



Universidad César Vallejo

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN**

La educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, Lima 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Escobar Uceda, Patricia Lissette (orcid.org/0000-0002-8053-3063)

Guadaña Rojas, Yesica Adaly (orcid.org/0000-0001-8235-1004)

ASESOR:

Dr. Medrano Carbajal, Adolfo Manuel (orcid.org/0000-003-3167-967X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ
2022

Dedicatoria

Dedico esta tesis en primer lugar a DIOS, en segundo a mi hija Luana Escobar mi motorcito que siempre me estuvo motivando a seguir, por otro lado a mis padres que siempre estuvieron apoyándome en el camino universitario, asimismo a todas las personas que me apoyaron porque de alguna u otra manera aportaron en mi vida universitaria para motivarme a continuar y no dudar de mis capacidades, además también a Anderson Bedía Flores que ha sido de gran apoyo y por el soporte que me ha brindado para cumplir mis estudios, y por ultimo pero no menos importante a la que a lo largo de este año se ha convertido en mi mejor amiga y compañera de tesis, y confió en mi para lograr esta investigación
Yesica Guadaña Rojas.

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR UCEDA

Dedico esta tesis en primer lugar a DIOS, en segundo lugar a mis padres porque nunca dudaron de mí, además a Raquel, John y Zoe que me acogieron y tomaron el lugar de segundos padres en estos últimos años de carrera universitaria, asimismo a mi familia en general porque de alguna u otra manera aportaron en motivarme a continuar y no dudar de mis capacidades, además también a José Alberto Romero que me ha estado apoyando y asesorando en todo aspecto de mi trabajo investigativo, a mi familia espiritual que siempre me tuvo en sus oraciones y por ultimo pero no menos importante a la que a lo largo de este año se ha convertido en mi mejor amiga y compañera de tesis, Patricia Escobar Uceda.

YESICA ADALY GUADAÑA ROJAS

Agradecimiento

Agradezco a Dios por siempre guiarme para sobresalir, a mi hija Luana Escobar que siempre estuvo en cada clase motivándome, a nuestro asesor Adolfo Medrano quien con su paciencia hemos logrado junto con él finalizar nuestra investigación con mi compañera de tesis, agradezco infinitamente a las personas que estuvieron siempre conmigo guiándome, a mi hermana Luz Clarita que de alguna otra manera me ha apoyado, a mis padres que nunca dejaron de aconsejarme desde el inicio hasta el final para lograr mis objetivos, a Anderson Bedía por haberme enseñado un poco más de lo que me debo olvidar y es siempre pensar en grande, y por ultimo a la que la veo ya como hermana Yesica Guadaña Rojas, siempre me alentó, aconsejó, y por haber confiado en mí para lograr una buena investigación.

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR UCEDA

Agradezco a Dios su amor puro e incondicional, a mis padres por mi formación, al estimado profesor Adolfo Medrano quien tuvo una paciencia incalculable con mi compañera y yo, a Raquel y John quienes compartieron conmigo todas mis clases virtuales y siempre me animaron a continuar pese a las adversidades y además me dieron la dicha de ser tía, a mi familia y amigos que en algún momento aportaron con algún granito de arena a mi formación universitaria, a mis hermanos pues por ellos deseo seguir formándome como una buena profesional, a José Alberto Romero y su familia por su motivación incondicional, al profesor Daniel Oblitas quien nos animó a iniciar una investigación del campo de educomunicación, además a comedor madres emprendedoras por brindarnos el espacio para el desarrollo de los talleres y por ultimo a mi mejor amiga Patricia con la que en muchas ocasiones me amanecí para lograr que este trabajo se desarrolle de la mejor manera.

YESICA ADALY GUADAÑA ROJAS

Índice de contenidos

Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	19
3.1 Tipo y diseño de investigación	19
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización	19
3.3. Escenario de estudio	20
3.4. Participantes	20
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.6. Procedimiento	23
3.7. Rigor científico	25
3.8. Método de análisis de datos	26
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	30
4.1 Resultados	30
UNIDAD TEMÁTICA 1: EDUCOMUNICACIÓN 4.2	63
DISCUSIÓN	79
V. CONCLUSIONES	85
VI. RECOMENDACIONES	87
REFERENCIAS	88
ANEXOS	97

Índice de tablas

Tabla 1: Entrevistados	24
Tabla 2: Material de Estudio	25
Tabla 3: Ficha Técnica de procedimiento A	27
Tabla 4: Ficha Técnica de procedimiento B	28
Tabla 5: Aprobación de los expertos según V de Aiken	29
Tabla 6: Ficha Resumen de Focus Group	55
Tabla 7: Ficha de Observación	56
Tabla 8: Matriz de consistencia	91
Tabla 9: Matriz de categorización	93
Tabla 10: Validación de la Guía de entrevistas por los jurados	95

Índice de gráficos y figuras

Figura 1	183
Figura 2	184
Figura 3	185
Figura 4	186
Figura 5	187
Figura 6	188

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar las características de la Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social en el caso “madres Emprendedoras” en Lima 2022. Es de enfoque cualitativo, de tipo aplicado y presenta un diseño fenomenológico. Además, se usó la técnica de entrevista y fichaje de observación para determinar algunos resultados, el escenario de estudio ha sido el comedor Madres Emprendedoras, ubicado en San Antonio de Jicamarca, Anexo 22, sector Triunfo de Dios. Este trabajo busca demostrar que la educomunicación puede ser dinámica y capaz de involucrar a las personas para que trabajen por conseguir el mismo objetivo, debido a que genera una comunicación participativa y permite que se pueda hallar el camino adecuado rumbo a la transformación social. Cabe resaltar que la investigación se ha dado en el campo virtual, a excepción de algunas visitas de modo presenciales con el fin de regularizar alguna documentación. Finalmente, como resultado se obtuvo que la educomunicación para futuros proyectos sociales debe ser una guía de enseñanza y aprendizaje para que todos los individuos puedan aprender dentro del contexto social, a cómo mejorar el estilo de vida y a trabajar en equipo.

Palabras clave: Educomunicación, Desarrollo Social, Promoción, Alianzas estratégicas, Redes Sociales.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the characteristics of Educommunication as the basis for the elaboration of social development projects in the case of "Entrepreneurial mothers" in Lima 2022. It was of a qualitative approach, of an applied type and presents a phenomenological design. In addition, the interview and observation recording technique was used to determine some results, the study setting was the Madres Emendator's dining room, located in San Antonio de Jicamarca, Annex 22, Triunfo de Dios sector. This work seeks to demonstrate that educommunication can be dynamic and capable of involving people so that they work to achieve the same objective, because it generates participatory communication and allows the appropriate path to be found towards social transformation. It should be noted that the investigation has been carried out in the virtual field, respecting all the necessary measures so as not to harm any person involved, apart from this, face-to-face visits have been made to the dining room with the sole purpose of seeking approval from the participants to continue with the investigation. Finally, in the results achieved, it is desired to have educommunication as a fundamental pillar for future social projects, as well as a teaching and learning guide so that all individuals can learn within the social context, how to improve their lifestyle and work in equipment.

Keywords: Educommunication, Social Development, Promotion, Strategic Alliances, Social Networks.

I. INTRODUCCIÓN

Paulo Freire (1921-1997) define que la Educomunicación inició a partir de críticas que se le hacen a la pedagogía, además formuló una corriente de pensamiento dialógico que entendía la educación a partir del campo de acción, apoyando una mejor metodología para implementarla en el campo de formación de los estudiantes. (Paz, 2008, citado por Martínez, 2020)

Tissera, 2019, comentó que la Educomunicación se rige sobre la base de dos disciplinas autónomas (Comunicación y Educación) afianzadas en el modelo de educación dialógica propuesto por Paulo Freire. La teoría freireana fue pionera en América Latina y permitió el ingreso de nuevos elementos al campo educativo, creando una nueva posibilidad de pensarse como agente del proceso formador de los ciudadanos.

Al enfocar la investigación de la Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, desde la experiencia abordada, se podrán valorar los resultados que demuestran cómo la educomunicación promueve la transformación social, incentivando un desarrollo sostenible duradero en el caso del Comedor popular “Madres Emprendedoras”, ubicado en el sector Triunfo de Dios, el valle, Jicamarca anexo 22 de San Juan de Lurigancho, Lima.

A consecuencia de la pandemia en muchos sectores se optó por abrir un comedor popular en ayuda a los más necesitado, siendo el caso del comedor Madres emprendedoras inaugurado en abril del año 2019 y dirigido de manera principal por un comité de 2 madres de familia que preparan un promedio de 45 a 50 almuerzos nutritivos al precio de 2 soles, 3 veces a la semana, menús preparados con los escasos recursos que tienen.

El menú diario que se les brinda está integrado por una entrada (sopa), un segundo y además refresco, debido al aumento de los precios en los productos existen días en los que preparar los menús se torna muy complicado por ello las madres que participan del comedor suelen buscar ideas de ahorro, como por ejemplo usar leña para no gastar los ingresos y seguir preparando los menús para poder ayudar a los vecinos que se encuentran en vulnerabilidad.

Al realizar un análisis previo a la situación del comedor se ha puesto en desarrollo talleres que buscan como objetivo central apoyar de manera sostenible con ingresos económicos estables al comedor involucrando una comunicación alternativa para ayudar a las madres a generar mejores ingresos, el comedor cuenta con redes sociales como lo son WhatsApp y Facebook, usadas principalmente para promocionar la venta de menús y algún acontecimiento importante en el comedor.

Según Codina (2018) se opta por usar preguntas de índole investigativa en la elaboración de tesis y proyectos investigativos en ciencias sociales, se piensa que solo es una práctica básica, pero en realidad es recomendado realizarlas en las mejores investigaciones sobre el tema elegido por el autor.

Es por ello que surge la siguiente pregunta general: ¿Cuáles son las características de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras”, Lima 2022?

De este modo, también las preguntas específicas: ¿Cuáles son las características de la promoción de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras”, Lima 2022? ¿Cuáles son las características del uso de las redes sociales y la comunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras”, Lima 2022? ¿Cuáles son las características de las alianzas estratégicas de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras”, Lima 2022? ¿Cuáles son las características del feedback en la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras”, Lima 2022?

Para Colas y Ramírez (2016) los supuestos argumentos a introducir en la justificación son aquellos que se relacionan con el porqué es adecuado realizarlos.

En consecuencia, como justificación práctica con la poca importancia que aún se le da a la educomunicación en los proyectos de desarrollo social, es importante desarrollar un análisis sobre las características de la educomunicación y su porte

en los proyectos que contribuyen al desarrollo humano, para poder saber si es importante o no ponerla en ejecución.

En cuanto a la justificación teórica, esta investigación está siendo realizada con el fin de demostrar y sumar a la recolección de información sobre la educomunicación como base para lograr con éxito el desarrollo de proyectos sociales como lo es el proyecto de desarrollo sostenible “Madres emprendedoras”.

Justificamos además la investigación metodológica, resaltando que los instrumentos usados en la recolección de datos serán sometidos a un proceso de validación para que sean de amplia confiabilidad, por ello se diseñará y aplicará un instrumento determinado sobre la educomunicación en los proyectos de desarrollo social, sirviendo además de ejemplo a futuros investigadores del tema establecido.

Según Bastidas (2019), al realizar cada objetivo de investigación, estos deben presentarse de manera clara, siendo también realista y que pueda ser alcanzable, por ello también, los objetivos que se eligen deben tener o iniciar de con un verbo infinitivo que indica una acción, además de referirse al estudio de las variables y unidades que se eligen, siendo uno de los primordiales el objetivo general:

Analizar las características de la Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social en el caso “madres Emprendedoras”, Lima 2022

Además, surgen los siguientes objetivos específicos: Conocer las características de la promoción de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, Lima 2022. Describir las características del uso de las redes sociales en la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, Lima 2022. Analizar las características de alianzas estratégicas como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras”, Lima 2022. Analizar las características del Feedback como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, Lima 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Coronel, y Silva (2019) realizaron una Investigación titulada “Programa de educomunicación para mejorar el aprendizaje de la educación sexual integral en los alumnos de secundaria de la I.E. “Dios es amor”, Trujillo 2019”, Para obtención previa el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, por la universidad César Vallejo.

Esta investigación define a la educomunicación como una herramienta dinámica para que los participantes puedan reflexionar en sí mismos, y de la misma manera explorar el tema de educación sexual, donde se puede reflejar dicho problema en el Perú, es así que la clase sea más dinámica, en función de dar elementos perceptivos, cognitivos, expresivos a todos los que convivan en una sociedad de redes, para que de esta manera se pueda tener una actuación y una interlocución mayor y más equitativa en esta misma sociedad.

La investigación concluye que la educomunicación ha impactado en los estudiantes de manera favorable, donde sí se evidencia que hay resultados positivos en el aprendizaje y sobre todo en la educación sexual, ha impactado en los estudiantes donde se refleja que tienen preferencias por las sesiones audiovisuales con una duración no más de 10 minutos.

Navarro, (2021) escribió la investigación titulada, “Influencia de la educomunicación en las competencias del área de comunicación para estudiantes del 5 de secundaria de la institución educativa Alejandro Velasco Astete de San Jerónimo - Cusco, 2019- I” para obtener el grado académico profesional de maestría en marketing social por la universidad nacional de san Antonio Abad del cusco.

Su objetivo es dar a conocer el nivel de influencia de la educomunicación en el curso del área de comunicación en los estudiantes del quinto año de secundaria, tipo de investigación básica, con un enfoque cuantitativo, utilizando el acopio de información para validar las hipótesis planteadas, y con estudio descriptivo.

Finalmente, llega a la conclusión que la educomunicación influye de manera significativa en los estudiantes como campo teórico y didáctico, dando resultados

obtenidos en el proceso positivos en ambas variables, por la cual la educomunicación influye de manera significativa en las competencias de dicha área en los estudiantes del 5º de secundaria la institución educativa Alejandro Velasco Astete de San Jerónimo - Cusco, 2019- I.

Berrosپی (2021) escribió la investigación titulada “La educomunicación ambiental en el nivel de percepción del paisaje sonoro local de los estudiantes de tercer grado de educación primaria del colegio nacional aplicación Hermilio Valdizán de Huánuco 2019”, dicha investigación fue presentada para obtener el grado de doctor en ciencias de la educación, por la universidad nacional Víctor Valdizán.

Tiene como objetivo establecer la relación de capacidad entre la educomunicación ambiental y el nivel de percepción del paisaje sonoro, donde se estableció en 40 estudiantes del tercer grado de educación primaria del colegio Nacional de Aplicación Hermilio Valdizán de Huánuco, 2019, donde se aplicó la encuesta del pre y post, tipo de estudio experimental y diseño pre experimental.

La investigación concluye que la educomunicación ambiental está presente a través de un nivel de percepción del paisaje sonoro infantil en diferentes canales no tradicionales como si, para poder llegar a un aprendizaje desarrollado para los estudiantes y a su vez contribuye a la formación local.

Bautista (2019) realizó la investigación titulada “Vídeo comunicativo para fortalecer la formación ciudadana en los alumnos de 5toº año de la I.E. Víctor “Raúl Haya de la Torre” dicha investigación fue presentada para obtener el título Profesional de Licenciado en Comunicaciones en la Universidad César Vallejo.

Dicha investigación tiene como principal objetivo reforzar el aprendizaje de los alumnos del colegio Víctor Raúl Haya de la Torre, utilizando como herramienta principal un video educativo, esto al haber identificado una problemática que se ve en la mayoría de las aulas del 5to. año. Es por ello que busca que cada docente logre enseñar de una manera didáctica y se pueda forjar mejores ciudadanos desde su niñez.

La investigación concluye que existe poco compromiso por parte de los alumnos, todo esto causado por falta de herramientas novedosas de enseñanzas, es por ello que realiza un video educativo para implementar estrategias audiovisuales.

Quispe (2019) redactó la investigación titulada “Plan de comunicación alternativa para fortalecer el desarrollo de habilidades sociales: Caso Hogar San José de Trujillo, en el año 2018” para obtener el Título Profesional de Licenciado en Comunicación por la Universidad César Vallejo.

La investigación tiene el objetivo de evidenciar las carencias de las habilidades sociales en los estudiantes es así que mantiene una muestra de 30 alumnos. Se concluyó que la educomunicación influye en el aprendizaje de la educación sexual en los alumnos.

Concluye que esta contribuye de manera significativa, debido a que se generó capacitaciones para la población para que puedan tener conocimientos de los desastres naturales que se están llevando en el Balneario de Buenos Aires, Trujillo 2017. Su tipo de estudio es la investigación de diseño mixto.

Mateus y Quiroz (2017) escribieron el artículo titulado “Educomunicación: Un enfoque teórico del estudio de los medios en entornos escolares”, publicado en la Universidad de Lima del Perú.

Este artículo revisa los fundamentos y desarrollo reciente de la educomunicación en el Perú, además de explicar cuáles son las principales contribuciones de la educomunicación en el país, siendo mencionado tres, las cuales son el reconocimiento de la intersubjetividad como elemento crítico para la comprensión de las interacciones entre individuos y medios, la atención a las prácticas culturales comunicativas y su dimensión política, además del enfoque centrado en las personas antes que en algún dispositivo tecnológico.

El artículo concluye que la educomunicación sirve a las dimensiones políticas y culturales de las prácticas comunicativas, la educomunicación otorga prioridad al ser humano como objetivo y, como tal, asegura que es importante no solo como consumidor sino también como ciudadano; más lejos, busca el

empoderamiento en lugar del proteccionismo porque cree que es posible la educación de individuos libres y con alto sentido crítico.

Por ende, se continúa la investigación mencionando a los trabajos internacionales.

Robalino (2020) realizó una investigación titulada “Las competencias de la comunicación digital en la educación pública, Análisis del programa Agenda educativa digital”, para la Universidad Politécnica Salesiana en el país de Ecuador, todo con el fin de la obtención previa al título profesional de Licenciado en Comunicación social.

Esta investigación tuvo como objetivo analizar los canales de comunicación y educomunicación que se desarrollan en las competencias virtuales de los procesos de aprendizaje por parte de los profesores y los estudiantes. El tipo de estudio empleado es de carácter teórico, puesto que se realizó una revisión bibliográfica basada en analizar textos relacionados con educación, comunicación, además de educomunicación y novedosas estrategias educacionales.

La investigación llega a la conclusión de que se debe incluir a la educomunicación en temas actuales, por lo que hay mayor parte de canales de comunicativos como lo son la radio, la televisión, los sitios web y las redes sociales; son herramientas importantes para contribuir en la enseñanza brindada a los estudiantes de todos los niveles básicos instructivos.

Nevárez (2020) escribió la investigación titulada “Análisis de la Educomunicación en los procesos de construcción pedagógica en el aula de los niños de 3-5 años de la escuela particular Libros y Acuarela de la ciudad de Guayaquil” para obtener el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

Su objetivo es emplear la educomunicación en los procesos de construcción pedagógica en los niños de 3-5 años de la Escuela Particular “Libros y Acuarela” de la ciudad de Guayaquil en el 2019. Su tipo de estudio es Mixto, Teniendo técnicas cuantitativas y cualitativas aplicadas en la investigación, teniendo una

muestra de 70 personas, empleando como instrumento de recolección de datos la encuesta, además se realizó entrevistas a un número total de 3 personas.

La investigación llegó a la conclusión de que el 90% de niños de 3 a 5 años estarían aptos y capaces de poder aprender con el apoyo de la educomunicación, siendo esta un gran elemento fundamental para los procesos académicos que se ejecutarán en los salones de clases con cada alumno de nivel inicial de la institución educativa.

Caldeiro (2019) escribió el artículo de investigación titulado “Educomunicación y Buenas Prácticas en los nuevos escenarios tecnológicos: Análisis del Caso Gallego (España)”, con el fin de analizar cómo la educomunicación está involucrada en el avance tecnológico y esto contribuye en el aprendizaje de los estudiantes.

La investigación tiene como objetivo manifestar que la educomunicación está para generar un aprendizaje mediático con los estudiantes. La investigación es descriptiva, por lo que se busca cada característica que tenga el término educomunicación al relacionarse con el desarrollo de la competencia menos mediática que se obtendrá mediante la correcta alfabetización, ya sea en forma digital como cognitiva.

El estudio concluyó que la comunicación educativa es una vertiente nueva en la educación de niños y jóvenes porque integra las diversas habilidades que estos se ven obligados a desarrollar en el transcurso de su vida estudiantil, lo que ha llevado a impulsar nuevas políticas de trabajo necesarias para acomodarse a los cambios imprevistos que puedan suceder con la comunidad escolar.

Carías, Marín y Hernando (2021) realizaron un artículo de investigación titulado “Educomunicación e interculturalidad a partir de la gestión educativa con la radio”, previo a un proyecto escolar que buscaba la participación de los alumnos en bloques informativos para que sean de conocimiento en la comunidad escolar.

Presentan como uno de sus objetivos evidenciar cómo se logra generar propuestas que ayuden a realizar de manera más sencilla los procesos de formación de los alumnos en temas interculturales, como lo es el poder fortalecer y

revitalizar la cultura para apoyar la estructuración de una sociedad democrática y tranquila. El artículo cuenta con un diseño cualitativo, ya que la investigación se desarrolla desde un proceso de exploración caracterizado por el estudio en profundidad de ciertos fenómenos, estudiados a partir de entidades sociales y educativas.

La investigación llegó a la conclusión de que la educomunicación en unión con interculturalidad generan elementos que pasan a promover de manera positiva, permitiendo la creación de espacios, según el contexto, para reafirmar la identidad cultural y los procesos que permiten alcanzar sociedades verdaderamente democráticas, que aprovechan la comunicación, los medios y los mensajes que se enfocan en cotidianidades y contextos particulares.

Cano et al. (2019) realizó un artículo científico de investigación junto a dos de sus compañeros, titulado “Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental”, el cual fue desarrollado para la Universidad de Sevilla, España.

El artículo realizado refleja como objetivo analizar el rol de cada Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, para la acción, la intervención social y ambiental, además de analizar el papel que la educomunicación ambiental tiene en cuanto temas de protección al planeta. La investigación es de enfoque cualitativo, buscando así una revisión bibliográfica actual de las principales investigaciones en el área de desarrollo sostenible y educomunicación.

El artículo concluye teniendo en cuenta que queda en evidencia la inexorable convergencia entre educación y comunicación, las que son entendidas a través del aprendizaje de los recursos que ofrecen los medios de información y comunicación desde el ámbito tecnológico, siendo que se permite su participación en temas ambientales y del cuidado del planeta.

En alusión de las teorías en la cual se apoya este trabajo de averiguación, se han seleccionado las dos más cercanas relacionadas con el título presentado:

En lo que corresponde a las teorías relacionadas de la comunicación, se identificaron las siguientes:

La **Teoría de la Tuba**, conocida como **la Tuba de Schramm**, en recordación a su autor Wilbur Schramm (1907-1987) quien fue escritor y periodista nacido en el estado de Ohio, Estados Unidos, él identifica varios patrones en los que la comunicación e interacción interpersonal operaban, por ello lo llamó él "campo de la experiencia", es decir en cuanto mayor es esta experiencia compartida ya sea por cultura, código, valores, entre otras cosas, más fácil es comunicarse.

Uno de los modelos desarrollados por Schramm y más importante es él "modelo de tuba de Schramm" que especifica los procesos de comunicación colectiva desarrollados en la década de 1960; y el objetivo básico es lograr una transmisión eficiente del mensaje del emisor al receptor. Así mismo desarrolló un amplio estudio teórico sobre el tema, además la teoría sostiene, que el emisor al enviar el mensaje intenta predecir sus efectos sobre los receptores. El modelo de Schramm es el único que se desarrolla refiriéndose a cómo es que el proceso de la comunicación afecta en su mayoría de veces la ideología, los valores, las necesidades, entre otros factores de cada receptor, además de que la invención de esta definición ayudó a esclarecer el valor de los mensajes así cómo definir si tiene éxito frente al público en masas. (Luna, 2015)

A su vez, Luna (2015) en su investigación menciona que la forma en que funciona el modelo es con mensajes que son recibidos por los receptores, quienes lo decodifican al recibir las la noticias y/o información que es transmitida en el mensaje, la cual será interpretada según lo que entienda cada individuo, por consiguiente pasarán a comentar y desarrollarla con un grupo social de su entorno o al que son pertenecientes, dicho sea de paso, el receptor logrará contestar al mensaje transmitido por el emisor, ya sea con un nuevo mensaje codificado o con alguna acción que decida emprender después de haber escuchado el mensaje que se le transmitió, es así que cada uno de ellos selecciona entre todos los mensajes recibidos aquellos que le resultan más fáciles de comprender y que cuentan con una mejor representación del conjunto de las normas sociales del punto de partida.

En el caso de la educomunicación como base para la elaboración de proyectos de desarrollo social se puede entender que es importante tener en cuenta lo que se realizará en los proyectos, además de cuál es el objetivo que se desea

cumplir para beneficiar a todos los participantes, por ello se debe buscar la mejor manera de comunicarse con los involucrados, dado que se está buscando la participación de todos y se requiere que ellos puedan comprender lo que se les transmitirá, esto porque se debe lograr un cambio social permitiendo su participación acorde a lo que se les enseñara, solo podremos saber si el mensaje que se les transmite y además lo que se les enseñó impregnó en sus conocimientos cuando recibamos una respuesta por parte de los participantes.

Como segunda teoría se identificó al **Funcionalismo** de Emile Durkheim, un sociólogo de la educación, de nacionalidad francés, quien planteó sus ideas surgidas en Inglaterra en 1895, que se encarga de estudiar la vida mental como también la adaptación de una persona, basado en la experiencia moderna de la sociedad, eso quiere decir que dicha teoría estudia al individuo tal cual como la encuentren esta sea estudiado. El funcionalismo se caracteriza por un enfoque empírico que favorece los intereses del trabajo de campo, va más allá del sentimiento y la percepción, simplemente explorando cómo un organismo aprende a funcionar en su entorno. Hasta cierto punto, la crítica del funcionalismo se relaciona con su imagen social, en todas sus versiones, la teoría funcional se aplica como modelo social orgánico en el que el concepto de trabajo sirve para explicar la relación entre el todo (un organismo vivo) y sus distintas partes (seres vivos). Esta relación se define en términos de 'necesidad'. Es un todo que requiere de sus partes para satisfacer ciertas necesidades a través de diversas tareas que tienen como objetivo común lograr que los individuos se encuentren involucrados.

Se basa en la preservación del estatus, el equilibrio social, es decir, los medios se esfuerzan para que el público no se desvíe de los estereotipos que dibujan, y que actúe de acuerdo con una regla específica, lo que significa que la sociedad es sumisa. Sin darme cuenta de lo que dicen los medios. (Alva, 2017). Finalmente, La teoría funcional afirma que los medios comunicacionales, entendidos como transmisores de mensaje, siempre tienen la intención de causar un impacto en el receptor, es decir, trata de impresionar a la audiencia para lograrlo, se formularon las siguientes preguntas: ¿Quién, ¿Qué digo, de qué manera, a quién y con qué efecto?

La educomunicación como base para la elaboración de proyectos de desarrollo social se puede entender que es importante porque permite que haya un mejor diálogo que ayuda a comprender los hechos de la vida social para generar un orden y una transformación que pueda cubrir las necesidades de todo aquel que se encuentra en estado vulnerable. La teoría funcional se centra en la capacidad de los medios para ofrecer funciones (comportamiento del destinatario, preferencias de la audiencia, poder e influencias de los medios).

Por ello, a continuación, se pasarán a definir los siguientes enfoques conceptuales, mencionando como primera unidad temática a la Educomunicación:

La **educomunicación** es la interacción de la comunicación en la educación, La UNESCO en 1979 la incluye en todas las formas de investigación, aprendizaje y enseñanza, en todos los niveles y en todos los contextos, la historia, la creación, la evaluación y el uso de los medios comunicativos como un arte práctico y técnico, así como el puesto de los medios en la ciudadanía, como el impacto social que tienen, las consecuencias de la comunicación mediada, la participación de los involucrados, el cambio que generan en la percepción, el papel de la creación pública y el acceso a los medios.(Ayala y Jiménez en Pereira, 2017)

Así mismo, para Pereira (2017), la educomunicación ha sido una estrategia fundamental para llegar a la comunidad y transmitir los aprendizajes de los medios para favorecer la recepción crítica de los mismos. Este campo nunca es fijo, siempre se construye porque con varios avances tecnológicos, debido a que la tecnología está en constante cambio, es así que la comunicación de masas se ha convertido en un objeto de estudio, centrando la atención en el avance tecnológico y su participación en la información y comunicación. Lo nuevo y cómo encajan en un mundo poco conocido, que le da el gran papel a la Educomunicación quien permite enseñar a comunidades enteras con el uso de tecnología y los medios de comunicación.

La educomunicación se materializa y será visible tan pronto como se empiece a desplegar. Lo que se realiza y crea en la acción, mediante proyectos o iniciativas planificadas y programadas, enlazadas a la educación social y cultural, de organismos públicos o privados o de investigación. Por lo tanto, estos casos

hacen aportes a la epistemología de la disciplina, urge la necesidad de un espacio de depósito de conocimiento que nutra un campo generador continuo de conocimiento, contribuyendo a la concreción de sociedades democráticas e insten a la ciudadanía a tener. (Muñoz-Borja et al., 2021)

Es así como se puede entender que la educomunicación es la unión de dos disciplinas importantes como lo son educación y comunicación, que son unidas con el fin de generar el desarrollo social e individual, pero para que se desarrolle adecuadamente es necesaria la participación junto a una actitud colaborativa en las personas involucradas, por ello la educomunicación permitirá que mediante el diálogo todos tengan en conocimiento lo que deben aportar para el bien común, además esta unidad temática cuenta con las siguientes categorías:

La **Promoción** en la educomunicación, quien para Pipoli en Chacón et, al (2019) es como tal una herramienta cuya función es informar, persuadir y atraer al público potencial de la organización para que consuman los productos que se les ofrecen. Además, la promoción tiene como fin operar en el comportamiento, ideales de quienes reciben la información y/o mensaje. Se resalta, por lo tanto, que es usada por las organizaciones para instaurar un contacto directo con cada cliente.

Efectivamente, se puede comprender que la promoción asociada a la educomunicación refleja su importancia al ser usada como estrategia de propaganda para llegar a captar el interés de las personas que podrían formar parte de los proyectos educomunicativos, dicho sea de paso, instalarlas en la organización y ejecución de estos para conseguir un bien común, además esta categoría cuenta con las siguientes subcategorías:

Persuasión, que según Curiel en Prati (2018), las publicidades dirigidas a la sociedad son un conjunto de acciones que son elaboradas con ardua dedicación de todo un grupo de personas, que reciben como tal el nombre de agentes de transformación o agentes que logran un cambio, siendo así que se persuade a los involucrados de proseguir, extraer o eliminar ciertas cualidades que no aportan en su vida diaria.

Es necesario incluir la persuasión en el momento de ejecución de los proyectos en beneficios de la ciudadanía, no con el supuesto de insertar en ellos algún tipo de creencias, sino con el puesto de persuadir de manera motivacional en su comportamiento para que sean ellos los que se adapten al desarrollo de los proyectos comunicacionales y comprendan el fin de estos además del grande beneficio que se obtendrá al concluir los proyectos.

