1992).

**b. innovaciones de la difusión**

Rogers (1962), se refiere a la difusión y adopción de innovaciones. Así la modernización es concebida como un proceso de tránsito entre la tradición y un modo de vida más complejo, que implica la constante asimilación de innovaciones. Este autor reconoce cuatro etapas en ese proceso: conocimiento, comunicación, adopción o rechazo y confirmación de la innovación.

### 2.1.1.3.1. LA COMUNICACIÓN PROPAGANDISTICA

Este modelo viene de la publicidad y de la noción de propaganda. Se basa en estrategias de persuasión y seducción para motivar la compra de un producto o de una idea, partiendo del emisor (dueño-anunciante-publicista- medio) hacia el receptor. En este caso sí se considera al sujeto, se parte de sus gustos, capacidades comprensivas y emotividades. Se trata de establecer complicidades cercanas entre muchos sujetos e institucionalidades, dentro de una estrategia de venta massmediática y moderna centrada en el dinamismo de la imagen. (Alfaro, 1999)

La importancia de crear espacios de diálogo, intercambio, acuerdo y colaboración, para trascender a la práctica común de hacer propaganda a la gestión municipal. La idea es poner a disposición del ciudadano información e interpelarlo al debate y búsqueda de soluciones, así como a la producción e instalación de temas y sentidos propios. Se trata entonces de promover espacios más propositivos, de encuentro y trabajo compartido, en detrimento de una relación de corte contestataria o propagandística entre autoridades y ciudadanos (Contreras 1999).

### 2.1.1.3.1. LA COMUNICACIÓN RELACIONAL

La línea de acción de la comunicación consiste en generar espacios de expresión de la ciudadanía. Aquí es donde la creatividad debe explayarse al máximo para que la comunicación contribuya a crear relaciones horizontales e incentive procesos participativos de toma de decisiones. Se trata de “establecer complicidades” con los actores locales, para lo que puede organizar, por ejemplo, un cronograma de visitas de las autoridades para que conversen con la población en sus propios espacios (Contreras,1999).

Toni Puig (2003) propone el término “comunicación cómplice” para designar aquella comunicación que establece una relación positiva y entusiasta entre las autoridades, funcionarios municipales y los ciudadanos. Es una comunicación clara, personalizada y sensible, que no se limita a informar desde el plano racional, sino que busca implicar a los ciudadanos, motivarlos, suscitar su participación.

Los municipios eficientes, son los relacionales, que optan por estar en contacto con los ciudadanos a través de una comunicación cada vez menos convencional. No actúan de manera jerárquica, distante, cerrada, burocrática, administrativista. Todo lo contrario: promueven una relación

directa entre el municipio, los ciudadanos y sus organizaciones; construyen propuestas consensuadas, cogestionan servicios (Puig, 2003).

#### **a) La pedagogía dialógica**

Está centrada en el habla, ella se sustenta en el dialogo grupal y no en los modernos medios de comunicación.

#### **b) El acceso a la participación**

Se trata del acceso (en la selección de programas y en la retroalimentación), participación (en el proceso de la comunicación) y autogestión (decisión at interior de las empresas de la comunicación). En cualquier caso ofrece una perspectiva interactiva y no lineal.

#### **c) Teoría del aprendizaje**

A ella se ha referido también Kunczic (1992), para explicar la mutua imbricación que hay entre medios y determinantes personales y ambientales. Dentro de esta corriente participativa puede considerarse también un enfoque culturalista, centrado en la integración de métodos modernos y tradicionales, que valore las culturas autóctonas y las necesidades de la gente, como condición para comunicar información para el desarrollo. Al respecto Kunczik ha citado entre los culturalistas a S.A. Sonaike,

### **2.1.2. PRESUPUESTO PARTICIPATIVO**

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), define el presupuesto participativo como un instrumento de política y de gestión, a través del cual las autoridades regionales y locales, así como las organizaciones de la población debidamente representadas, definen en conjunto, cómo y a qué se van a orientar los recursos, los cuales están directamente vinculados a la visión y objetivos del Plan de Desarrollo Concertado.

- El Presupuesto Participativo cumple lo siguiente:
- Transparencia y control ciudadano
- Modernización y democratización de la gestión pública
- Fortalecimiento de la gobernabilidad democrática del país
- Construcción de capital social
- Participación ciudadana en la planificación y gestión pública

#### **2.1.2.1. OBJETIVOS DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO**

Según la Ley N° 27293, Ley del Sistema Nacional de Inversión Pública. Los objetivos de los presupuestos participativos anuales instauradas en las municipalidades provinciales que están en concordancia con el Plan de desarrollo concertado son:

- Promover la creación de condiciones económicas, sociales, ambientales y culturales que mejoren los niveles de vida de la población y fortalezcan sus capacidades como base del desarrollo,

posibilitando acciones concertadas que refuercen los vínculos de identidad, de pertenencia y las relaciones de confianza.

- Mejorar la asignación y ejecución de los recursos públicos, de acuerdo a las prioridades consideradas en los Planes de Desarrollo Concertados y los Planes Sectoriales Nacionales, propiciando una cultura de responsabilidad fiscal, sobre la base de acuerdos concertados.
- Involucrar y comprometer a la sociedad civil y al sector privado en las acciones a desarrollar para el cumplimiento de los Objetivos Estratégicos del Plan de Desarrollo Concertado, creando conciencia respecto de los derechos y las obligaciones que los ciudadanos tienen, como contribuyentes y como actores, en el funcionamiento del Estado y en el desarrollo sostenible del territorio donde habitan.
- Buscar el aumento de la competitividad regional y local, así como la superación de la pobreza a través de mejoras sustantivas en infraestructura, nivel de educación, cobertura de salud, seguridad jurídica, establecimiento de derechos de propiedad, adecuada regulación en estándares de calidad y sanidad, entre otros.

#### **2.1.2.2. PROCESO DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO**

En el artículo 6 de la Ley N° 27293, Ley del Sistema Nacional de Inversión el proceso participativo tiene las siguientes fases:

1. Identificación de los agentes participantes.



2. Capacitación a los agentes participantes de las instancias del presupuesto participativo.
3. Desarrollo de talleres de trabajo.
4. Evaluación técnica de prioridades.
5. Formalización de los acuerdos.
6. Rendición de cuentas.
7. Otros que acuerde la instancia participativa.

Según la Ordenanza Municipal N° 2378- 2009 del Consejo Provincial de Puno, se normo el siguiente proceso:

**a. Preparación**

Esta fase comprende la implementación de diversas acciones, como la conformación del equipo técnico, preparación de información y reuniones de coordinación.

El equipo técnico, elaborara el plan de trabajo para desarrollar el proceso de validación y la presentación de la visión del Plan de Desarrollo Concertado Provincial, así como la programación del Presupuesto participativo de la Provincia, el mismo que deberá informarse en reunión del CCLP convocado por el titular del pleno. Asimismo, deben disponer de la siguiente información para su distribución a los Agentes Participantes, en el momento que se inicien los talleres.

**b. convocatoria del proceso**

La Municipalidad Provincial de Puno, conforme al cronograma aprobado por el Concejo Municipal, a través de Secretaria General y la Unidad de Imagen y Protocolo en coordinación con los miembros del Consejo de Coordinación Local Provincial, convocan al Proceso de Presupuesto Participativo e general, haciendo uso de los medios de comunicación más adecuados, mediante anuncios, avisos en plazas públicas, difusión radial, escrita y televisiva, actividades culturales, entre otros, para así garantizar una amplia participación y representatividad.

**c. Talleres de Trabajo**

Las reuniones de trabajo de los agente Participantes del Proceso serán convocadas por el Alcalde en calidad de Presidente del Concejo de Coordinación Local Provincial con la finalidad de identificar y tratar desde una perspectiva temática y territorial los siguientes aspectos:

- Rendición de cuentas para informe del impacto de las inversiones y la gestión del desarrollo local.
- Talleres de capacitación para los agentes participantes durante el proceso del Presupuesto Participativo
- Talleres de trabajo para la elaboración del presupuesto participativo.
- Talleres por distritos – espacios menores de Validación y del análisis Estratégico y Programa de inversiones del Plan de Desarrollo Concertado.

- Informe de los Principales avances de la Gestión Local, presentación del Proceso de Presupuesto participativo del año anterior, políticas y líneas de inversión provincial y las pautas metodológicas para el desarrollo del taller.
- Definición de espacios territoriales menores al distrito como espacios para los fines de planificación.
- Taller Provincial de prestación de la Visión del PDC.
- Talleres zonales en el distrito de Puno: Diagnostico y propuesta de solución.
- Taller distrital de Puno: Definiciones de criterios y priorización de propuestas de impacto Provincial.
- Taller provincial de Definición de criterios y priorización de propuestas de impacto Provincial.
- Evaluación Técnica de prioridades: Los integrantes del Equipo Tecnico deberán enmarcarse en los lineamientos de Desarrollo Territorial y Modelo de Gestión de la Provincia de Puno expuestas en el PDC. Así como el análisis de la viabilidad Técnica, Financiera, Social y Ambiental de los proyectos a desarrollar.
- Establecer el orden de prioridad de las acciones a ejecutar aclarando el grado de compromiso y aporte de todos los actores sociales del Desarrollo Local.
- Presentación del Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Puno.
- Elección del comité de vigilancia.

#### **d. Formalización de Acuerdos y Compromisos**

Los Agentes Participantes, una vez definida la visión y los objetivos del desarrollo, que forman parte del Plan de Desarrollo Concertado, adoptan los siguientes acuerdos y compromisos:

- Desarrollar actividades y proyectos de manera coordinada y conjunta, orientadas al logro de los objetivos del Plan de Desarrollo Concertado.

## 2.2. MARCO CONCEPTUAL

### - AGENTE PARTICIPANTE

Son quienes participan con voz y voto en el diálogo y/o toma de decisión es en el proceso el presupuesto participativo. Está integrado por miembros del Consejo de Coordinación Local Distrital, los representantes de la sociedad civil debidamente identificado y acreditado. (Sánchez, 2011)

### - CIUDADANIA

Ciudadanía significa el conjunto de derechos y deberes por los cuales el ciudadano o individuo está sujeto en su relación con la sociedad en que vive. El término ciudadanía proviene del latín civitas, que significa ciudad. Por tanto, ciudadanía es la condición que se otorga al ciudadano de ser miembro de una comunidad organizada. (Cortina, 2007)

### - CONCERTACION

Sustantivo femenino. Es un vocabulario alude como la acción y resultado de concertar o de concertarse, en pactar, acordar, estipular, convenir, pactar y ajustar algún negocio o de mercadear. Convenio o trato entre dos o más personas sobre algo, aplicado también a entidades. En uso anticuado se dice de una riña, pendencia o contienda. (Velasco, 2005)

- **COMUNICACIÓN**

Es la actividad consciente en intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas. (Boada, 1995)

- **DEMOCRACIA**

Es una forma de organización social que atribuye la titularidad del poder al conjunto de la ciudadanía. En sentido estricto, la democracia es una forma de organización del Estado en la cual las decisiones colectivas son adoptadas por el pueblo mediante mecanismos de participación directa o indirecta que confieren legitimidad a sus representantes. (Agafonow, 2007)

- **DESARROLLO**

El que mejora de la calidad de vida y bienestar en la población. La palabra desarrollo presenta acepciones diversas. En primer lugar, se puede entender como el proceso de evolución, cambio y crecimiento relacionado con un objeto, una persona o una situación determinada. ONU (2002)

- **FISCALIZAR**

La fiscalización consiste en examinar una actividad para comprobar si cumple con las normativas vigentes. En el sector privado, la fiscalización puede ser decretada por el Estado (para comprobar si una empresa cumple con la ley) o de manera interna por las propias compañías (para controlar los balances, el stock y destino de las mercaderías, etc.). Gardey (2014)

#### - **GESTION**

La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio. Merino (2008)

#### - **MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Con el término medio de comunicación se hace una gran referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o de comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales. Sanja (2011)

#### - **NEGOCIACION**

La negociación es un esfuerzo de interacción orientado a generar beneficios.

Sus objetivos pueden ser resolver puntos de diferencia, ganar ventajas para una persona o grupo, diseñar resultados para satisfacer varios intereses, mejorar situaciones actuales, resolver conflictos o llegar a un punto neutral de la información. Montes de Oca (1999)

#### - **PARTICIPACIÓN**

La participación ciudadana son mecanismos que pretenden impulsar el desarrollo local y la democracia participativa a través de la integración de la comunidad al quehacer político. Está basada en varios mecanismos para que la población tenga

acceso a las decisiones del gobierno de manera independiente sin necesidad de formar parte de la administración pública o de un partido político. ciudadanos en foros organizados o por otras vías para llegar a un consenso. MEF (2014)

- **PRESUPUESTO**

Es un plan de acción dirigido a cumplir un final previsto, expresado en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. El presupuesto es el instrumento de desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año. Ortiz (1967)

- **PROPAGANDA**

La propaganda es una forma de comunicación que tiene como objetivo influir en la actitud de una comunidad respecto a alguna causa o posición, presentando solamente un lado o aspecto de un argumento.<sup>2 3</sup> La propaganda es usualmente repetida y difundida en una amplia variedad de medios con el fin de obtener el resultado deseado en la actitud de la audiencia. Bermejo (2015)

- **PUBLICIDAD**

La publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar (o mantener mediante la recordación) un producto o marca en la mente de un consumidor. King (2005)



- **SOCIEDAD**

La relación que se establece entre los individuos supera la manera de transmisión genética e implica cierto grado de comunicación y cooperación, que en un nivel superior (cuando se produce la persistencia y transmisión generacional de conocimientos y comportamientos por el aprendizaje) puede calificarse como "cultura". Mosquera (2014)

- **VIGILANCIA**

La vigilancia es el monitoreo del comportamiento. La vigilancia por sistema es el proceso de monitoreo de personas, objetos o procesos dentro de sistemas para la conformidad de normas esperadas o deseadas en sistemas confiables para control de seguridad o social.

## 2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL

El rol de la comunicación en el Proceso del presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el año 2016 no cumple con su parte relacional.

### 2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El rol de la comunicación difusionista en el Proceso de Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016, cumple con su propósito de informar.
- El rol de la comunicación como relación en el Proceso de Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016 es deficiente y no permite la participación de la ciudadanía.

### 2.3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>Variable X:</b>  El rol de la comunicación	Comunicación difusionista	Actitud del emisor Uso de los medios Material comunicativo Innovación de la difusión
	Comunicación relacionista	Pedagogía de dialogo Acceso a la participación Teoría del aprendizaje
<b>Variable Y:</b>  El Presupuesto participativo	Fase de la preparación	Organización equipo técnico
	Fase de la convocatoria	Cumplimiento del cronograma de actividades Difusión de PP Acercamiento a la población
	Fase de los talleres de trabajo	Capitaciones Orientación Clima de trabajo Espacio de trabajo
	Formalización de acuerdos y compromisos	Actitud frente al proceso

#### **2.3.4. UTILIDAD DE LOS RESULTADOS DE ESTUDIO**

Los resultados de esta investigación son de utilidad para los investigadores de las ciencias sociales, porque involucra a la persona como agente de participación en su localidad y a la comunicación como instrumento de concertación. Además a las instancias de gobierno que organizan los presupuestos participativos para iniciar futuros procesos teniendo en cuenta los roles de la comunicación.

El fruto de esta investigación da como resultado que el rol relacionista de la comunicación se ha ido dejando de lado y solo se ha hecho uso de la comunicación como difusión; por lo tanto la utilidad será aun de mayor alcance a las municipalidades distritales para que tengan en cuenta este resultado y se mantengan firmes haciendo prevalecer los dos roles complementarios e importantes para una verdadera participación de la ciudadanía.

## CAPITULO III

### CARACTERIZACIÓN DEL ESTUDIO

#### 3.1. NIVEL

Social, porque se analiza la información de una técnica específica que es la comunicación, a través del proceso del presupuesto participativo.

#### 3.2. EJES Y DIMENSIONES DE ANÁLISIS

- **El rol de la comunicación**
  - Comunicación difusionista
  - Comunicación relacionista
- **El presupuesto participativo**
  - Preparación del presupuesto participativo
  - Fase de convocatoria
  - Talleres de trabajo
  - Formalización de compromisos

### **3.3. UNIDADES DE ANÁLISIS DE OBSERVACIÓN**

El rol de la comunicación empleado por los integrantes del equipo técnico del presupuesto participativo y actitudes y nivel de participación de los agentes participantes.

### **3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Descriptiva explicativa de tipo transversal

### **3.5. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN**

Mixto

### **3.6. TÉCNICA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA**

#### **- UNIVERSO**

Según el documento de la Municipalidad provincial de Puno, en este presupuesto participativo se tuvo 330 agentes acreditados en el 2016

#### **- POBLACIÓN**

La población está conformada por los agentes del presupuesto participativo 2016; que son líderes y lideresas de la sociedad civil, gremios laborales, gremios empresariales, colegios profesionales, consultores externos, funcionarios del gobierno local, juntas vecinales, organizaciones de jóvenes, organizaciones de mujeres, ONGs, universidades entre otros, los cuales están comprendidos en toda la Provincia de Puno. Además del equipo técnico que son funcionarios de la Municipalidad Provincial de Puno.

#### **- TIPO DE MUESTREO**

Muestra probabilística o estratificado

#### - **TÉRMINO DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN**

Se consideró la asistencia al 100 en las reuniones de coordinación, por lo que se obtiene una muestra de 50 agentes participantes, ya que es la población total que asiste con regularidad a las reuniones convocadas por el equipo técnico.

#### - **MUESTRA**

50 agentes participantes del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno. Miembros Representantes del equipo técnico del Presupuesto Participativo de la Municipalidad provincial de Puno

### **3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **a. Encuesta**

Instrumento: Cuestionario

Población: Agentes Participantes del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno.

Muestra: 50 agentes del término de inclusión y exclusión.

La encuesta se realizó tomando en cuenta los indicadores. En la primera parte se ha elaborado una introducción que señala los fines académicos del cuestionario; seguido los datos de los agentes (nombre, zona, sexo, y grado de instrucción) datos que nos permitirán establecer si las estrategias comunicacionales usadas son acorde al público que se dirige.

En la segunda parte se ha considerado las preguntas 1, 2, 3,4 para evaluar la comunicación difusionista y las preguntas 5, 6, 7, 8, 9,10 y 11 para evaluar la comunicación como relación.

### **b. Entrevista**

Instrumento: Guía de Entrevista

Población: Equipo técnico del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno.

Muestra: Consultor del Presupuesto Participativo y Jefe de imagen institucional.

La entrevista se realizó al encargado de este espacio y al jefe de imagen quien es el encargado de la comunicación dentro de este espacio. Para lo cual se elaboró una ficha de entrevista con 5 preguntas las cuales me han servido para reforzar los resultados obtenidos en el cuestionario.

Se consideró las preguntas 1,3 y4 para reforzar los cuestionamientos referentes a la comunicación difusionista y las preguntas 2 y 5 para la parte relacionista dentro del proceso.

### **3.8. ANÁLISIS DE DATOS**

Luego de haberse aplicado los instrumentos de investigación como corresponde se realizó el análisis de datos y su respectiva interpretación, la misma que es abordada en el capítulo V del informe de investigación.

## CAPITULO IV

### CARACTERIZACIÓN DEL ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1. GENERALIDADES

La Sub Gerencia de Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno es la encargada desde el 2008 de este proceso el cual debe realizarse anualmente y está abierta a la fiscalización de la ciudadanía. Es por ello que no fue un limitante la ambición de abarcar esta investigación.

##### 4.1.1. AGENTES DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO

Para los agentes participantes del Presupuesto participativo, se pidió al consultor brindarme un espacio de 30 minutos al iniciar la reunión, donde se hizo un breve introducción y se leyó cada pregunta ya que, La población está conformada por las agentes quienes son líderes y lideresas de la sociedad civil, gremios laborales, gremios empresariales, colegios profesionales, consultores externos, funcionarios del gobierno local, juntas vecinales, organizaciones de jóvenes, organizaciones de



mujeres, ONGs, universidades entre otros, los cuales están comprendidos en toda la Provincia de Puno, que no tienen el mismo grado de instrucción.

#### **4.1.2. EQUIPO TÉCNICO DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO**

Para el equipo técnico se realizó encuentros previos donde pude coordinar la manera de intervención y pacté los días donde realicé la entrevista que fueron conforme al tiempo que disponían y que ellos mismos establecieron.

El día de las entrevistas se desarrolló en sus oficinas, donde además se me facilitó el material usado.

## **CAPÍTULO V**

### **EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

La encuesta aplicada a los agentes participantes se elaboró en base a los indicadores de medición de las dimensiones, las mismas que se subdividen de las variables de investigación, es decir el rol de la comunicación y el presupuesto participativo. Luego de haber concretado el vaciado de datos y su respectiva interpretación, se contrastó con todos los indicadores de la operacionalización de variables, siendo la respuesta de los agentes participantes de la MPP las determinantes de los resultados obtenidos.

### **5.1.1. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la zona de procedencia, grado de instrucción y sexo.**

De acuerdo a los resultados arrojados, el componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la zona de procedencia, la mayor parte se encuentra en el ítem de otros que agrupa a los representantes de instituciones educativas, instituciones gremiales y/o sindicales y asociaciones organizadas que no representan a ningún barrio, distrito o centro poblado. En segundo lugar se considera a los representantes de la zona sur, seguido de la zona norte, zona oeste y finalmente los representantes de los Centros poblados.

Con respecto al sexo, se puede evidenciar que la participación es casi equitativa, lo que responde a las consideraciones en los reglamentos de la participación inclusiva; que estipula la participación alternante en los espacios de ciudadanía que considera el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables en el 2013.

Dentro de la información general también se ha considerado el grado de instrucción de los agentes participantes teniendo en su mayoría formación superior, seguido de secundaria completa y finalmente secundaria incompleta; esto debido a que no se tiene restricción ninguna para ser agente participante; sin embargo esto se convierte en un limitante al momento de las capacitaciones, ya que todos reciben la misma información y no todos están familiarizados en los términos técnicos que se pueda usar es por ello que se considera el lenguaje y la comunicación. Además esto mismo se ha considerado al momento de elaborar el instrumento.