La **publicidad** que es definida como toda aquella actividad comunicativa, siendo sus objetivos económicos con un fin involucrado a contribuir con el desarrollo social. (Alvarado, citado en Rubio, 2017). Al igual que la publicidad de ámbito comercial, esta es utilizada como estrategia fundamental de persuasión, pero enlazada a disuadir, puesto que, en estas activaciones, se indaga que el individuo o la ciudadanía no realicen algunas prácticas.

Se entiende además por publicidad las estrategias cuyo fin tienen dar a conocer entre un grupo determinado de individuos productos los servicios existentes o por ser lanzados al mercado comercial, siendo así que ante el público está informe, persuada y difunda a cada consumidor datos sobre los productos que se les estará brindando en el presente o en un tiempo determinado, se llega a entender que al realizarse proyectos netamente dirigidos a la educomunicación la publicidad suma de manera importante, ya que permite dar a conocer al grupo determinado que has ido seleccionando para la elaboración de los proyectos de lo que se llevará a cabo , de cómo deben de participar o si deben contar con algo en específico para poder participar.

Es así que la siguiente categoría de educomunicación son las redes sociales y para gallego en Ayala et, al (2022) la red social está involucrada por individuos que se encuentran intercambiando mensajes de distintos temas. Las redes son herramientas comunicativas que permiten poder intercambiar mensajes de diferentes temas entre distintos emisores y receptores, siendo así que no importa la distancia en las que estos se encuentren, por ellos los usuarios se adaptan de manera rápida, puesto que ellas les permiten estar conectados y poder mantener una comunicación didáctica con amigos, familiares o gente de otro lugar distinto al suyo.

En cuanto a su involucramiento en la educomunicación, pues, si bien es cierto es necesario poder contar con un canal de comunicación entre agentes de cambio y participantes, por ello si existe una distancia de por medio es importante tener la facilidad de comunicarse y que mejor si esta se puede dar por medio de una plataforma virtual que no es para nada difícil de usar, además puede usarse como estrategia comunicativa para que los participantes sientan que el ambiente es amigable y de confianza en el que pueden dar sus opiniones sin ser reprimidos y se puedan llegar a acuerdos correspondientes para el buen desarrollo de los proyectos elaborados, teniendo como Subcategorías a:

La **Publicación** que para Ocaña (2021) menciona que el manejo de cuentas en redes sociales se realiza de manera diversa, conocimientos reales de promoción, publicidad, posicionamiento, evidenciado en publicaciones. La publicación además es la acción consistente en llevar información elegida y estructurada al conocimiento del público, que dichos sea de paso, muchas veces tiene contenido de interés público y capta seguidores de la información publicada, es así como esta puede ser usada en los proyectos de desarrollo social para que la población pueda evidenciar las tareas que se están haciendo en la ejecución de dichos proyectos, así como los resultados finales de los ya mencionados.

Por otro lado, la **Interacción** en las redes se califica para tener una forma dinámica de comunicación entre individuos, grupos y organizaciones en contextos complejos, siendo su sistema extenso y teniendo una estructuración continua que incluye a individuos que se ven en necesidades parecidas, y que se proyectan para impulsar sus recursos, Caldevilla (2010).

En la realización de proyectos de desarrollo sostenible es primordial la interacción que haya entre los participantes y los encargados de la dirección de estos, puesto que debe haber un acuerdo que determine en qué área del desarrollo del proyecto se verá involucrado cada uno de los involucrados, ya que cada uno cuenta con habilidades y gustos diferentes y pueden aportar de diferente manera para llegar a concluir todo con éxito.

Como última subcategoría se tiene a **Facebook**, que según Zuckerberg (2019), está en evolución y se está convirtiendo en un espacio íntimo para los

usuarios que participan de la plataforma, debido a que usan su cuenta o perfil de red social y le dan un uso importante, como al usar correo electrónico y tener mejor facilidad de enviar archivos grandes mediante esta red social, por ello se podría decir que Facebook es de ayuda para muchos usuarios.

La segunda unidad temática es **Desarrollo Social**:

El desarrollo social es un proceso por el cual trata de encaminar una sociedad para igualar las condiciones económicas y sociales de un país. Se trata de lograr objetivos cada vez mayores a través del trabajo sostenible entre sus elementos constitutivos, con logros progresivos en la sustentabilidad social (Tobón, 2017) hasta que los ecosistemas recobran sus equilibrios. Asimismo, para algunos autores, el desarrollo social debe estar a la altura de las circunstancias de bienestar imperantes en la sociedad. Si bien ahora se acepta que el desarrollo social debe adecuarse a las condiciones económicas y sociales específicas de cada país, aún existen estándares internacionales que se consideran “fines sociales deseados”. Las Naciones Unidas y sus diversas organizaciones afiliadas son la principal referencia en este campo.

Por lo tanto, cuando se trata de la palabra 'desarrollo', es imperativo que los primeros pensadores económicos comiencen a estudiar los principales dilemas planteados por los economistas. Se crean los delimitadores. Se ocupa de distribuir los recursos de acuerdo con criterios justos o equitativos y asignarlos de acuerdo con el papel del Estado y el mercado, respectivamente. (Vergara y Ortiz, 2016)

Es así cómo podemos entender que el desarrollo social ha sido tema de debate durante décadas, la necesidad de diversidad de actitudes frente al cambio social, hacia el desarrollo económico, promoviendo así el bienestar social y preservando el medio ambiente. El desarrollo social origina la inclusión social de las sociedades con vulnerabilidad mediante el fortalecimiento de las personas a través de la creación de una sociedad potencial, por ello se pasan a definir las siguientes categorías:

Las **alianzas estratégicas** encaminan a las organizaciones a llegar a su objetivo planteado. Para afianzar la realidad de las reglas establecidas, se pueden

realizar alianzas con entidades o instituciones que cuenten con competencias clave para su desarrollo. Se da la importancia de las alianzas entre empresas que a su vez se puedan salir beneficiados, como también organizaciones que no son gubernamentales como base para la adecuada implementación de las actividades de RSE y, en consecuencia, para la creación de actividades tanto económicas como sociales. (Talavera y Sanchis 2020)

Analizar la importancia de los acuerdos de cooperación entre los actores sociales por la cual brindarán su colaboración para lograr los objetivos planteados dentro del proyecto para una mejora de la población, estos acuerdos por partes de las empresas que comprometen y llegar al mismo beneficio mutuo, es así como también se definen sus categorías en los siguientes párrafos:

Una **organización** es un sistema abierto en continua interacción con el entorno en el que se planifican y coordinan diversas actividades para lograr metas u objetivos comunes que se logran mediante un acuerdo significativo. Entre los fundadores de una organización, entendida como una unidad social, cuyo propósito es permitir que continúe y trascienda en el tiempo (Palma y Tamayo, 2018).

Dhein (2021), afirma que **los actores sociales** existen únicamente a través de una red de interconexión, en el contexto del tiempo y el espacio. Para este sociólogo, el enfoque relacional, centrado en los actores sociales, surgió en las ciencias sociales a partir de un programa de investigación centrado en la heterogeneidad y especificidad de la experiencia de desarrollo. (ver tema Desarrollo).

Pérez en León et, (2020) menciona que los **recursos donados** involucran un proceso de intercambio de bienes donde el donante brinda su apoyo para que la otra parte involucrada reciba un beneficio, es por ello que es importante que las organizaciones identifiquen bien un donante para lograr mejores resultados que beneficien a todos los que participan. Asimismo, generar que las instituciones u organizaciones se puedan fidelizar con el beneficiario y este sea recurrente, estabilizando así un desarrollo sostenible en el proyecto social a ejecutar.

Por otro lado, se tiene como categoría al Feedback que para Medina en Cudeña et, (2021) es la retroalimentación, es la comunicación gestual y no gestual con otra persona o grupo sobre sus cualidades y cómo nos afecta ese comportamiento. Consta de un componente cognitivo (lo que veo en el comportamiento de la otra persona) y un componente emocional (las sensaciones que me evoca el comportamiento observado). Para los siguientes tamaños.

Asimismo, el feedback se convierte en una herramienta de retroalimentación, se puede utilizar como respuesta o reacción de un mensaje recibido de un individuo a otro por la cual se lleva la información para informar, el feedback cuenta con las siguientes subcategorías:

El **emisor** que para Benedetti (2022) es quien maneja la respuesta, que en sí misma es un mensaje, es el camino más importante y debe darse de manera explícita. De lo contrario, aparecerán comentarios e información cuando el destinatario no complete las tareas mencionadas en el mensaje, simplemente debido a una mala comunicación o mala interpretación de los mensajes.

El receptor que, según Newstrom en Parra et, (2019) procesa adecuadamente la información y analiza cada uno de los argumentos antes de tomar una determinación o emitir alguna acción que demuestre que ha captado y entendido lo que se le transmitió.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación: La investigación que se realizó es de tipo aplicada. El diseño soluciona los problemas prácticos en conocimientos actuales. González en Estelí, (2018).

Método de investigación

Es un método cualitativo, por lo que se pretende comprender por medio de un análisis a diferentes fuentes bibliográficas el concepto de educomunicación y obtener puntos de vista de diferentes personas sobre el tema, por lo tanto, será más cuidadosa la hora de investigar. En estos casos, la comunicación es interactiva y se establece en el diálogo dentro de la comunidad en general, Hamui y Vives (2021).

3.1.2 Diseño de investigación

Cabrera (2017) indico que el diseño fenomenológico apoya una visión individual del problema, especificando el fenómeno desde el punto de vista social, comprendiendo las experiencias de los participantes en relación con la anomalía y explorando los componentes relevantes de estas experiencias. Su intención radica en que los fenómenos sean hallados soluciones que practique en la sociedad, utilizando como instrumento a la guía de entrevista no estructurada.

Según Aguirre en Fuster (2019) señala que se basa en la interpretación de la estructura básica de la experiencia, por la cual se refiere a un enfoque riguroso de método.

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Unidad temática 1: Educomunicación

Categoría 1: Promoción

- ***Subcategoría 1:*** Persuasión
- ***Subcategoría 2:*** Publicidad

Categoría 2: Redes Sociales

- **Subcategoría 1:** Publicación
- **Subcategoría 2:** Interacción
- **Subcategoría 3:** Facebook

Unidad temática 2: Desarrollo social

Categoría 1: Alianzas Estratégicas

- **Subcategoría 1:** Organizaciones
- **Subcategoría 2:** Actores Sociales
- **subcategoría 3:** Recursos Donados

Categoría 2: Feedback

- **Subcategoría 1:** Emisor
- **Subcategoría 2:** Receptor

3.3. Escenario de estudio

Se elige como escenario de estudio al comedor popular “Madres emprendedoras”, triunfo de Dios sector el valle, Jicamarca anexo 22 de San Juan de Lurigancho en Lima. El proyecto de desarrollo sostenible, que se desarrolló con la participación de las integrantes de tal, tuvo como fin involucrarlas en talleres que aporten en su experiencia para generar ingresos económicos con los productos elaborados en lo antes mencionado, esta fue una buena forma educomunicativa de involucrar a los participantes para obtener un bien común en beneficio de su sector.

3.4. Participantes

A continuación, se presentan los sujetos y objetos de estudio

3.4.1 Entrevistados

Formación académica	Especialidad	Nombre
Mg. En Ciencias de la Comunicación	Escritor, comunicador para el desarrollo	Christian Castro silva
Licenciado en comunicación para el desarrollo	Comunicadora para el desarrollo	Paloma Valqui Andrade
Licenciado en comunicaciones	en Director De ONG	José Antonio Ulloa
Licenciado en sociología	Sociólogo	Marco Sipan Torres
Licenciado en comunicaciones	en Comunicador social	Eyner Romero Estrada

3.4.2 Material de Estudio

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación, el objeto de estudio será cada proyecto realizado.

Taller de estampados y decoraciones en bolsos ecológicos

Duración	6 sesiones (2 veces a la semana)
Fecha	21/02/2022 - 11/ 03/2022
Participantes	Integrantes del comedor popular Madres Emprendedoras
Objetivo	Emplear con determinación la creación de los bolsos, para el desarrollo del proyecto de sostenibilidad.
Materiales	<ul style="list-style-type: none"> ● Notex ● Hilo Dependiente Al Color De Tela ● Pintura Para Tela ● Pinceles Lengua De Gato Desde El número 0 Al 12 ● Perlas Medianas, Pequeñas ● Hojas De Cristal

Taller de Biohuerto casero

Duración	3 sesiones (1 vez a la semana)
Fecha	27/09/2022 - 13/03/2022
Participantes	Integrantes del comedor popular Madres Emprendedoras
Objetivo	Desarrollar el biohuerto a largo plazo para que funcione como generador de ingresos y permita la facilidad de obtención de frutas y verduras.
Materiales	<ul style="list-style-type: none">● Semillas de verduras, frutas, hortalizas,● Material reciclado para las macetas (botellas, cajas, tazas, baldes, etc.)● Tierra preparada para sembrar● Manual de instrucciones de cuidado de cada planta.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnica

3.5.1.1 Entrevista

Daza (2021) manifestó que, la entrevista es una herramienta de indagación donde las preguntas realizadas deben ser previamente de acuerdo al detalle requerido, donde las interrogantes planteadas pueden ser cerradas para poder comprender de manera más rápida la respuesta de la persona entrevistada. (p. 3)

3.5.1.2 Observación

La observación es una herramienta funcional de recolección de datos y de estructuración, que, a su vez, explica el comportamiento o conductas, eventos dentro de un contexto teórico y que se puede utilizar en cualquier momento de la investigación, en la etapa inicial de un problema a investigar. (p.30)

3.5.1.3 Focus Group

El focus Group involucrar a un grupo de participantes en una única ocasión o más sesiones. El investigador actúa como moderador realizando preguntas y manteniendo activa la conversación, su característica principal es la interacción entre los participantes y el moderador. (Wilkinson, 2004)

3.5.2 Instrumento

3.5.2.1 Guion de entrevista

Según, Lanuez y Fernández en Hernan et al, (2020) es definida como un método experimental, que se basa en el intercambio de información entre dos a más personas, para entender lo que dice el ser humano usando señales verbales y no verbales que se establece entre el investigador y los sujetos de estudio, que permiten además el obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre problema determinado. (p. 68)

3.5.2.2 Ficha de observación

Arias (2020) menciona que la ficha de observación es usada cuando la persona que se dedica a investigar desea medir, analizar o evaluar un objetivo establecido; mejor dicho, alcanzar información de dicho objeto. (p.14)

3.6. Procedimiento

Se recopilaron los datos a partir de las entrevistas que se realizaron a los especialistas de Ciencias de la Comunicación en el área de comunicación para el desarrollo.

Tabla 3:

Ficha técnica N° 1

FICHA TÉCNICA N.º 1	
Nombre	Guía de entrevista para la recepción de los datos en colaboración con la

	investigación
Autores	Yesica Adaly Guadaña Rojas
País	Perú
Año	2022
Administración	individual
Duración	40 minutos

Para realizar la entrevista se usó la plataforma Zoom, habiendo hecho una coordinación previa con los entrevistados. Al realizar la entrevista por Zoom se realizó la grabación adecuada, además de recopilar la recolección de datos necesarios para continuar con el proceso de investigación.

Tabla 4:

Ficha técnica N.º 2

FICHA TÉCNICA N.º 2	
Nombre	Ficha de observación para el análisis de los datos en colaboración con la investigación
Autores	Patricia Escobar Uceda
País	Perú
Año	2022
Administración	individual
Duración	30 minutos

Para la técnica de observación, se realizó la ficha de observación donde se evidencia los talleres realizados con las madres del comedor, y estos se han plasmado en los resultados.

3.7. Rigor científico

3.7.1 validez del instrumento

La definición de validez en investigación va referida a lo que es verdadero o lo que está más cerca a la verdad. Por consiguiente, se considera que los resultados de una investigación serán válidos cuando el estudio está libre de errores. (Villasís et. al 2018)

3.7.1.1 V Aiken

Robles (2018) menciona que el coeficiente V de Aiken es muy sencillo, y se aplica como un método lógico de validez cuando se tiene la opinión de expertos sobre la validez de un material evaluativo.

El instrumento a usar tiene en total 10 ítems, el cual es validado por 3 expertos de la especialidad. Se obtuvo un valor de 0.78 en cada ítem propuesto. Los niveles de relevancia, pertinencia y claridad de la tabla de V de Aiken fueron considerados y reflejados en los resultados obtenidos del juicio de los expertos.

Tabla 5:

Juicio de expertos/ Aprobación de los expertos según V de Aiken

Especialidad	Nombres Y Apellidos	Aplicable
<i>Mg.</i>	<i>Luis Alberto Garay Avendaño</i>	<i>0.78</i>
<i>Mg.</i>	<i>JACK ALBERT, NAVARRO CHANG</i>	<i>0.78</i>
<i>Mg.</i>	<i>Denis Rubén García Gutiérrez</i>	<i>0.78</i>

3.8. Método de análisis de datos

Cisneros et al. (2022), las técnicas de recolección de datos han facilitado los trabajos de investigación al resolver problemas, el cual permite plasmar resultados cualitativos y cuantitativos y la búsqueda de información para la mejora de la calidad de investigación, con el apoyo de Focus Group, entrevistas, guion, según el requerimiento para recolectar la información y profundidad de la búsqueda de la misma. (p. 6).

Como herramientas del método cualitativo, se realizó las entrevistas, fichas de observación y el focus Group, las cuales ayudaron a recabar información de la Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, Lima 2022

3.8. 1. Las entrevistas

Se llevó a cabo 5 entrevistas a diversos especialistas en el tema de comunicación para el desarrollo y sociología, preguntas de acuerdo a las categorías y subcategorías de la investigación, estas se dieron a través de la herramienta virtual Zoom, para lograr lo mencionado se hicieron las coordinaciones previas vía WhatsApp, los especialistas respondieron 10 preguntas de manera individual, obteniendo así resultados beneficiosos que permitieron nutrir el campo de investigación de nuestro trabajo. Una vez realizado todas las grabaciones de las entrevistas se pasó a transcribir cada entrevista, seleccionando información netamente necesaria que se vinculaba con nuestras categorías y subcategorías, al elegir la información se realizó una breve interpretación de la combinación de las respuestas de los entrevistados, quienes fueron clasificados por 3 grupos, comunicadores para el desarrollo, sociólogos y un especialista en el desarrollo de proyectos sociales.

3.8.2 Análisis de fichas o guías de información

Se hizo un análisis profundo de los talleres realizados en el comedor Madres emprendedoras para poder evidenciar que durante el proceso las categorías y subcategorías de nuestro trabajo de investigación habían sido evidenciadas, el análisis de fichas de observación partieron de la ejecución del taller de decoración y estampados a mano de bolsos ecológicos y del taller de biohuerto casero, por

consiguiente se realizó una breve interpretación que explicaba si las categorías y subcategorías formaron parte constante de el desarrollo de cada taller.

3.8.3 Focus Group

Se realizó con el fin de recaudar las opiniones de los participantes mediante una reunión virtual, en el cual se realizaron preguntas para saber su apreciación y satisfacción que había en el tiempo de participación de los talleres, se les realizó 8 preguntas al azar.

3.9. Aspectos éticos

3.9.1 Beneficencia

El código de ética para la investigación (2019) menciona que la beneficencia tiene como principal rol el asegurar a los individuos que participan en las investigaciones del tema determinado. Es así que el comportamiento que tenga el investigador debe referenciarse a las siguientes normas: el no causar daño a ningún involucrado en la investigación, además de reducir efectos negativos y potenciar todo beneficio a favor de los participantes.

Galendez (2018) también menciona que la beneficencia procura favorecer a los involucrados en la investigación que se realizará, siendo así que por ningún motivo se les expondrá a posibles daños o riesgo, por lo contrario, su participación en trabajo de investigación sea favorable. Por ello, se debe incrementar los beneficios y minimizar los posibles riesgos e incomodidades que afecten a todo aquel que participe o se vea involucrado en la investigación.

Por ello se entiende que la beneficencia busca que la investigación sea beneficio de todos, además poder aportar en la comunicación y desarrollo social.

3.9.2 No maleficencia

La no maleficencia consiste en no realizar ni generar daño intencional a los sujetos e investigadores que formarán parte del Proyecto investigativo, tampoco se hará daño a terceros que puedan verse afectados de manera indirecta. El investigador “no maleficente” deberá tener la suficiente sensibilidad para ponerse

en el lugar de los sujetos y anticiparse a las afectaciones que puedan producirse tanto en el plano físico como en el mental y en el emocional. (Millan et. al 2017)

Siendo así que Hirsch y Navia (2018) concuerdan en que la no maleficencia se busca mantener continua vigilancia, debido a que los participantes no reciban algún daño de por medio, por lo tanto, el encargado de realizar la investigación tiene la responsabilidad de asegurar el bienestar físico además del emocional y social de todo aquel que vaya a participar en el proceso de investigación.

Se hace de conocimiento que la presente investigación no dañara ni perjudicará a nadie, por supuesto todo está siendo elaborado con cautela, permitiendo que los datos sean transparentes en la investigación.

3.9.3 Autonomía

La autonomía fundamenta que a los involucrados en la investigación se le debe conceder libertad para determinar sus propias acciones de acuerdo con lo que cada uno haya elegido. (Moscoso y Díaz, 2017)

Además, Castro et. al (2019) menciona que cuando se habla de autonomía se entiende que es el respeto por los derechos de cada individuo a tomar la decisión que más le favorezca, con un consentimiento informado, competente y voluntario.

Se hace de conocimiento que los involucrados en esta investigación no fueron influenciados de ninguna manera para responder en beneficio de lo investigado, sino por voluntad propia y al tiempo necesario fueron participando en el proyecto.

3.9.4 Justicia

Miranda y Villasís (2019) mencionó que, la justicia está referida a la igualdad y equidad. Cada involucrado debe tener la misma oportunidad de ser seleccionados para una investigación, independientemente de su sexo, raza, religión, nivel educativo o económico. Por lo tanto, cuando ya estén listos los resultados, cada beneficio que haya debe ser distribuido equitativamente entre los participantes.

Podremos observar que el principio de justicia tiene cumplimiento al obtener los resultados, siendo estos que existe un beneficio equitativo para todos los participantes, asimismo se espera que el trabajo de investigación ayude a futuros

investigadores a realizar sus proyectos establecidos relacionados con el tema que se está tomando en este trabajo.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

4.1.1 Resultado del instrumento N.º 1: Entrevista

La investigación realizada busca dar respuesta al siguiente problema principal ¿Cuáles son las características de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, ¿Lima 2022?

Por lo que se decidió aplicar un guion de entrevista a dos comunicadores para el desarrollo, Lic. Paloma Valqui Andrade y Mg. Christian Castro Silva, a dos sociólogos, Marco Sipan Torres y Eyner Romero Estrada y además a un representante de una ONG, José Antonio Ulloa Cueva.

Por consiguiente, se presentan las respuestas resumidas de cada pregunta que se les realizó, siendo así que también se expone la interpretación de cada pregunta.

4.1.1.1 Entrevista a especialistas en comunicación para el desarrollo

Unidad de estudio 1: Educomunicación

Categoría 1: Promoción

Subcategoría 1: Persuasión

Pregunta 1: ¿Considera usted que es necesario *persuadir* a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?

Sí, eh, yo más bien invitaría a que conversáramos, antes de persuadir, a motivar, no porque entendiendo que la idea es que los propios ciudadanos sean los protagonistas de ese cambio social, de ese digamos, de ese despertar, la idea más que persuadirlos es de convencerlos que ellos tomen esa rienda no, a través de la motivación y las estrategias que por ejemplo la educomunicación te permite no, que la gente conozca que existen otras formas de hacer las cosas y que se entusiasmen

con eso y que tomen la decisión no, de emprender ese proceso de cambio creo que por allí va nuestro aporte como comunicadores y comunicadoras de desarrollo.

Lic. Paloma Valqui Andrade

Sí, es necesario, porque así como cualquier evento o como cualquier convocatoria de personas, convocatoria, ya sea para realizar algún tipo de ayuda o tipo de bien social a través de la colaboración o de la cooperación grupal, es necesario dar a conocer los proyectos, es necesario que para las personas puedan acudir a brindar su apoyo, tengan que conocer a qué se va a dedicar el proyecto, que es lo que va a hacer, en qué beneficia a la ciudadanía, en qué beneficia a la sociedad, en que beneficia a tu grupo, a tu localidad [...] tiene que haber un informativo para persuadir y dar a conocer la información del evento y del proyecto.

Mg. Christian Castro silva

Interpretación

Los dos entrevistados coinciden en que la persuasión debe ser desde inicio y final de cada proyecto social, generando la participación de cada participante del proyecto tanto como directa e indirectamente, ambos manifiestan que para llegar a la población deben tener conocimiento de que trata el proyecto para que así los resultados sean favorables.

Subcategoría 2: Publicidad

Pregunta 2: ¿Considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la Educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de desarrollo social?

Sí, claro, son de una u otra manera estrategias que más bien se complementan, no, las diferentes metodologías de comunicación difieren a partir de los objetivos, no es lo que se busca, no, pero también se habla por ejemplo de publicidad social, marketing social, campañas con propósito, no, entonces digamos

que podemos coger de la disciplinas de pronto como de un corte más comercial y con estrategias que acerquen al entretenimiento, esté, él , los nuevos conocimientos de la gente para lograr justamente objetivos comunes mucho más grandes no sí por supuesto que se puede nutrir claro que sí.

Lic. Paloma Valqui Andrade

Claro, la publicidad es básica, pero también recuerda que esta es una parte de todo lo que es el mercadeo, todo lo que es el tema informativo de la educomunicación [...] la publicidad lo que hace es he de dar información sobre los beneficios diferenciales de lo que este proyecto de desarrollo social puede brindar a la comunidad [...] qué importante es la publicidad para poder preparar en temas de educomunicación, entonces básica es la publicidad, si es una parte nada más de todo el trámite de mercadeo, pero es importante la publicidad para que se pueda lograr el interés en las personas que van a participar en esta proyección.

Mg. Christian castro silva

Interpretación

Los dos entrevistados agregan que, la publicidad es una estrategia para informar y encaminar los proyectos sociales desde un inicio, logrando concretar algunos temas educomunicativos y el interés de las personas que participan en dicha proyección, ya sea en campañas sociales, para así lograr los objetivos trazados de cada proyecto.

Categoría 2: Redes sociales

Subcategoría 1: Publicación

Pregunta 3: ¿Las publicaciones que se realicen en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de su ejecución?

Subcategoría 2: Interacción

[...] hay que brindar rendición de cuentas o digamos informativos de esos alcances del proyecto también para la misma gente, no y si es una un enfoque más

comunitario, de pronto las redes sociales te van a servir claro que sí, pero hay otros espacios y medios más locales que también tendrían que considerar no si ahí hay que configurar un poquito hacia quien queremos llegar para decir si solo nos quedamos con redes sociales y que redes óseas necesitamos.

Lic. Paloma Valqui Andrade

Claro, claro que sí, yo creo que es un parte importante, porque las publicaciones te van mostrando también el avance que se va dando, ya sea que por ejemplo, un proyecto tenga varias partes o que sea el proyecto sé de en una sola parte [...] si el evento de proyección social es por partes ósea ir proyectando el avance en todas las redes sociales disponibles o también si es que se diese en un solo lugar y ha sido un éxito y va a ser en otro lugar también hay que publicar porque hay que mostrar los beneficios que esta proyección social tienen entonces es importantísimo ósea de cajón utilizar todas las redes sociales.

Mg. Christian castró silva

Interpretación:

Por su parte, el Lic. Christian menciona que efectivamente las redes sociales forman parte de cada proyecto social, ya que las publicaciones difundidas en cada plataforma te dan una vista panorámica de cómo va el avance de cada proyecto. Asimismo, la Lic. Paloma indica que las redes sociales le dan un enfoque más comunitario, es importante sí, pero hay otros sitios más locales que se debe considerar para poder llegar al público objetivo.

Subcategoría 3: Facebook

Pregunta 4: ¿Cree usted que Facebook es la red social más usada como para poder realizar publicaciones de cómo se van desarrollando proyectos educomunicativos?

[...] Facebook podría ser una de las más usadas, pero sí es un público mucho más joven, no lo usaría tanto, es más, hay otras plataformas que son mucho más

focalizadas, no como por ejemplo los grupos de WhatsApp, no que podrían ayudarte a llegar mucho más directamente a tu público esté y creo que los resultados serían mucho más amplios no claro igual la medida te complica un poco, pero porque claro porque Facebook ya tiene métricas estandarizadas y todo lo demás, pero creo que necesitamos explorar no e ir un poquito más allá, sobre todo para poder llegar al público objetivo.

Lic. Paloma Valqui Andrade

Facebook es una buena red social, pero ya nos es la principal, ahora tenemos el Tik Tok que creo que para mí tiene más alcance comunicativo, más alcance social y llega a todo tipo de personas [...] sí, yo creo que también puedes usar el Facebook, pero poténciate con otras más, otras redes sociales que te van a ayudar mucho mejor y vas a llegar a más personas con este tema de la educomunicación.

Mg. Christian castró silva

Interpretación

Paloma y Christian coinciden en que Facebook no es la red social más principal, ya que hay otras redes por cuál las personas están más entretenidas como Tik Tok o *WhatsApp* que llegan directamente más rápido al público y ayudan en el tema de la educomunicación.

Pregunta 5: ¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?

Es la base, la comunicación [...] es una posibilidad claro que sí, pero yo estoy segura que posiblemente si hubiera sido presencial no nos habría abierto a un abanico de posibilidades mayor, no, entonces digamos para cosas específicas, no está mal, nos ayuda nos acerca no, pero si podemos ir un poquito más allá este

esa interacción tiene que pasar por lo personal por lo presencial no así que si es básico es básico.

Lic. Paloma Valqui Andrade

Sí, es importante, es importante que esta persona, este agente de cambio, sea un personaje abierto a todo el público participante [...] es importante que él agente de cambio y los participantes mantengan una fluida comunicación para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos, pero también es importante que este agente de cambio esté abierto a poder recibir, en cualquier momento del día o cualquier hora del día o de la noche, interacción de sus redes sociales.

Mg. Christian castro silva

Interpretación

Ambos entrevistados coinciden en que la interacción es base de la comunicación para empezar un proyecto social, dicen que la comunicación debe ser fluida y pasar de lo remoto a lo presencial, y que el agente de cambio sea capaz de recibir cualquier tipo de mensaje.

Unidad de estudio 2: Desarrollo social

Categoría 1: Alianzas estratégicas

Subcategoría 1: Organizaciones

Pregunta 6: ¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?

Claro que sí es donde la sociedad civil está involucrada asociada, eh cumple ciertos roles representativos, ya sea sociedad civil, ya sea ciudadanía a través de no sé partidos políticos o digamos colectivos ciudadanos, no las organizaciones, las instituciones juegan un papel importante, claro que sí hay que tratar de tenerlas mapeadas conocerlas hay que identificarlas para ver de qué manera sumarlas no a ese proyecto de desarrollo claro que sí.