**TABLA N° 1**

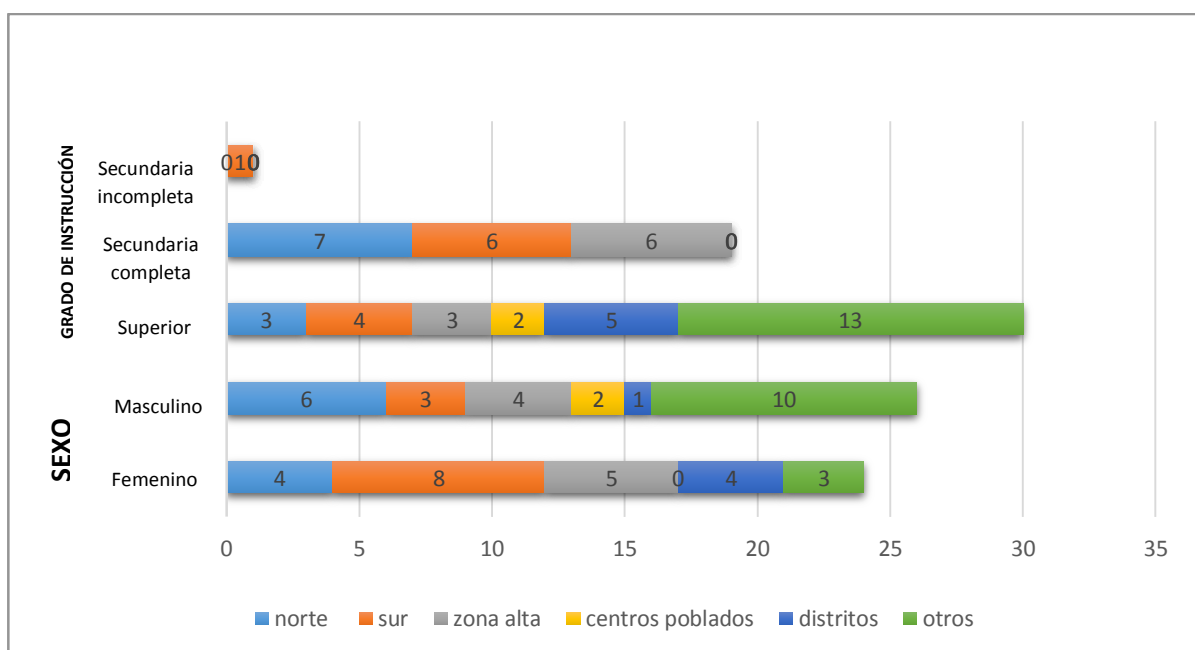
**Zona, edad y grado de instrucción de los agentes del Proceso de presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016.**

		NORTE		SUR		OESTE		C. P		DISTRITOS		OTROS		TOTAL	
		#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
ZONA		10	20%	11	24%	9	18%	2	4%	5	10%	13	26%	50	100.0 %
	TOTAL	10	20%	11	24%	9	18%	2	4%	5	10%	13	26%	50	100.0 %
SEXO	Femenino	4	8%	8	16%	5	10%	0	0%	4	8%	3	6%	24	48.0%
	Masculino	6	12%	3	6%	4	8%	2	4%	1	2%	10	20%	26	52.3%
	TOTAL	10	20%	11	24%	9	18%	2	4%	5	10%	13	26%	50	100.0 %
GRADO DE INSTRUCCI	Superior	3	6%	4	8%	3	6%	2	4%	5	10%	13	26%	30	60.0%
	Secundaria completa	7	14%	6	12%	6	12%	0	0%	0	0%	0	0%	19	38.0%
	Secundaria incompleta	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2.0%
	TOTAL	10	20%	11	24%	9	18%	2	4%	5	10%	13	26%	50	100.0 %

**Elaboración:** propia del investigador en base a los datos del cuestionario aplicado a los agentes del Presupuesto participativo 2016.

**GRÁFICO N° 1**

**Zona, edad y grado de instrucción de los agentes del Proceso de presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016.**



**FUENTE:** Elaboración propia en base a la tabla N° 1

### **5.1.2. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la actitud del consultor y el equipo técnico durante el proceso del presupuesto participativo 2016.**

De acuerdo a los resultados arrojados, el componente en la calificación de los agentes participantes en el Presupuesto participativo respecto al consultor y equipo técnico es **regular** (34%) es el que predomina en las opciones según la escala Likert. Seguido de bueno (32%), muy bueno (20%), malo (10%) y muy malo (4%).

Dentro de estas consideraciones por parte de los agente participantes, podemos evidenciar la relación distante que existe entre las personas que conforman el equipo técnico y los agente del PP, lo que confirma nuestra segunda hipótesis respecto a la comunicación relacional.

Indicando que en este espacio de participación ciudadana no cumple con lo dicho por Rosa María Alfaro en el 2012 con respecto a la “comunicación que antes que nada es la relación de dialogo e interlocución entre individuos y entre estos y sus instituciones que ayuda a las personas a superarse y aprender unas de otras”.

Es interesante, es apreciar que como segunda respuesta predominante se encuentra el **bueno**, esto dentro de las consideraciones de la escala Likert, evidenciando que en similar proporción han considerado que se ha tenido una buena actitud por parte del equipo técnico; lo que se tuvo también en las respuestas que dio Lorena Carrasco (2011) en su investigación que considera también a la comunicación relacional como punto estratégico en toda participación ciudadana que promuevan los gobiernos locales; sin embargo en sus resultados considero que en muchos sistemas del país aún se maneja la comunicación vertical de arriba abajo, y no la horizontal que es la más recomendable.

TABLA N° 2

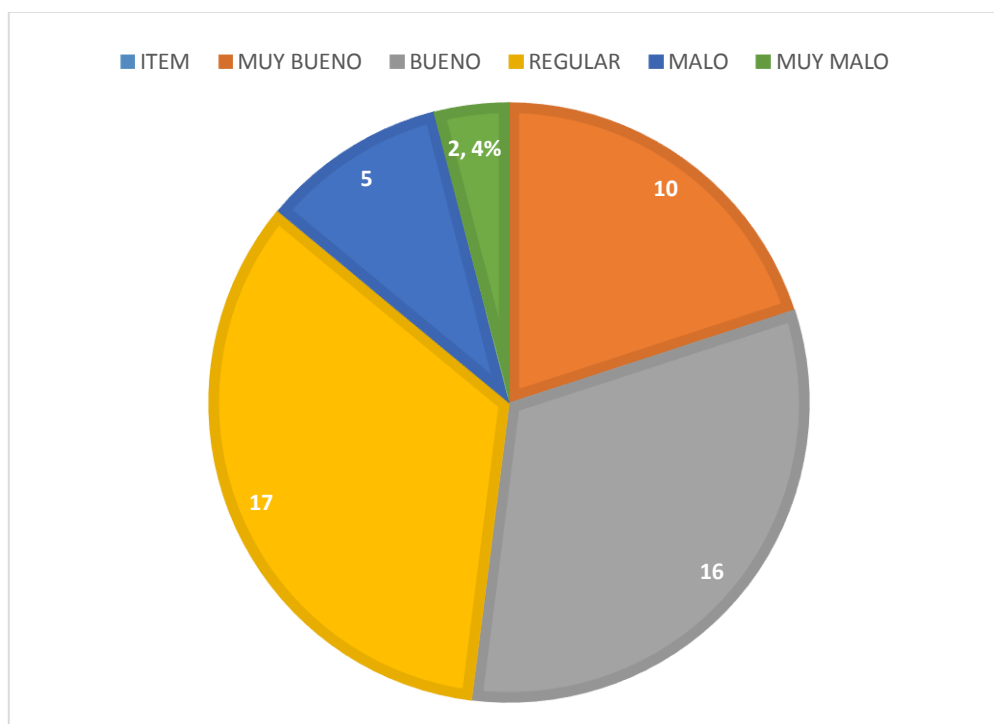
Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la actitud del consultor y el equipo técnico durante el proceso del presupuesto participativo 2016

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
1. ¿Cómo califica la actitud del consultor y el equipo técnico durante el proceso del presupuesto participativo 2016?	10	20%	16	32%	17	34%	5	10%	2	4%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>	<b>16</b>	<b>32%</b>	<b>17</b>	<b>34%</b>	<b>5</b>	<b>10%</b>	<b>2</b>	<b>4%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Elaboración:* propia del investigador en base a los datos del cuestionario aplicado a los agentes del Presupuesto participativo 2016.

GRÁFICO N° 2

Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la actitud del consultor y el equipo técnico durante el proceso del presupuesto participativo 2016



FUENTE: *Elaboración propia en base a la tabla N° 2*

### 5.1.3. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los medios masivos de comunicación

En este cuadro se evaluó la comunicación difusionista teniendo en cuenta que una de sus principales herramientas son los medios masivos de comunicación (televisión, radio, periódico, internet). Teniendo como resultado que la mitad de los participantes ha considerado que el uso de los medios de comunicación durante este proceso fue de manera **regular (50%)** seguido por la consideración de **bueno (30%)**; esta respuesta ambivalente se debería a múltiples factores que coincide con lo manifestado por René Guzmán encargado de la oficina de comunicaciones de las municipalidad en este periodo se eligió *“hacer una campaña considerando las gigantografías a las entradas de la ciudad; y poca propaganda por los medios de comunicación”*.

Con este resultado también se puede ver que los medios de comunicación están poco comprometidos con la participación ciudadana, el equipo técnico y las normativas deberían considerar los talleres de sensibilización a los profesionales de la prensa.

Lizzet Graham (2011) publicó en la revista Calandría la importancia del periodismo para regular la participación de la ciudadanía y se involucre en su gestión; esa es la expectativa que genera el periodismo es dar información de calidad, sustentada en investigaciones de sucesos desde un análisis sesudo del contexto, amparándose en la opinión de comentaristas o expertos, lo que permitiría que el ciudadano forme una opinión propia, cercana a la realidad y comprometida con la ética y la situación del país. Sin embargo, los medios de comunicación no cuentan aún con la confianza necesaria de parte de la ciudadanía, hay cierta incredulidad sobre los medios, que no es superada aún, lo que indicaría existencia de desconfianzas.

**TABLA N° 3**

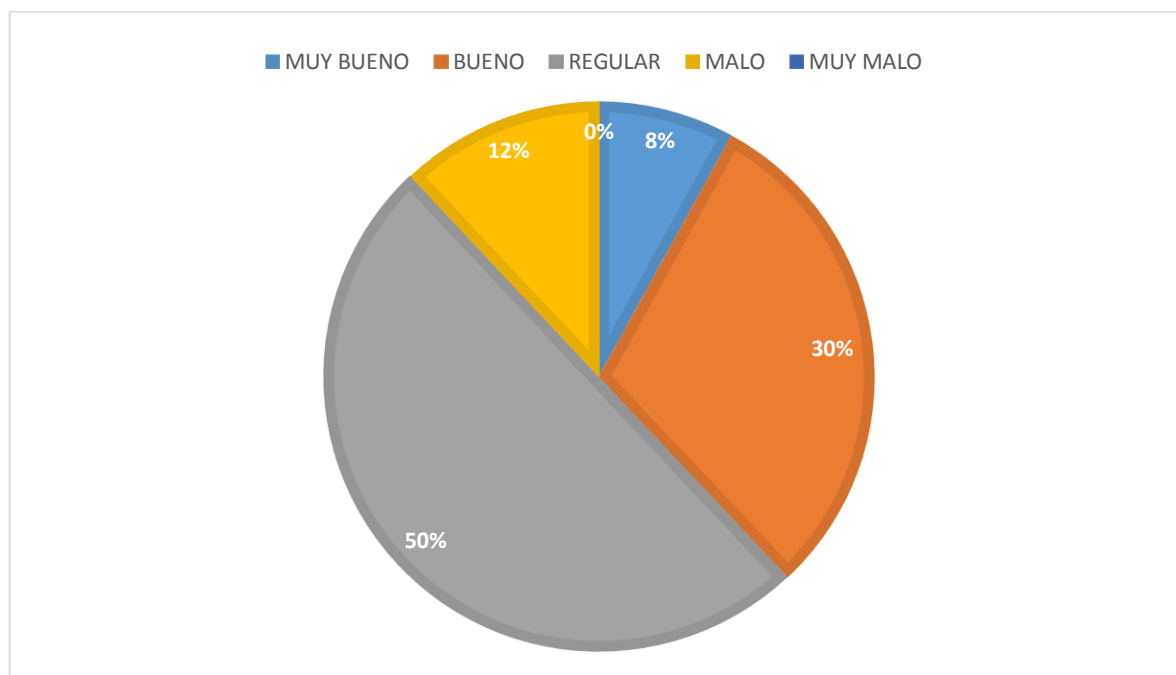
**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los medios masivos de comunicación**

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
Durante la convocatoria ¿Cómo califica el uso de los medios masivos de comunicación?	4	8%	15	30%	25	50%	6	12%	0	0%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>8%</b>	<b>15</b>	<b>30%</b>	<b>25</b>	<b>50%</b>	<b>6</b>	<b>12%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Elaboración: propia del investigador en base a los datos del cuestionario aplicado a los agentes del Presupuesto participativo 2016*

**GRÁFICO N° 3**

**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los medios masivos de comunicación**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base a la tabla N° 3*



#### **5.1.4. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los materiales de comunicación (afiches, dípticos, trípticos, hojas informativas, videos, etc.)**

En la tabla que acompaña al punto número cuatro (ver tabla N° 4) se buscó calificar el uso de materiales comunicativos como los afiches, dípticos, trípticos, hojas informativas, videos entre otros, ya que también es un indicador de la comunicación como difusión. Obteniéndose el siguiente resultado un 38 % ha considerado regular el uso de estas estrategias, seguido por el 20% que ha considerado bueno el uso de estas estrategias de comunicación que sirven para afianzar la información y tener un mejor dialogo a la hora de proponer sus proyectos.