Lic. Paloma Valqui Andrade

Sí, es importantísimo las organizaciones, dependiendo de qué se trata el proyecto, las organizaciones van a jugar un proyecto importante, ya sea básico, no, porque creo que ellos son la estructura, son la calavera del proyecto, las organizaciones son las que te van a brindar el apoyo ya sea dinerario o sea de repente a través de algún donativo para poder alcanzar los objetivos, entonces cualquier organización que esté envuelta con la con el proyecto de desarrollo social va a tener que comprometerse y brindar todo el apoyo que se necesite [...] ellas también buscan un beneficio con ese aporte, con esa proyección social o con esa responsabilidad social que se están haciendo y el beneficio en este caso es humanizar su organización.

Mg. Christian castro silva

Interpretación

Los dos entrevistados están de acuerdo que las organizaciones son un factor importante para el desarrollo de un proyecto, ya que esta se involucra de manera directa e indirectamente, puesto que brindan el soporte necesario para alcanzar los resultados positivos hacia los beneficiarios.

Subcategoría 2: Actores sociales

Pregunta 7: ¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?

[...] es necesario contar con un actor social para resolver un proyecto social, eh sí, entendiendo, que la categoría de actor social de una u otra manera somos todos los involucrados, no, los que formamos parte de esta dinámica social que se quiere cambiar, entonces, sí claro, se necesita de participación para que esto se pueda agilizar lo más pronto posible.

Lic. Paloma Valqui Andrade

[...] claro, si es un actor social, claro que sí y si es conocido mejor todavía [...] un actor social que permita que las personas que participan de la proyección social se sientan identificadas serían muy importante [...] entonces si es necesario me preguntas yo creo que sí mientras más carismático y conocido sea este actor social el proyecto social podría salir mucho mejor todavía.

Mg. Christian castro silva

Interpretación

Los dos entrevistados concuerdan que los actores sociales son personas influyentes dentro de los proyectos, ya que buscan un mismo interés. Son los protagonistas por sus acciones, a su vez buscando una alternativa de solución.

Subcategoría 3: Recursos Donados

Pregunta 8: ¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?

Sí [...] son las líneas de inversión empresarial a través de responsabilidad social o valor invertido, o sostenibilidad, como más o menos de alguna u otra forma lo puedan identificar las empresas, este puede canalizarse a proyectos de cambio no, de todas maneras es bastante válido, es importante y creo que va a ser también mucho más provechoso para la ciudadanía emplear esos fondos, no, para justamente generar los cambios que se necesitan, no solo fondos públicos digamos, sino si es que pueden venir de terceros también, como objetivos claros específicos con rendición de cuentas transparente no tendría por qué haber inconvenientes no.

Lic. Paloma Valqui Andrade

Sí, yo creo que esa es la base también de la proyección social, los recursos donados y que estos recursos donados le den a estas empresas que van a donar un espacio donde puedan presentar sus marcas, donde ellos también puedan dar un pequeño discurso representado, ya sea por un actor social o de repente por un representante de esta organización [...] pero también tienen que contar con

recursos humanos con personal que te pueda dar la mano porque ósea la idea esta que el plan de desarrollo se pueda dar, pero tiene también que contar con los recursos necesarios ya sean recursos humanos en donativos en dinero transporte ósea hay una serie de logística hay un tema logístico que es muy importante y se tiene que tener en cuenta cuando se prepara un tema de proyección social.

Mg. Christian castro silva

Interpretación

Paloma y Christian concuerdan que los recursos donados son importantes, ya sea económicamente o donando materiales, convirtiéndose así aliados y con la idea de plantear un desarrollo sostenible.

Categoría 2: Feedback

Subcategoría 1: Receptor

Pregunta 9: ¿Cree usted que hoy en día el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?

Sería ideal que genere educomunicación como tal, pero tendría que ser, pues, un receptor empoderado o con ciertas características, digamos, entrenado por lo menos, este que tenga digamos esa capacidad desarrollada, porque claro puede hacer un proceso de información o de divulgación, oye es que comprendí esto y te cuento no, pero digamos que si lo que queremos es que nuestro receptor a su vez aplique educomunicación debemos prepararlo adecuadamente[...] si se espera que el receptor pueda generar ese proceso tengo que prepararlo o estar de pronto ser como una suerte de revisión si tiene las competencias necesarias para poder realmente ejecutar ese proceso de educomunicación como lo espero.

Lic. Paloma Valqui Andrade

Eso va a depender mucho del tipo de mensaje también que se envíe [...] el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo que va a generar

educación para estimular el desarrollo social tiene que ser un mensaje completo [...] el Feedback es muy importante, pero como te digo el mensaje enviado ahora tiene que ser un buen mensaje, el emisor se ha vuelto muy exigente, ya no te pide un mensaje cualquiera te pide un link un video o una foto, sí , el Feedback es importante, pero también hay que saber cómo hacerlo no.

Mg. Christian castro silva

Interpretación

Los dos entrevistados coinciden que para que genere educación la persona debe poseer una capacidad para informar de manera fluida y tener ciertas características, dependiendo también de qué mensaje va a dar a los participantes.

Subcategoría 2: Emisor

Pregunta 10: ¿Será importante el Feedback entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales?

Sí es necesario, ósea ningún proyecto, creo de comunicación, ninguna iniciativa de comunicación, por lo menos integral, deje de lado el feedback, la retroalimentación algún tipo de respuesta de parte del público y en un proceso de cambio con mayor razón tú necesitas ver una respuesta, de pronto no expresado en discurso, sino más bien en acción, que sería lo más ideal, lo más idóneo, porque justamente lo queremos es el cambio no, que se tome acciones , pero definitivamente es importante que haya el espacio para la retroalimentación [...]ver cuál es el fruto de esa campaña a través de la respuesta de la retroalimentación del público no.

Lic. Paloma Valqui Andrade

[...] el mensaje que va entre ellos que es el Cordón, es la es el hilo que va a llevar la información, ya no es un simple hilo, ahora ósea, ahora es un hilo que está decorado con un montón de cosas y a esto me refiero que el emisor el receptor se ha vuelto más exigente y el emisor se ha vuelto más detallista [...] si todos están conectados, si todos se dan excelentes mensajes durante el tiempo que dure la

proyección social, esa proyección social, ese objetivo que se van a trazar, va a ser un éxito.

Mg. Christian castro silva

Interpretación

La Lic. Paloma y el Lic. Christian están de acuerdo que el feedback y la retroalimentación es sin duda muy importante para poder visualizar las actividades de cada jornada, mostrando los aspectos positivos y negativos de cada proyecto a desarrollar. Ver si se apoya a una comunicación más interactiva con uno de los participantes.

4.1.1.2 Entrevista a especialista en sociología y desarrollo social.

Unidad de estudio 1: Educomunicación

Categoría 1: Promoción

Subcategoría 1: Persuasión

Pregunta 1: ¿Considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?

Sí, este es sumamente necesario, porque a veces hay mucho desconocimiento de que es el proyecto o programas social que va a intervenir en sus vidas y la gente no quiere, no están disponibles, al cambio, no.

Soc. Marco Sipan Torres

sí, obviamente que sí, sin embargo [...]la persuasión si no cala con los intereses reales de las personas no sirve para nada porque la mayor parte de proyectos fracasan [...] la persuasión es importante, pero más importante es involucrar a la gente desde el principio.

Lic. Eyner Romero Estrada

Interpretación

Los entrevistados concuerdan en que es importante la persuasión, Marco Sipan menciona que es necesario para que los participantes sepan de qué trata el tema y por su parte Eyner romero aclara que la persuasión debe calar con los intereses de los involucrados para que no haya algún fracaso de por medio.

Subcategoría 2: Publicidad

Pregunta 2: ¿Considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la Educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de desarrollo social?

Por supuesto y mucho de eso parte por conocer la realidad de cada uno de ellos [...] la gente no necesariamente conoce o no quiere que se toquen esos temas, así que hay que tener mucha capacidad para poder aumentar sus conocimientos de la población y todos ellos eh digamos que también crezcan en sus capacidades y conocimientos, en su educación para que puedan eh ser parte del proyecto y en todo caso este desde la comunicación del desarrollo como tú mencionas, la educomunicación es importante para que pueda eh salir de manera digamos eficiente o cumpla todos sus objetivos, los proyectos que se generen no.

Soc. Marco Sipan Torres

Es una herramienta más, se usa la publicidad social, el marketing social, etcétera, son una herramienta más que se utiliza en estos procesos de Desarrollo Social, para lograr cambios en la gente y cambios positivos constructivos[...]la publicidad y todas las herramientas deben ser utilizadas sí.

Lic. Eyner Romero Estrada

Interpretación

Los entrevistados mencionan que sí es importante, dejando en claro que es una herramienta que debe ser usada de manera positiva para alcanzar algún cambio o dar a conocer algún tema de acuerdo al proyecto que se está desarrollando.

Categoría 2: Redes sociales

Subcategoría 1: Publicación

Pregunta 3: ¿Las publicaciones que se realicen en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de su ejecución?

Sí, creo que estamos en una situación pospandemia, donde el impacto de la tecnología, de la comunicación y de las redes sociales en particular ya forman parte de la vida de todos, quizás, antes de la pandemia podríamos decir que parte de las redes sociales había que utilizar otras formas de comunicación, como el hecho de hacer talleres o cosas presenciales o ir de casa en casa, pero ya ahora con esta nueva situación la mayoría de personas cuenta con algunos dispositivos entran redes sociales y casi se ha vuelto como la forma principal de comunicación también en este caso para los proyectos de desarrollo.

Soc. Marco Sipan Torres

Claro, como apoyo está bien porque hay que tener en cuenta que las redes sociales apuntan a un público objetivo que tiene internet y que tiene facilidad de internet y facilidad de a las redes sociales[...] las redes sociales, entonces para evidenciar los resultados de un proyecto claro que está muy bien, yo también las uso, pero digamos para generar cambios , generar cambios básicamente en un tema de promoción, difusión, muestra de lo que se está haciendo.

Lic. Eyner Romero Estrada

Interpretación

De acuerdo con las respuestas que los entrevistados brindaron las publicaciones que se realizan si sirven de apoyo, Marco Sipan menciona que las redes sociales se han vuelto la principal forma de comunicación y Eyner romero resalta que sería importante que estas generen cambios positivos en los participantes.

Subcategoría 2: Facebook

Pregunta 4: ¿Cree usted que Facebook es la red social más usada como para poder realizar publicaciones de cómo se van desarrollando proyectos educomunicativos?

Hay que diferenciar los territorios, creo que Facebook es todavía eh la red social más grande y de mayor impacto en las regiones del país, en especial las zonas andinas que tienen conectividad y para las personas que de treinta años para arriba de lima si hay digamos la introducción de otro tipo de redes sociales como Tik Tok e Instagram no.

Soc. Marco Sipan Torres

Facebook[...]es una de las herramientas más poderosas que hay para crear comunidades, para crear páginas, etcétera y para promover, en todo caso este digamos mostrar los resultados de un proyecto, entonces sí creo que es una de las más importantes, posiblemente el más importante [...] en realidad es la masiva, pero si lo que una forma rápida la más importante es que hay.

Lic. Eyner Romero Salazar

Interpretación

Tanto Marco Sipan como Eyner Romero concuerdan en que la red social de Facebook es una de la más grande, referente a expansiva y además importante debido a la gran cantidad de usuarios que tiene, Marco Sipan resalta que esta red tiene más impacto en zonas andinas.

Subcategoría 3: Interacción

Pregunta 5: ¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?

Sí, porque si no hay esa interacción se pierde el interés por parte de esa población, no de parte de la población objetivo o de los beneficiarios, digamos no

por eso que es importante permanentemente la comunicación, actividades comunicativas para que mantenga la expectativa sobre el proyecto en la población.

Soc. Marco Sipan Torres

siempre debe haber esta interacción [...] la interacción tiene que ser desde el principio horizontal, no, no uno que llega como el experto, si uno sabe todo, tú no sabes nada no, o que no lo diga, lo aparente, lo siente, no es así o sea si uno va con una mirada horizontal las cosas resultan mejor.

Lic. Eyner Romero Salazar

Interpretación

Los entrevistados dan su punto positivo en cuanto a la respuesta, ya que consideran que es necesaria la adecuada interacción entre todos los involucrados en el proyecto, siendo así que Marco Sipan menciona que sin ella se pierde el interés por el proyecto y Eyner Romero recalca que la interacción debe ser horizontal, es decir, correcta sin necesidad de soberbia o ego por parte de él o los encargados.

Unidad de estudio 2: Desarrollo social

Categoría 1: Alianzas estratégicas

Subcategoría 1: Organizaciones

Pregunta 6: ¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?

Sí, porque a partir de las organizaciones sociales uno tiene el conocimiento sobre las necesidades que en todo caso exigen o que de todas maneras están demandando o son permanentes en las localidades y cuando uno ejecuta un proyecto social son las comunidades las que ante las adversidades o en todo caso ayudan a que mejoren o más rápidamente se puedan realizar de las actividades del proyecto no.

Soc. Marco Sipan Torres

[...] las organizaciones sociales de cualquier tipo, juveniles, parroquiales y religiosas políticas cualquiera de ellas es importantes porque los seres humanos organizados tienen una capacidad de moderna capacidad de defensa[...] estas alianzas con otras organizaciones de campesinos, de agricultores, de regantes comunidades campesinas asociaciones de transportistas etcétera es muy importante dependiendo del proyecto al cual nosotros vamos [...]

Lic. Eyner Romero Estrada

Interpretación

Tanto Marco Sipan como Eyner Romero mencionan que las organizaciones son un factor clave para los proyectos, en este caso Marco Sipan aclara que en oportunidades los proyectos se realizan rápidamente con el apoyo de estas y Eyner Romero menciona que las organizaciones mejoran la capacidad de defensa en cada proyecto.

Subcategoría 2: Actores sociales

Pregunta 7: ¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?

Si porque alguien tiene que darle la cara a la población.

Soc. Marco Sipan Torres

Todos somos actores sociales en cuanto estamos en campo [...] las personas que generan los cambios, o sea un actor social, puede ser el cura de la parroquia individual, puede ser el líder comunal, acto individual o puede ser la propia comunidad como un actor colectivo y un sistema social [...]

Lic. Eyner Romero Estrada

Interpretación

Las respuestas de los participantes nos aclaran que es fundamental un actor social, puesto que si no lo hay no se llevarán a cabo los proyectos, además Eyner Romero resalta que todos podemos ser actores sociales cuando deseamos generar algún cambio en nuestra comunidad.

Subcategoría 3: Recursos Donados

Pregunta 8: ¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?

Sí, por supuesto, el estado tiene algunos tipos de proyectos de acuerdo a los sectores, pero no logra cubrir a toda la población, en general no, entonces las empresas están a partir de la responsabilidad social trabajando en proyectos para mejorar las condiciones y la calidad de vida de las personas.

Soc. Marco Sipan Torres

Yo creo que sí creo que sí creo que se puede trabajar muy bien con la empresa, las empresas al final siempre buscan una retribución en imagen o económica o en lealtad [...] pero la empresa también debiera digo entre comillas, tendrá una obligación con la Comunidad [...]

Lic. Eyner Romero Estrada

Interpretación

Marco Sipan y Eyner Romero concuerdan en la respuesta, siendo así que asienten a que los recursos donados son de gran apoyo en el proyecto, dejando en claro también que muchas empresas logran un beneficio al donar estos recursos, ya que su marca consigue acogida por formar parte de los proyectos sociales.

Categoría 2: Feedback

Subcategoría 1: Receptor

Pregunta 9: ¿Cree usted que hoy en día el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?

Sí, pero habría que tener también responsabilidad porque el hecho de no ser una comunicación cara a cara o face a face como se dice, también puede tergiversar unas cosas y también, así como ayudan todos estos aparatos tecnológicos de la comunicación a dar una comunicación[...].

Soc. Marco Sipan Torres

El feedback con la retroalimentación siempre es bueno [...] la comunicación es mucho más que transferencia de información, la comunicación es relacionarse con la gente

Lic. Eyner Romero Estrada

Interpretación

Los entrevistados resaltan que el Feedback debe ser emitido con responsabilidad y además generar una relación positiva entre todos los participantes.

Subcategoría 2: Emisor

Pregunta 10: ¿Será importante el Feedback entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales?

Claro ósea, una buena interacción podría agilizar muchos las cosas, inclusive la misma población, a veces este está más predispuesta a dar más cosas en apoyo a que el proyecto continúe, no por ejemplo en zonas rurales, a veces sucede que la población si logra concientizar o logra también sensibilizarse del proyecto pone la mano de obra para un sin fin de actividades que los proyectos sociales requieren no.

Soc. Marco Sipan Torres

En relación con la respuesta anterior, no hay posibilidad de hacer comunicación sin retroalimentación, no hay posibilidad de comunicación [...] es importante esta relación, resulta esta retroalimentación y en relación constante con la gente.

Lic. Eyner Romero Salazar

Interpretación

Los entrevistados comentan que sí es importante el feedback, Marco Sipan aclara que si se da correctamente los participantes estarán dispuestos a seguir participando en el futuro, y Eyner Romero menciona que él así habrá una relación constante con la gente.

4.1.1.3 Entrevista a representante de ONG

Unidad de estudio 1: Educomunicación

Categoría 1: Promoción

Subcategoría 1: Persuasión

Pregunta 1: ¿Considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?

[...] respondiendo a tu pregunta, considero que la persuasión es fundamental, todo proceso comunicativo tiene como propósito junto a la información, persuadir para dar a conocer que es importante, y para eso somos comunicadores estratégicos, necesitamos que esa información que genera conocimiento, persuada, es decir, convenza a nuestras audiencias para lograr el objetivo de los proyectos que desarrollamos.

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

José Ulloa manifiesta que la persuasión es importante en todo proyecto social, a su vez persuada a la audiencia buscando lo que le interesa la gente para lograr los objetivos.

Subcategoría 2: Publicidad

Pregunta 2: ¿Considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la Educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de desarrollo social?

La publicidad como una disciplina de comunicación tiene una serie de técnicas para lograr informar y persuadir, que creo que es importante utilizarla, aplicarla en los proyectos de desarrollo, pero no solamente en la publicidad, en ese sentido es importante que nuestros proyectos educativos nosotros incorporamos otras disciplinas de diferentes técnicas como la comunicación corporativa o como el periodismo, como la publicidad, que son importantes.

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

El entrevistado José Ulloa considera que la publicidad es una técnica importante para lograr difundir las actividades aplicadas dentro de cada proyecto social, teniendo una mirada más holística, teniendo los objetivos bien planteados.

Categoría 2: Redes sociales

Subcategoría 1: Publicación

Pregunta 3: ¿Las publicaciones que se realicen en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de su ejecución?

[...] Las redes sociales, las plataformas digitales de comunicación virtual, no deben estar limitadas a dar cuenta o difundir los avances de un proyecto, ya que pueden tener otros objetivos, como por ejemplo sensibilizar, informar, convocar,

recordemos que las plataformas digitales lo que buscan en el ámbito del mundo virtual es la interacción, puesto que esta es fundamental [...]

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

José Ulloa comenta que las redes sociales no necesariamente son una herramienta de difusión, sino que debemos seguir buscando más estrategias digitales para sensibilizar e informar a la población.

Subcategoría 2: Interacción

Pregunta 4: ¿Cree usted que Facebook es la red social más usada como para poder realizar publicaciones de cómo se van desarrollando proyectos educomunicativos?

Depende del público objetivo [...] la idea es qué tipo de contenido consumo, cuál es el sentido del uso que yo le doy a esa plataforma, entonces yo creo que hay que estar muy atentos a ese tipo de aspectos en la dinámica del consumo que tienen las personas o que tenemos las personas respecto a las plataformas de comunicación no solamente que tanto tiempo para el Facebook, sino qué tipo de información consumo información, sino qué tipo de información comparto.

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

Para José Ulloa, Facebook será tocado dependiendo de su público objetivo, dependiendo también de que tema consume e informe, como de igual manera qué tipo de información se comparte y esto me genera interés.

Subcategoría 3: Facebook

Pregunta 5: ¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?

{...} Todo proceso de comunicación que tiene que ver con la Transformación Social, con el cambio social, es importante tener en cuenta qué lo que buscamos es empoderar a las personas para que puedan tener una participación activa en ese proceso de transformación, considero que es fundamental que los contenidos que generamos fluyan en los diferentes espacios de comunicación que se van a plantear en nuestros proyectos [...]

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

José Ulloa es importante el proceso de comunicación, pero que busca empoderar a las personas, que genere participación ciudadana y esto genere transformación de desarrollo sostenible.

Unidad de estudio 2: Desarrollo social

Categoría 1: Alianzas estratégicas

Subcategoría 1: Organizaciones

Pregunta 6: ¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?

Sí, son fundamentales, debemos sumar esfuerzos para lograr que estos proyectos, estas iniciativas funcionen, de manera aislada, no logramos mucho, no podemos hacer las cosas, podemos avanzar de repente, pero podríamos ser mucho más, generar un impacto mucho mayor, si es que sumamos esfuerzos, esto permitirá que haya compromiso y participación por parte de las organizaciones para ayudar a la población.

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

José Ulloa comenta que las organizaciones son fundamentales, siendo así que agregan un valor importante a los proyectos sociales, ya que a veces es difícil que una sola persona realice el proyecto.

Subcategoría 2: Actores sociales

Pregunta 7: ¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?

Desde la perspectiva del desarrollo social y local, se considera a los actores sociales como individuos o grupos de individuos que se ven afectados directa o indirectamente por un proyecto, así como un conjunto de actividades planificadas para un determinado período de tiempo con el objetivo de compartir épocas, recursos y tecnologías para reparar las grietas en la realidad. [...] Son personas u organizaciones cuyas actividades tienen trascendencia social y humanitaria. Pueden estar representados en grupos sociales, grupos comunitarios, ONG, sindicatos con objetivos de largo alcance.

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

El entrevistado considera que, si es necesario, además, recalca quienes pueden ser los actores sociales que participen en el proyecto de desarrollo social.

Subcategoría 3: Recursos Donados

Pregunta 8: ¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?

[...] Se necesita dinero, se necesita recursos, se necesita materiales diversos, es obviamente importante contar con ellos, así que se debe hacer un mapeo de actores, por un lado, pero también un mapeo de fuentes de financiamiento, entonces ahí buscas alinear lo tuyo, a estas o estos cooperantes o posibles cooperantes que identifiques.

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

José Ulloa afirma que es necesario estos recursos, además que todo depende del proyecto que se realice y de cómo se soliciten estos donativos, fuera de ello recomienda hacer un mapeo de empresas que estarían dispuestas apoyar con las donaciones.

Categoría 2: Feedback

Subcategoría 1: Receptor

Pregunta 9: ¿Cree usted que hoy en día el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?

Si entendemos la comunicación como un proceso novela, de comunicación, de interacción humana en la que se intercambia información, el flujo de información va de ida y vuelta, emisor, receptor en un momento, y es importante que comprendamos que el receptor no es un ser pasivo, no, no, es un almacenamiento, es un recipiente donde va a recibir y almacenar información que el emisor elimina.

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

El entrevistado aclara que sí, ya que el receptor en la actualidad está en constante actividad de aprendizaje y además comparte lo que aprende.

Subcategoría 2: Emisor

Pregunta 10: ¿Será importante el Feedback entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales?

[...] para ese feedback que estamos buscando, hay que comenzar a humanizar también esa retroalimentación, así podremos comprender si hay o no necesidad de interactuar de manera empática en los proyectos sociales.

José Antonio Ulloa Cueva

Interpretación

Es necesario la retroalimentación, confirma el entrevistado, ya que se da en todos los ámbitos de la comunicación humana, siendo así que se logrará saber si se han cumplido o no los objetivos.

4.1.2 Resultado del instrumento N.º 2: Ficha de observación

La investigación realizada busca darle respuesta al siguiente problema principal
¿Cuáles son las características de la educomunicación como base de la
elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras”
Lima 2022?

Además, se aplicaron fichas de observación a los talleres que se realizaron en el comedor Madres Emprendedoras para poder entender de mejor manera como entra a tallar la investigación realizada. Es así que el instrumento está organizado de acuerdo a las categorías y subcategorías establecidas en el proyecto de investigación.

Por consiguiente, se pasa a representar los talleres realizados en el comedor que han sido estudiados y para continuar se presentaran 8 fichas de observación, 4 por cada taller y unidad temática, siendo así que 2 fichas son de la categoría de promoción, 2 de la categoría redes sociales, 2 de la categoría alianzas estratégicas y 2 de la categoría feedback.

FOCUS GROUP

Se realizó para recaudar las opiniones de los participantes mediante una reunión virtual, en el cual se realizaron preguntas para saber su apreciación y satisfacción que había en el tiempo de participación de los talleres, se les realizo 8 preguntas al azar.

PREGUNTAS	PARTICIPANTE Nro. 01	PARTICIPANTE Nro. 02	PARTICIPANTE Nro. 03	PARTICIPANTE Nro. 04	PARTICIPANTE Nro. 05	PARTICIPANTE Nro. 06
1.- Qué le pareció el taller de bolsas ecológicas?	<p>Sra. Verónica</p> <p>[...] Fue la primera vez que realicé mi bolsita y me gusto como quedo con las perlitas más que nada [...]</p>	<p>Sra. Kelly</p> <p>[...] bueno a mí con el taller de las bolsitas que realizamos, me pareció muy útil no, porque nos enseñaron a cómo decorarla, a ser más creativas, creo no al decorar nuestras cositas[...]</p>	<p>Sra. Elizabeth</p> <p>A mí me pareció muy bueno y me pidieron varias bolsas y lo vendí [...]</p>	<p>Sra. Celia</p> <p>Yo también igualito las bolsitas, las utilicé algunas para llevar almuerzo a mi hija al colegio, y estaba hermoso las bolsitas [...]</p>	<p>Brigith: Señorita, buenas tardes, hice las bolsas y también he vendido 4 y el resto está para terminar.</p>	<p>Sra. Ruth</p> <p>Sí estaba bien señorita, me gustaron las bolsitas, decorarlas , me gustó, y las plantitas también estoy cuidando como si fuera una</p>

Interpretación: Después de haber realizado la pregunta correspondiente y analizado las respuestas que se brindaron, se puede observar que estas fueron del todo positivas, evidenciando que los talleres fueron buenos, pues se logró cumplir con el objetivo de captar la atención de los participantes y motivarlos a lograr con éxito el desarrollo de este, provocando a su vez el interés necesario para involucrar al 100 por ciento a cada uno de los integrantes para que no desistiera de realizarlo.

2.- ¿Qué taller le llamó más la atención?

Sra. Kelly

A mí me llamó la atención como con las perlitas, como pintarlas, eso es lo que más me llamó la atención, porque nos enseñó algo nuevo[...]

Sra. Elisabeth

[...]a mí más me había gustado de las plantas con insecticidas, como para mantenerlas, como para sembrar, todo ello. [...]

Sra. Celia:

Y la plantita mía también, la plantita yo le he plantado y se murió, entonces de nuevo le he plantado otra plantita para que siquiera recuerde señorita.

Sra. Verónica

Fue algo sorprendente decorar las bolsitas, más que nada las perlitas, porque el pintado nos estaba saliendo okay, pero en las bolsitas blancas y sobre las plantas, hasta el día de hoy mi planta también ya está en proceso[...]

Interpretación: Al obtener las respuestas de las participantes y descubrir el interés que tuvieron por los talleres notamos que no solo les gustó uno, sino que los dos cumplieron con el objetivo de llamar la atención de los involucrados, claro está que esto se hizo con la necesidad de que todos los implicados puedan ser conscientes del gran fortalecimiento que les trae aprender nuevas cosas para obtener un mejor desarrollo en su comunidad, en este caso el objetivo fue que estos talleres los hicieran autosostenibles es decir puedan aprender nuevas formas de generar ingresos desde sus hogares.

3.- ¿Qué es lo que más le gustó de los talleres?

Sra. Elisabeth

Ambas estaban bonitas, no, claro, yo sé bordar, pero nunca había hecho con perlititas y esta vez hicimos con las perlititas y es algo nuevo[...]

Interpretación:

A lo largo de la entrevista hecha se destaca mucho el hecho de haber aprendido a decorar las bolsitas de maneras diferentes a las comunes, es por ello que cuando se decide realizar proyectos sociales se debe realizar primero una investigación de lo que participantes saben o no, esto con el fin de implementar cosas nuevas, pero que sean desarrolladas con facilidad, por ello la implementación de nuevas formas de decorar bolsos permitió que los participantes aprendan con destreza una muy buena manera de decorarlos, que como en todo proyecto al inicio les pareció dificultoso, pero con el tiempo ellos fueron logrando absorber lo que tenían que hacer para continuar con los procesos de los talleres, esto se logró en la mayoría de participantes, y llegamos a esta conclusión porque la mayoría menciona que les gusto esa técnica de decoración.

4.- ¿Le gustaría seguir participando de talleres parecidos?

Sra. Elisabeth

Sí, a mí me gustaría seguir participando en otros talleres si me gustaría.

Sra. Kelly

Señorita, a mí también me gustaría seguir aprendiendo, o participar en más talleres que usted nos pueda brindar.

Sra. Verónica

Sí, señorita, sería algo genial que ustedes nos sigan apoyando en el aprendizaje de lo que es en el taller[...]

Interpretación: *Por otra parte, se evidencia que la participación es un espacio de aprendizaje que fortalece además las habilidades de los participantes y el compromiso con lo que están elaborando o se proyectan a cumplir, al terminar los proyectos se realiza una breve retroalimentación para diagnosticar si se cumplieron los objetivos y entre uno de ellos está que lo que se realizó tenga una buena acogida y pase hacer recomendado o en todo caso apto para poder desarrollarse en otros lugares, es así que obtenemos respuestas positivas por las personas que participaron de los talleres demostrando a su vez que están deseosas de poder seguir con talleres similares para mejorar su conocimiento, habilidades y calidad de vida según la sostenibilidad que tenga el proyecto.*

5.- ¿Qué otros talleres les gustaría realizar?

Sra. Verónica:

[...]me gustaría aprender del biohuerto porque es muy importante tener nuestros propios frutos, y asesorarnos más con las bolsitas [...]

Sra. Elizabeth:

Peinados también puede ser peinado, me gustaría aprender ese taller[...] en otros talleres como usted decía en manicura, peinados, bordados, no sé, talleres que podamos aprender, tal vez con eso que aprender generamos nuestros propios ingresos[...]

Interpretación: Los resultados fueron en su mayoría favorables, siendo así que estos se toman como requisitos necesarios para considerar que los objetivos trazados en el proyecto se logró según la planificación y no solo ello, sino que fue tan efectivo que los participantes desean que los talleres continúen e incluso sean incorporados más talleres a beneficio de su comunidad.

6.- ¿Recomendaría estos talleres con sus vecinos?

Sra. Elizabeth

Sí, sí lo recomendaría, porque es bonito, hacer estas bolsitas o hacer cualquier taller es bonito, aprendes algo nuevo[...]

Sra. Verónica

Sí, señorita, esté a mi parecer, es muy importante seguir capacitándonos en un taller, no, así como el vecino Fabián sentía que no podía, pero fue que una motivación[...].lo logró y lo hacía mejor que yo creo todavía su pintado[...]

Interpretación: Después de observar que los talleres en su mayoría fueron beneficiosos y además permitieron el desarrollo de nuevas capacidades de comprensión y de acción, a nivel personal y de todos los participantes del comedor, evidenciamos que cada involucrado accede a mencionar que estaría dispuesto a recomendar el taller que le brindó información valiosa con sus amistades, además de recalcar que no solo aprendieron a decorar, sino a motivarse entre todos para que nadie se rindiera y se quede sin aprender, la unidad mantuvo al grupo en constante motivación para cumplir con el objetivo de terminar cada bolso que se les entregó.

7.- ¿Las personas encargadas de los talleres dictaron de manera adecuada?

Sra. Celia

Fue un hermoso, fue, nos enseñó con manera, paciencia, talento, nos enseñó, decíamos algunas mamitas, no puedo, yo sí, vamos a poder, así decíamos hasta el señor Marino hizo su bolsa.

Sra. Kelly

Sí, señorita, nos enseñó con paciencia, si no sabíamos algo ahí estaban apoyando nos daban aliento para seguir ahí continuando con las bolsitas, si tuvieron mucha paciencia.

Sra. Ruth

[...] les agradezco a ustedes señoritas por enseñarnos hacer las bolsitas.

Interpretación: El buen funcionamiento de los proyectos dependerá de cómo es que son organizados, por lo tanto, tienen que ser liderados y dictados con la mayor precisión, coherencia y responsabilidad posible, en cada taller hubo una preparación de por medio, si bien es cierto los talleres fueron dictados por personas con capacitadas en los temas a tratar en este proyecto los que dictaron y organizaron todo son las alumnas de ciencias de la comunicación, quienes se capacitaron de la mejor manera posible para que a la hora de enseñar a los participantes estos puedan captar en brevedad todo lo

enseñado, al término de cada clase se realizaba un pequeño resumen de lo tratado para que los participantes pudieran señalar cualquier duda y esta sea resuelta, es así que las respuestas reflejan el empeño y disposición que tuvieron las que dictaron cada taller.

8.- ¿Considera que si estos talleres sé siguen desarrollando habrá una mejora?
¿Sostenible y educativa en su entorno?

Sra. Elizabeth:

Con las plantas, si ahorita en estos tiempos creo donde estamos sentados no había la escalera y ahorita pensamos plantar al costado de las escaleras, plantar plantitas[...]

Interpretación: Todo proyecto se desarrolla en etapas de manera ordenada, desde la idea original hasta el análisis de sus resultados sean positivos o negativos, pero en la mayoría como todo organizador se busca que este cumpla el mayor objetivo de tal, que es generar desarrollo sostenible en la comunidad, grupo o involucrados que forman parte del proyecto, si bien es cierto no fue extenso el beneficio, pero si hay cosas que cambiaron en la comunidad involucrada, como ya se observa, antes era escaso encontrar plantas en el lugar desértico en el que está el comedor, pero ahora cada madre tiene un pequeño espacio en su hogar que se dota como haría verde, fuera de ello aprendieron a realizar decoraciones que no solo se pueden usar en bolsos, sino en diversos materiales, la mayor satisfacción de elaborar un proyecto de desarrollo social es escuchar a los beneficiados mencionar que se ha logrado cambios en su comunidad o en sus hogares.

Ficha de observación N° 1

UNIDAD TEMÁTICA 1: EDUCOMUNICACIÓN

CATEGORÍA 1: PROMOCIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN 1
EDUCOMUNICACIÓN
CATEGORÍA 1: PROMOCIÓN

(Taller de estampados y decoraciones en bolsos ecológicos)



SUBCATEGORÍAS

Aplicación en el Desarrollo del proyecto

Interpretación

<p><i>Persuasión</i></p>	<p><i>Es necesario incluir la persuasión en el momento de ejecución de los proyectos en beneficios de la ciudadanía, no con el supuesto de insertar en ellos algún tipo de creencias, sino con el puesto de persuadir de manera motivacional en su comportamiento, El taller fue promocionado por redes sociales y además de manera presencial, durante todo el proceso del taller de estampados y decoraciones se buscó insertar el pensamiento de positivismo en las madres, esto al momento de realizar las decoraciones en los bolsos debido a que muchas de ellas sentían que no tienen el talento o la creatividad para decorar los bolsos ecológicos, con el tiempo esto fue cambiando y lograron terminar los bolsos con paciencia y buenos diseños.</i></p>	<p><i>En el taller de estampados y decoraciones de bolsos ecológicos hubo más interés y acción por parte de los participantes y de los encargados del taller, puesto que hubo más inversión tanto de dinero como de tiempo para lograr el objetivo del proyecto, es decir, que las madres puedan realizar estos bolsos para que los vendan y además puedan aprender a realizar alguna actividad en su tiempo de ocio, ya que muchas de ellas para ese entonces no contaban con un trabajo determinado y además la mayoría eran amas de casa. Los integrantes con los que se contaban eran pocos, pero se logró que ellos puedan iniciar, asistir y concluir con el estampado de sus bolsos.</i></p>
<p><i>Publicidad</i></p>	<p><i>Para iniciar este taller se realizó una pequeña presentación virtual con las representantes del comedor, siendo así que deseábamos captar su atención para que el taller sea aprobado y puedan invitar a los demás participantes, la idea de realizar una presentación con imágenes de los diseños motivó a muchas madres a estar deseosas de participar si se les tenía la paciencia suficiente para poderles enseñar los tipos de decoración en los bolsos ecológicos, fuera de ello se realizaron invitaciones vía estados de WhatsApp y Facebook en las cuentas de los encargados y de la presidenta del comedor esperando que más personas se puedan unir al taller.</i></p>	<p><i>En el taller de estampados y decoraciones de bolsos ecológicos hubo más interés y acción por parte de los participantes y de los encargados del taller, puesto que hubo más inversión tanto de dinero como de tiempo para lograr el objetivo del proyecto, es decir, que las madres puedan realizar estos bolsos para que los vendan y además puedan aprender a realizar alguna actividad en su tiempo de ocio, ya que muchas de ellas para ese entonces no contaban con un trabajo determinado y además la mayoría eran amas de casa. Los integrantes con los que se contaban eran pocos, pero se logró que ellos puedan iniciar, asistir y concluir con el estampado de sus bolsos.</i></p>

Ficha de observación N° 2

UNIDAD TEMÁTICA 1: EDUCOMUNICACIÓN
CATEGORÍA 1: PROMOCIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN 2
EDUCOMUNICACIÓN
CATEGORÍA 1: PROMOCIÓN

(Taller de Biohuerto casero)



SUBCATEGORÍAS	Aplicación en el Desarrollo del proyecto	Interpretación
<p><i>Persuasión</i></p>	<p><i>El taller del Biohuerto fue el que tuvo menor duración, es así que los participantes tuvieron menos participación de ello, fuera de ello el especialista con el que se contaba al inicio del proyecto tuvo inconvenientes para presentarse en las fechas indicadas, es así que se toma un rumbo diferente, en el que se decide hablar de la importancia del cuidado del medio ambiente y de las plantas y se decide imprimir información que incide en cómo cuidar la planta que se les iba a entregar al final del taller, con esto se consiguió el interés de los participantes, quienes en el día de la entrega estaban preparados para poner en práctica el cuidado de la planta sea fruta o verdura.</i></p>	<p><i>Al no darle el tiempo suficiente se pierde un poco el objetivo del proyecto, si bien es cierto se pudo brindar información no es lo mismo escuchar algo que ponerlo en acción en el campo, en este caso fuera del inconveniente que pudo suscitar no hubo la publicidad adecuada para lograr captar el suficiente interés en lo que se tenía pensado realizar, la</i></p>

<p><i>Publicidad</i></p>	<p><i>Debido al tiempo y la premura, de igual manera antes de iniciar con el taller se hizo una breve exposición para referirse a cómo se iba a elaborar el taller, en este caso se hicieron más invitaciones de forma presencial que en redes, en redes sociales solo se coordinó las fechas y asistencias, se hizo publicidad mediante reuniones con los participantes al término del taller de estampados, se recalca que el mismo número de integrantes del taller de estampados se contó en el taller de Biohuerto.</i></p>	<p><i>persuasión y publicación tuvieron muy poca cabida en este taller y por ende También no hubo un buen funcionamiento en el proceso, faltando a su vez la motivación necesaria para el cuidado de la planta, el que se les entregó al concluir el taller.</i></p>
--------------------------	--	--

Ficha de observación N° 3
UNIDAD TEMÁTICA 1: EDUCOMUNICACIÓN
CATEGORÍA 2: REDES SOCIALES

FICHA DE OBSERVACIÓN 3
EDUCOMUNICACIÓN
CATEGORÍA 2: Redes sociales

(Taller de estampados y decoraciones en bolsos ecológicos)



SUBCATEGORÍAS

Aplicación en el Desarrollo del proyecto

Interpretación

<p><i>Publicación</i></p>	<p><i>Las redes sociales usadas por el comedor son WhatsApp y Facebook, en este caso estas plataformas fueron de gran ayuda no solo para comunicarse lo que conlleva realizar el taller, sino también para realizar publicaciones de cómo se elaboraban los bolsos, esto animaba a todos los participantes a continuar asistiendo a las clases que se les brindaba, las publicaciones que existen en las redes son del transcurso y fin del taller.</i></p>	<p><i>La red social tiende a ser muy importante según al público objetivo al que te dirijas, en este caso durante todo el proyecto se vio usado el tiempo solo en dictar los talleres, más no en mejorar las redes, que pudo ser un gran aliado para el ingreso de más integrantes y a su vez beneficiados, si Bien es cierto, se les enseñó cómo vender por la plataforma de Facebook, faltó el asesoramiento adecuado para que se mejoren las publicaciones y la página cuenta con más seguidores o amigos que puedan visualizar lo que se estaba desarrollando, Se puede observar que pudo hacerse más por Parte de los organizadores en cuanto a la mejora de redes sociales y publicidad, pero esto nos lleva a concluir que es muy importante promocionar los talleres para que haya más participantes con ganas de mejorar sus conocimientos y habilidades en cuanto a los talleres que se dictaron.</i></p>
<p><i>Interacción</i></p>	<p><i>Al observar La red de Facebook de comedor, podemos ver reflejado que la interacción que hay no es mucha , pero sus publicaciones en general si cuentan con comentarios y reacciones, en el caso de las fotografías que se publicaron del desarrollo de los talleres se evidencia que no existen comentarios, pero si algunas reacciones, fuera de ello al inicio del proyecto la red social contaba con pocos seguidores, a la actualidad han aumentado y casi se llega a los 200 amigos.</i></p>	
<p><i>Facebook</i></p>	<p><i>Esta red es la más usada por las madres del comedor, en ella se publican los almuerzos, como es su elaboración, además de invitaciones, misas, actividades en general propias del comedor, como antes se mencionó algunas publicaciones cuentan con interacción y otras no, está página cuenta con 193 amigos, no es cuenta que sea abierta al público y que permita que la sigan, para poder ver su información detallada se les tiene que mandar una solicitud de amistad y previamente ser aceptados, no cuenta con información en su página de presentación que detalle que es un comedor o invite a participar del involucramiento en este, las publicaciones no son diarias, pero al tener a todas las participantes como amigos en común se facilitó que puedan ver que se realizaban los talleres en el comedor.</i></p>	

UNIDAD TEMÁTICA 1: EDUCOMUNICACIÓN
CATEGORÍA 3: REDES SOCIALES

FICHA DE OBSERVACIÓN 4
EDUCOMUNICACIÓN
CATEGORÍA 2: Redes sociales

(Taller de Biohuerto casero)



SUBCATEGORÍAS	<i>Aplicación en el Desarrollo del proyecto</i>	<i>Interpretación</i>
<i>Publicación</i>	<i>En cuestiones de publicación, como ya se mencionó en las anteriores fichas por tiempo y premura, este taller no contó con publicaciones en redes, en este caso se hicieron intervenciones vía WhatsApp en el grupo general, donde además por un tiempo determinado se pidieron fotos para poder observar cómo iba el cuidado de las plantas, siendo así que no hubo una respuesta inmediata, pero hubo uno que otro integrante que mandó Su fotografía.</i>	<i>Tanto el inicio y clausura del taller se vieron perjudicados por la poca intervención que hubo por parte de los encargados, además las redes sociales fueron ignoradas, siendo una de las principales fuentes de comunicación de los integrantes y sus vecinos, todo fue</i>

<p><i>Interacción</i></p>	<p><i>Para brindar información sobre este taller el WhatsApp fue más efectivo, como ya se mencionó, la especialista encargada del dictado del taller no se presentó por muchos inconvenientes presentados, pero la información fue dada por las integrantes, por motivos de tiempo no se llegaron a publicar las fotografías del proceso, pero sí de la entrega de las plantas en las historias de las redes.</i></p>	<p><i>usado con mínima atención sabiendo que la era digital está primando en la mayoría de ciudadanos y la red que usa el comedor es la que más se usa por los participantes que cumplen con las características que tiene el público Objetivo de la plataforma de Facebook.</i></p>
<p><i>Facebook</i></p>	<p><i>Vía Facebook no se observaron publicaciones de por medio del proceso de este taller, teniendo en cuenta que hubiera sido muy beneficioso, ya que se pudo haber invitado a los vecinos a recibir la información brindada para que puedan incidir en mejorar sus áreas verdes, por este lado hubo un descuido por parte de los integrantes del taller y los encargados al no usar la red social de Facebook, siendo que esta es la más usada por los participantes del comedor.</i></p>	

Ficha de observación N° 5
UNIDAD TEMÁTICA 2: DESARROLLO SOCIAL
CATEGORÍA 1: ALIANZAS ESTRATÉGICAS

FICHA DE OBSERVACIÓN 1
DESARROLLO SOCIAL
CATEGORÍA 1: ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Taller de estampados y decoraciones en bolsos ecológicos



SUBCATEGORÍAS	<i>Aplicación en el Desarrollo del proyecto</i>	<i>Interpretación</i>
Organizaciones	<p><i>Para el taller de los bolsos, las organizaciones apoyaron a un nivel mínimo, ya que no estuvieron de manera presencial, pero si hubo donaciones como, por ejemplo, los bolsos, las perlitas, hilos, para la decoración, asimismo contamos con una empresa por la cual apoyó con un tanque, puesto que el comedor no tenía. Donaciones que a su vez se volvieron encajables para lograr los objetivos y mostrar resultados positivos en el camino.</i></p>	<p><i>Para el taller de estampados se manejaron de la mano las tres categorías, las organizaciones apoyaron de manera indirecta, los actores sociales de manera directa, y a su vez los recursos donados por cada participante fueron esencial para que el proyecto siga su camino.</i></p>

Actores Sociales	<i>Los actores sociales, como parte también importante dentro del proyecto, se contó con la participación de una especialista de bordados para las clases en el comedor, enseñándoles a decorar con utensilios, el cual se logró realizar más de 70 bolsas para el beneficio del comedor.</i>	
------------------	---	--

Ficha de observación N° 6
UNIDAD TEMÁTICA 1: DESARROLLO SOCIAL
CATEGORÍA 1: ALIANZAS ESTRATÉGICAS

FICHA DE OBSERVACIÓN 1
DESARROLLO SOCIAL
CATEGORÍA 1: ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Taller de Biohuerto casero



SUBCATEGORÍAS	<i>Aplicación en el Desarrollo del proyecto</i>	<i>Interpretación</i>
Organizaciones	<i>Para el taller del biohuerto casero, las empresas brindaron su apoyo de manera indirecta, ya que por temas personales no estuvieron al 100% con el proyecto. Colaboraron con materiales básicos para el comedor y las madres.</i>	<i>Para este taller se minimizó la ayuda con las organizaciones, por el hecho de que, al no tener muchos recursos, pues nos donaron sacos de tierra para el plantado de cada planta, también se trató de buscar un especialista que vaya de la mano con el Medio ambiente y dicte sesiones para el</i>

Actores Sociales	<i>De igual manera, se trató de conseguir una persona especialista en jardinería para las sesiones que se iban a dar a las madres del comedor sobre el cuidado de cada planta y que esto también a su vez genere cuidado al medio ambiente, así que se realizó las macetas con material reciclado.</i>	<i>cuidado de cada planta, generando transmitir el reciclaje y este sea usado para recrear los maceteros para cada Planta que se donó en el comedor.</i>
Recursos Donados	<i>Finalmente, para este taller se complementa con los recursos donados como tanque, bolsos, tierra fértil, los utensilios para la decoración de cada taller dentro del comedor, resultando imprescindible para el proceso continuo del proyecto.</i>	

Ficha de observación N° 7
UNIDAD TEMÁTICA 2: DESARROLLO SOCIAL

CATEGORÍA 2: FEEDBACK

FICHA DE OBSERVACIÓN 1
DESARROLLO SOCIAL
CATEGORÍA 1: FEEDBACK

Taller de estampados y decoraciones en bolsos ecológicos



SUBCATEGORÍAS	<i>Aplicación en el Desarrollo del proyecto</i>	<i>Interpretación</i>
Emisor	<p><i>Como primer emisor tenemos a la presidenta del comedor donde nos dio el alcance de toda la información, como también la llegada de tener contacto y reuniones con las madres del comedor, nosotros entramos como emisores secundarios, ya que también damos la información a las mamitas del comedor para poner en pie el proyecto social.</i></p>	<p><i>Tener como categoría principal al feedback, puesto que al finalizar el proyecto debemos tener una retroalimentación de cómo se dio, si a su vez es o no sostenible para las madres del comedor, manteniendo la comunicación con la presidenta y las madres obtendremos un mensaje de los resultados obtenidos.</i></p>

<i>Receptor</i>	<i>Tenemos a las madres por la cual nos apoyaron en las encuestas antes de realizar los talleres, se les brindó la información precisa para la elaboración de cada taller, tanto como estampados y el biohuerto casero.</i>	
-----------------	---	--

Ficha N° 8
UNIDAD TEMÁTICA 2: DESARROLLO SOCIAL

CATEGORÍA 3: FEEDBACK

FICHA DE OBSERVACIÓN 1
DESARROLLO SOCIAL
CATEGORÍA 1: FEEDBACK

Taller de Biohuerto casero



<i>SUBCATEGORÍAS</i>	<i>Aplicación en el Desarrollo del proyecto</i>	<i>Interpretación</i>
Emisor	<p><i>Como primer emisor tenemos a la presidenta del comedor, por la cual nos dio el alcance de toda la información, como también la llegada de tener contacto y reuniones con las madres del comedor, para este taller las madres eligieron en sí que planta coger para cuidarlas y esto sirva de ayuda para ellas en casa.</i></p>	<p><i>Al finalizar el taller del biohuerto se regalaron plantas como también las tierras que nos obsequiaron, se le brindó también una pequeña capacitación a cada uno sobre el cuidado de cada planta. Esperando</i></p>

<i>Receptor</i>	<i>Tenemos a las madres por la cual nos apoyaron en las encuestas antes de realizar los talleres, como también se le brindó la información precisa para la elaboración de cada taller, tanto como estampados y el biohuerto casero.</i>	
-----------------	---	--

A continuación, partiendo de los resultados expuestos pasamos a realizar en conjunto de acuerdo a las entrevistas realizadas a los especialistas, la opinión de los participantes en un focus Group y las fichas de observación de los talleres la interpretación general de estos.

En cuanto a nuestro primer Objetivo específico Conocer las características de la promoción de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, Lima 2022, se obtiene que dichas características parten en referencia a la persuasión y la publicidad que se dio en torno de la ejecución del proyecto, teniendo en cuenta que para los expertos estas son estrategias de comunicación que captan y motivan a cada participante a lograr con éxito los objetivos, esto se evidencia en las declaraciones de los participantes que además de haber tenido una buena experiencia están dispuesta a participar de talleres similares.

Como segundo objetivo específico se tiene el Describir las características del uso de las redes sociales en la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, Lima 2022, al comparar la interpretación de resultados se obtuvo que las redes sociales son fuentes de comunicación primordial entre los integrantes de los talleres con los estudiantes que dirigieron los talleres, coincidiendo con el comentario de entrevistados de que estas fuera de ser un medio de comunicación activo para intercambiar un mensaje determinado también es una herramienta que permite la publicación de material audiovisual que evidencia los resultados de cada proyecto que se realice, por ello las madres del comedor usaron estas para compartir algunas imágenes de los bolsos y premiación realizada en la clausura de los talleres.

Como tercer objetivo específico Analizar las características de alianzas estratégicas como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras”, Lima 2022, se obtienen grandes resultados al obtener ayuda extra por parte de actores sociales, organizaciones o las donaciones que estas den para que los gastos se reduzcan, en este caso los especialistas mencionan que se debe realizar sondeos de todo lo que pueda sumar a la

elaboración del proyecto, en cuanto a los talleres gracias a las alianzas estratégicas obtenidas cada participante no se vio en la necesidad de gastar en materiales, y además obtuvieron recursos para generar ingresos económicos y puedan cuidar de una planta, la cual esta en constante observación por parte de ellas.

Como cuarto objetivo específico Analizar las características del Feedback como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, Lima 2022, en los resultados podemos interpretar que la retroalimentación nos dio la oportunidad de conocer en que habíamos fallado, como los expertos nos mencionaron no siempre se logran concretar todos los objetivos, pero al encontrar los errores estos nos permiten mejorar para la siguiente elaboración de proyectos, las madres a su vez mostraron agradecimiento y satisfacción de participar en los talleres y están deseosas a poder inaugurar en el futuro nuevos proyectos, el Feedback permite saber si hemos emitido mensajes claros con los receptores, quienes lo decodifican y nos hicieron saber que los que se les enseñó se entendió de manera clara.

4.2 DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como objetivo general analizar las características de la Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social en el caso “Madres Emprendedoras”. Para resolver y entender con claridad el propósito de este trabajo, la investigación se apoyó con cinco entrevistas a especialistas en el tema, así como en un fichaje de observación de los talleres que se realizaron en los meses de febrero - marzo del año 2022.

Schramm (1954) explica que su modelo de comunicación, conocido como la teoría de la tuba, parte del supuesto de que todo sistema de comunicación tiene un intento de predicción de los efectos que un mensaje puede provocar en el receptor individual o colectivo, es así que el emisor al enviar un mensaje determinado intenta predecir sus efectos sobre los receptores. Esta teoría analiza la forma en que el proceso de la comunicación afecta de manera directa la ideología, los valores, las necesidades, entre otros factores de cada receptor, ayudando a definir si lo que se ha comunicado tiene éxito frente al público en masas.

Ayala y Jiménez en Pereira (2017) explican el concepto de la educomunicación como una interacción de la comunicación en la educación que se debe enseñar de distintas maneras para aprender, buscando técnicas audiovisuales que faciliten el aprendizaje. Por otro lado, comentan que la educomunicación tiene impacto social, pues genera cambios positivos en la vida de los participantes o en el lugar en el que se encuentran.

Con respecto a la categoría **promoción**, las fichas de observación evidencian que el comedor “Madres Emprendedoras” realizó dichas tareas a través de invitaciones vía WhatsApp y reuniones virtuales donde se explicó los temas que se iban a desarrollar en los talleres. Los entrevistados **Paloma Valqui y Cristhian Castro** señalan que los proyectos deben ser promocionados de inicio a fin, ya que, para llegar a la población, estos deben tener conocimiento de cada suceso para que los resultados sean favorables. Pipoli en Chacón et, al (2019) recalcan que la **promoción** es una herramienta cuya función es informar, persuadir y atraer al

público [...] con el fin de operar en el comportamiento y los ideales de quienes reciben la información y/o mensaje.

Es necesario resaltar que la promoción de los proyectos de educomunicación busca la manera de convencer a quienes están dispuestos a participar de iniciar un cambio que les va a traer mejora, se concuerda con la información expuesta, pues la promoción de los proyectos es necesaria para motivar de principio a fin a todos los que integran los proyectos, ya que ellos serán a futuro quienes compartan todo lo que han aprendido en su entorno.

En cuanto a la categoría **redes sociales**, en las fichas de observación se evidencia que el comedor “Madres Emprendedoras” hace uso de ellas para publicar los acontecimientos en el interior de este, de tal modo que al realizar talleres existieron publicaciones que daban por evidenciado la ejecución de estos. En cuanto a la importancia de estas plataformas, los entrevistados **Marco Sipan y Eyner Romero** concuerdan en que las publicaciones que se realizan si sirven de apoyo, ya que las redes sociales se han vuelto la principal forma de comunicación. Gallego en Ayala et, al (2022) menciona que las **redes sociales** involucran a individuos que se encuentran intercambiando mensajes de distintos temas. Ocaña (2021) por su lado, vincula más a estas plataformas virtuales con conocimientos de promoción, publicidad, y posicionamiento de productos en un mercado determinado.

Es así que se comparte la opinión de usar las redes sociales como estrategia comunicativa en la elaboración de proyectos de desarrollo social, ya sea para poder promocionar las actividades que se realizarán con los participantes o para invitar al público objetivo de cada proyecto. Por ello es necesario realizar un sondeo de la red social que más alcance tiene en los involucrados, de esta manera facilitará saber qué tipo de publicaciones se deben de realizar para las plataformas que más usan, y como mencionaron los autores, usarlas para publicar el inicio, desarrollo y cierre del proyecto y si fuera el caso para la venta de los productos obtenidos en ellos.

Durkheim (1895) declara que la teoría funcional se aplica como modelo social orgánico en el que el concepto de trabajo sirve para explicar la relación entre el todo (un organismo vivo) y sus distintas partes (seres vivos) [...] además la teoría se basa en la preservación del estatus, el equilibrio social, es decir, los medios se esfuerzan para que el público no se desvíe de los estereotipos que dibujan, y que actúe de acuerdo con una regla específica, que esta es estudiada tal cual como se encuentre. Esto está relacionado con la participación de las madres del comedor, ya que fueron entrevistadas para saber sus necesidades, qué es lo que necesitan, y este tome interés por parte de los actores sociales, las organizaciones y a su vez empiecen a desarrollar en conjunto el mismo objetivo en común compartiendo sus experiencias, capacidades y se logre generar en un tiempo determinado desarrollo sostenible para la comunidad.

Según Tobón (2017) el desarrollo social es un proceso que consiste en encaminar una sociedad para igualar las condiciones económicas y sociales [...] se busca lograr objetivos cada vez mayores, el cual se logrará a través del trabajo sostenible, con logros progresivos en la sustentabilidad social. Para Vergara y Ortiz (2016) el desarrollo social se ocupa de distribuir los recursos de acuerdo con criterios justos o equitativos y se asigna de acuerdo con el papel del Estado y el mercado.

El desarrollo social origina la inclusión social de las sociedades con vulnerabilidad mediante el fortalecimiento de las personas a través de la creación de sociedades potencial, es además necesario tenerlo muy en cuenta para que las comunidades tengan mayor progreso, como los autores mencionan, lograr desarrollo social es un proceso que en su mayoría es demasiado largo, pero se sabe que no imposible, es así que diferentes actores sociales impulsan una era enfocada en el progreso de cada ciudadano, es fortificante saber que no solo personas se suman a este proceso de cambio social, sino también organizaciones que se ven en la necesidad de apoyar en el progreso de las comunidades, que tal vez por diferentes circunstancias no cuentan con las mismas oportunidades que los demás.

Con respecto a la categoría **alianzas estratégicas**, las fichas de observación señalan que el comedor de las madres emprendedoras contó con el apoyo por parte de las organizaciones de forma directa como indirecta para poder efectuar los talleres. Los entrevistados, **Paloma Valqui y Christian Castro**, afirman que las organizaciones que van a conformar el proyecto social estén involucradas desde inicio a final para que esté de resultados positivos por un bien común. Talavera y Sanchis (2020) concuerdan que los actores sociales que participen en el desarrollo del proyecto realicen acuerdos de cooperación para alcanzar los objetivos planteados de beneficio mutuo.

Se puede concluir que ambas opiniones están de acuerdo en que las organizaciones tienen un papel importante dentro de los proyectos sociales, ya que esta maneja una actividad participativa directa como indirectamente para poder llegar a los objetivos trazados. Por otro lado, el **Soc. Marco Sipan Torres** menciona que las organizaciones ayudan a agilizar el proyecto y que este sea un soporte dentro de las actividades a realizarse.

Referente a la categoría del **feedback**, las fichas de observación señalan que se tuvo toda la información de manera rápida por parte de la junta directiva del comedor para comenzar con el proyecto y este mensaje fue transmitido hacia las mamitas que estarían participando en los talleres donde la información fue recibida de la mejor manera para poder dar inicio de ello. Los entrevistados **Eyner Romero y Paloma Valqui** indican que la retroalimentación es muy importante antes y después del proyecto, ya que la comunicación es relacionarse con la gente. Para Medina, en Cudeña et, (2021) el feedback es la retroalimentación, es la comunicación gestual y no gestual con otra persona o grupo sobre sus cualidades y cómo nos afecta ese comportamiento.

Conjuntamente, todas las opiniones se pueden concluir que este término hace referencia a una retroalimentación del receptor hacia el emisor. Pieza clave de una comunicación para ver el desempeño puesto en el proyecto para que este se desarrolle de manera positiva y de un resultado sostenible para los beneficiarios.

V. CONCLUSIONES

Después de realizar la investigación correspondiente, se llegaron a las siguientes conclusiones:

- Las características de la promoción de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social se ven asociadas a la persuasión y la publicidad, se entiende entonces que para captar la atención de las personas a las que van dirigidas las actividades de sostenibilidad se deben realizar invitaciones creativas de acuerdo al tipo de publicidad elegida, de acuerdo a como se va a emitir, ya sea en alguna plataforma virtual o de manera escrita, el mensaje emitido dependerá del medio de comunicación más accesible en el lugar elegido para la ejecución de los proyectos, dicha promoción instará a los participantes a culminar con éxito todo el transcurso del proyecto.
- Las características del uso de las redes sociales en la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social parten de la publicación e Interacción con los participantes mediante la red social usada por los participantes, en el caso del comedor, Facebook. Las redes sociales variarán dependiendo al público al que va dirigido el o los proyectos, siendo así que al usarlas se tenga una buena interacción con todos los participantes, para brindarles mensajes claros, concisos y sus respuestas sean favorables para el desarrollo de actividades, además las plataformas son aliadas estratégicas para compartir material audiovisual de todo el desarrollo de los proyectos sociales.
- Las características de las alianzas estratégicas de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, constituyen un factor importante que enlaza a las organizaciones que buscan financiar de manera directa o indirecta a los beneficiados, en este caso a las madres emprendedoras del comedor, para lograr un objetivo de beneficio mutuo. Por otro lado, se manifiestan los actores sociales, en personas u organizaciones que se involucran dentro del proyecto con el mismo interés de querer llegar a resultados positivos dentro del proyecto que se realizará en el comedor de

las madres emprendedoras, además de ello se ha visto evidenciado a los especialistas que han estado dentro de los talleres aportando nuevos conocimientos a las participantes.

- Las características del feedback de la educomunicación como base de elaboración de proyectos de desarrollo social se ve representada por la retroalimentación entre el receptor y el emisor, donde se verán reflejado en los resultados del proyecto social, de esta manera se sabrá si estos son positivos o negativos, por consiguiente orienta a los actores sociales a conseguir una mejor planificación de actividades con cada uno de los participantes, y esto pueda motivar a llegar los objetivos trazados.