Es importante considerar a Rosa María Alfaro (2011) quien señala que en los últimos años se ha ido utilizando material comunicativo que no responde a ninguna necesidad, sino que es un simple cumplimiento de lo que pide el encargado de un determinado espacio ciudadano.

Este esquema planteado se ve en el caso de Puno, según agentes quienes han señalado que el material comunicativo no ha tenido mucho impacto y no ha servido como una guía técnica durante todo este proceso del presupuesto participativo; teniendo en cuenta también el 20% que señala como muy malo el material utilizado, esto debido a que es un material proporcionado por el equipo técnico sin coordinación de la oficina de imagen y comunicaciones según lo señalado también por René Guzmán Jefe de Imagen Institucional de la MPP.

**TABLA N° 4**

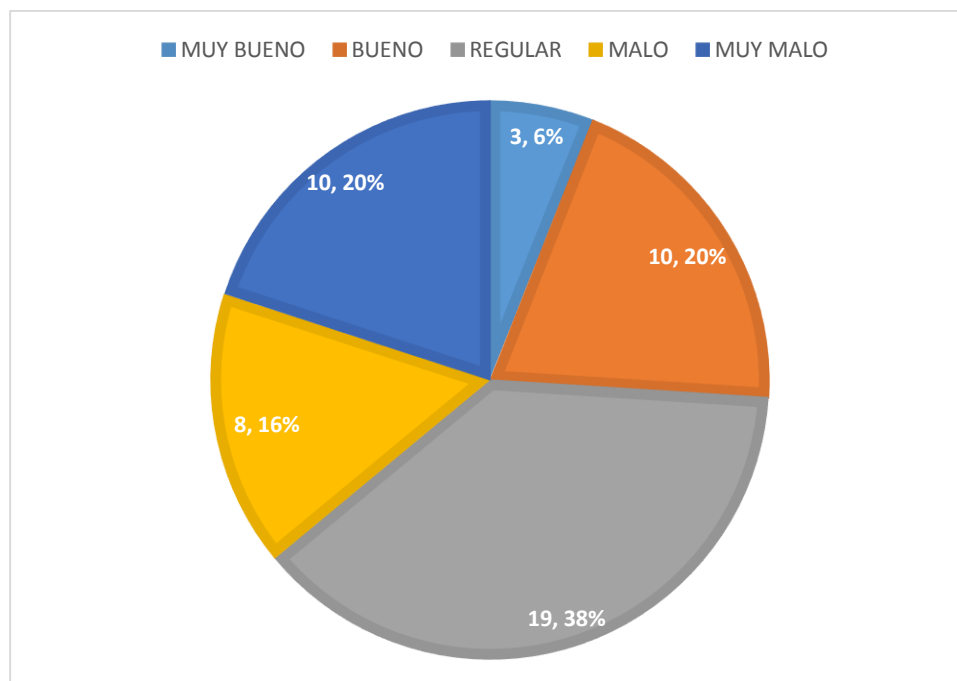
**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los materiales de comunicación (afiches, dípticos, trípticos, hojas informativas, videos, etc.)**

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
Durante la convocatoria y desarrollo de los talleres: ¿Cómo califica el uso de los materiales de comunicación (afiches, dípticos, trípticos, hojas informativas, videos, etc.)?	3	6%	10	20%	19	38%	8	16%	10	20%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>6%</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>	<b>19</b>	<b>38%</b>	<b>8</b>	<b>16%</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Elaboración: propia del investigador en base a los datos del cuestionario aplicado a los agentes del Presupuesto participativo 2016*

**GRÁFICO N° 4**

**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al uso de los medios masivos de comunicación**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base a la tabla N° 4*

### **5.1.5. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al material comunicativo usados en el 2016 en comparación a años pasados**

Según la tabla N° 5 los agentes participantes consideran regular (44%) el proceso efectuado el año 2016 en consideración con años pasados, lo que responde a nuestra hipótesis general, que señala que la comunicación es deficiente en el proceso de presupuesto participativo, ya que en años pasados este espacio no respondía a las consideraciones a nivel nacional.

Como segunda calificación se tiene al **bueno (16%)** que es una consideración en comparación a los años anteriores, donde se tenía una completa desorganización esto por denuncia de los mismos agentes participantes. Seguido de la calificación muy bueno (20%).

Concluimos este punto considerando que la mayoría de los agentes tienen varios años participando en este espacio como representantes y pueden hacer esta consideración para evidenciar que año tras año se va innovando este proceso.

**TABLA N° 5**

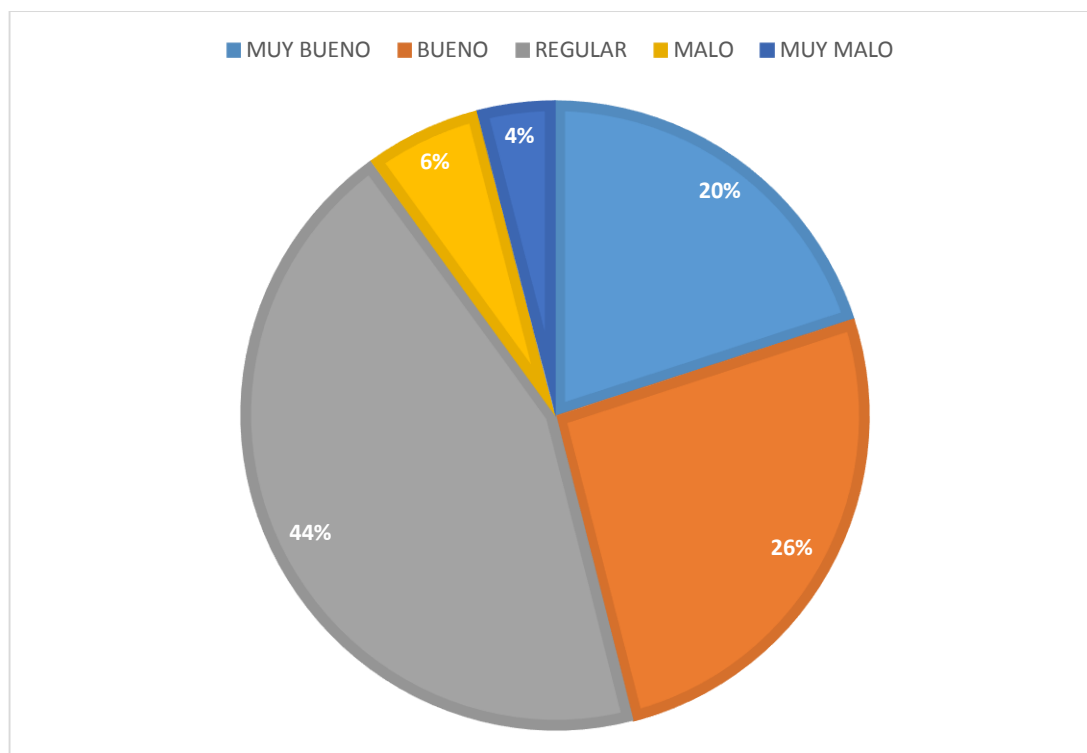
**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al material comunicativo usados en el 2016 en comparación a años pasados**

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
¿Cómo califica el material comunicativo usados en el 2016 en comparación a años pasados?	10	20%	13	16%	22	44%	3	6%	2	4%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>	<b>13</b>	<b>16%</b>	<b>22</b>	<b>44%</b>	<b>3</b>	<b>6%</b>	<b>2</b>	<b>4%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Elaboración: propia del investigador en base a los datos del cuestionario aplicado a los agentes del Presupuesto participativo 2016*

**GRÁFICO N° 5**

**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al material comunicativo usados en el 2016 en comparación a años pasados**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base a la tabla N° 5*

### **5.1.6. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al desarrollo del dialogo al que tuvo acceso durante el proceso de presupuesto participativo 2016**

Nuevamente para este cuadro el resultado es ambivalente considerando como **regular (32%)** el dialogo que es uno de los indicadores de la comunicación como relación; seguido por los agentes que han considerado como **bueno (30%)** el dialogo que se estableció en este proceso.

Como lo señala Rosa María Alfaro (2011) Este es el modelo que proponemos, de carácter más bien relacional. Se trata de fomentar diálogos varios y cruzados, no sólo entre emisor y receptor sino entre autoridades y población, entre ciudadanos diversos en consenso o disenso, entre instituciones y sujetos individuales, entre etnias, géneros y generaciones. Se busca generar hábitos comunicacionales de ESCUCHA entre diferentes.

Es el mismo esquema que está tratando de seguir la Municipalidad provincial de Puno, sin embargo no se ha logrado.

**TABLA N° 6**

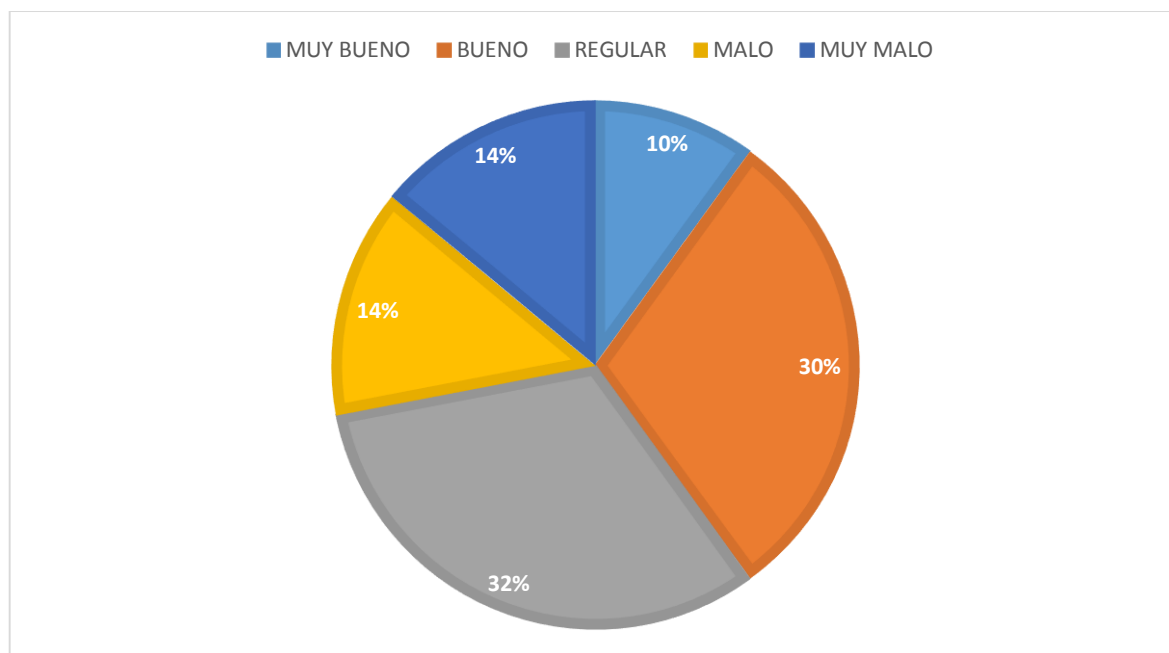
**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al desarrollo del dialogo al que tuvo acceso durante el proceso de presupuesto participativo 2016**

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
En los talleres de participación: ¿Cómo fue el dialogo al que tuvo acceso?	5	10%	15	30%	16	32%	7	14%	7	14%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>10%</b>	<b>15</b>	<b>30%</b>	<b>16</b>	<b>32%</b>	<b>7</b>	<b>12%</b>	<b>7</b>	<b>12%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Elaboración: propia del investigador en base a los datos del cuestionario aplicado a los agentes del Presupuesto participativo 2016.*

**GRÁFICO N° 6**

**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al desarrollo del dialogo al que tuvo acceso durante el proceso de presupuesto participativo 2016**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base a la tabla N° 6*

### **5.1.7. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a su participación proceso de presupuesto participativo 2016**

En este cuadro ellos consideran su participación como muy buena (40%), buena (30%), regular (26%) y mala (4%). Evidenciando su compromiso con este espacio y sobre todo con quienes representan; además de ser agentes del desarrollo local.

Existe concordancia completa entre los agentes participantes del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial del Puno, en la que se expresa que el proceso del Presupuesto Participativo orienta el fomento del desarrollo local a través de sus estrategias; lo que significa que se promueve, estimula, conserva y/o difunde las diferentes formas de incidencia ciudadana en nuestra ciudad, de tal modo que se puede afirmar que la Municipalidad Provincial de Puno gestiona actividades ciudadanas.

Según la Ordenanza N° 069 de la Municipalidad Provincial de Puno, sobre el Presupuesto participativo; dos de los factores que son característicos de la aplicación de las estrategias de comunicación son promover y difundir las diferentes manifestaciones de participación dentro del presupuesto participativo en nuestro departamento, informando, persuadiendo y recordando al público objetivo acerca de la importancia de priorizar un proyecto que sirva para cubrir las necesidades de la mayoría., así también son otras características de la comunicación el estimular, conservar; pero para facilitar, o sea permitir la participación del público no sólo como asistente los diferentes talleres sino, con opción a voz y voto.

**TABLA N° 7**

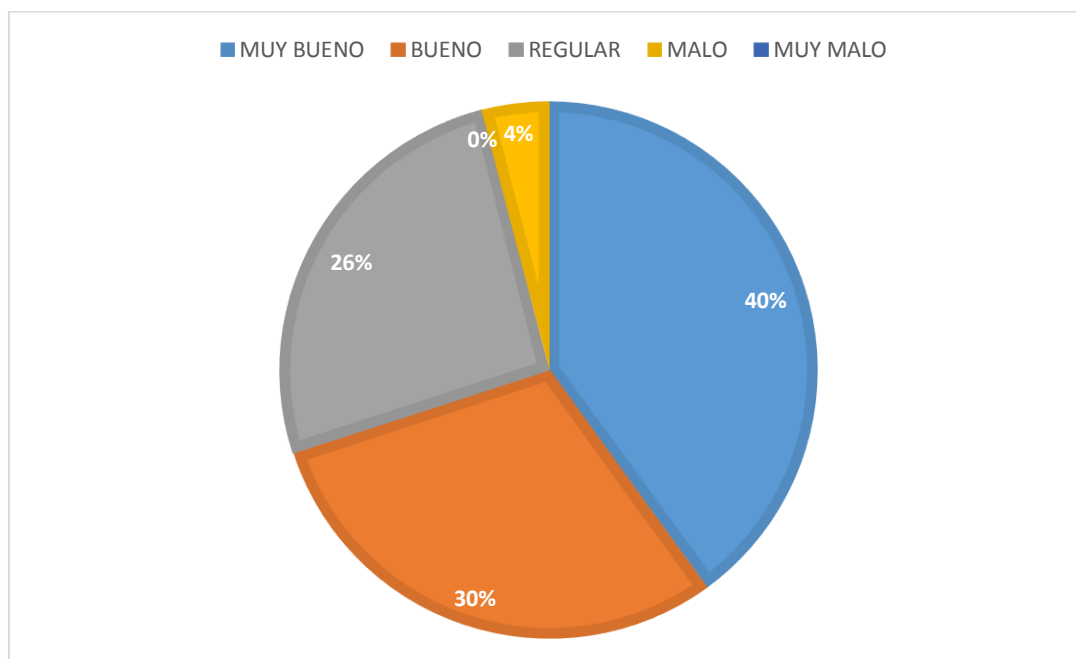
**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a su participación proceso de presupuesto participativo 2016**

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
¿Cómo fue su participación en los talleres?	20	40%	15	30%	13	26%	2	4%	0	0%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>40%</b>	<b>15</b>	<b>30%</b>	<b>13</b>	<b>26%</b>	<b>2</b>	<b>4%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Elaboración: propia del investigador en base a los datos del cuestionario aplicado a los agentes del Presupuesto participativo 2016.*

**GRÁFICO N° 7**

**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto al a su participación proceso de presupuesto participativo 2016**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base a la tabla N° 7*



### **5.1.8. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la preparación que brindo el equipo técnico del presupuesto participativo 2016**

De acuerdo a los resultados arrojados, el componente en la calificación de los agentes participantes en el Presupuesto participativo respecto a la preparación que brindo el equipo técnico del presupuesto participativo es buena (32%). Este ítem responde al indicador de la comunicación como relación que tiene en consideración la confiabilidad a quien es el sujeto difusor de información.

En segundo punto se ha considerado como regular (30%) la intervención de los agentes difusores de información, evidenciando que no todos se han sentido conformes con la capacitación recibida, sobre todo porque se suele usar muchos tecnicismos.

En un tercer punto se tiene a los que han considerado como malo (16%) la preparación que han recibido por parte del equipo técnico, sin embargo esto es desestimado por el consultor general de este espacio participativo en la entrevista que se realizó *“se usó diferentes métodos y estrategias para que la capacitación sea amplia”*.

**TABLA N° 8**

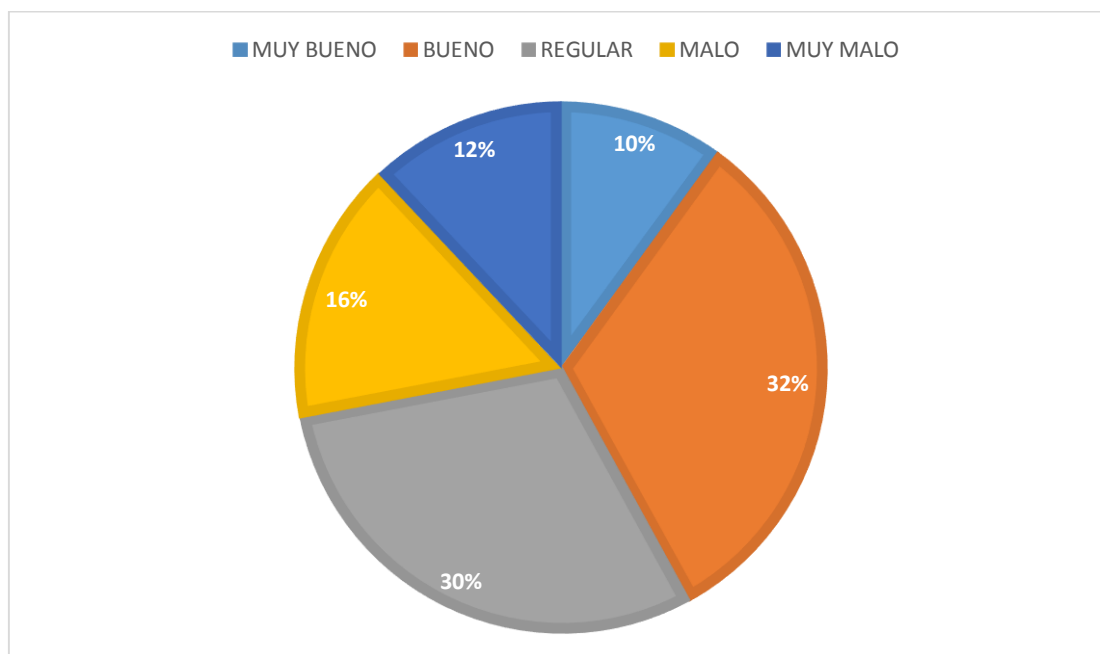
**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la preparación que brindo el equipo técnico presupuesto participativo 2016**

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
¿Cómo califica la preparación que le brindo el equipo técnico para la participación de este proceso?	5	10%	16	32%	15	30%	8	16%	6	12%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>10%</b>	<b>16</b>	<b>32%</b>	<b>15</b>	<b>30%</b>	<b>8</b>	<b>16%</b>	<b>6</b>	<b>12%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Elaboración: propia del investigador en base a los datos del cuestionario aplicado a los agentes del Presupuesto participativo 2016.*

**GRÁFICO N° 8**

**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la preparación que brindo el equipo técnico presupuesto participativo 2016**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base a la tabla N° 8*

### **5.1.9. Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la relación con sus compañeros y el equipo técnico durante el proceso de presupuesto participativo 2016**

En esta tabla se sigue con la tendencia ambivalente de respuestas en su mayoría **regular (34%)**, este Item explica el indicador de la comunicación como relación donde es importante la relación horizontal y de compañerismo. Sin embargo por los resultados se puede ver que esta no es significativa para los agentes participantes y sus compañeros.

En esa misma tabla se observa que la siguiente respuesta es de quienes consideran mala (30%) la relación con sus compañeros agentes; en este punto tenemos que tener en consideración que este espacio de participación tiene que apoyar al desarrollo común de la población según el MEF.

Evidentemente no se han concretado relaciones amicales, participativas dentro de este proceso, ya que también en anteriores interpretaciones se supo que la relación con el equipo técnico no fue de mucha relevancia.