VI. RECOMENDACIONES

La siguiente investigación propone las siguientes recomendaciones:

- Conocer las múltiples formas de promoción del tipo de proyectos sociales en las fases que el proyecto tenga, ya sea promoción con medios audiovisuales, medios de comunicación masivos o escrita, esto para sumar más beneficiados a los futuros proyectos que se vayan a realizar y causar el debido interés en todos los integrantes, dado que los proyectos se hacen con el fin de beneficiar al mayor número posible de ciudadanos o comunidades que puedan estar asociados, entonces se podrá usar a la promoción como estrategia de comunicación para captar el interés y compromiso correspondientes que se requiere.
- Utilizar las redes sociales adecuadas sin antes haber realizado un sondeo de las que más son usadas por la comunidad en la que se verán desarrolladas las actividades sociales, ya sea Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Tik Tok u otra red con la que la comunidad o público objetivo vea sencillo de usar, por lo tanto, es preciso mencionar que el actor social debe tener el conocimiento adecuado para realizar todo tipo de publicación audiovisual y tener una correcta interacción con todos los involucrados, de caso contrario se perderá la confianza de los participantes y ellos no obtendrán algún beneficio en concreto.
- Utilizar a las alianzas estratégicas como herramienta clave para construir los proyectos de desarrollo social y que estas se involucren para saber las necesidades que tiene los beneficiados, a su vez estas ayuden agilizar el proyecto buscando un mismo interés y una misión común, además los actores sociales deben ser personas que impulsen un cambio dentro de la sociedad actual o dentro de la comunidad que forman parte y al mismo tiempo velar por los beneficios del prójimo.
- Utilizar el feedback para reunir comentarios positivos y negativos durante el proyecto social y esta sea una comunicación horizontal donde se transmita una información por diferentes niveles, esto quiere decir que la comunicación debe englobar también a los participantes, estas den sus opiniones para

lograr proyectos exitosos y además sostenible a futuro y no quedarse en la mitad del camino.

REFERENCIAS

- Abubakar, R.(2017). Access to sanitation facilities among nigerian households: *Determinants and sustainability implications. College of Architecture and Planning, University of Dammam, Saudi Arabia; Sustainability*, 9(4), 547.
[doi:10.3390/su9040547](https://doi.org/10.3390/su9040547) [Crossref]
- Aguaded, I. Castillo, B. y Romero, L. (2020). Educomunicación y 'media literacy': *espacios de referencia en divulgación científica y académica en español*.
<https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/17293/755-6621-3-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alarcón, G.(2016). *La estrategia de la música como recurso educomunicacional para mejorar las habilidades interpersonales de jóvenes con habilidades diferentes y como desestigmatizador social. Caso: Proyecto Magenta*
[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6653/CARHU AZ ALARCON GRECIA ESTRATEGIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6653/CARHU_AZ_ALARCON_GRECIA ESTRATEGIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alberdi, M.(2017). *Mixturas de la Educomunicación para el siglo XXI*. Riobamba 250 Bis Oficina: Andén CUR.
https://www.academia.edu/49037213/Libro_Educom
- Amado, N. Leguizamon, L. y Chiappe, A. (2020) *Educommunication in digital environments: an interaction's perspective inside and beyond the classroom*.

<https://revistas.uma.es/index.php/innoeduca/article/view/4959/7754>

Asencio, A.(2017). *“Propuesta de un proyecto de comunicación participativa como medio para la inclusión social de las personas con discapacidad visual en la ciudad de Trujillo, 2017”*

[asencio aj.pdf \(ucv.edu.pe\)AYALA y LOZANO.pdf](#)

Ayala, F. y Lozano, L.(2022). *Formas de educomunicación en estudiantes de sexto grado nivel primaria de zonas rurales provincia de lamas región San Martín, 2021.*

Ayala. L. (2018). *Educomunicación y cultura de convivencia en escuelas de educación alternativas. El caso de la Escuela Mediática.*

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/14545/2018claudiaayala.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Banda, A.(2022, February 2). *TikTok como herramienta educomunicacional en los estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga.* Polo Del Conocimiento,26.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8331415#:~:text=Como%20muestra%20se%20obtuvo%20el,de%20bachillerato%20del%20cant%C3%B3n%20Latacunga.>

Bermejo, J.(2021, 4 enero). *The critical dialogical method in Educommunication to develop narrative thinking, 2021–11*

<http://eprints.rclis.org/40921/1/c6709en.pdf>

Begnini, F y Arteaga, Y. (2022). *Educomunicación y recursos didácticos*

<file:///C:/Users/pel71663394/Downloads/599-exto%20del%20art%C3%ADculo-1348-1-10-20220715.pdf>

Bonilla-del-río, M.Y García, R,Pérez, M. (2018). *La educomunicación como reto para la educación inclusiva*. EDMETIC, 7(1), 66-86.
<https://doi.org/10.21071/edmetec.v7i1.10029>

Carhuaz, G. (2016). *La estrategia de la música como recurso educomunicacional para mejorar las habilidades interpersonales de jóvenes con habilidades diferentes y como desestigmatizador social. Caso: Proyecto Magenta* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ].
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6653/CARHUAZ_ALARCON_GRECIA ESTRATEGIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carias, F., Marín, I., Hernando, A. (2021). *Educomunicación e interculturalidad a partir de la gestión educativa con la radio*. *Universitas-XXI*, 35, pp. 39-60.
<https://doi.org/10.17163/uni.n35.2021.02>

Casadevall,R. (2019). *Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review*. *Cogent Social Sciences*, 5(2019), 21. <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1653531>

Castilla, E.(2016). *Medio Ambiente Y Educomunicación: Una Propuesta Escolar Para La Protección De La Cuenca Del Río Pamplonita, Norte De Santander* [Universidad Santo Tomás].
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9900/2016erwinjacome.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
[CENES No 62.indd \(scielo.org.co\)](https://scielo.org.co)

Chacon, E., Palma L.(2019). *Eficacia de las promociones a través de Facebook y las ventas en la Estética Láser Renasce de Los Olivos, 2019*

Chagna, República Centroafricana (2021). *Modelo de Educomunicación Intercultural para la Formación de Emprendedoras (MEIFE) de la Provincia de Imbabura Ecuador* [universidad de salamanca].
<https://knowledgesociety.usal.es/sites/default/files/tesis/Tesis-Final-%20MEIFE-C-Ruiz.pdf>

Chavez, L.(2019). *Estrategias de la comunicación para mejorar el nivel del conocimiento y actitudes para la conservación del cañan, en alumnos del 3er año de educación secundaria de la I.E Virú - distrito viru-2019* [Nacional de Trujillo].
<https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/17012/CHAVEZ%20VERO%20LUCIA%20ROXANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chiappe, A., Amado, N., y Leguizamón, L. (2019). *Educommunication in digital environments: an interaction's perspective inside and beyond the classroom*. *Innoeduca*. International Journal of Technology and Educational Innovation, 6(2019), 11. <https://doi.org/10.24310/innoeduca.2020.v6i1.4959>

Cuentas, L.(2021). *Incidencia De Las Estrategias Educomunicativas En Las Habilidades Sociales A Través Del Desarrollo De La Educomunicación En Los Estudiantes Del Nivel Secundario De La Institución Educativa Salesiano Del Cusco En Los Años 2015-2018* [Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco].
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6446/253T20211130_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Galbava, S., Machackova, H., y Dedkova, L. (2021). **Cyberostracism: Emotional and behavioral consequences in social media interactions.** [Ciberostracismo: Consecuencias emocionales y conductuales en las interacciones en redes sociales]. *Comunicar*, 67, 9-20.

<https://doi.org/10.3916/C67-2021-01>

Horta, D.(2017). *El rol del Estado en el desarrollo social y la Reforma de la previsión en Chile y EE. UU.* *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 18
<http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n10/art01.pdf>

Iglesias, P.(2017). Desarrollo local y participación social. ¿De qué estamos hablando? *Revista Estudios Del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 5(Estudios del Desarrollo Social), 14. <http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v5n1/reds05117.pdf>

Jácome, E., y Quintero, M. (2016). *Medio Ambiente Y Educomunicación: Una Propuesta Escolar Para La Protección De La Cuenca Del Río Pamplonita, Norte De Santander* [Universidad Santo Tomás].
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9900/2016erwinjacome.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lope, H.(2019). *El mayor impedimento para el desarrollo social sostenible: la desigualdad global.* *innovag.* Recuperado 2019, de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/21296/2098>

Muff, K , Liechti, A , Dyllick, T. *Cómo aplicar la teoría del liderazgo responsable en la práctica: una herramienta de competencia para colaborar en los objetivos de*

desarrollo sostenible. Corp Soc Responsib Environ Manag . 2020 ; 27 : 2254 - 2274

<https://doi.org/10.1002/csr.1962>

Muñoz, P., Escobar J (2020). *Educomunicación inclusiva y discapacidad en la Región Andina: revisión cualitativa de avances y logros.*

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/13930/Educomunicaci%c3%b3n%20inclusiva%20y%20discapacidad%20en%20la%20Regi%c3%b3n%20Andina%20%20revisi%c3%b3n%20cualitativa%20de%20avances%20y%20logros.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Moreno, E (2018). *La Educomunicación como práctica y como objeto teórico*

<http://repositorio.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/10960/TO-23177.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nagamini, E. y Aguaded, I. (2018). *La Educomunicación en el contexto de las nuevas dinámicas discursivas mediáticas* [Editorial]. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 9(2), 119-121.

<https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.2.27>

Noury, B., Pascual, C., y Ferrand, N. (2019). *How can participation and communication support decisions towards wastewater reuse projects? A methodological proposal. Waterlines: Confluence and Hope through Environmental Communication*, 2019, 14.

https://theieca.org/sites/default/files/conference-papers/COCE%202019%20Vancouver/noury_benjamin_pascual-espuny_celine_ferrand_nils-coce19_noury_participation_and_communication_towards_wastewater_reuse_projects-1242606701.pdf

Piarpuezán, C. (2018). *Radio Púrpura: Educomunicación y género. Proyecto radiofónico para el empoderamiento de los derechos de las mujeres.*

[PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ \(pucp.edu.pe\)](http://pucp.edu.pe)

Ronquillo, R., Machin, D., y Tarango, J. (2020). *Propuesta metodológica para analizar la educomunicación digital en la educación superior.* RECIE. Revista Electrónica Científica De Investigación Educativa, 5(1), 387-396.

<https://doi.org/10.33010/recie.v5i1.998>

Rocha, A. (2021). *Communication and Smart Technologies* (Kes Internactional)

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/64108/National%20survey%20on%20Educommunication%20in%20Spanish%20Universities%20during%20COVID-19.%20Gil%2c%202021.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

Ruiz, C. (2021). *Modelo de Educomunicación Intercultural para la Formación de Emprendedoras (MEIFE) de la Provincia de Imbabura Ecuador* [universidad de salamanca].

<https://knowledgesociety.usal.es/sites/default/files/tesis/Tesis-Final-%20MEIFE-C-Ruiz.pdf>

Sánchez, R.(2015). *Aspectos comunicacionales en procesos de desarrollo e inclusión social en comunidades amazónicas. Caso: comunidad shipiba conibo shetebo de Limongema (Ucayali).*

Sena, R., Casillas, M., Barrientos, A., y Cabezas, M. (2019). *La Educomunicación en el contexto de alfabetización de personas jóvenes y adultas en América Latina: estado de la cuestión a partir de una revisión bibliográfica sistemática.* Revista Latina De Comunicación Social, (74), 133-171.

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1325>

Silvestre, B., y Țîrcăb, D. (2019). *Innovations for sustainable development: Moving toward a sustainable future.*

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.244>

Stalin, E. (2021). *Análisis De La Educomunicación En El Desarrollo De Actividades Académicas Virtuales Con Habitantes Del Recinto Mina De Piedad, Cantón Ventanas, Año 2021* [universidad técnica de Babahoyo].
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11013/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000561.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Velásquez, L. (2021). *Incidencia De Las Estrategias Educomunicativas En Las Habilidades Sociales A Través Del Desarrollo De La Educomunicación En Los Estudiantes Del Nivel Secundario De La Institución Educativa Salesiano Del Cusco En Los Años 2015-2018* [Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco].
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6446/253T2021130_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vergara, A., Ortiz, M.(2016). *Desarrollo sostenible: enfoques desde las ciencias económicas*.

<http://www.scielo.org.co/pdf/cenes/v35n62/v35n62a02.pdf>

Verdugo-González, C. M., García-Herrera, D. G., Cabrera-Berrezueta, L. B., & Erazo-Álvarez, J. C. (2020). *Educación ambiental y Educomunicación: Estrategias para implementar el reciclaje con estudiantes*. *Epísteme Koinonía*, 3(6)

https://redib.org/Record/oai_articulo2731463-educaci%C3%B3n-ambiental-y-educomunicaci%C3%B3n-estrategias-para-implementar-el-reciclaje-con-estudiantes

Villanueva, J., Auz, D., López, K. (2021). *La educomunicación frente a los procesos de creación: ¿cómo formar al periodista de hoy?* *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 295-305.

<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2394/2354>

Zabala, R., y Banda, M. (2022). *Tik Tok como herramienta educomunicacional en los estudiantes de bachillerato del cantón Latacunga*. *Polo del conocimiento*, 7(67), 26.

<https://doi.org/10.23857/pc.v7i1.3577>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	VARIABLE 1	DEFINICION CONCEPTUAL	CATEGORIAS	CONCEPTO DE LA CATEGORIA	SUB CATEGORIA	COMCEPTO DE SUB CATEGORIA
	OBJETIVOS GENERAL	Educomunicación	La educomunicación es la interacción de la comunicación en la educación, La UNESCO en 1979 la incluye en todas las formas de investigación, aprendizaje y enseñanza, en todos los niveles y en todos los contextos, la historia, la creación, el uso y la evaluación de los medios como arte práctico y técnico, así como el lugar de los medios en la sociedad, su impacto social, la consecuencias de la comunicación mediada, la participación, el cambio que generan en la percepción, el papel de la creación pública y el acceso a los medios. (Ayala y Jimenez en Pereira, 2017).	Promoción	Sin embargo para Pipoli en Chacón et, al (2019) indica que la promoción es una herramienta utilizada para informar, persuadir y atraer a los clientes potenciales de la organización y/o sus productos. Su propósito es intervenir en el comportamiento, creencias de quienes reciben la información y/o mensaje. Es utilizado por las empresas para establecer un contacto directo con sus clientes.	Persuación	Según Curiel (citado en Prati, 2017), las campañas sociales son un conjunto de acciones trabajadas con el esfuerzo de todo un grupo de personas, que son llamadas agentes de cambio, para persuadir y disuadir al mismo tiempo, a los adoptantes de continuar, cambiar o abandonar ciertas actitudes o comportamientos.
	PROBLEMAS GENERAL					PUBLICIDAD	La publicidad social se define como toda actividad comunicativa, cuyos objetivos son no comerciales con efectos que contribuyan al desarrollo social y/o humano (Alvarado, citado en Rubio, 2017). Y al igual que la publicidad comercial, utiliza como herramienta a la persuasión, pero esta vez de la mano de la disuasión, pues muchas veces en estas campañas, se busca que el individuo o la sociedad eviten cierto tipo de prácticas contraproducentes. Es decir, tanto la disuasión como la persuasión son parte de la publicidad social y su finalidad es semejante, pero lo distinto es la manera de dirigirse al target. (Rojas, 2018)
¿Cuáles son las características de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso " madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022?	Analizar las características de la Educomunicación sirve como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social en el caso " madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022"			Redes sociales	Gallego en Ayala et, al (2022) menciona que la red social está conformada por individuos que se encuentran relacionados entre sí. Las conexiones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad (pág 31)	PUBLICACIÓN	Ocaña (2021) menciona que El manejo de cuentas en redes sociales se realiza de forma empírica, sin conocimientos reales de promoción, publicidad, posicionamiento, evidenciado en la demora en responder mensajes de los consumidores, en la desactualización de publicaciones, en la ausencia de estados e información detallada.
						interacción	Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad siendo un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos, caldevilla (2010)
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	VARIABLE 2	DEFINICION CONCEPTUAL	CATEGORIAS	CONCEPTO DE LA CATEGORIA	SUD CATEGORIAS	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS					Organizaciones	Las organizaciones son sistemas abiertos en continua transacción con el ambiente en el que se llevan a cabo la planeación y coordinación de diversas actividades para lograr el cumplimiento de objetivos y propósitos

La Educomunicación como base de la elaboración	¿Cuáles son las características de la promoción de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso " madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022?	Conocer cuales son las características de la promoción de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso " madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022.	Desarrollo social	El desarrollo social es que en el transcurso del tiempo conduce al mejoramiento de calidad de vida de toda población y la meta de la sociedad del conocimiento es algo ambiciosa pero necesaria para la supervivencia de la vida en el planeta. Se trata de lograr niveles cada vez mayores de calidad de vida, economía, convivencia, autoconocimiento, ciencia, inclusión, equidad, antropoética, salud y bienestar psicológico a través del trabajo colaborativo entre sus elementos constitutivos, con logros progresivos en la sustentabilidad social (Tobón, 2017)	Alianzas estratégicas	Para garantizar la efectividad de las medidas socialmente responsables, se pueden llevar a cabo alianzas con entidades que cuenten con competencias clave para su desarrollo Talavera y Sanchis (2020)	diversas actividades para llegar al cumplimiento de objetivos o propósitos comunes se logran a partir de un acuerdo intencional entre las personas que conforman la organización, fue entendida como una unidad social con un objetivo que le permite sostenerse y tener trascendencia en el tiempo (Palma y Tamayo, 2018).				
	¿Cuáles son las características de la promoción de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso " madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022?	Describir las características del uso de las redes sociales en la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso " madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022.						Feedback	El cambio hacia un nuevo paradigma en el que el estudiante sea el protagonista y responsable de autorregular su aprendizaje tomando parte en los procesos de evaluación y feedback mediante el desarrollo del juicio evaluativo parece estar progresando. Begoña y García (2021)	Actores Sociales	Dhein (2021), afirma que los actores sociales existen sólo a través de una red de interconexión, en el contexto del tiempo y el espacio.
	¿Cuáles son las características del uso de las redes sociales y la comunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso " madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022?	Analizar las características de alianzas estratégicas como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso " madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022.								Emisor	Guzman, 2012 señala que el emisor deberá reunir una serie de habilidades comunicativas que le permitan codificar el mensaje en forma adecuada, de tal manera que pueda hacerse entender con facilidad"
										Receptor	El mensaje debe contener elementos concretos para el receptor, que le sirvan para corregir o modificar su comportamiento. Por tanto, el feedback debe ir dirigido a un comportamiento susceptible de ser modificado por el receptor. Cudeña y Cinti (2021)
		Analizar las características del Feedback como base de									

Anexo 2: Matriz de categorización

Ámbito Temático	Problema De Investigación	Preguntas Específicas	Objetivo General	Objetivos Específicos	Categorías	Subcategorías
Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea	¿Cuáles son las características de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras” en Lima-SJL, 2022	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las características de la promoción de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso 	Analizar las características de la Educomunicación que sirve como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social en el caso “madres Emprendedoras” en Lima-SJL, 2022	<ul style="list-style-type: none"> Conocer cuáles son las características de la promoción de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso 	Promoción	Persuasión Publicidad
					Redes sociales	Publicación Interacción Facebook

		<p>“madres Emprendedoras” en Lima-SJL, 2022?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las características de las alianzas estratégicas de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras” en 	<p>“madres Emprendedoras” en Lima-SJL, 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las características de las alianzas estratégicas de la educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras” en Lima-SJL, 2022 	<p>Alianzas estratégicas</p>	<p>Organizaciones</p> <p>Actores Sociales</p> <p>Recursos donados</p>
				<p>Feedback</p>	<p>•Emisor</p> <p>•Receptor</p>

Lima-SJL,
2022?

- ¿Cuáles son las Características del uso de las redes sociales y la comunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras” en Lima-SJL, 2022?

- Analizar las características del uso de las redes sociales y la comunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “madres Emprendedoras” en Lima-SJL,2022

1	¿Considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?				x					x								x					
2	¿Considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la Educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de desarrollo social?				X					X								x					
3	<p>CATEGORÍA 2:</p> <p>Redes sociales en la Educomunicación</p>																						

5	<p>¿Cree usted que Facebook es la red social más usada como para poder realizar publicaciones de cómo se van desarrollando proyectos educomunicativos?</p>				X						X							x									
6	<p>¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?</p>				X						X							x									
	<p>UNIDAD TEMÁTICA 2:</p> <p>Desarrollo Social</p>																										
	<p>CATEGORÍA 1: Alianzas Estratégicas</p>																										

7	<p>¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?</p>			x				x				x		
8	<p>¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?</p> <p>¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?</p>		x				X					x		
CATEGORÍA 2: El Feedback														

9	¿Cree usted que hoy en día el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?			x					X							x										
10	¿Será importante el Feedback entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales?			x					x							x										

MD: Muy Deficiente
D: Deficiente
A: Aplicable
MA: Muy Aplicable

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Alberto Garay Avendaño DNI: 16022908**

Especialidad del validador: Comunicador social

- 1 pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- 2 relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- 3 claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Tomás Alberto Garay Avendaño

Certificado de validez de contenido de instrumento

(Guía de entrevista)

Título: La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”

Lima 2022

N°	UNIDAD TEMÁTICA 1: Educomunicación	Pertinencia 1				Relevancia 2				Claridad 3				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
CATEGORÍA 1: Promoción														
1	¿Considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?				X				X				X	-
2	¿Considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la Educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de desarrollo social?				X				X				X	-
CATEGORÍA 2: Redes sociales en la Educomunicación														
3	¿Las publicaciones que se realicen en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de su ejecución?				X				X			X		Especificar los tipos de proyectos. Mantener la misma línea de educomunicación como en la pregunta 4. Coherencia temática.
4	¿Cree usted que Facebook es la red social más usada como para poder realizar publicaciones de cómo se van desarrollando proyectos educomunicativos?				X				X				X	-
5	¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?				X				X				X	-
UNIDAD TEMÁTICA 2: Desarrollo Social														
CATEGORÍA 1: Alianzas Estratégicas														
6	¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?				X				X				X	-

7	¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?				X					X			X	-
8	¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?				X					X			X	-
CATEGORÍA 2: El Feedback														
9	¿Cree usted que, hoy en día, el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?				X					X			X	-
0	¿Será importante el Feedback entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales?				X					X			X	-

MA: Muy Aplicable

Observaciones: Considerar la sugerencia establecida para la pregunta 3, manteniendo la coherencia temática y facilitar la obtención de resultados.

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador Mgtr. García Gutiérrez, Denis Rubén **DNI:** 72084242

Especialidad del validador: Producción audiovisual / Dirección e investigación cinematográfica (RENCA*).

*Registro Nacional de la Cinematografía y el Audiovisual - DAFO - Ministerio de Cultura del Perú

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 18 de junio de 2022



Firma del Experto Informante

**Certificado de validez de contenido de instrumento
(Guia de entrevista)**

Título: La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras” en Lima-SJL, 2022

	CATEGORÍA 1: Promoción	M D	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	¿Considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?			X				X				X		
2	¿Considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la Educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de desarrollo social?			X				X				X		

3	<p>CATEGORÍA 2:</p> <p>Redes sociales en la Educomunicación</p>			X				X				X		
4	<p>¿Las publicaciones que se realicen en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de su ejecución?</p>			X				X				X		
5	<p>¿Cree usted que Facebook es la red social más usada como para poder realizar publicaciones de cómo se van desarrollando proyectos educomunicativos?</p>			X				X				X		

6	¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?			X				X				X		
	UNIDAD TEMÁTICA 2: Desarrollo Social													
	CATEGORÍA 1: Alianzas Estratégicas			X				X				X		
7	¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?			X				X				X		
8	¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social? ¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por			X				X				X		

MD: Muy Deficiente

D Deficiente

A Aplicable

MA: Muy Aplicable

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: JACK ALBERT NAVARRO CHANG DNI: 42389255

Especialidad del validador...COMUNICADOR SOCIAL

1 pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2 relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Anexo 4: Entrevistas

Entrevista Licenciada Paloma Valqui, Directora de la Asociación Latinoamericana de Comunicadores para el Desarrollo, licenciada en comunicación para el desarrollo.

Patricia: Muy buenas noches, vamos a comenzar estos momentos con la entrevista mencionando en estos momentos que nuestro título de investigación es La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras”, Lima 2022 tenemos en estos momentos el agrado en estos momentos a la licenciada en comunicación para el desarrollo Paloma Valqui que en estos momentos está acá para poder nutrirnos un poquito más con su experiencia y damos pase a mi compañera Yesica para poder continuar con ello.

Yesica: Ante todo saludar a la querida licenciada Paloma Valqui y darle la bienvenida a esta entrevista.

Lic. Paloma: Buenas noches, buenas noches, estimadas adelante, gracias por la invitación

Yesica: Empezamos entonces con nuestra primera unidad temática que es la educomunicación y nuestra categoría promoción **¿Considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?**

Lic. Paloma: Sí eh yo más bien invitaría a que conversáramos antes de persuadir a motivar no porque entendiendo que la idea es que los propios ciudadanos sean los protagonistas de ese cambio social de ese digamos de ese despertar la idea más que persuadirlos es de convencerlos que ellos tomen esa rienda no a través de la motivación y las estrategias que por ejemplo la educomunicación te permite no que la gente conozca que existen otras formas de hacer las cosas y que se entusiasmen con eso y que tomen la decisión no de emprender ese proceso de

cambio creo que por allí va nuestro aporte como comunicadores y comunicadoras de desarrollo.

Yesica: Por supuesto, es así como le formulamos la siguiente pregunta **¿Considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la Educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de desarrollo social?**

Lic. Paloma: Si claro son de una u otra manera estrategias que más bien se complementan, no las diferentes metodologías de comunicación difieren a partir de los objetivos, no es lo que se busca no, pero también se habla por ejemplo de publicidad social, marketing social, campañas con propósito no, entonces digamos que podemos coger de la disciplinas de pronto como de un corte más comercial y con estrategias que acerquen al entretenimiento esté él los nuevos conocimientos de la gente para lograr justamente objetivos comunes mucho más grandes no si por supuesto que se puede nutrir claro que sí.

Yesica: Pasando a nuestra categoría de redes sociales le hacemos la siguiente pregunta **¿Las publicaciones que se realicen en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos sociales deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de su ejecución?**

Lic. Paloma: Eh ahí en esa pregunta habría que ver dos cosas no ósea porque comentas que la publicación serviría para evidenciar los éxitos del proyecto no es así

Yesica: Exacto

Lic. Paloma: Ya eh puede servir como una vitrina, claro que si no esté el tema de la visibilidad en redes sociales no, pero dependiendo de que publico contamos no ósea por ejemplo hoy por hoy este la mi promoción por ejemplo que fuimos jóvenes cuando inicio Facebook algunos seguimos siendo fieles a Facebook, pero los nuevos jóvenes ya casi no usan Facebook están más en plataformas como

Instagram como Tik Tok ciertos perfiles incluso eh ni siquiera tanto por la edad sino dependiendo el interés ya sea por un tema de debate o profesionales que están más alojados en Twitter alojados en LinkedIn no esté dependiendo mucho que público más o menos queramos alcanzar podríamos nosotros segmentarlo mejor que canales digitales debemos utilizar no y más bien creo también estoy más firme convencida de que hay que brindar rendición de cuentas o digamos informativos de esos alcances del proyecto también para la misma gente no y si es una un enfoque más comunitario de pronto las redes sociales te van a servir claro que si, pero hay otros espacios y medios más locales que también tendrían que considerar no si ahí hay que configurar un poquito hacia quien queremos llegar para decir si solo nos quedamos con redes sociales y que redes ósea necesitamos.

Yesica: Respecto a lo que nos acaba de mencionar entonces **¿Cree usted que Facebook es la red social más usada como para poder realizar publicaciones de cómo se van desarrollando proyectos educomunicativos?**

Lic. Paloma: No te digo no me parece que sea la única o la más ósea va a depender mucho del tipo de perfil mucho del tipo de perfil si son personas entre 30 a más posiblemente no y dependiendo de qué sectores posiblemente Facebook podría ser una de las más usadas, pero sí es un público mucho más joven no lo usaría tanto es más hay otras plataformas que son mucho más focalizadas no como por ejemplo los grupos de WhatsApp no que podrían ayudarte a llegar mucho más directamente a tu público esté y creo que los resultados serían mucho más amplios no claro igual la métrica te complica un poco, pero porque claro porque Facebook ya tiene métricas estandarizadas y todo lo demás, pero creo que necesitamos explorar no e ir un poquito más allá sobre todo para poder llegar al público objetivo.

Yesica: Entonces, **¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?**

Lic. Paloma: Es la base, es la base, la comunicación, si bien es cierto utiliza diferentes espacios y medios (se ríe) particularmente no sé si existe una teoría al respecto, la verdad no lo recuerdo en este momento, pero en mis años de experiencia nada como lo presencial como él cara a cara el sentir que existe una persona a la que te estás refiriendo con nombre con apellido con rostro entonces esa interacción clara puede ser medida como ahorita que estamos nosotros conversando, no tengo el agrado de conocerlas personalmente, pero podemos tener fuentes así este es una posibilidad, claro que sí, pero yo estoy segura que posiblemente si hubiera sido presencial no nos habría abierto a un abanico de posibilidades mayor no entonces digamos para cosas específicas no está mal nos ayuda nos acerca no, pero si podemos ir un poquito más allá este esa interacción tiene que pasar por lo personal por lo presencial no así que si es básico es básico.

Yesica: Ya pasando a nuestra segunda unidad temática que es desarrollo social empezamos con nuestra categoría alianzas estratégicas, por ello le realizamos la siguiente pregunta **¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?**

Lic. Paloma: Claro que sí es donde la sociedad civil está involucrada asociada, eh cumple ciertos roles representativos, ya sea sociedad civil, ya sea ciudadanía a través de no sé partidos políticos o digamos colectivos ciudadanos, no las organizaciones, las instituciones juegan un papel importante, claro que sí hay que tratar de tenerlas mapeadas conocerlas hay que identificarlas para ver de qué manera sumarlas no a ese proyecto de desarrollo claro que sí.

Yesica: En cuanto a los proyectos, **¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?**

Lic. Paloma: Mmmm haber es necesario contar con un actor social para resolver un proyecto social, eh sí entendiendo que la categoría de actor social de una u otra manera somos todos los involucrados no ósea los que formamos parte de esta dinámica social que se quiere cambiar, entonces si claro necesitas de los

protagonistas (se ríe) de gente que se encuentre relacionada que se involucre justamente también en la alternativa de solución de todas maneras.

Yesica: ¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?

Lic. Paloma: Si este hoy por hoy este hace algunos años no esté todo lo que son las líneas de inversión empresarial a través de responsabilidad social o valor invertido o sostenibilidad como más o menos de alguna u otra forma lo puedan identificar las empresas este puede canalizarse a proyectos de cambio no de todas maneras es bastante válido es importante eh y creo que va a ser también mucho más provechoso para la ciudadanía emplear esos fondos no para justamente generar los cambios que se necesitan no, no solo fondos públicos digamos no sino si es que pueden venir de terceros también no como objetivos claros específicos con rendición de cuentas transparente no tendría por qué haber inconvenientes no.