**TABLA N° 9**

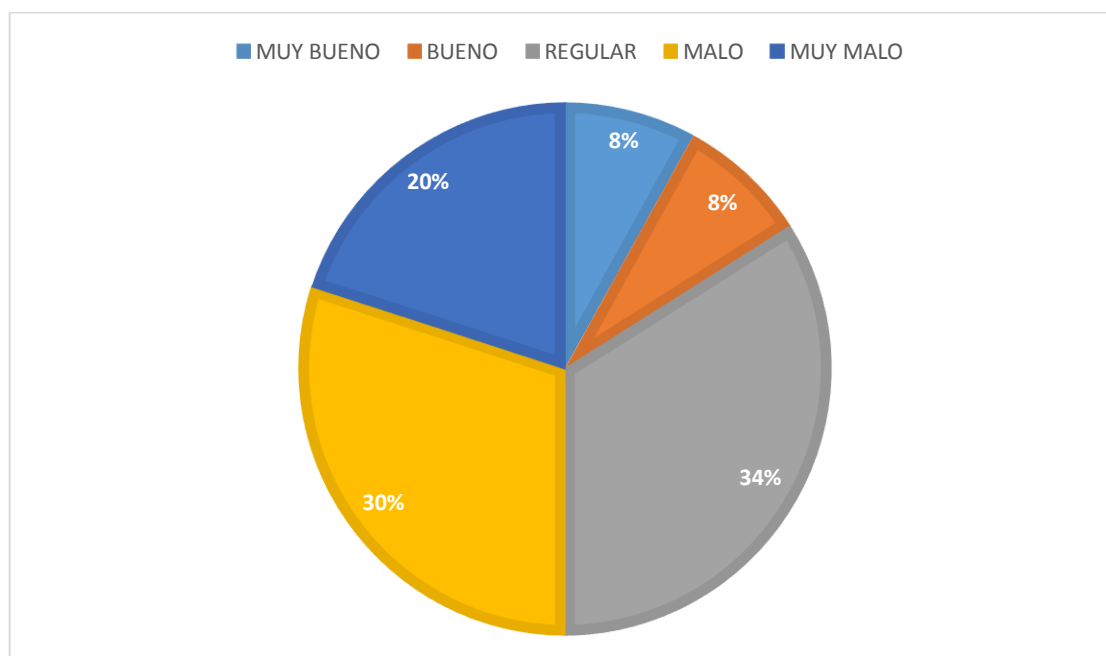
**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la relación con sus compañeros y el equipo técnico durante el proceso de presupuesto participativo 2016**

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
¿Cómo califica la relación con sus compañeros y el equipo técnico durante este proceso del Presupuesto participativo?	4	8%	4	8%	17	34%	15	30%	10	20%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>8%</b>	<b>4</b>	<b>8%</b>	<b>17</b>	<b>34%</b>	<b>15</b>	<b>30%</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** *Elaboración propia en base a los datos de la encuesta aplicada a los agentes del Presupuesto participativo 2016.*

**GRÁFICO N° 9**

**Componente en la calificación de los agentes participantes respecto a la relación con sus compañeros y el equipo técnico durante el proceso de presupuesto participativo 2016**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base a la tabla N° 9*

#### **5.1.10. Componente en la calificación de los agentes participantes en el aporte de este espacio a la democracia y participación ciudadana en el 2016**

La mayoría concuerda que la trascendencia de la comunicación en el Presupuesto Participativo a la democracia y participación es regular (38%) (ver tabla 10). Esta relación muestra una tendencia educativa–informativa, es decir los asistentes reciben información en un clima instructivo y participativo.

En esta misma tabla podemos observar que el 24% a considerado como buena el aporte que hace este espacio a la democracia seguido de 20% muy malo. 10% malo y 8% muy bueno.

Lo que también es aceptado por el encargado de comunicaciones del presupuesto participativo cuando señala *“Pero no sólo se genera la comunicación en la participación en la democratización de los debates con los agentes participantes, sino, también cómo los gestores y promotores de sus propias actividades dentro del MMP se dirigen a ellos (comunicación relacional) “No es una institución cerrada, es abierta, son bienvenidos todos los interesados en que se prioricen proyectos que satisfagan las necesidades de la población de Puno” (Hugo René Guzmán Aguilar. ET PP/MPP).”*

**TABLA N° 10**

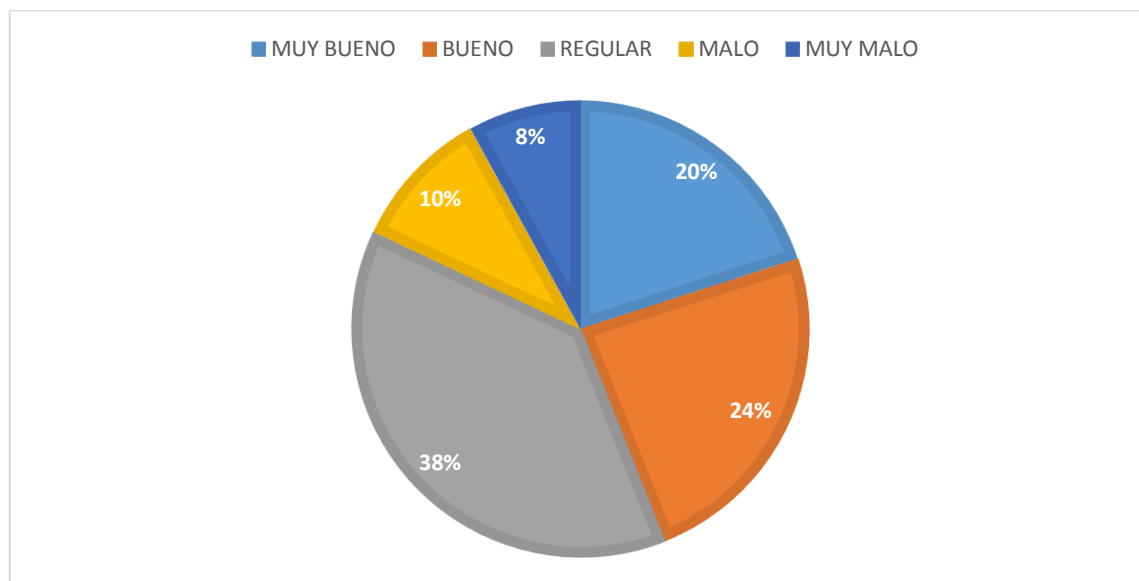
**Componente en la calificación de los agentes participantes en el aporte de este espacio a la democracia y participación ciudadana en el 2016**

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
¿Cómo califica el aporte de este espacio a la democracia y participación ciudadana?	10	20%	12	24%	19	38%	5	10%	4	8%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>	<b>12</b>	<b>24%</b>	<b>19</b>	<b>38%</b>	<b>5</b>	<b>10%</b>	<b>4</b>	<b>8%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** *Elaboración propia en base a los datos de la encuesta aplicada a los agentes del Presupuesto participativo 2016.*

**GRÁFICO N° 10**

**Componente en la calificación de los agentes participantes en el aporte de este espacio a la democracia y participación ciudadana en el 2016**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base a la tabla N° 10*

### **5.1.11. Componente en la calificación de los agentes participantes con respecto al lugar/ espacio donde se desarrolló el proceso de presupuesto participativo 2016**

Un espacio participativo, se caracteriza por promover relaciones horizontales, que legitiman la opinión de todos los interlocutores y hace posible el diálogo y la negociación. En este sentido, si se entiende que los espacios participativos son espacios de comunicación, es preciso detenerse a observar la distribución física de los actores en el espacio, dado que esta es una expresión del poder y del tipo de relación que se establece entre los actores involucrados.

Las respuestas de los agentes en este aspecto son ambivalentes ya que, muchos consideran que fue: bueno (30%), regular (18%) y malo (30%); en este aspecto hay que tener en cuenta que se realizó de manera alterna en el auditorio de la Municipalidad Provincial de Puno y el Salón de usos múltiples.

**TABLA N° 11**

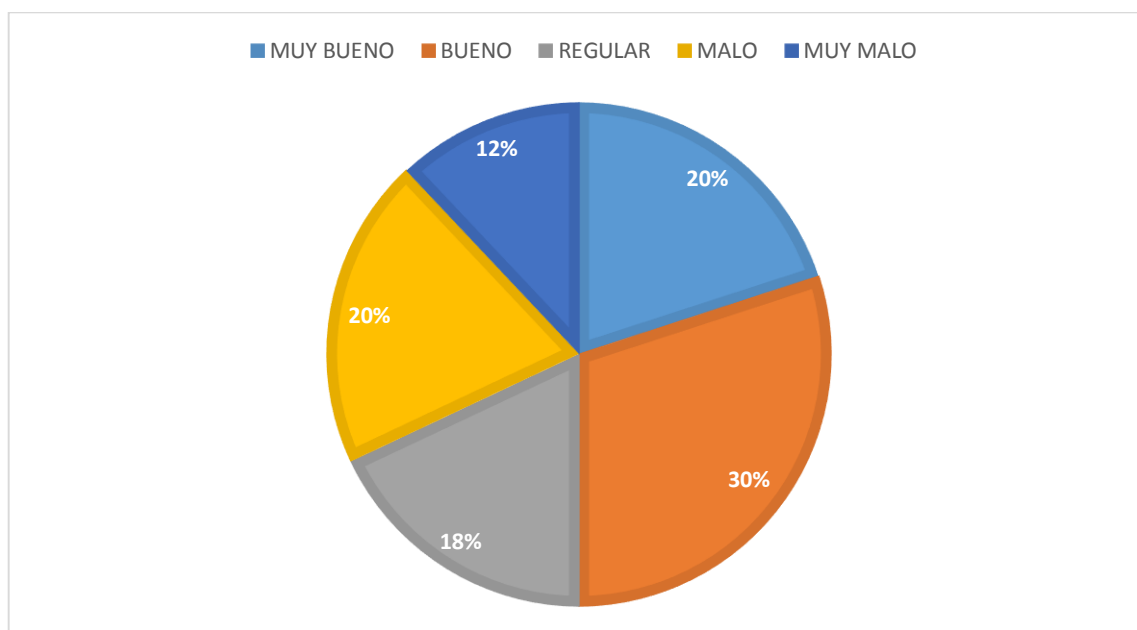
**Componente en la calificación de los agentes participantes con respecto al lugar/ espacio donde se desarrolló el proceso de presupuesto participativo 2016**

ITEM	MUY BUENO		BUENO		REGULAR		MALO		MUY MALO		TOTAL	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
Con respecto al lugar/ espacio donde se desarrolló el proceso de presupuesto participativo. ¿Cómo califica esta elección?	10	20%	15	30%	9	18%	10	20%	6	12%	50	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>	<b>15</b>	<b>30%</b>	<b>9</b>	<b>18%</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>	<b>6</b>	<b>12%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** *Elaboración propia en base a los datos de la encuesta aplicada a los agentes del Presupuesto participativo 2016.*

**GRÁFICO N° 11**

**Componente en la calificación de los agentes participantes con respecto al lugar/ espacio donde se desarrolló el proceso de presupuesto participativo 2016**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base a la tabla N° 11*



### **5.1.12. Componente en la opinión de las recomendaciones que hacen los agentes participantes del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016 para mejorar este espacio en los próximos años**

Dentro de las recomendaciones del Proceso de Presupuesto Participativo de la Municipalidad provincial de Puno se puede ver que ninguna característica tiene más de la mitad de concordancia de los asistentes cómo tal, sin embargo se promueve y trata de establecer mecanismos, condiciones, participación y concertación para formar a los agentes y así puedan tener una adecuada priorización de proyecto en los talleres y evitar la falta de toma de decisiones.

No hay muchos proyectos sustentados en la realidad, no existe el interés priorizado en generar alianzas con el sector público o privado, ni de la misma manera la participación de los agentes para que puedan plantear valiosos aportes, además de sólo asistir. Finalmente la Municipalidad provincial de Puno presenta una seria deficiencia al momento de planificar, evaluar y controlar todas las etapas de este proceso.