Yesica: Ya para culminar la entrevista pasamos a la última categoría que es el Feedback, por ello le hacemos la siguiente pregunta **¿Cree usted que hoy en día el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?**

Lic. Paloma: Puedes repetir la pregunta, me perdí un poquito como dijiste en la última parte.

Yesica: ¿Cree usted que hoy en día el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?

Lic. Paloma: ah mm sería ideal que genere educomunicación como tal, pero tendría que ser, pues un receptor super empoderado no o con ciertas características digamos entrenado, por lo menos no este que tenga digamos esa capacidad desarrollada porque claro puede hacer un proceso de información o de divulgación no oye es que comprendí esto y te cuento no, pero digamos que si lo que queremos es que nuestro receptor a su vez aplique educomunicación tengo

que explicarle que es por lo menos darle un ejemplo una pauta no, no solamente así al azar se puede yo creo que si se puede dependiendo de cuál es ese receptor no hay estrategias por ejemplo sobre todo en el ámbito educativo se emplea mucho este nos e capacita directamente a los estudiantes, sino se capacita los docentes porque sabes que el docente definitivamente va en efecto cascada hacia los estudiantes por ejemplo no entonces, pero claro este tipo de grupos este tipo de receptores tiene ya capacidad creada justamente para poder tener metodologías para poder llegar a los estudiantes no este no lo sé si de repente un grupo de jóvenes o un grupo de madres puedan pro haber recibido la experiencia solamente por eso ser agente multiplicador en ese sentido dicho de una manera más clara si se espera que el receptor pueda generar ese proceso tengo que prepararlo o estar de pronto ser como una suerte de revisión si tiene las competencias necesarias para poder realmente ejecutar ese proceso de educomunicación como lo espero no como lo espero para que no se quede solamente en el ámbito de la divulgación.

Yesica: ya para concluir nuestra entrevista **¿Será importante el Feedback entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales?**

Lic. Paloma: Ah sí es necesario ósea ningún proyecto creo de comunicación ninguna iniciativa de comunicación eh por lo menos integral no este deja de lado el feedback la retroalimentación algún tipo de respuesta de parte del público no eh y en un proceso de cambio con mayor razón tú necesitas ver una respuesta de pronto no expresa no en discurso sino más bien en acción que sería lo más ideal lo más idóneo porque justamente lo queremos es el cambio no que se tome acciones este, pero definitivamente es importante que haya el espacio para la retroalimentación y si al caso no de parte del equipo que propone la estrategia de comunicación tenga el espacio por lo menos de atención no de atención a observar si es qué hay algún tipo de retroalimentación, sino discursiva por lo menos en la acción social no ver cuál es el fruto de esa campaña a través de la respuesta de la retroalimentación del público no.

Yesica: Es así como hemos culminado con la entrevista a la licenciada Paloma Valqui y agradecemos su participación en esta entrevista.

Lic., Paloma. Gracias a ustedes por la invitación estimadas

Entrevista a José Antonio Ulloa Cueva, director Ejecutivo del centro Latinoamericano de investigación en artes y comunicaciones, licenciado en ciencias de la comunicación

Yesica: Buenos días el día de hoy vamos a entrevistar a José Antonio Ulloa cueva quien es director Ejecutivo del centro latinoamericano de investigación en artes y comunicaciones, estamos realizando esta entrevista para poder enriquecer nuestro proyecto final de tesis en comunicación y desarrollo social, a continuación, le voy a dar el pase a mi compañera patricia escobar quien va a dirigir esta entrevista.

Patricia: Qué tal muy Buenos días, continuando en estos momentos con la entrevista y las preguntas realizadas para nuestro proyecto de investigación de tesis, vamos a continuar con nuestra primera unidad temática que viene a ser la educomunicación tenemos como primera variable en la categoría 1 que es promoción y la primera pregunta para usted José Antonio, **¿considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de Desarrollo Social?**

José Antonio Ulloa: Bueno, chicas muchas gracias, buenos días, gracias por considerarme para poder contribuir alguna manera a su trabajo de investigación que espero lo que pueda compartir con ustedes soy sirva a darle algunas luces a proponer a mejorar a encaminar su investigación su tesis e respondiendo a tu pregunta considero que la persuasión es fundamental todo proceso comunicativo es 1 de los propósitos junto a la información informar y persuadir son propósitos fundamentales de la comunicación no y porque no basta informar para dar a conocer, sino que es importante y para eso somos comunicadores estratégicos necesitamos que esa información que genera conocimiento, persuada es decir

convenza A nuestras audiencias para lograr el objetivo de los proyectos que desarrollamos no aterrizando un poco a la propuesta iniciativa que ustedes tienen me parece fundamental todo proyecto de desarrollo en toda propuesta Educomunicativa no que se logre convencer a alguien lograra una influencia al público objetivo para lograr esos cambios subfunciones concretas que va a generar una transformación de la que se plantean en estos procesos educomunicativos estos proyectos de desarrollo social.

Patricia: Perfecto continuando en estos momentos todavía con la primera temática, la primera categoría, que es promoción, tenemos la siguiente pregunta, la pregunta número dos **¿considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de Desarrollo Social?**

José Antonio Ulloa: La publicidad como una disciplina de comunicación que tiene una serie de técnicas para lograr informar y persuadir que creo que es importante no utilizarla, aplicarla en los proyectos de desarrollo, pero no solamente en la publicidad, no, yo creo que hay que comenzar a tener una mirada holística de la comunicación social en ese sentido es importante que nuestros proyectos educativos en nuestro proyecto de desarrollo nosotros incorporamos echamos mano de estas otras disciplinas diferentes técnicas como la comunicación corporativa o como el periodismo, como la publicidad, creo que son importantes porque manejan técnicas específicas no que deben contribuir a lo mismo, no en el sentido de que en la parte estratégica o desde la mirada estratégica de nuestros proyectos debemos considerar en qué parte y en qué medida o de qué forma la publicidad, por ejemplo, puede contribuir A durar eso de qué manera el periodismo podría contribuir o sea por eso justamente decir al ir articulando agenciando de todas las disciplinas técnicas de la comunicación no, según el perfil y los objetivos de cada proyecto.

Patricia: Correcto en estos momentos tenemos también dentro de nuestra unidad temática, educomunicación también está en la categoría dos que va enlazando a nuestra segunda variable que viene ser redes sociales, tenemos cómo tercera

pregunta **¿Las publicaciones que se realizan en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos sociales deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de una ejecución?**

José Antonio Ulloa: No solamente el éxito de una ejecución, las redes sociales, las redes virtuales como parte de una estrategia de comunicación digital que está enfocado obviamente a audiencias que a público que manejan normalmente no tienen acceso a tecnología ojo pensado en ese público, hay mucha población que no tiene mucha población que no tiene acceso a ahora entonces las redes sociales donde van a servir de mucho entonces había que pensar en otros medios en otras plataformas, otros espacios para públicos que no tienen ese acceso constante lo que puede entender un aparato un dispositivo móvil, pero no quieren accesibilidad conectividad no tiene posibilidad de datos etc. no, por lo tanto, su acceso es limitado entonces habría que echarle cabeza ha ha repensar cómo diseñamos estrategias de comunicación digital con audiencias con este perfil con estas características, pero repito la las redes sociales no las plataformas digitales de comunicación virtual no deben estar limitadas a dar cuenta o difundir los avances de un proyecto no tienen otros pueden tener otros objetivos sensibilizar informar, convocar, recordemos que las plataformas digitales lo que buscan en el ámbito del mundo virtual es la interacción no la interacción es fundamental porque de eso no solamente vive la comunicación digital, sino que eso no va a permitir a nosotros también en un constante contacto con nuestras audiencias con nuestro público objetivo en ese ámbito de lo virtual no entonces cómo generamos esa interacción constante qué estrategias de comunicación van a permitir solamente informándole de lo que hacemos no, no, no hay que generar acciones concretas de comunicación que posibiliten esa interacción esa participación y esa identificación no de los públicos con respecto a nuestros proyectos con respecto a nuestros proyectos, con respecto a las temáticas que nos interesa como los insertamos en nuestra agenda entonces y cómo también nosotros como interlocutores escuchamos lo que ellos tienen que decir que tanto retroalimentamos es a esos procesos de comunicación que al final lo que buscan es transformar la realidad de ese público objetivo precisamente.

Patricia: Perfecto justamente que lo que usted está mencionando no el tener el contacto, esté hoy en día que la tecnología va avanzando, tenemos en estos momentos también está enlazando a esta pregunta que sé que se le mencionó, tenemos a la segunda pregunta todavía con nuestra categoría de redes sociales **¿cree usted que Facebook es la red social más usada para poder realizar publicaciones de cómo se va desarrollando proyectos Educomunicativos?**

José Antonio Ulloa: Depende del público objetivo, hace poco he hecho un diagnóstico de comunicación para la OPS, para la organización panamericana de la salud y para un proyecto que busca promover la vacunación contra la COVID-19 en diversas zonas del país y unos de los aspectos que vimos en el diagnóstico fue precisamente el acceso el uso de plataformas digitales de medios en general, pero salta obviamente como hallazgos del diagnóstico el uso de no, y es interesante ver de repente esto ya puede ser sabido o aún no tiene indicios de respecto al tema es que las personas ya de 40 para adelante por ejemplo no están mucho más cómodos en plataformas como Facebook por citar un caso, pero jóvenes de 18 a menos adolescentes incluso incluso hasta 24 podríamos decir tienen un acceso tremendo y una interacción tremenda con el Tik Tok y además un uso sumamente importante e interesante de consumo de información que dista mucho de lo que nosotros podemos los adultos mayores 40 podemos una percepción de que entiendo que es algo banal con contenido quizás absurdo, inconsistente, sin embargo, valoran mucho los jóvenes de 18 a 24 estoy hablando del hallazgo que hemos hecho no valora mucho la información que reciben información consecutiva responsable que reciben de Tik Tok e Instagram por ejemplo con respecto a la vacunación. Con respecto a las noticias, hay adolescentes por ejemplo que se enteran de lo que pasa en el mundo no por el noticiero de televisión, sino por el chico de las noticias en Tik Tok no entonces es la dinámica de consumo de información ha cambiado muchísimo y varía de acuerdo a las grupos etarios las de diferente de lo público por una trabajamos entonces no podría decirte que si es efectivo o no Facebook sí es el mejor medio o no sino de, ya que va a depender mucho de la audiencia con la que está trabajando con el público objetivo de cuál quieres dirigirte no y también va

a depender mucho de cómo también ese publicó interactúa y fluye en diferentes plataformas no porque si bien puede tener con una interacción constante en Instagram o en Tik Tok por ejemplo no que tanto accede a otro tipo de información en otra forma en otras plataformas de comunicación no lo mismo no yo puedo, a mis 49 años tener mucho acceso a Facebook, pero la idea es qué tipo de contenido consumo cuál es el sentido del uso que yo le doy a esa plataforma entonces yo creo que hay que estar muy atentos a ese tipo de aspectos en la dinámica del consumo que tienen las personas o que tenemos las personas respecto a las plataformas de comunicación no solamente que tanto tiempo para el Facebook, sino qué tipo de información consumo información, sino que tipo de información comparto en Instagram qué tipo de contenido me atrae me sirve me es sutil como lo valoro más como lo es Tik Tok no, mi valoración del Tik Tok va a ser diferente a la valoración que de repente tú le des al Tik Tok ni yo podría estar mucho más tiempo en Tik Tok, pero la valoración de la información que recibe el Tik Tok no me sirve de mucho sino contender con ejemplo o sea hay que estar atentos con respecto a este tipo de aspectos y no limitarse solamente a observar el fenómeno desde cuánto tiempo cuánto accedo a un determinado medio o plataforma de comunicación.

Patricia: Claro en estos momentos tenemos la última pregunta para poder culminar con nuestra primera unidad temática y en la segunda variable que redes sociales tenemos como quinta esta pregunta que **¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para poder lograr el éxito de los proyectos Educomunicativos?**

José Antonio Ulloa: Ehhhhh en todo proceso de comunicativo eh en general en todo proceso de comunicación que tiene que ver con la Transformación Social con el cambio social es importante tener en cuenta qué lo que buscamos es empoderar, no a las personas no para que puedan tener una participación activa en ese proceso de transformación me explico e considero que es fundamental que las que los contenidos que generamos la información que preparamos para que fluya en los diferentes espacios de comunicación que se van a plantear en nuestros proyectos por los medios que vamos a proponer en nuestros proyectos lo que buscan es

regresando a la primera pregunta no, no solamente informar para que conozcas un determinado tema no solamente sensibilizarlo para que se identifiquen con determinado tema no con determinada problemática, sino dotarlo de ciertas herramientas que les permitan al poblador, al niño adulto mayor que sé yo no y dotarlo de la vida que le permitan tener la capacidad y el compromiso de generar un cambio en su entorno y en la medida que logremos eso nuestros proyectos educativos nuestros procesos de comunicación para el desarrollo van a lograr esta transformación la pregunta es qué tanto estamos apuntando a eso de porque muchas veces digo yo por experiencia nos limitamos a informar a darle información a la gente, pero nunca nos preocupamos y qué hace esta gente con esa información qué hacemos con esa información ya la gente conoce que hay la gente ya conoce que cuáles son las características de la violencia contra la mujer la gente ya conoce que en caso de de violencia doméstica puede llamar a la línea cien que conoces yo conozco que está mal ya conoce, pero lo que queremos es que conozca o lo que buscamos con nuestros proyectos es que erradicar la violencia o disminuir el impacto contra la mujer de la un ejemplo bueno entonces si nosotros logramos empoderar dotar de herramientas de capacidades a personas para que participen activamente del cambio respecto a la violencia entonces nuestra estrategia de comunicación funciona porque no se limita a informarles el problema no se limita a convencernos de algo respecto al tema, sino que lo comprometes los involucras y estas capacidades competencias logran no hacer réplica en la comunidad el sentido de los proyectos de comunicación para la transformación social deben ir pienso yo en esa línea siempre hay que ir más allá de la información propiamente y una premisa en mi vida profesional es que uno siempre tiene que informar con la verdad formar con respeto para transformar continuidad a las personas entonces esta línea de informar transformar debe ser una especie de hoja de ruta por lo menos en mi actividad profesional lo es hoja de ruta para lograr ese cambio que anhelamos.

Patricia: Correcto en esos momentos continuando ya finalizando lo que es nuestra primera unidad temática que viene ser educomunicación y dándole un enfoque más allá, tenemos también como unidad temática dos que es desarrollo social, en desarrollo social, en la segunda unidad tenemos como primera categoría que es

importante también las alianzas estratégicas tenemos como primera pregunta para nuestra categoría es **¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?**

José Antonio Ulloa: si son fundamentales debemos sumar esfuerzos para lograr que estos proyectos estas iniciativas funcionen de manera asilada no logramos mucho no podemos hacer las cosas podemos avanzar de repente, pero podríamos ser mucho más generar un impacto mucho mayor si es que sumamos esfuerzos y en esa suma de esfuerzos hay dos cosas dos aspectos que son fundamentales para lograr ese compromiso y esa participación de las organizaciones que están vinculadas a la temática con la que trabajamos en la problemática que queremos abordar con la con la población con la que queremos trabajar una es la incidencia y una es la articulación hacer incidencia en el ámbito político con autoridades municipios Gobierno regional ministerios etc. es una cosa importante no como nosotros como nosotros apuntalamos con nuestro tema y nuestra problemática bici visibilizamos como hacemos evidente que existe un problema y la necesidad ante el alcalde ante el regidor ante el gobernador regional antes congresista cómo lo hacemos en incidencia política no meter ese tema en la agenda en el radar de la autoridad en él, la política pública del Ministerio del Gobierno regional de la municipalidad no, pero tenía que ser incidencia mediática así como lo hemos hemos metido el tema en nuestra agenda política o busquemos la forma de meter una agenda política porque hemos también meterlo en la agenda de los medios que la gente se enteren los medios que este tema es importante el problema en este aspecto que esa comunidad tiene tales necesidad no que estamos hablando el tema en los medios si no evaluemos mapéenos entonces metamos el tema de la que la gente comience a respirar AA sentir respirar que ese problema es latente hay una población cerca de tu casa que lo necesita a dos horas de la ciudad de la ciudad hay un centro poblado que no tiene ni agua ni luz no ve lo que a cuatro o 5 o 6 horas de nuestra provincia capital de la región existe un alto nivel de desnutrición analfabetismo no evidenciamos el problema los medios están para eso la incidencia social o comunitaria es decir que la población misma se dé cuenta que hay un problemática, pero muchas veces la población misma no se da cuenta no

hay una necesidad si están mal sí, pero no hay dolor a internalizar la posibilidad de un cambio a partir de la identificación de un problema entonces está esta incidencia que más o menos se los he planteado en 3 tipos de dimensiones incidencia son fundamental y otra cosa es la articulación es decir como desde la comunicación que estrategia de comunicación utilizo para poder articular es decir ojo no solamente vincularme con esa organización no solamente vincularme con esa institución que esté en la comunidad, sino que articular implica cómo ya incidencia ya hice mi incidencia y hacer que funcionemos bien o sea cómo hago que tu municipalidad le tomes interés a las actividades que estoy haciendo lo que quiero hacer hoy proyecto que quiero articulemos juntemos dos piensas que se muevan para que pueda el proyecto en sí avanzar porque yo solo no puede mi pieza sola no puede me articulo contigo para poder lograr un mayor movimiento mejor movimiento no entonces esa articulación implica para que ellos sigan uy saltaremos ganemos ambos lados no entonces en esos aspectos creo yo que puede estar la forma adecuada de llevar nuestro tema al terreno de los otros de las otras organizaciones que pueden sumar mucha gente ya no tengo dinero no tanto no te estoy viendo plata estoy viendo que me permitas usar la canchita de fútbol de la localidad la losa deportiva te estoy pidiendo simplemente que me ayudes con la difusión de darme acceso a tu base de datos para poder llegar a la comunidad dame tu camioneta esa que no usas no te estoy pidiendo plata o sea este, dame la Concha acústica para hacer un concierto, a tienes profesores de danza, ya que me gustaría que ellos apoyen los fines de semana para poder hacer esta actividad de arte preventivo con la comunidad cosas como esas y la otra muni de la localidad del centro poblado donde estuvo la iglesia desde el sitio, pues, te pondrá los viáticos para esa gente nadie está hablando de plata estamos hablando de articular con cosas que puedes tener cómo convences a eso nuevamente como le informas para que conozca tu proyecto y cómo lo persuade para compensarlo que funcione contigo particularmente.

Patricia: Cierto con ellos lo que usted nos acaba de mencionar, vamos a dar lo que viene a ser una pequeña pausa porque me comunicas este Jessica que se terminan hacer la grabación del PSUV disculpa yo soy perfecta, está bien no, no, eso nos nutre bastante para poder también este tener este conocimiento el momento de

cuidar este a conocernos investigación de tesis entonces nos interesa bastante Y pues vamos a continuar con la entrevista Yesica nos envíe nuevamente el link y le pasamos internos y para poder continuar con ello.

Patricia: ¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?

José Antonio Ulloa: Desde la perspectiva del desarrollo social y local, se considera a los actores sociales como individuos o grupos de individuos que se ven afectados directa o indirectamente por un proyecto, así como un conjunto de actividades planificadas para un determinado período de tiempo con el objetivo de compartir épocas, recursos y tecnologías para reparar las grietas en la realidad. Los actores sociales nacen del colectivo y están especialmente motivados por el sentimiento humano y la compasión por los demás. Son personas u organizaciones cuyas actividades tienen trascendencia social y humanitaria. Pueden estar representados en grupos sociales, grupos comunitarios, ONG, sindicatos con objetivos de largo alcance; pero históricamente en la memoria del mundo existen nombres tales como líderes políticos, religiosos, científicos o culturales que actuaron como agentes sociales en la nación. Ha habido un cambio significativo en el papel de los humanos. A continuación, necesitamos saber quién es el actor social, quién es el actor social y quién es el actor principal de la historia.

Patricia: ¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?

José Antonio Ulloa: a índole no belio son de diversa índole que y de muy satisfecha lotería y entonces se necesita dinero se necesita recursos se necesita se necesita materiales no diversos es obviamente importante contar con ellos el asunto está nuevamente no para la empresa privada para las organizaciones para los gremios para las instituciones o para la misma comunidad incluso para las relaciones de base es importante que nosotros sepamos nuestra estrategia de comunicación incluso para para recoger fondos para recaudar y promover la

cooperación no incluso la Cooperación Internacional es fundamental saber hacer un proyecto no entonces cómo logró yo convencer a una institución para que puedan aportar recursos no logísticos económicos humanos no en mi proyecto nuevamente ese es algo que ellos tienen que sentir que ganan también de alguna manera gana lo puedes insertar en sus políticas o sus proyectos iniciativas de responsabilidad social es una forma no como líneas tu proyecto aún AAA los a la política de responsabilidad social de las organizaciones de las empresas que están en zona de intervención no y si no tienen políticas de responsabilidad social piensa en qué puedes también generarle la necesidad de tenerlas no como a líneas tu proyecto a financiamiento fuente de financiamiento del Estado mismo puede ser también los del Estado genera fondos tiene fondos para financiar proyectos no y de repente puedes alinear una iniciativa tuya a 1 de los proyectos bueno José pongo a pensar este proyecto el Ministerio de Cultura tiene fondos para ejecutar proyectos de arte por ejemplo decir tu caso como alineas tu proyecto de desarrollo no para que puedas conseguir esa financiación si yo trabajo tema de trata de personas por decírtelo no como la línea a ver voy a ser que en mi zona de intervención voy a desarrollar un festival o un programa de prevención de la trata de personas a través de la creación audiovisual no estoy en borrador entonces a ese proyecto de formación audiovisual como enfoque preventivo para las personas es un eventualmente puede ser un proyecto que lo puedo postular a fondo del Estado no a fondos públicos de acuerdo puedo también alinear mi proyecto de desarrollo a fondos de Cooperación Internacional hay gobiernos hay organismos internacionales que tienen proyectos y que podrían ahí eventualmente alinearse juntarse con lo que sucedía estoy viendo un tema de desnutrición en determinado lugar del libro que este los organismos internacionales no están vinculados al tema están buscando proyectos de esta índole en zonas rurales de Lima por entonces es cuestión nuevamente un mapeo un mapeo de actores, por un lado, pero también un mapeo de fuentes de financiamiento entonces ahí buscas alinear lo tuyo no a estas estos cooperantes o posibles cooperantes que identifiques

Patricia: ¿Cree usted que hoy en día el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?

José Antonio Ulloa: sí o sea eh entendemos la comunicación como un proceso novela de comunicación es un proceso de interacción humana en la que se intercambia información el flujo de información va de ida y vuelta no emisor receptor en un momento y es importante que comprendamos que el receptor no es un ser pasivo no, no es un almacenamiento no es un recipiente donde va a recibir y almacenar información que el emisor elimina sino que este es un receptor activo es un receptor no que tiene capacidades diversas de comprender analizar a recibir representar la información que recibe, por tanto, es que al ser un proceso no es fundamental que la retroalimentación se dé manera efectiva cuando 1 diseña estrategia de comunicación busca que esa retroalimentación sea realmente efectiva y constructiva es decir que las respuestas que brinden que las respuestas que brinden sean de tal sean tan consistentes e importantes que puedan reconstruir y mejorar el proyecto mismo sí o sea y para eso se necesita por un lado una capacidad de empatía de parte de los de los que implementamos los proyectos capacidad de empatía quiere decir que digamos una valoración importante del receptor no desde la gente que nos escucha de nuestra audiencia nuestro público objetivo no belio esta capacidad de empatía tiene que llevarnos también a tener una escucha activa responsable o sea que tanto escuchamos nosotros a nuestros interlocutores a nuestros receptores a nuestras audiencias a nuestro público objetivo no que muchas veces pensamos los proyectos de desarrollo los proyectos y los procesos de comunicación en general en emitir información meramente no te doy información, pero muy pocas veces lo pensamos desde quién necesita realmente mi audiencia escuchó realmente cuáles son los aspectos que te requiere esas necesidades que tiene esas limitaciones de las que se enfrenta día a día para poder lograr algo incluso comunicarse no cuáles son esas formas de comunicación que ellos tienen para poder desde esas formas de comunicación y a través de esas formas de comunicación realizar nuestros procesos no desde los procesos que yo como comunicador líder del proyecto o rectas de emisor del proceso voy a imponer a mi audiencia no o sea a mí y eso que tengo incluso desaprender una serie de cosas para aprender desde la experiencia del usuario desde la experiencia del público objetivo desde la experiencia de la audiencia no eh entonces sí es

fundamental la respuesta que ellos tengan, pero es muy muy importante para eso la capacidad que nosotros podamos tener como cabeza del proyecto para poder generar esos procesos de escucha atenta activa responsable empática no hay que pensar la comunicación siempre hay que entender la comunicación como salir al encuentro del otro no la comunicación es salir al encuentro del entonces partiendo de eso vamos a comprender que aquello que nos brinde como respuesta vas a permitir perfilar mejor encaminar mejor optimizar no ajustar.

Patricia: ¿Será importante el Feedback entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales?

José Antonio Ulloa: sí definitivamente ese filo está muy justamente, me adelanto a la pregunta con la respuesta que te he dado en las últimas dos intervenciones y eso tiene que ver además Patricia Jessica tiene que ver con esta interacción de la que hablábamos hace un instante no claro lo lavamos en el contexto de la comunicación digital decíamos que es importante que se busca, pero la interacción no solamente es importante de ese ámbito en ese entorno digital en la interacción es fundamental en todo proceso comunicativo novio en ese en esos lugares donde no existe la tecnología hay donde existe un acceso constante permanente a la conectividad OA las redes etcétera y en donde 1 tiene que ir con su en rotafolio para explicarles con su cartilla impresa para poder comer informar sobre tal o cual cosa donde tiene que ir con él con el megáfono para para para pasar el el audio el spot o para o tiene que ir a las plazas a poner sus su módulo para informar en el contacto cercano cara a cara face to face no en ese acercamiento más íntimo es donde 1 también busca interactuar ver la realidad en la que viven esas personas no ver cuáles son sus necesidades cuáles son sus gestos cuáles son realmente sus expectativas respecto a lo que pueden hacer o no recibir o no y proponer o no en esos procesos que estamos buscando implementar no eso lo consigues explicando a los ojos a la gente eso lo consigues respirando el aire que respira viendo in situ esa necesidad de no contar con agua viendo in situ esa precariedad de vivir sin fluido eléctrico o sea todo eso no lo logras a través de la pantalla coloras a través de ese contacto directo y esa interacción no es fundamental para ese feedback que estamos buscando o sea hay que comenzar a humanizar también

esa retroalimentación no lo habíamos hablado antes en el contexto digital, pero, pero dale a tu pregunta para poder comprender que esta es una necesidad de interactuar de manera empática se debe dar en todos los ámbitos de la comunicación humana.

Entrevista a Marco Sipán Torres, Sociólogo, Gestor e Investigador social y político

Patricia: Buenas noches, sociólogo, vamos en estos momentos a comenzar lo que bien hacer con la entrevista ya titulada nuestra tesis como la Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso “Madres Emprendedoras” en Lima-SJL, 2022 vamos a comenzar con la entrevista por la cual va a durar entre el rango de 20 a 25 minutos no va a haber repreguntas solamente las preguntas para que usted las pueda contestar no en estos momentos continuamos y le damos paso a mi compañera Yesica Guadaña.

Yesica: Buenas noches, sociólogo Marco Sipán comenzamos con la ronda de preguntas, en este caso como primera unidad temática tenemos a la educomunicación y nuestra categoría es promoción, por ende, le preguntó **¿Considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?**

Soc. Marco: Si este es sumamente necesario porque a veces hay mucho desconocimiento de que es el proyecto o programas social, va a intervenir en sus vidas y este la gente no quiere que no están proscribe el cambio no.

Yesica: Ahora, **¿Considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la Educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de desarrollo social?**

Soc. Marco: Por supuesto y mucho de eso parte por conocer la realidad de cada uno de ellos no a mí me ha tocado trabajar por ejemplo en temas de alcantarillado de pistas o varios proyectos más y cuando uno forma parte ahora de estos

proyectos la inclusión de tema de género la inclusión también del impacto ambiental y la gente no necesariamente conoce o no quiere que se toquen esos temas así que hay que tener mucha capacidad para poder aumentar sus conocimientos de la población y todos ellos eh digamos que también crezcan en sus capacidades y conocimientos en su educación para que puedan eh ser parte del proyecto y en todo caso este desde la comunicación del desarrollo como tú mencionas la educomunicación es importante para que pueda eh salir de manera digamos eficiente o cumpla todos sus objetivos los proyectos que se generen no.

Yesica: En cuanto a nuestra categoría redes sociales en la educomunicación realizamos la siguiente pregunta **¿Las publicaciones que se realicen en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos sociales deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de su ejecución?**

Soc. Marco: Si he creo que estamos en una situación post pandemia donde el impacto de la tecnología de la comunicación y de las redes sociales en particular ya forman parte de la vida de todos, quizás antes de la pandemia podríamos decir que parte de las redes sociales había que utilizar otras formas de comunicación como el hecho de hacer talleres o cosas presenciales o ir de casa en casa, pero ay ahora con esta nueva situación la mayoría de personas cuenta con algunos dispositivos entran redes sociales y casi se ha vuelto como la forma principal de comunicación también en este caso para los proyectos de desarrollo.

Yesica: **¿Cree usted que Facebook es la red social más usada como para poder realizar publicaciones de cómo se van desarrollando proyectos educomunicativos?**

Soc. Marco: Hay que diferenciar los territorios, creo que Facebook es todavía eh la red social más grande y de mayor impacto en las regiones del país, en especial las zonas andinas que tienen conectividad y para las personas que de treinta años para arriba de lima si hay digamos la introducción de otro tipo de redes sociales como Tik Tok e Instagram no.

Yesica: En ese caso, **¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?**

Soc. Marco: Sí, porque si no hay esa interacción se pierde el interés por parte de esa población, no de parte de la población objetivo o de los beneficiarios, digamos no por eso que es importante permanentemente la comunicación, actividades comunicativas para que mantenga la expectativa sobre el proyecto en la población. Yesica: pasamos a nuestra agenda unidad temática que es desarrollo social en cuanto a la categoría alianzas estratégicas tenemos la siguiente pregunta **¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?**

Soc. Marco: Sí, porque a partir de las organizaciones sociales uno tiene el conocimiento sobre las necesidades que en todo caso exigen o que de todas maneras están demandando o son permanentes en las localidades y cuando uno ejecuta un proyecto social son las comunidades las que ante las adversidades o en todo caso ayudan a que mejoren o más rápidamente se puedan realizar de las actividades del proyecto no.

Yesica: usted cree que **¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?**

Soc. Marco: Si porque alguien tiene que darle la cara a la población.

Yesica: En cuanto a los proyectos sociales, considera usted que **¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?**

Soc. Marco: Sí por supuesto ósea el estado tiene algunos tipos de proyecto de acuerdo a los sectores, pero no logra cubrir a toda la población en general no

entonces las empresas están ya a partir de la responsabilidad social a partir de las relaciones comunitarias trabajando proyectos y creo que si bien no se visualiza tanto su impacto son muy importantes y debería haber mucha normatividad para que en todo caso la certeza es que puedan y que tengan alta rentabilidad también puedan lograr hacer este tipo de proyectos de desarrollo social y ayuden a que todo el país este digamos en mejores condiciones no y mejorar la calidad de vida de las personas.

Yesica: Ya para terminar tenemos nuestra última categoría, nuestra segunda unidad temática, que es el Feedback en cuanto al Feedback **¿Cree usted que hoy en día el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?**

Soc. Marco: Eh sí, pero habría que tener también responsabilidad porque el hecho de no ser una comunicación cara a cara o face a face como se dice también puede tergiversar unas cosas y también, así como ayudan todos estos aparatos tecnológicos de la comunicación a dar una comunicación, también está el tema de las Fake news donde examen se pueden distorsionar las cosas no.

Yesica: En cuanto a nuestra última pregunta de nuestra categoría Feedback, tenemos **¿Será importante el Feedback entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales?**

Soc. Marco: Claro ósea, una buena interacción podría agilizar muchos las cosas, inclusive la misma población, a veces este está más predispuesta a dar más cosas en apoyo a que el proyecto continúe, no por ejemplo en zonas rurales, a veces sucede que la población si logra concientizar o logra también sensibilizarse del proyecto pone la mano de obra para un sin fin de actividades que los proyectos sociales requieren no.

Yesica: Esos serían las preguntas realizadas, agradecemos su participación

Soc. Marco: Muchas gracias cuando gusten nos ponemos de acuerdo y listo.

Patricia: gracias a usted por la aceptación de la entrevista que tenga buen día

Soc. Marco: listo nos vemos.

4. Entrevista a Christian Castro Silva, ESCRITOR, Dr. Gestión Pública, Mg. Comunicación para el Desarrollo, Lic. C. de la Comunicación

Yesica: Buenas Noches, querido profesor Cristhian Castro, el día de hoy vamos a realizar una entrevista para poder apoyar nuestro proyecto de investigación titulado La educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social en caso madres emprendedoras Lima 2022. Le damos la bienvenida a esta entrevista al Mg. En comunicación para el desarrollo, Cristhian Castro.

Mg. Christian: Gracias bien, si bueno ya un poco para poder ver si podemos darle un poco de conocimientos o nuevas perspectivas al tema que vas a tratar.

Yesica: es así como se procede a empezar con la entrevista que va a hacer dirigida por mi compañera Patricia Escobar.

Patricia: Profesor que tales muy buenas noches, vamos a comenzar con lo que viene hacer la primera pregunta está teniendo en cuenta como primera categoría la promoción y como primera variable la Educomunicación. La primera pregunta es **¿Considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?...**

Yes porfa mándame con exactitud la hoja, por favor porque acá...

Mg. Cristhian: No te preocupes, también tengo las preguntas, ya los estoy leyendo, dice ¿Considera usted que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de desarrollo social?, esa es la pregunta, no es cierto.

Patricia: Si profesor

Mg. Christian: Pues bien, si es necesario porque así como cualquier evento o como cualquier convocatoria de personas, convocatoria, ya sea para realizar algún tipo de ayuda o tipo de bien social a través de la colaboración o de la cooperación grupal, es necesario dar a conocer los proyectos, es necesario que para las personas puedan acudir a brindar su apoyo tengan que conocer a que se va a dedicar el proyecto que es lo que va a hacer en que beneficia a la ciudadanía en que beneficia a la sociedad en que beneficia a tu grupo a tu localidad a tu grupo social e a que edades beneficia a qué personas y también a que nivel sociocultural socioeconómico ósea todos esos detalles tienen que ir en los temas informativos para poder persuadir a las personas que vayan a participar en todos los proyectos de desarrollo social ósea es imposible no poder llegar a la gente que no tener un instructivo con comunicación en formación básica, porque ósea pongamos un ejemplo si a ti te dicen hay que colaborar con un grupo de personas de un asentamiento humano tú tienes que conocer que es lo que vas a hacer cuál va a hacer tu aporte no cierto no irías tú por ejemplo nos tienes que aportar Tu Patricia tienes que ir, pero vas a cavar una zanja de 20 metros ósea tú no podrías porque no estás capacitada para eso no tú dirías en ese momento no puedo ayudar porque no lo sé hacer, sin embargo, algo así tú podrías decir si te lo dicen de repente Patricia, pero también después de que algunas personas se dediquen a ese apoyo social para cavar esa zanja ese canal ese regadío no sé también va a haber un evento donde hay que prepara comida y repartirle comida a las persona que van a trabajar en la zanja y a la gente de la población que va a apoyar ah bueno en eso sí puedo apoyar porque en eso si estoy preparada y creo que si podría dar parte de mi trabajo o podría ser útil me entiendes ósea tiene que haber un informativo para poder persuadir para poder dar a conocer La información del evento y del proyecto y que la gente tenga el conocimiento si está en capacidad de ser útil a ese proyecto de desarrollo social.

Patricia: Perfecto profesor, muchas gracias continuando con la siguiente pregunta todavía en la categoría de promoción tenemos **¿Considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la Educomunicación para lograr interés por parte de los participantes en los proyectos de desarrollo social?**

Mg. Christian: Claro, la publicidad es básica, pero también recuerda que la publicidad solamente es una parte de todo lo que es el mercadeo, todo lo que es el tema informativo de la educomunicación y también es una parte nada más del proyecto social, proyecto de desarrollo social, porque la publicidad lo que hace es he de dar información sobre los beneficios diferenciales de lo que este proyecto de desarrollo social puede brindar a la comunidad no, ósea es una parte informativa la publicidad es una parte informativa recuerda también que la publicidad conste también en la repetición constante para poder crear recuerdos en las personas entonces esto me hace acordar por ejemplo y acá te pongo otro ejemplo eh cuando Interbank por ejemplo hace sus eventos sus campañas sus campañas de apoyo social que a veces la pasan en sus mismas agencias bancarias en los televisores que están en las agencias bancarias las pasan no nuestros trabajadores tienen una cantidad de horas de proyección social para con la comunidad entonces ellos van a los cerros a construir a veces he muros de construcción para evitar huaicos también van a construir casa prefabricada ósea te das cuenta la publicidad es importante para poder dar información y recordar a la comunidad eh y educar a la comunidad en temas de participar de proyectos sociales participación de proyección social eso es muy importante y tú recordaras también por ejemplo lo que es en el tiempo que yo estuve trabajando en la universidad que les enseñaba a usted a cómo hacer una proyección social hicimos un proyecto de desarrollo social con ustedes en los colegios te acuerdas, entonces ese es un gran ejemplo no que hacía yo hacía publicidad por las redes sociales y en ese tiempo las redes sociales no se manejan como ahora no ahora existe el Tik Tok imagínate si hubiera existido en ese tiempo lo que hubiéramos podido hacer entonces ahí yo hacía publicidad le ponía chicos no se olviden que este fin de semana nos reunimos para ir a los colegios talleres sobre eh sobre educación como se llamaba esto sobre educación en valores entonces la publicidad era importante yo tenía que estar publicitando a ustedes sobre qué vamos a hacer que íbamos a hacer cuál era la información que vamos a dar y eh qué fecha iba a ser también si estaban en disponibilidad de ir entonces mira que importante es la publicidad para poder preparar en temas de educomunicación entonces básica es la publicidad si es una

parte nada más de todo el trámite de mercadeo, pero es importante la publicidad para que se pueda lograr el interés en las personas que van a participar en esta proyección.

Patricia: Perfecto continuando con lo que vienen hacer las preguntas, todavía seguimos en la unidad 1 que es educomunicación, pero entramos a nuestra segunda categoría que es redes sociales, en la educomunicación tenemos como tercera pregunta **¿Las publicaciones que se realicen en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos sociales deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de su ejecución?**

Mg. Christian: Claro claro que sí yo creo que es un parte importante porque las publicaciones te van mostrando también el avance que se va dando ya sea que por ejemplo un proyecto tenga varias partes o que sea el proyecto de una sola parte y se aplique en una zona y luego se aplique en otra entonces porque si se aplicó no sé en canto grande san juan de Lurigancho y fue un éxito los publicistas en las redes sociales dicen el evento realizado de proyección social para no sé alimentar a las personas eh de los comedores populares de Canto Grande fue un éxito y ahora con ese éxito que hemos logrado vamos a proyectarlo también Canto chico Canto Bello canto Rey no lo sé entonces imagínate con esa publicación en redes sociales sobre el éxito del evento luego te vas a ejecutar el evento en otro lugar preparado ya con esa publicidad con esa ah con ese back off en donde al lugar que vas a ir el nuevo lugar vas a ofrecer esta nueva proyección social ya ellos se imaginan también que va a hacer un éxito y cuanto los va a ayudar y las personas que van a ir oye ojalá que lleguen a nuestra zona ojalá que también nos apoyen entonces imagínate la publicidad que se realice en redes sociales sobre el éxito del evento sobre lo mucho que ayudado a las personas que ha ayudado, no sé si te das cuenta de cuando se realiza un evento de proyección social y se hace bien dice tal cantidad de personas se beneficiaron con ese proyecto eh hemos ayudado a más de 100 familias ósea te das cuenta lo cuentan en grupos familiares en familia nuclear y también lo cuentan en personas no lo dicen 250 familias se beneficiaron eso quiere decir que son algo diez mil personas de esta zona de San Juan de

Lurigancho entonces es importantísimo eh publicitar el avance el éxito de la ejecución ya sea que si el evento de proyección social es por partes ósea ir proyectando el avance en todas las redes sociales disponibles o también si es que se diese en un solo lugar y ha sido un éxito y va a ser en otro lugar también hay que publicar porque hay que mostrar los beneficios que esta proyección social tienen entonces es importantísimo ósea de cajón utilizar todas las redes sociales.

Patricia: Perfecto Profesor continuando con el tema de las redes sociales tenemos como cuarta pregunta **¿Cree usted que Facebook es la red social más usada como para poder realizar publicaciones de cómo se van desarrollando proyectos educomunicativos?**

Mg. Christian: Facebook es una buena red social, pero ya nos es la principal ahora tenemos el Tik Tok que creo que para mí tiene más alcance comunicativo más alcance social y llega a todo tipo de personas si bien el dos mil veinte durante la pandemia el Tik Tok se expandió y era un lugar donde solamente, pues, muchos jóvenes experimentaban música y baile eh ahora es distinto porque ahora no te muestran solamente eso tenemos al chico de las noticias por ejemplo en Tik Tok que es importantísimo con orgullo tengo que decir que ha sido un alumno mío es muy amigo mío también porque has ido mi alumno eh otra cosa también es que hay noticias por Tik Tok hay eh proyección social por Tik Tok Historia por Tik Tok cultura por Tik Tok entonces imagínate Facebook es una buena red social es la base para poder utilizar la proyección evidenciar para poder publicitar, pero no es la única ósea hora tienes el Tik Tok que llega a más personas el Instagram que ahora los jovencitos lo están usando mucho el Instagram mis hijos por ejemplo ya no usan el Facebook eh yo les escribo por Facebook y me dicen papá yo no reviso mi Facebook yo hablo por Instagram no mis hijos están grandes ya tienen 15 años ósea entran a 5.º de secundaria, entonces eh te das cuenta como el Facebook puede ser útil no creo que sea la más usada actualmente quizás cinco años atrás si porque antes se creaban hasta grupos de Facebook no es cierto para hacer trabajos inclusive en el salón teníamos un grupo de Facebook donde subíamos las tareas ya no pues, ya no, porque tienes los grupos de WhatsApp imagínate tienes

el Instagram que está super potenciado, el Tik Tok, y si todo el evento lo quieres hacer en un solo video de 5 minutos lo haces completito lo cortas lo editas y lo subes a YouTube y compartes el link por WhatsApp o sea Facebook si lo puedes usar y creo que es la base de toda comunicación de red social, pero ahora tienes muchas más herramientas como el Tik Tok, como el WhatsApp porque los grupos de WhatsApp son básicos también, entonces, eh si yo creo que también puedes usar el Facebook, pero potenciándote con otras más, otras redes sociales que te van a ayudar mucho mejor y vas a llegar a más personas con este tema de la educomunicación.

Patricia: Perfecto profesor, continuando lo que viene hacer ya para acabar con la primera unidad que viene hacer la primera variable que es educomunicación, tenemos como quinta pregunta, **¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?**

Mg. Christian: Ya si podrías ser importante en este caso la interacción de los agentes de cambio, pero haber solamente quisiera sé que no puedo repreguntar, pero para tener clarísimo nada más que es un agente de cambio, porque yo puedo pensar, puedo darle también otro significado a agente de cambio, podría ser de repente un líder de opinión eh de repente un líder un líder de la zona un líder de repente o un exalcalde agente de cambio en esta pregunta qué es lo que a que es lo que se quiere referir exactamente solamente aclárame eso para poder responderte mejor.

Yesica: El actor social que organiza el proyecto

Mg. Christian: Ah, ya, digamos como el director de la campaña algo así

Patricia: Si ohm

Mg, Christian: ahora si lo tengo clarísimo, si porque agente de cambio puede ser de repente lo está haciendo no un jugador de alianza eh lo está haciendo un líder

de opinión de repente un artista un actor un cantante entonces quería tenerlo claro bueno si es en general cualquier director eh podría entonces la respuesta te la doy aurita eh si sería importante que haya la interacción por parte de la persona que es el agente de cambio que digamos en este caso el que está llevando a cabo la campaña es importante que esa persona que es la más importante de la campaña porque es la que la dirige este en constante comunicación y en constante participación con las personas que estén participando en este proyecto si es importante ahora de que se va a valer para llegar a todos ellos de que se puede valer que puede hacer crear alternativas de comunicación para que fluya la comunicación y tengan siempre toda la comunicación al alcance de sus manos que tengan la comunicación en cualquier momento en cualquier hora y digamos no por esos errores de comunicación de repente vaya a salir algo mal en la proyección social a que me refiero con esto es importante que esta persona este agente de cambio sea un a persona abierta a todo el público participante es decir que todos tengan el número de esta persona su WhatsApp sus redes sociales y que se pueda contar con esa persona para que pueda etiquetarlo porque hay personas que se molestan cuando ah no me etiquetes por favor porque recibo muchos like no sé ó sea tener el permiso de esa persona para poder interactuar con ella en redes sociales y que participantes y agente de cambio estén relacionados a través de las redes sociales y todos los medios de comunicación posibles aunque el medio de comunicación más activo aurita es el WhatsApp ó sea ya ni siquiera te llaman por teléfono y por último si tienes algo que aclarar lo llamas por WhatsApp no es cierto ó sea ya el teléfono ni el teléfono lo usas entonces si este es importante que el agente de cambio y los participantes mantengan una fluida comunicación para lograr el éxito de los proyectos educómunicativos, pero también es importante que este agente de cambio esté abierto a poder recibir en cualquier momento del día o cualquier hora del día o de la noche interacción de sus redes sociales y nos se vea angustiada estresada por esa cantidad de like o lo que fuera porque siendo el agente de cambio siendo la persona más importante porque ya está dirigiendo el proyecto no solamente los participantes lo van a molestar también lo van a molestar las personas que están siendo beneficiadas oye cuando viene por acá por favor acuérdesse de nosotros porque esta zona también necesita ese apoyo me entiendes

no solamente va a comunicarse con los participantes sino también con los que van a hacer beneficiados.

Patricia: Correcto profesor, hemos terminado ya con lo que debe ser con la primera variable que teníamos por parte de educomunicación entramos a la segunda unidad temática, nuestra segunda variable que es desarrollo social, tenemos como primera categoría alianzas estratégicas que también es de suma importancia dentro del desarrollo social dentro de los proyectos tenemos como sexta pregunta **¿Considera usted que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social?**

Mg. Christian : ah sí es importantísimo las organizaciones eh dependiendo de que se trata el proyecto las organizaciones van a jugar un proyecto importante ya sea y básico no porque creo que ellos son la estructura son la calavera del proyecto eh las organizaciones son las que te van a brindar el apoyo ya sea dinerario o sea de repente a través de algún donativo para poder alcanzar los objetivos entonces cualquier organización que esté envuelta con la con el proyecto de desarrollo social va a tener que comprometerse y brindar todo el apoyo que se necesite ósea si por ejemplo se dice no si vamos a alimentar a todas las familias que viven no sé en el cerro la balanza de la victoria no y este aporte viene gracias Alicorp ósea ya ahí nomás te das cuenta de que creo que el aporte de Alicorp es básico para poder lograr todo porque ellos van a hacer los donativos de repente de sus marcas más importantes no de aceite de arroz de azúcar entonces las organizaciones que van a apoyar tienen que estar ahí desde el comienzo hay proyectos sociales que salen mal porque muchas organizaciones inician, pero no terminan ósea nos estamos gastando mucha plata y la verdad es que no nos está beneficiando en nada ósea la publicidad no es tan buena o no se está difundiendo tanto y nadie sabe que estamos apoyando no sabes que déjalo ahí nomás hasta esta fecha nomas entonces ellas también buscan un beneficio con ese aporte con esa proyección social o con esa responsabilidad social que se están haciendo y el beneficio en este caso es que la gente es que humanizar su organización porque las organizaciones hacen temas de desarrollo social para humanizar su organización Alicorp por

ejemplo después de las elecciones presidenciales subió los precios de todos sus productos y eran en el mercado si te das cuenta el aceite más caro que nunca se ha visto en la historia no es cierto dieciocho soles una botella de aceite cuando una botella de aceite antes de la selecciones costaba nueve soles esto por las pérdidas que han tenido por apoyar a otros candidatos a lo que quiero llegar es a lo siguiente claro acá no están apoyando a la población, pero por ejemplo si ustedes quisieran cambiar su imagen en este momento no porque todavía sus precios siguen altos de repente dicen bueno Alicorp ahora va a apoyar a ah los equipos de barrio de los de todos los digo un ejemplo de todo san juan de Lurigancho como va a ser eso a todos los equipos de los niños de la Sub catorce hasta la sub dieciocho a todos los niños que juegan futbol en esa zona van a recibir una donación de fideos leche aceite por familia va a ser media docena por cada uno para que estén fuertes y estén sanos para que sigan jugando futbol, entonces el futbol le gusta a las personas, las personas van a reconocerlo, van a decir, oye que buenos son el Alicorp sí, pero habían subido sus precios no, pero mira nos están apoyando, nos están dando cosas gratis, entonces si es importante contar con el apoyo de estas organizaciones y que estas también se den ver porque justamente el apoyo no es gratuito es con un beneficio de un beneficio posterior.

Patricia: correcto profesor, seguimos con las preguntas, tenemos la séptima pregunta qué es **¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?**

Mg. Christian: ¿Eh actor social es, a diferencia de agente de cambio, digamos que es una persona reconocida por la sociedad como un líder de opinión, algo así?

Patricia: un actor social, el actor social más que nada por decir, tenemos un taller y podemos traer lo que viene hacer un especialista que pueda aportar dentro del proyecto social

Mg. Christian: Ya te entendí ya te entendí entonces digamos que quieren hacer no sé llevar la navidad del niño a san juan de Lurigancho y llevan no se a Maria Pía ya una cosa así entonces sería un actor social porque ella es especialista en

entretenimiento de niños entonces es una figura conocida no ya si claro ya entendí bien, entonces claro si es un actor social claro que si y si es conocido mejor todavía y si es un líder de opinión infantil en el caso de que la proyección social sea infantil o que la proyección social por ejemplo creo que están hablando de la proyección social para madres de familia no es cierto, imagínate que ahí el actor social que sea la imagen del evento de proyección social sea Mónica Sánchez que trabaja en al fondo hay sitio que es la mamá, pues, de la familia no entonces todos se identifican sobre todo las madres de familia de san juan de Lurigancho por lo menos creo yos e identifican con ella no imagínate que ella sea el rostro no y que salga vestida como en al fondo hay sitio y este parado ahí y de un discurso no mamitas estoy aquí porque también quiero apoyarlas porque yo también soy mama y que se meta en su personaje ósea si se puede contar con un actor social que es bien complicado porque muchas veces los actores sociales no tienen mucho tiempo, pero se puede por lo menos en alguna actividad que esté presente un actor social que permita que las personas que participan de la proyección social se sientan identificadas serían muy importantes muy bueno sería ósea más allá de que te amarra vas a alar más gente ósea dices Charito va a estar yo no veo al fondo hay sitio, pero sé que se llama Charito no, pero dices Charito va a estar en el evento para darnos su apoyo moral imagínate van a bajar de todos los cerros van a venir de todas las pampas no porque todos quieren ver a Charito no que es Mónica Sánchez no entonces si se cuenta con un actor social el proyecto puede salir mucho mejor toda vía si este actor social es un conocido eh de repente eh líder de opinión o carismático también no sé yo no sé lo que le pasa a la gente, pero la gente quiere mucho a chibolin ahora y si tú lo traes como actor social a tu proyecto social a chibolin bueno olvídate ahí sí también ya la rompes no ósea sales no solamente se te convierte en proyecto social que va a hacer he difundido por tu zona, sino también va a salir en televisión porque si sale chibolin nos es lo que hace este tipo, pero tal vez bien en todos los canales de repente hasta viene Magalí ósea olvídate esa proyección social ya sale se vuelve una bomba atómica entonces si es necesario me preguntas yo creo que sí mientras más carismático y conocido sea este actor social el proyecto social podría salir mucho mejor todavía.

Patricia: Perfecto profesor, tenemos para poder terminar con la categoría de alianzas estratégicas es la pregunta **¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?**

Mg. Christian: Si yo creo que esa es la base también de la proyección social no los recursos donados y que estos recursos donados le den a estas empresas que van a donar un espacio donde puedan presentar sus marcas donde ellos también puedan dar un pequeño discurso representado ya sea por un actor social o de repente por un representante de esta organización también es importante que estas organizaciones que van a hacer tus socios estratégicos en la ejecución de la proyección social no solamente te donen el material si no de repente también puedan dar recursos humanos porque de repente la cantidad de personas que tú vas a convocar no son las suficientes para por ejemplo te llega un camión con no sé quinientos kilos de arroz vacan que te llegue el camión con quinientos kilos de arroz, pero y quien te baja los costales de arroz ósea no vas a hacer tu solita no con tu amiga entonces tienes que ser ósea el donativo vacan que esté el donativo, pero también tienen que contar con recursos humanos con personal que te pueda dar la mano porque ósea la idea esta que el plan de desarrollo se pueda dar, pero tiene también que contar con los recursos necesarios ya sean recursos humanos en donativos en dinero transporte ósea hay una serie de logística hay un tema logístico que es muy importante y se tiene que tener en cuenta cuando se prepara un tema de proyección social no solamente a ya nos van a donar qué chévere, pero tienes que pensar en la donación que es importante y que eso va a permitir que te va a dar la ventana o el espacio a la empresa que te está donando para que puedan hacer su responsabilidad social, pero también este donativo tiene que ir acompañado de algún recurso humano con algún recurso logístico que te brinde el apoyo completo para que tú puedas cumplir con esa proyección social para las personas en las que te estás enfocando.

Patricia: Hemos culminado y en este momento profesor lo que vienen hacer la categoría uno de desarrollo social continuamos con las últimas dos preguntas qué

categoría 2 tenemos el feedback que es muy importante en este momento que se ha finalizado lo que es el proyecto social no **¿Cree usted que hoy en día el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo genere Educomunicación para estimular el desarrollo social?**

Mg. Christian: Eso va a depender mucho del tipo de mensaje también que se envíe ósea ahora tú puedes mandar un audio a un amigo y le dices oye el evento ha sido un éxito así oye y tienes y te va a decir y te debe haber pasado tienes un video has tomado foto ósea has tomado foto del evento hay algún video puedo ver ósea hay algún link me pasa un link para ver como salió ósea el mensaje ahora ya no puede ser un mensaje simple oye ha sido un éxito así y donde lo puedo ver ahora hay que ver para creer y lo peor de todo hay que ver para creer, pero que haya recursos para poder verlo para poder crearlo porque todos tienen una cámara a la mano gracias al celular entonces ahora el mensaje enviado por el receptor hacia otro individuo que va a generar educomunicación para estimular el desarrollo social tiene que ser un mensaje completo ya sea no solamente un audio de WhatsApp o unas letritas que te digan con un Emoji oye y todo salió bien no, pero te van a pedir oye, pero hay algún video alguna foto entonces el mensaje tiene que ser completo un video una foto que te mande el receptor para la persona que lo va a ver diga oye que paja ha salido y si de repente se la perdió fue o se fue temprano diga pucha me lo perdí y mañana también lo van a hacer o la otra semana van a volver hacerlo si si lo vamos a volver hacer entonces a ya no me lo pierdo no me lo pierdo si y entonces te das cuenta entonces el mensaje tiene que ser completo tiene que ser y de repente mira esto es bien interesante lo del Feedback se abren tantas ventanitas para poder conversar sobre eso porque de repente el evento no ha sido tan bueno, pero tuviste bastante gente tal vez solo en la parte de adelante entonces tú con tu cámara puedes hacer magia te paras atrás te paras en una silla y solamente donde estaba la gente ha habido cien personas el estadio era para cien mil, pero solamente ha habido cien, solo grabas ese espacio nomas y grabas a la gente bailando entonces tú le enseñas ese video a las personas que querían saber cómo salió el evento entonces es un éxito ah estaba llene cito todo el estadio de verdad todo lleno y solamente con esa maravilla de haber grabado esa parte y le

dices y la próxima necesitamos su apoyo no si mira ha habido un montón de gente mira se ha juntado juega ahora con las perspectivas con la cámara con la fotografía y el Feedback es muy importante, pero como te digo el mensaje enviado ahora tiene que ser un mensaje el emisor se ha vuelto muy exigente ya no te pide un mensaje cualquiera te pide un link un video o una foto si el Feedback es importante, pero también hay que saber cómo hacerlo no.

Patricia: claro profesor para poder ya cerrar y culminar con lo que viene hacer las preguntas, tenemos ya como última pregunta **¿Será importante el Feedback entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales?**

Mg. Christian: si ese Feedback entre emisor y receptor ósea tiene que ser constante, tiene que ser completo el mensaje ósea el emisor y el receptor son los puntales básicos en la comunicación, están acá los dos, pero el mensaje que va entre ellos que es el Cordón es la es el hilo que va a llevar la información ya no es un simple hilo ahora ósea ahora es un hilo que está decorado con un montón de cosas y a esto me refiero que el emisor el receptor se ha vuelto más exigente y el emisor se ha vuelto más detallista para poder dar un mensaje estos mensajes tienen ser bien preparados tienen que tener ahora una temática tienen que tener de repente musiquita de repente eh no sé un personaje conocido ósea, emisor y receptor se han vuelto exigentes para recibir y reconocer la comunicación entonces toda comunicación toda información porque acá estamos hablando de información también que te permita mejorar ese mensaje va a ser buena y cualquier información que pueda mejorar el mensaje y que pueda hacer que este sea un mensaje de calidad va ósea mientras mejor sea el mensaje mejor van a hacer los objetivos trazados porque lo que tú vas a mostrarle es oye, pero mira se ha trabajado acá ha sido un éxito porque llego Charito llego un montón de gente y legaron más donaciones y por ahí no se pasó un carro de gaseosas y vio que estaba Charito hablando y también le reparto gaseosas a todos los que estaban bajo el sol ósea oye que chévere que ha sido en verdad me lo perdí entonces la información el mensaje el receptor y el emisor no solamente es básico es importante y continuo,

sino también tiene que ser una un mensaje bastante poderoso para poder lograr los objetivos que se puedan trazar en el proyecto de transformación social siempre y cuando todos lleven una relación y sean como un circuito cerrado de electricidad y a esto voy que el receptor emisor por acá este agente de cambio actor social organizaciones que brindan los donativos entonces todos tienen que estar conectados y si todos están conectados si todos se dan excelentes mensajes durante el tiempo que dure la proyección social esa proyección social ese objetivo que se van a trazar va a ser un éxito.

Patricia: Perfecto profesor, hemos culminado ya con lo que viene hacer con las diez preguntas que hemos formalizado para nuestra investigación profesor, eh nos quedan creo poquitos minutos y es para que se acabe no el Zoom, 4 minutos.

Mg. Cristhian: Lo hicimos bien, lo hicimos bien ósea, estamos dentro del tiempo, no.

Patricia y Yesica: Gracias

Patricia: Si profesor nada agradecerle y un gusto verlo nuevamente después de muchos años verlo por aquí, gracias.

5. Entrevista a Eyner Omar Romero Estrada, Lic. de la Comunicación, especialidad en Desarrollo Sostenible.

Yesica: Muy bien, hoy 6 de octubre tenemos al licenciado, Eyner Romero Salazar, perdón Romero Estrada Salazar, tenemos el licenciado Eyner que va a ser entrevistado por la compañera Patricia Escobar Uceda, Patricia te doy el pase

Patricia: Bueno, muy buenos estimado Eyner este vamos a continuarlo que viene a ser con la primera pregunta a realizar la primera pregunta que se le va a realizar es tenemos lo que viene a ser en estos momentos en nuestra primera variable que hemos escogido en nuestra categoría la primera variable es educomunicación y está en la categoría promoción **¿considera que es necesario persuadir a los participantes para que tengan interés en los proyectos de Desarrollo Social?**

Eyner: sí obviamente que sí, sin embargo, ese estema de la persuasión es un tema que debería estar es es algo que se contempla el que sé importante, pero en el diseño de los proyectos de comunicación aunque no sea en general, pero lo ideal es que sé en los diseños de comunicación esté participando la gente de invisible es un enfoque comunicacional que involucra una participación de la gente desde las primeras etapas de un proyecto mayor parte proyectos no contemplan eso son financiados por ONG las ONG de frente intervienen y escogen bueno definen a su población objetivo bueno definen su este y les comunica lo que va a comunicar más sonemos de que son de que va a tratar el proyecto y ahí los persuaden entre comillas, pero la persuasión si no cala con los intereses reales de las personas no sirve para nada porque la mayor parte de proyectos fracasan por eso porque hacen tocan temas que están financiados por ONG y las ONG pagan, pues en las grandes proyectos y ellos ponen una agenda y en esa agenda financian estas estos temas que no necesariamente son los mismos temas que les interesan población en ese caso o en cualquier caso la persuasión es importante, pero más importante es involucrar a la gente desde el principio.

Patricia: Continuando con la segunda pregunta, **¿considera usted que la publicidad debe trabajar de la mano de la educomunicación para lograr intereses por parte de los participantes en los proyectos de Desarrollo Social?**

Eyner: Es una herramienta más no es una herramienta más que se usa la publicidad social el marketing social etcétera son una herramienta más que se utiliza en estos procesos de Desarrollo Social es importante incluso el desarrollo se usan todas las herramientas posibles para lograr cambios en la gente y cambios positivos constructivos como digo nuevamente desde la perspectiva de las personas no porque a veces los cambios constructivos o positivos desde la perspectiva del interventor no necesariamente lo constructivo que piensa que es interventor para esa gente no necesariamente es para la gente o sea la gente no lo considera constructivo de sus elementos entonces este es un tema que de ida y vuelta no pero nuevamente la filosofía la lógica de la mayor parte de energía es la

sí horizontal vertical y no este no participativa en esa participación es pura digamos pura facha porque en realidad solamente se ve en la última etapa la última fase y claro que la gente Participe para que ellos también los sueños son muy críticos con el trabajo de las ONG ahora sí lo son bastante necesario que mis proyectos sean participativos del principio sacar un poco la vuelta el proyecto y poder incorporar la gente desde el principio la publicidad y todas las herramientas deben ser utilizadas sí.