**TABLA N° 12**

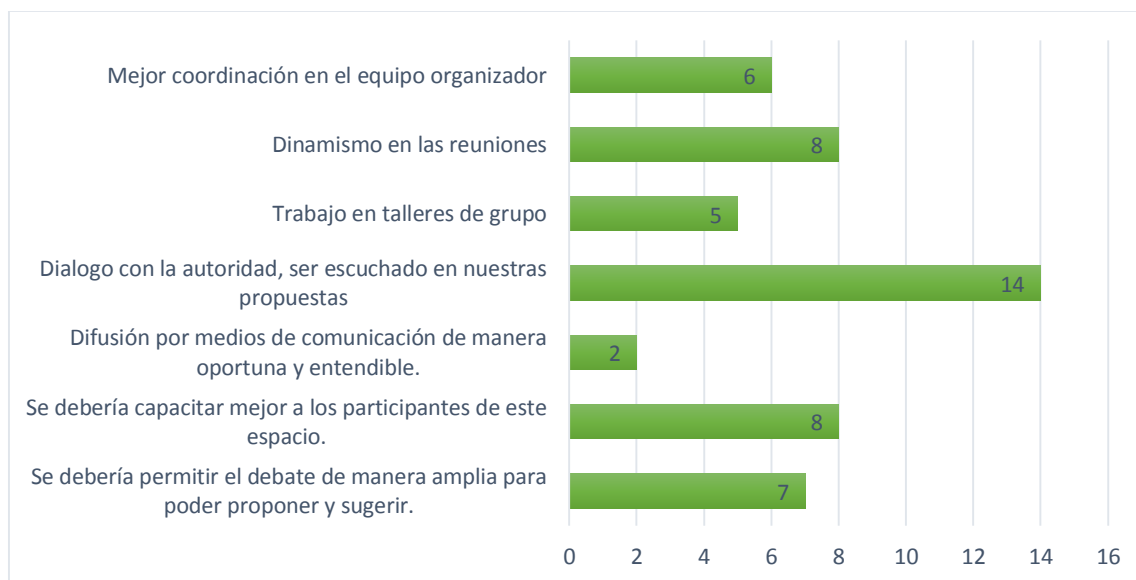
**Componente en la opinión de las recomendaciones que hacen los agentes participantes del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016 para mejorar este espacio en los próximos años**

Con respecto a su experiencia ¿Qué se debería implementar o quitar durante el Proceso de presupuesto participativo con referencia a la comunicación?		#	%
VALIDOS	Se debería permitir el debate de manera amplia para poder proponer y sugerir.	7	14%
	Se debería capacitar mejor a los participantes de este espacio.	8	16%
	Difusión por medios de comunicación de manera oportuna y entendible.	2	4%
	Dialogo con la autoridad, ser escuchado en nuestras propuestas	14	28%
	Trabajo en talleres de grupo	5	10%
	Dinamismo en las reuniones	8	16%
	Mejor coordinación en el equipo organizador	6	12%
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** *Elaboración propia en base a los datos de la encuesta aplicada a los agentes del Presupuesto participativo 2016.*

**GRÁFICO N° 12**

**Componente en la calificación de los agentes participantes con respecto al lugar/ espacio donde se desarrolló el proceso de presupuesto participativo 2016**



**FUENTE:** *Elaboración propia en base al tabla N° 12*

## **ENTREVISTA AL EQUIPO TÉCNICO: PROCESO DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO**

El Ministerio de Economía y Finanzas (2014) define al presupuesto participativo como el Instrumento para la toma de decisiones compartida (Estado-Sociedad) sobre las acciones a implementar (principalmente proyectos) para el logro de la Visión del Desarrollo en el marco de los Planes de Desarrollo Concertado.

### **Administración de un proceso vinculado a la participación ciudadana**

En efecto, a través de los taller del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno realiza su principal actividad en la convocatoria y desarrollo de los talleres. “(...) en la que hay capacitaciones acerca del proceso en sí, la sensibilización para la priorización de Proyectos, se ofrecen guías y balotarlos para que las personas comprendan la importancia de este proceso” (Víctor Guerra Garate. Pdte. PP/MPP).

El presupuesto Participativo 2015 ha tenido una realización más consolidada debido a la anticipación de sus gestiones, “(...) se han tenido mayores reuniones previas con el equipo técnico del presupuesto participativo con dos meses de anticipación, donde se han formulado estrategias comunicativas que principalmente está a cargo de nosotros como la elaboración de los banner y lo que se quiere transmitir a través de ellas, así como el perifoneo estratégico en las zonas más alejadas (Hugo René Guzmán Aguilar. ET PP/MPP).

### **Etapas de la convocatoria**

La oficina de Participación Ciudadana tiene como función “(...) rescatar, promocionar, difundir el proceso de presupuesto participativo” (Victor Guerra Garate. Pdte. PP/MPP).

El principal contacto de mantiene el ente gobernante con la ciudadanía es el presupuesto participativo; es por ello que la convocatoria tiene que ser precisa (...) nosotros hemos realizado el perifoneo en zonas alejadas durante 4 semanas y la comunicación a través de los medios masivos de comunicación. (Hugo René Guzmán Aguilar. ET PP/MPP).

### **Etapas de sensibilización**

En la etapa de sensibilización el equipo técnico hace entrega de un material que es usado para que los agentes participantes entiendan que la priorización de proyecto debe ser consecuente con las necesidades que benefician a la mayoría de la población y sean de suma urgencia. (Víctor Guerra Garate. Pdte. PP/MPP).

Se han tenido en años anteriores otras estrategias para la sensibilización; lo que corresponde a nuestra área se ha tratado de mandar los mensajes comunicacionales enfocándonos a la necesidad de sensibilizar a la población para que participe. Así mismo la realización de los spots para televisión y radio, tienen ese mismo mensaje” (Hugo René Guzmán Aguilar. ET PP/MPP P).

### **Capacitaciones**

Existe una divulgación en los medios de comunicación, que dan a conocer las actividades de la Municipalidad Provincial de Puno, es por ello que los agentes participantes en su mayoría vienen con sus proyectos y conocimientos previos los cuales hay que reforzar en las capacitaciones.” (Víctor Guerra Garate. Pdte. PP/MPP).

## Comunicación

Las principales actividades del proceso de Presupuesto Participativo son gratuitos, abiertos hacia los agentes participantes y público en general a las diferentes etapas del proceso, se trata de contar con una reunión armoniosa que consta de una comunicación horizontal donde se origina el dialogo y el debate “(...) que personas que están interesadas en conocer participan, estamos democratizando la los proyectos, estamos haciendo llegar la participación, no solo a las elites, sino a personas que están interesadas, yo creo que este proceso es el único que permite tener el control a la población”. (Víctor Guerra Garate. Pdte. PP/MPP)

Pero no sólo se genera la comunicación en la participación en la democratización de los debates con los agentes participantes, sino, también cómo los gestores y promotores de sus propias actividades dentro del MMP se dirigen a ellos (comunicación relacional) “No es una institución cerrada, es abierta, son bienvenidos todos los interesados en que se prioricen proyectos que satisfagan las necesidades de la población de Puno” (Hugo René Guzmán Aguilar. ET PP/MPP).

## CONCLUSIONES

**PRIMERA.-** El rol de la comunicación en el Presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el año 2016, usa estrategias, son estrategias para informar y sensibilizar, porque la información es un factor para alcanzar el cambio y desarrollo de la ciudadanía; así como estrategias que permiten el desarrollo de habilidades facilitando espacios participativos, sin embargo se ha descuidado los niveles relacionales de la comunicación el acercamiento que debe tener la autoridad a través de este espacio de participación.

**SEGUNDA.-** El rol de la comunicación difusionista que se usa para difundir la información usada en este proceso que consiste en s estrategias comunicacionales (spots televisivos, radiales, paneles, perifoneo) en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno, es alta según el instrumento aplicado a los agentes que además cumple adecuadamente con los procedimientos y componentes fundamentales en la organización de la convocatoria; rescatando y protegiendo las prácticas ciudadanas. El material visual como dípticos, trípticos y folletos, seguido del material audiovisual el video, a través del uso de estas estrategias se generan conocimientos en los agentes participantes, permitiendo asimilar los principales temas que se deben conocer para hacer un correcto uso del presupuesto participativo. .

**TERCERA.-** El rol de la comunicación relacionista es regular según los resultados del instrumento aplicado, donde se identificó que existe poco dialogo y una comunicación vertical con el equipo organizador y ningún tipo de relación con la autoridad; la planificación de los talleres dentro del presupuesto participativo se caracteriza por responder a las condiciones sugeridas por ley y no a la innovación de estrategias adecuadas para esta zona.

## SUGERENCIAS

**PRIMERO.-** La municipalidad provincial de Puno y la Sub gerencia de participación ciudadana encargadas de este proceso deben tener en cuenta el equilibrio que debe tener la comunicación difusionista y la relacional a fin de afianzar los lazos entre la ciudadanía y las autoridades de quien se cuestiona su gestión. Además se debe tener una mirada horizontal que responda a las necesidades y no el simple cumplimiento de lo que exige la ley.

**SEGUNDO.-** A los agentes participantes, no descuidar este espacio que es uno de los pocos que se tiene con respecto a la toma de decisiones y de los recursos comunicacionales, empleados para promover la participación ciudadana en la provincia de Puno, apoyan la hipótesis principal de esta tesis: el rol o función de la comunicación en los procesos de participación ciudadana es de facilitación que supone facilitar la participación ciudadana es, entonces, promover el interés de los ciudadanos en los asuntos de su ciudad, impulsarlos a que participen de las decisiones públicas, motivarlos a identificar los problemas que los afectan para crear soluciones conjuntas que les permita una mejor convivencia a través de la comunicación.

**TERCERO.-** El comunicador dentro de este proceso debe ser el que facilita un proceso de participación ciudadana, estimula a que los ciudadanos para que planteen la solución a sus problemas, considerando su experiencia como un valioso insumo para ello. El comunicador facilitador impulsa la definición de objetivos y metas que orientan la acción ciudadana, modera los procesos de toma de decisión y los hace visuales, a la vez que promueve la valoración y evaluación del proceso, más allá de los productos o resultados. También está dentro de su campo de acción, el reconocer que todo espacio de participación debe ser un espacio de comunicación y lo hace efectivo.

**BIBLIOGRAFÍA**

- AGAFONOW, H (2007) *“Socialismo del Siglo XXI ¿Una Alternativa Factible?”*  
Cuba Revista de Economía Institucional, Vol. 11, N° 20.
- ALFARO, R. (2003) *Ciudadan@as “de a de veras”. Una propuesta de  
vigilancia de la gestión pública desde un enfoque comunicacional.*  
Lima: Calandria.
- ARMAS, S. (1995) *Imaginándonos el futuro: la comunicación como estrategia  
para el desarrollo.* Lima: ILLA, Centro de Comunicación y Desarrollo.  
Pp. XVIII- XVI.
- ARROYO, J. (2005) *Desafíos de la democracia participativa local en la  
descentralización: una lectura a partir de doce experiencias.* Lima:  
CARE Perú: Ministerio Británico para el Desarrollo Internacional.
- BARBERO, J. (1999) *“Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción  
televisiva” Gedisa Editorial. Barcelona*
- BERMEJO, V. (2015) *“Análisis del vocabulario utilizado en la comunicación  
asertiva”.* Lima: La polis
- BESSETTE, G. (2008) *“La comunicación participativa para el desarrollo.* La  
Paz: Editorial Plural.
- BOADA, H. (1995) *“Diversidad funcional del silencio en situación  
comunicativa: emergencia del silencio como marcador reflexivo en  
los mensajes infantiles”* Anuario de Psicología, 75, 7-36.
- CASTAÑEDA, L. (2005) *“El arte de convertir los planes de negocio en  
resultados rentables”* Lima: Edición Poder
- CATALÁ, M. (2000) *“La participación y comunicación: discurso publicitario  
actual”,* [en línea] Consulta: 06/07/09  
<http://www.5campus.org/leccion/particom>
- CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ (s/f) *“Reseña Histórica de la  
Dirección de la Dirección de Participación Ciudadana”.* Consulta:  
02/07/15 < [http://www.congreso.gob.pe/participa/hist\\_participa.htm](http://www.congreso.gob.pe/participa/hist_participa.htm)>
- CARRIÓN Y WOLLRAD (1999) *“Ciudad, comunicación y construcción de  
ciudadanía”.* Consulta: 09/05/ 2015 <at:  
[http://works.bepress.com/fernando\\_carrion/106/](http://works.bepress.com/fernando_carrion/106/)>
- CORTINA, A. (2007) *“Los puristas de la ética son gentes apolilladas”* España:  
Editorial Última palabra
- CONTRERAS, J. (1999) *“Gestión del talento humano”.* México: Editorial Graw  
Hill
- DOMINIQUE, W. (2006) *“La otra mundialización. Los desafíos de la  
cohabitación cultural global”.* Buenos Aires: Gedisa
- ESPINOZA, P. (2007) *“Comunicación, ciudadanía y valores”* En: *Páginas.*  
Vol.32, no. 208 Pp. 100- 103
- FAO (2006) *Participación y comunicación en el esquema del Ordenamiento  
Territorial Rural.* Chile: FAO-RLC.
- FERRY, J. (1998) *El nuevo espacio público.* Barcelona: Editorial Gedisa.



- FERRY, J. (1995) *“Las transformaciones de la publicidad política” en “El nuevo espacio público” (varios autores). Editorial Gedisa 1995. Colección El Mamífero Parlante*
- GARDEY, S. (2014) *“Sistemas y Procesos en Publicidad y Relaciones Públicas”*. Tema 1-Apuntes Universidad de Alicante.
- GUMUCIO, AI. (2008) *Antología de la comunicación para el cambio social. La Paz: Editorial Plural.*
- HABERMAS, J. (1986) *“Historia y Crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública”* GG MassMedia. México
- IZURIETA, R. (2003) *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía.
- KING, F. (2005) *Dirección de Marketing* 10 edición Mexico: Pearson Educación.
- KUNCZIC, M (1992) *“Desarrollo y Comunicación. Sobre la importancia de la comunicación en el proceso de desarrollo”*. Bonn, Fundación Friedrich Ebert.
- LECHNNER, N. (2003) *“La transformación de la sociedad civil” en “Relación entre Estado y Sociedad Civil. ¿Concertación o vigilancia? A.C.S. CALANDRIA. Lima 2,003*
- LÓPEZ, S. (1999) *“Ciudadanos reales e imaginarios: concepciones, desarrollo y mapa de la ciudadanía en el Perú”*. Lima: Instituto de Diálogo y Propuestas.
- MACPHERSON, R. (1982) *“Don Juan Manuel: el proceso comunicativo”, estudios es psicología, LXX pp. 1-18.*
- MERINO, M. (2008) *“La importancia de la ética en el análisis de las políticas públicas”*. Publicado en la revista CLAD Reforma y Democracia. No. 41. (Jun. 2008). Caracas.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS DEL PERÚ (2006) *Avances sobre el presupuesto participativo*. Consulta: 06/03/15 [www.mef.gob.pe/DNPP/documentos/5p\\_PParticipativoenelperu.pdf](http://www.mef.gob.pe/DNPP/documentos/5p_PParticipativoenelperu.pdf).
- MIRALLES, A. (2001) *Comunicación para el desarrollo urbano*. Consulta: 28/09/09 <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/documentos%209-4.htm>
- MONTES DE OCA, L. (1999) *“La participación ciudadana y comunitaria en formación del tercer espacio”*. Trabajo de grado de licenciatura Publicado en [www.UNC/Bj0C&pg=PA190&lpg=PA190&dq=Montes+de+Oca+\(1999\)+comunicacion&source=bl&ots=HKoBSXJaFV&sig=ssuLmoSZBRneTu\\_c\\_iBr9Z5Sa2k&hl=es.ve](http://www.UNC/Bj0C&pg=PA190&lpg=PA190&dq=Montes+de+Oca+(1999)+comunicacion&source=bl&ots=HKoBSXJaFV&sig=ssuLmoSZBRneTu_c_iBr9Z5Sa2k&hl=es.ve)
- MOSQUERA, A. (2014) *“Redes sociales y consumidores: participación y construcción de imagen”* Universidad de Sao Paulo Brazil
- MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO (2011) *“Reglamento del Presupuesto Participativo” “Ordenanza Municipal N° 025”* Consulta:

- 16/08/014. En <<http://www.munipuno.gob.pe/muni7/index.php/14-sample-data-articles/103-portal-de-transparencia?>
- ORTIZ, M. (1967) *“Teoría de la comunicación”* Lima: Andares
- PALACIOS, L. (2012) *“El Presupuesto Participativo basado en resultados como instrumento para la toma de decisiones en la asignación y ejecución del presupuesto de inversiones de la Municipalidad Distrital de Casa Grande”*. Trujillo
- PUIG, T. (2003). *“La comunicación municipal, cómplice con los ciudadanos”*. Barcelona: Paidós.
- REVISTA CUESTIÓN DE ESTADO 2007 *“El itinerario de la ciudadanía: entrevista a Sinesio López”* En: *Cuestión de Estado*. No.20. Pp 4-8.
- ROGERS, E. (1962). *“Diffusion of innovations”*. New York, Free Press of Glencoe.
- SANCHÉZ, J. (2011) *“actitudes profesionales de los periodistas, aplicaciones de la Teoría del Enfoque a la comunicación”*. Publicado en la revista Pamplona de Barcelona. Recuperado de <http://www.unav.edu/web/facultad-de-comunicacion/jose-javier-sanchez-aranda>
- SANJA, I. (2011) *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía.
- TOURAINÉ, A. (1995) *“Comunicación política y crisis de la representatividad”* en *“El nuevo espacio público”* (varios autores). Editorial Gedisa 1995. Colección *El Mamífero Parlante*
- VELASCO, R. (2005) *“Sumando esfuerzos 2005: 10 experiencias de participación Ciudadana en la gestión local”*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
- ZORIM, V. (2000) *“Perú en la era del chino: la política no institucionalizada y el pueblo en busca de un salvador”* Lima : IEP ; Kyoto : Center for Integrated Area Studies,

**ANEXOS**

ANEXO N° 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

ANEXO N° 2 CUESTIONARIOS

ANEXO N° 3 FICHA DE ENTREVISTA

**ANEXO N°: MATRIZ DE CONSISTENCIA**  
**TÍTULO: “El rol de la comunicación en el presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno, 2016”**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	M E T O D O L O G Í A	T E C N I C A S	INS TRUMENTOS
<p>La comunicación es elemento central en toda actividad humana esto no siempre es valorado así, aun cuando existen espacios de participación ciudadana que dependen de ello como son los Presupuestos Participativos, en este contexto, los espacios de participación no son escenarios de comunicación relacional, participativa, cómplice; por el contrario, son instancias que existen en respuesta a lo que establece la ley, pero que replican la estructura vertical del poder político y donde la comunicación se reduce a la difusión de información o su uso propagandístico en beneficio del alcalde de turno.</p> <p>En ese sentido, la presente investigación plantea el estudio de uno de los espacios de Participación Ciudadana que es el Presupuesto Participativo (PP) como escenarios de comunicación, para poder identificar el tipo de comunicación que prima en ellos. Se toma como referencia la clasificación acuñada por Rosa María Alfaro (1999) para el tipo de comunicación, que incluye dos categorías: (1) comunicación difusionista, (2) comunicación relacional.</p>	<p><b>P. GENERAL</b></p> <p>¿Cuál es el rol de la comunicación en el proceso del presupuesto participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el 2016?</p>	<p><b>O. GENERAL</b></p> <p>Describir el rol de la comunicación en el Proceso del presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el año 2016</p>	<p><b>H. GENERAL</b></p> <p>El rol de la comunicación en el Proceso del presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el año 2016 no cumple con su parte relacional..</p>	<p>El rol de la comunicación</p>	<p>Comunicación difusionista</p>	<p>Actitud del emisor Uso de los medios Material comunicativo Innovación de la difusión</p>	MIXTO	ENCUESTA Y ENTREVISTA	CUESTIONARIO Y FICHA DE ENTREVISTA
	<p><b>P. ESPECÍFICO 1</b></p> <p>¿Cuál es el rol de la comunicación difusionista en el proceso del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el 2016?</p>	<p><b>O. ESPECÍFICO 1</b></p> <p>Identificar cuál es el rol de la comunicación difusionista usadas por la Municipalidad Provincial de Puno en el Presupuesto Participativo en el año 2016.</p>	<p><b>H. ESPECÍFICO 1</b></p> <p>El rol de la comunicación difusionista en el Proceso de Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016, cumple con su propósito de informar</p>	<p>El rol de la comunicación</p>	<p>Fase de la preparación</p>	<p>Organización equipo técnico</p>			
<p><b>P. ESPECÍFICO 2</b></p> <p>¿Cuál es el rol de la comunicación relacional en el proceso del Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno en el 2015?</p>	<p><b>O. ESPECÍFICO 2</b></p> <p>Señalar cómo es el rol de la de comunicación relacional usadas por la Municipalidad Provincial de Puno participativo en el año 2016.</p>	<p><b>H. ESPECÍFICO 2</b></p> <p>El rol de la comunicación como relación en el Proceso de Presupuesto Participativo de la Municipalidad Provincial de Puno 2016 es deficiente y no permite la participación de la ciudadanía</p>	<p>El rol de la comunicación</p>	<p>El Presupuesto participativo</p>	<p>Fase de los talleres de trabajo</p>	<p>Capacitaciones Orientación Clima de trabajo Espacio de trabajo</p>	<p>Fase de los talleres de trabajo</p>	<p>Formalización de acuerdos y compromisos</p>	<p>Actitud frente al proceso</p>

**ANEXO N° 2**

**Encuesta o cuestionario**

Instrumento: Cuestionario  
 Población: Agentes participantes del Presupuesto participativo 2016.  
 Muestra: 50 agentes.  
 Tema: “Rol de la Comunicación en el Proceso del Presupuesto Participativo”  
 Duración: 30 minutos.

**CUESTIONARIO**

*El presente cuestionario tiene fines académicos - universitarios y es acerca del rol de la comunicación en el Proceso del Presupuesto Participativo correspondiente al año 2015 de la Provincia de Puno, a la que usted pertenece como agente participante en representación de su Distrito, Centro Poblado, Barrio, etc.*

**NOMBRES Y APELLIDOS:** .....

**ZONA:** ..... **GRADO DE INSTRUCCIÓN:**

**FEMENINO - MASCULINO**

PREGUNTAS	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
1. ¿Cómo califica la actitud del consultor y el equipo técnico durante el proceso del presupuesto participativo 2016?					
2. Durante la convocatoria ¿Cómo califica el uso de los medios masivos de comunicación?					
3. Durante la convocatoria y desarrollo de los talleres: ¿Cómo califica el uso de los materiales de comunicación (afiches, dípticos, trípticos, hojas informativas, videos, etc.)?					
4. ¿Cómo califica el material comunicativo usados en el 2016 en comparación a años pasados?					
5. En los talleres de participación: ¿Cómo fue el dialogo al que tuvo acceso?					
6. ¿Cómo fue su participación en los talleres?					

7. ¿Cómo califica la preparación que le brindo el equipo técnico para la participación de este proceso?					
8. ¿Cómo califica la relación con sus compañeros y el equipo técnico durante este proceso del Presupuesto participativo?					
9. ¿Cómo califica el aporte de este espacio a la democracia y participación ciudadana?					
10. Con respecto al lugar/ espacio donde se desarrollo el proceso de presupuesto calificativo. ¿Cómo califica esta elección?					

11. Con respecto a su experiencia ¿Qué se debería implementar o quitar durante el Proceso de presupuesto participativo con referencia a la comunicación?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Gracias

**ANEXO N° 3****Técnicas e instrumento de la Investigación****Entrevista.**

Instrumento: Guía de Entrevista

Población: Dos miembros del equipo técnico del Presupuesto Participativo 2016.

Muestra:

**GUÍA DE ENTREVISTA EQUIPO TÉCNICO DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO 2016**

¿Cómo cree que se desarrolló el proceso del presupuesto participativo? ¿De qué manera?

¿Cuáles fueron los principales problemas u obstáculos en este proceso? ¿De qué manera se dieron?

¿En el momento de la preparación se formulan estrategias de comunicación para llegar a los participantes? ¿De qué manera?

¿De qué manera se establecen las formas de convocatoria a este proceso?

¿De qué manera es la preparación para desarrollar el Presupuesto participativo 2015?