Patricia: Entramos a la segunda categoría que son redes sociales todavía con la variable educomunicación tercera pregunta, **¿Las publicaciones que se realizan en las redes sociales respecto al desarrollo de los proyectos sociales deberían servir de apoyo para evidenciar el éxito de la ejecución?**

Eyner: Claro como apoyo está bien porque hay que tener en cuenta que las redes sociales apuntan a un público objetivo que tiene internet y que tiene facilidad de internet y facilidad de a las redes sociales además que sepa usar las redes sociales utilizar y básicamente es un público urbano, consumo urbano, pero a veces son públicos urbanos porque en las zonas rurales tanto acá en Áncash donde yo vivo en Huaraz hay zonas rurales, pero también en Trujillo, Patasca, Cusco, etc., donde he trabajado también un buen tiempo en la zona de La Libertad había que no accede a las redes sociales entonces para evidenciarlos los resultados de un proyecto claro que está muy bien, yo también las uso, pero digamos para generar cambios no, no generan cambios, básicamente un tema de promoción, difusión, muestra de lo que se está haciendo.

Patricia: Correcto, tenemos lo que viene ser en estos momentos la cuarta pregunta, **¿Cree usted que Facebook es la red social más utilizada para poder realizar publicaciones de cómo se va desarrollando los proyectos educomunicativos?**

Eyner: Facebook es bastante más cómo tiene una gran cantidad de gente porque está en Facebook esta es una de las herramientas más poderosas que hay para crear comunidades para crear páginas etcétera y para promover en todo caso este

digamos mostrar los resultados de un proyecto entonces sí creo que es una de las más importantes posiblemente el más importante de Twitter por ejemplo es este muy importante, pero tiene más de un perfil más político más de otro tipo de relación con el público no, pero creo que sí Facebook en realidad es la masiva, pero si lo que una forma rápida la más importante es que hay.

Patricia: La quinta pregunta **¿Será importante que haya una adecuada interacción por parte de los agentes de cambio y los participantes para lograr el éxito de los proyectos educomunicativos?**

Eyner: siempre siempre debe haber esta interacción el gran problema de muchos proyectos que han fracasado y cuyo diseño sigue fracasando es que viene gente de fuera por ejemplo supongamos nombre viene de una persona en Lima hacer un proyecto ya te la paso de repente llega YYY colaborador no piensa que porque ven el mapa en el mapa se han producido unos centímetros de distancia este piensa que la digamos es sencillo, pero es relativamente sencillo con esta falta, pero digamos vayamos contra Santiago de chuco proporciona más adentro entonces no es tan sencillo, pero en un mapa claro una persona que no conocen un mapa así lo ve como si fuera así como si fuera fácil entonces si no está interacción desde el principio no hay conocimiento del terreno desde el principio no hay conocimiento de las gentes del principio los proyectos fracasan porque además tampoco comparten el mismo sin clase o sea Y 1 excelente tiene que ser este no sé Santiago de chuco para para pensar o sentir como una persona que tiene chocó claro no lo es porque no es de Santiago chocó, pero este tiene que por lo menos informarse saber conocer a la gente de generar contactos generar alianzas hacer amigos primero antes de intervenir y es para que se vaya nutriendo de ese sentido ni lo que es trabajar en esa población y trabajar en ese lugar por eso la interacción tiene que ser desde el principio y una interacciones que horizontal no, no 1 que llega como el experto y si 1 sé todo tú no sabes nada no o que no lo diga lo aparente lo siente si no es así o sea si 1 va con una mirada horizontal las cosas resultan mejor.

Patricia: la unidad temática, dos desarrollos social y categoría 1 alianzas estratégicas con Fidel sé que las organizaciones son un factor clave para generar un desarrollo social

Eyner: inicialmente sea es más son importantes en todo sentido las organizaciones sociales de cualquier tipo juveniles parroquiales y religiosas políticas cualquiera de ellas son importantes porque los seres humanos organizados tienen una capacidad de moderno capacidad de defensa tiene capacidad de poner agenda tiene capacidad de resistir al poder también entonces estas alianzas con otras organizaciones de campesinos de agricultores de regantes comunidades campesinas asociaciones de transportistas etcétera es muy importante dependiendo del proyecto al cual nosotros vamos a este lo cual nos vamos a trabajar pero se tiene que trabajar con organizaciones no con personas individuales no entonces es fundamental eso fundamentales en cualquier estilo en cualquier contexto de intervención para el desarrollo.

Patricia: **¿Es necesario contar con un actor social para ejecutar un proyecto social?**

No todos somos actores sociales en cuanto estamos en campo o en cuanto ejercemos una acción social, somos actores sociales en un sistema social, este hay determinados, digamos actores para preguntar que este que son justamente las personas que generan los cambios o sea un actor social puede ser el cura de la parroquia individual, puede ser el líder como comunal acto individual o puede ser la propia comunidad como un actor colectivo y un sistema social, o sea, hay que entender, digamos este que los sectores sociales están dentro de la de la de la teoría de los sistemas sociales o de las de los estudios de los sistemas sociales en general son todas aquellos agentes que desarrollan actividades y acciones sean individuales o sean colectivos no.

Patricia: **¿Los proyectos sociales podrían ejecutarse adecuadamente si se busca recursos donados por empresas que contribuyan al desarrollo social?**

Eyner: sí yo creo que sí creo que sí creo que se puede trabajar muy bien con la empresa las empresas al final siempre buscan una retribución en imagen o económica o en lealtad digamos de ese grupo de ejemplo, pero está bien las empresas son las comerciales y nadie crítica son las empresas tienen un afán de lucro está bien está perfecto por supuesto, pero la empresa también debiera digo entre comillas tendrá una obligación con la Comunidad de la cual está con la Comunidad de la cual sirve y además no solamente es una obligación además es una es una gestión inteligente de las empresas digamos relacionarse bien con su comunidad por qué porque la comunidad no, no para o sea mucho menos hacer paros ni huelgas ni nada si no lucra por ejemplo este este la gente de la comunidad y los trabajos etcétera la comunidad más bien una aliada de la empresa más que una más que una esté resistencia contra ella, pero este si hay una donación se digan de dinero o en bienes o lo que sea se puede trabajar con eso y buscando digamos conciliar los intereses de la empresa los intereses de la comunidad que no necesariamente son divergentes no necesariamente son opuestos a veces pueden ser opuestos claro por ejemplo en temas de agua no son temas de agua pueden ser varios supuestos la comunidad quiere defender los recursos acuíferos una Laguna y de repente una empresa minera tiene la intención más bien de utilizar las aguas Laguna y utilizar intensivamente mucha con mucha extensión de agua para sus proyectos entonces ahí sí choca con, pero cuando una empresa es inteligente este puede conciliar las expectativas tuyas los proyectos tuyos con los intereses de la comunidad ningún problema por eso depende de la estrategia que va a usar y de quienes además este dirigen digamos las áreas pertinentes en esas empresas no relaciones comunitarias gestión social si tienen una mirada comunitario unas partes comunitario es posible es posible considerar ambos intereses.

Patricia: Categoría dos, el feedback **¿Cree usted que el mensaje enviado hoy en día por el receptor hacia otro individuo genera Educomunicación para estimular el desarrollo social?**

Eyner: el feedback con la retroalimentación siempre es 1 nace comunicación difusión entonces una la comunicación es una es un camino del hombre es más yo siempre he considerado que la comunicación más que digamos la comunicación entre comillas ido las ventas y comunicación las redes de comunicación etcétera fundamentalmente esa relación ahí entramos a un concepto mucho más amplio cómo me relaciono con la gente todos sus comunicación porque no solamente lo que yo digo son además mis gestos mis formas de ser mis formas de estar ahí con la gente porque yo sea en comunicación en principio todo comunica absolutamente todo comunica mi forma de vestir cuando me saco una comunidad comunicación estoy yendo con una con 1,1 collares muy bonito con un dije las mujeres con aretes bonitos etcétera me da una comunidad que no tiene sus este eso es este posibilidades por ejemplo se comunica se comunica un sentido de exclusión yo soy más que tú usted un anillo de oro o un reloj de oro o una cadena de oro un reloj bonito entonces uno tiene que despojarse de esas cosas para poder comunicarse bien con la comunidad no solamente lo que yo digo lo que uno dice es una además es como uno se expresa y las formas los nuevos las relaciones la cómo se relaciona con la gente la comunicación es mucho más que transferencia información la comunicación relación con la gente cuando uno amplía el concepto de comunicación al uno tiene la posibilidad de no quedarse como profesional solamente trabajando en redes trabajando en ellos trabajando en escritos etcétera, sino a trabajar ya en otra serie el comunitario, gestión social y sé aprender a hablar como estar quiere decir donde estar en qué momento estar y qué momento no estar también con la entonces es un es un concepto mucho más amplio y siempre es un camino de doble vía o incluso más no es un camino de múltiples y múltiples sentidos este todos los actores sociales son las personas que están en ese proyecto en ese proceso no.

Patricia: la última pregunta para poder concluir con la entrevista será importante el Tik Tok entre el receptor y el emisor para poder llegar a los objetivos trazados en los proyectos sociales

Eyner: Es digamos la relación con la respuesta anterior no hay posibilidad de hacer comunicación sin retroalimentación no hay posibilidad de comunicación sin

considerar al otro como un sujeto valioso en sí mismo que este también tiene sus formas de ver El Mundo tiene sus perspectivas tiene su propia comunicación tiene su propia manera de ser la manera de ser en el Perú especialmente que es un país con tantas culturas con tantas formas de vida con tantas este digamos espacios diferentes costa Sierra selva norte sur con tantos idiomas etcétera lenguas y lenguas y lenguas originarias en fin tiene múltiples formas de ver este de vida del mundo todo hacía respetables son diferentes, pero ninguno es superior la muestra occidental no se olviden tal no se prueba la que tienen ellos a la mirada Andina es más en muchos casos la mirada es mucho más completa que la nuestra entonces por eso hay que saber este esté distinguir eso y respetar además esas otras perspectivas de vida para poder comunicarnos bien conocerlas y respetarlas para poder entablar este una relación digamos comunicacional relación en general en este concepto de comunicación más amplia con las con los actores sociales en general con toda la persona que participa en un proyecto justamente para hacer este proyecto exitoso y además sostenible y demás beneficios o no solamente para el interventor que va a ganar su sueldo un buen sueldo regularmente la gente los ejes un buen sueldo sino además para que sirva para la comunidad y que no quede en una experiencia nada más anecdótica como muchos proyectos que han hecho muchas zonas que se queden proyectos en cosas que hicimos y después nunca más se supo eso hizo la plata entonces este es importante está esta relación resulta esta retroalimentación y en relación constante con la gente.

Patricia: Perfecto estado por cumplido lo que es la entrevista, creyó agradecerle a usted por la aceptación, eso más que nada porque nos va a nutrir mucho para poder este encaminar nuestro proyecto de tesis en sus tesis, una consulta en las crisis que hacen ustedes este igual ponen a las referencias entre los entrevistados verdad correcta todas las entrevistas.

Yesica: Claro, colocamos las entrevistas transcritas.

Eyner: No, No claro me refiero también como parte del entrevistado el entrevistado no queda anónimo a eso me refiero.

Patricia: No le colocaremos su nombre o del especialista que ha aceptado la entrevista para ver si le va bueno, se le va a enviar por correo electrónico la carta

de consentimiento para la entrevista que de igual forma va a ir anexada dentro de nuestro proyecto de tesis y eso más que nada agradecer mucho por la aceptación.

Eyner: Chicas, yo tengo ahí en mi perfil de LinkedIn, si no me equivoco está una conferencia dividirá en dos partes de la UCV en la universidad de ustedes, eso es hace varios años le recomiendo que lo vean justamente sobre este tema, comunicación y conflictos sociales si no me equivoco o igual pueden buscarlo yo tengo un canal de YouTube también con mi nombre Eyner Romero que di justamente en la UCV en, Trujillo claro la sede central.

Patricia: Si he visto su canal de YouTube voy a revisar la conferencia que nos manifiesta porque es bastante nutritiva.

Eyner: Muchas Gracias

Anexo 5: Focus Group

Focus Group Transcripción

Vía Zoom

Las primeras personas en conectarse fueron la señora Elizabeth y bla señora Kelly
Por consiguiente, Patricia Escobar y la Señora Verónica

Patricia: Ya ingresó la señora verónica, creo, ya ingreso, está con Arleth, si no yes

Yesica: Creo que sí, no sé si nos estará escuchando, para la persona que está con él
usuario de Arleth, si pudiera mandar sus datos completos al chat del Zoom.

Vamos a comenzar con los que estamos ... Paso a explicar el proceso de la entrevista para poder empezar con los que estamos, esta entrevista más que todo la estamos realizando Patricia y mi persona es para que comenten pequeñas cosas de las que se realizó en el taller, pero con su opinión ósea lo que ustedes piensan del taller, ya patricia les va a realizar las preguntas y cada una de ustedes podrán dar su respuesta en un tiempo no mayor a 2 minutos para que la entrevista no sea tan larga, son preguntas cortas, sencillas y todas las preguntas que vamos a realizarles es respecto a los talleres que se realizaron y también sobre las plantas que se les dieron, para ver si las han cuidado, si aún las tienen, se les van a realizar las preguntas al azar, no sé si Patricia está ahí para poder darle el pase.

Patricia: si Yes, qué tal, creo si vi, que se está conectando, ya bueno, vamos a conversar lo que vienen a ser con las preguntas, ya mi compañera Yesica les ha nombrado que todas las preguntas son relacionadas con los talleres que se realizó directamente en el comedor que viene hacer el taller de los bolsos ecológicos que ya hemos realizado con ustedes y el biohuerto casero que también se les entregó lo que viene hacer una plantita, bueno vamos a comenzar, qué tal muy buenas tardes, es la señora Verónica con Arleth justo que está saludando, comenzamos con lo que viene hacer la primera pregunta, si, ¿qué les pareció el taller de decoración de bolsos ecológicos que se realizaron directamente en el comedor?, a

ver por ahí la mamita Tatiana, la mamita Kelly, la señora Verónica, cualquiera puede contestar la pregunta.

Sra. Verónica: Señorita buenas tardes, cuál era la pregunta, disculpe

Patricia: Sra. Verónica, buenas tardes, qué agrado de tenerla nuevamente aquí, la pregunta es ¿qué les pareció el taller de decoración de bolsos ecológicos que se realizó directamente en el comedor? A su parecer, qué les pareció a ustedes el taller que hicimos de los bolsos que lo decoraron, pintaron, le pusieron también perlititas, lo llegaron a vender, ósea que les pareció o qué experiencia ganaron de ese taller.

Sra. Verónica: A ver señorita, mi opinión fue algo realmente como le vuelvo a decir no, agradecerle porque, fue la primera vez que realice mi bolsita y me gusto como quedo con las perlititas más que nada, lo que yo hice era, es regalarle en cada ocasión que yo tenía cumpleaños así he regalado a mis amistades a mi familia.

Patricia: Perfecto, ya ha regalado por ahí su bolsita, y ya estamos en navidad también para regalar ahí. La señora Tatiana en estos momentos le veo con la cámara encendida que le pareció a usted, muchas gracias, señora verónica, disculpe, que le pareció lo que viene hacer el taller de los bolsos que realizó en el comedor, que le pareció a usted, o la mamita Kelly que también la veo que está conectada ahí.

Sra. Kelly: Buenas Tardes, señorita, bueno a mí con el taller de las bolsitas que realizamos, me pareció muy útil no, porque nos enseñaron a cómo decorarla, a ser más creativas, creo no al decorar nuestras cositas con las perlititas, dibujando, pintando, muy útil para poderlas vender y bueno yo si pude vender 2 bolsitas, lo vendí muy bien, pero algunas lo decoren y regalé algún familiar y también para mi uso mío propio.

Patricia: Señora Kelly, muchas gracias por su respuesta y por su aporte, señora Tatiana la veo allí creo que ahora si puede hablar.

Sra. Elizabeth: señorita, buenas tardes, estamos acá con la vecina, también ellos no se pueden conectar, estamos con Brigith y Celia Romero, estamos acá y este y ellos no pueden, no están descargados su Zoom en el celular, y como no está descargado por eso es, salimos acá afuera y estamos las tres acá fuera.

Patricia: Perfecto no hay problema en todo caso que le pareció a usted señora Elizabeth y después continuamos con las dos mamitas que también las tiene usted ahí.

Sra. Elizabeth: A mí me pareció muy bueno y me pidieron varias bolsas y lo vendí, las bolsas no, aún me quedan no, como están estudiando los niños a veces no se puede avanzar y si a mí me pidieron varios los vendí y aún lo tengo todavía, pero diciembre cuando es vacaciones lo terminaré para terminar de vender y bueno aprendí mucho, muchas gracias.

Patricia: Perfecto, a ver las mitas que están con usted, qué les pareció el taller de los bolsos ecológicos, algún aporte por ahí chiquito, algún aporte.

Brigith: Señorita, buenas tardes, hice las bolsas y también he vendido 4 y el resto está para terminar.

Patricia: Genial, perfecto, alguien más que desee aportar o pasamos a la segunda esté, a la segunda pregunta, así de manera aleatoria, yo digo las preguntas y ustedes pueden en estos momentos, por ahí la mamita verónica, la mamita Kelly cualquiera de ellas puede responder así ya, así de manera ordenada o levantan la mano.

Ya vamos a la segunda pregunta.

Sra. Elizabeth: Aquí te paso con la mamita Celia

Sra. Celia: Señorita Yesica Buenas tardes, este, yo también igualito las bolsitas, lo utilicé algunas para llevar almuerzo a mi hija al colegio, y estaba hermoso las bolsitas, unas también lo vendí a mi hermana, a mi mamá y el resto también como dicen las mamitas, todavía me falta terminar.

Patricia: Le falta terminar todavía

Sra. Celia: Sí, señorita, gracias, también señorita por el apoyo que nos ha dado, por la enseñanza.

Patricia: Aquí, nuevamente con ustedes, vamos con la segunda pregunta, gracias por sus aportes, por la primera pregunta, vamos a la segunda pregunta, que le llamó la atención de los talleres, por ahí tal vez. A alguna mamita más le gusto lo que viene hacer, el tema de los bolsos ecológicos, a otra mamita le gusto más el tema de cuidar su plantita hasta el momento, que le llamó la atención de cada taller.

Sra. Kelly: A mí me llamó la atención como de con las perlitas, como pintarlas, eso es lo que más me llamó la atención, porque nos enseñó algo nuevo, no, yo no sabía cómo se podía decorar y nos enseñaron eso, ese aporte no que ustedes nos trajeron.

Patricia: Perfecto, los bolsos ecológicos por ahí para la mamita Kelly, a ver la señora Celia, la señora Elizabeth, la señora Verónica.

Sra. Elisabeth: A mí me, también me llamó la atención, me gustó, más me gustan las plantas, no, y como yo sé de esos ya de bordados más o menos de eso, a mí más me había gustado de las plantas con insecticidas, como para mantenerlas, como para sembrar, todo ello.

Sra. Celia: Y la plantita mía también, la plantita yo le he plantado y se murió, entonces de nuevo le he plantado otra plantita para que siquiera recuerde señorita.

Patricia: Por ahí la mamita verónica, alguien más que desee aportar o pasamos a la siguiente pregunta.

Sra. Verónica: A ver señorita, a mi este como le vuelvo a decir, fue algo sorprendente decorar las bolsitas, más que nada las perlititas, porque el pintado nos estaba saliendo okay, pero en las bolsitas blancas y sobre las plantas, hasta le día de hoy mi planta también ya está en proceso, está creciendo y ojalá que saque las guanábanas creo que es ahí, le mando la foto, esta grande y está cambiando de color sus hojas también, si señorita eso es todo.

Patricia: Perfecto, me parece genial, vamos a la tercera pregunta, qué es lo que más le gustó de los talleres, por ahí no se es una nueva experiencia para ustedes, creo que la mamita Elisabeth tenía más conocimiento con el tema del bordado, como que no era tan nuevo para ella no, pero por ejemplo para la mamita Kelly o para la mamita Verónica puede ser algo nuevo no, que más le gusto de cada taller no o algún taller más le gusto, ya sea como eh las bolsas ecológicas o el biohuerto.

Señora Elisabeth: Ambas estaban bonitos, no, claro, yo sé bordar, pero nunca había hecho con perlititas y esta vez hicimos con las perlititas y es algo nuevo, no, yo siempre bordaba, pero solamente con láminas, sé bordar, pero esta vez era con perlititas y aprendí hacer con las perlas.

Patricia: ¿Les gustaría seguir participando de talleres parecidos a los que ya han realizado con nosotras?

Sra. Elisabeth: Si a mí me gustaría seguir participando en otros talleres si me gustaría

Patricia: ¿Por qué?

Sra. Kelly: Señorita, a mí también me gustaría seguir aprendiendo, o participar en más talleres que usted nos pueda brindar.

Sra. Verónica: Sí señorita, sería algo genial que ustedes nos siga apoyando en el aprendizaje de lo que es en el taller, no, por lo que ustedes nos enseñó, quedo mucho bueno para todas las mamitas, porque uno aprende todo queda en la mente y lograr ser más grande como se dice, me gustaría por ahí por A o B hay personas

que no quieran apoyar hacer una gestión de un taller serio algo magnífico para las mamitas y así también hay mamitas que sé vana motivar también a que aprendan más como te digo, ya tenemos más mamitas en el comedor también.

Patricia: ¿Qué otros talleres les gustaría realizar?

Sra. Verónica: A mi señorita me gustaría, este me gustaría y quisiera aprender del biohuerto porque es muy importante tener nuestros propios frutos, y asesorarnos más con las bolsitas más, implementos nomás con ese trabajo que hemos tenido.

Patricia: Perfecto, por ahí las otras mamitas que están con la señora Elizabeth, Celia, la mamita Kelly, que otros talleres muy aparte de biohuerto y de las bolsas ecológicas que realizamos en el comedor les gustaría realizar

Sra. Verónica: Y señorita, sobre el estampado en los polos, también no sé, o también no sé qué nos diría usted para aprender.

Patricia: El estampado en los polos también sería genial, no, les pregunto más que nada a ustedes porque, porque con base en las experiencias que han tenido en los años y por ahí alguna mamita había comentado que sabía hacer manicura, peinados por ahí más que nada va mi pregunta.

Sra. Elizabeth: Peinados también puede ser estas señoritas, peinado me gustaría aprender ese taller

Patricia: Ya vamos a la otra pregunta, ¿Recomendaría estos talleres a sus vecinos para que se puedan unir a los que ustedes han realizado con nosotras?

Sra. Elizabeth: Sí, sí lo recomendaría

Patricia: ¿Por qué?

Sra. Elizabeth: Porque es bonito, hacer estas bolsitas o hacer cualquier taller es bonito, aprendes algo nuevo y algo para ti, pues, para uno mismo los huertos para nuestra zona.

Patricia: Hay algunas mamitas que desean aportar algo más aparte de la mamita Elizabeth que lo que comento es muy importante.

Sra. Verónica: Sí señorita esté a mi parecer, es muy importante seguir capacitándonos en un taller, no así como el vecino Fabián sentía que no podía, pero fue que una motivación que le vecino Fabián lo logró y lo hacía mejor que yo creo todavía su pintado, tenía arte, así como las mamitas o personas nos sentíamos menos, pero es mentira si se puede lograr todo con el aprendizaje y sus enseñanzas y las personas puedan aprender más.

Patricia: Ya vamos por la última pregunta, ¿Usted cree que si los talleres se siguen desarrollando habrá una mejora en su entorno donde ustedes en estos momentos están viviendo?

Patricia: ¿Algunas mejoras han notado después de lo aprendido?

Sra. Elizabeth: Con las plantas, si ahorita en este tiempo creo donde estamos sentados no había la escalera y ahorita pensamos plantar al costado de las escaleras, plantar plantitas, si, para que se ve así bonito las gradas, y ahora también si tenemos planta los plantamos acá, queremos plantar, plantas, árboles frutales para que le dé vida a nuestro barrio.

Patricia: Correcto, listo haber para la mamita Kelly que no ha participado mucho, ¿Qué le pareció a usted lo que viene a ser los talleres que hemos dictado, nosotras?, o algo que podemos mejorar.

Sra. Kelly: Sí señorita este usted preguntaba si deseamos continuar con estos talleres no, a mí sí me gustaría que usted siga viniendo para seguir apoyando no para aprender cosas nuevas tal vez así lo que aprendemos podemos generar ingresos en este caso con las bolsitas no poderlos vender o en otros talleres como usted decía en manicura, peinados, bordados, no sé, talleres que podamos

aprender tal vez con eso que aprender generamos nuestros propios ingresos no sé, y con respecto con las plantitas también no aprender a cultivarlas porque acá no creo que la mayoría no sabemos cómo cuidarlas, como cultivarlas, a veces se mueren las plantitas, no sabemos en qué momento se riegan o el abono y todas esas cosas por eso a mí sí me gustaría que ustedes sigan viniendo y nos apoyen bastante y continúe con estos talleres, algo más me estaba preguntando.

Patricia: Si le estaba preguntando, bueno creo que ya me la respondió, si claro estamos pensando con mi compañera Yesica continuar y seguir con los talleres, seguir en contacto con ustedes para poder seguir con los talleres, por ahí veo que Ruth está con la mamita Elizabeth.

Sra. Elizabeth: Conmigo está de Brigith su mamá la que bordaba y Celia.

Sra. Kelly: Acaba de ingresar Ruth señorita

Sra. Ruth: Sí, buenas tardes, señorita, recién me conecto.

Patricia: Ruth, si puedes prender tu cámara sería genial, ¿qué tal, cómo estás?

Sra. Ruth: Recién me he conectado porque recién llegué a la casa de mi hermana, no estoy en casa.

Patricia: No te preocupes Ruth, aún seguimos acá mira, ya que hemos ingresado, te vamos a hacer algunas preguntas respecto de los talleres que se han realizado en el comedor, ¿Qué te parecieron los talleres, como el biohuerto y los bolsos ecológicos?

Sra. Ruth: Si estaba bien señorita me gustaron las bolsitas, este decorado me gustó, y las plantitas también estoy cuidando como si fuera una persona la planta.
Patricia: Y con respecto al taller de los bolsos, que tal la experiencia de los talleres dictados

Sra. Ruth: Estuvo bien, me gustó, me gustó, las bolsitas también ahí las tengo todavía en casa, estoy pensando vender.

Patricia: En estos momentos bueno mi compañera Yesica les hará uno o dos preguntas más para ya estos momentos culminar y desde ya darles las gracias ustedes por estar ahorita, tomándose el tiempo con nosotras, te doy el pase Yesica antes que se termine el Zoom.

Yesica: Si antes de terminar porque nos quedan 5 minutos, ya como última pregunta queridas participantes preguntarles, ¿Qué les pareció la forma en la que se dictó los talleres, en este caso Patricia y yo, como lo dictamos, si lo dictamos bien, si lo dictamos mal, en los próximos talleres que quieran que los dictamos nosotros, o tal vez otras personas, prácticamente es como las calificas a Patricia y a mí haber dictado esos talleres?

Sra. Celia: Fue un hermoso fue, nos enseñó con manera, paciencia, talento, nos enseñó, decíamos algunas mamitas, no puedo yo si vamos a poder, así decíamos hasta el señor Marino y hasta hizo su bolsa.

Sra. Kelly: Sí, señorita, nos enseñó con paciencia, si no sabíamos algo ahí estaban apoyando nos daban aliento para seguir ahí continuando con las bolsitas, si tuvieron mucha paciencia.

Yesica: Gracias, por ahí también Ruth, qué te pareció, te gustó cómo se dictó el taller, Patty mi persona o tal vez no te gustó cuál es tu opinión

Sra. Ruth: Sí señorita buenas tardes, señorita Yesica si estuvo muy bonito aprender hacer las bolsitas a bordar a dibujar también, pintar las bolsitas, estuvo bien bonito, les agradezco a ustedes señoritas por enseñarnos hacer las bolsitas.

Yesica: Y ya para concluir por ahí la señora Verónica

Sra. Verónica: A ver señorita este, primeramente agradecer a usted ya la señorita Patricia, por su buen corazón que nos enseñó y también por ustedes nos trajeron

los materiales y eso nos motivó bastante y le agradecemos de verdad mucho y fueron muy buenas personas y tiene bastante talento dedicarse a sus prójimos darles tiempo y eso lo primordial que usted nos ha dado todo con cariño y amor se pareció las bolsitas se llegaron a lograr y las plantas siguen con vivas y ahí estamos, yo por mi parte y sé que las mamitas bien van a querer que nos siga apoyando y sigan siendo nuestras maestras para seguir logrando más futuro.

Yesica: Gracias, por ahí alguien que deseen dar, alguna respuesta más o ya para culminar con la entrevista, nadie, muy bien antes ya de cerrar la sala de Zoom si lo único que les voy a pedir es que todas las mamitas que tiene su plantita nos puedan enviar un foto con su planta y nos manden al grupo, eso sería toda la entrevista, agradecerles bastante por el tiempo que han brindado porque sabemos que son unas personas bastante ocupadas y como lo dijo mi compañera Patricia estamos viendo continuar con estos proyectos en el comedor porque a nosotros al igual que a ustedes nos gustó bastante dictar este taller y conocerlas, sobre todo porque compartimos fueron horas de, no fueron muchas horas, pero fue una bonita experiencia de poder compartir con ustedes de lo que nosotros sabemos no y que queremos eso para nuestra carrera poder brindar ayuda a personas que tal vez a veces no llegan mucho actores soles no, y quisiéramos planear otros proyectos estamos viendo eso al culminar nuestra tesis en este caso para seguir yendo al comedor, seguir dictando talleres y tal vez ya no nosotras sino otras personas especiales que puedan ayudar bastante y eso sería toda la entrevista y agradecerles por su tiempo que nos han brindado espero que también les haya gustado el pequeño regalito que hicimos porque también nos están apoyando bastante en este proyecto muchas gracias a todas.

Sra. Elizabeth: Gracias señorita, cuídese mucho, si estaba muy bonito el regalito, Kelly me entregó también, hoy día en la mañana está lindo hermoso.

Sra. Kelly: Sí señorita agradecerles por el presente, está muy bonito, se le agradece bastante por venir al comedor, por traernos los materiales y como dice la señora Verónica nos motivó bastante trabajar con los materiales que usted nos

trajo, gracias por las experiencias que hemos pasado con ustedes y ojalá sigan viniendo.

Yesica: Sí, así será.

Sra. Verónica: Si señorita, como siempre le digo, no hay veces, siempre le pedí disculpas también porque no está el vecino Fabián, no se pudo lograr este como le digo y le vuelvo a decir muchas gracias por la ayuda que usted nos he hecho y estamos realmente bien agradecidos con usted y la señorita Patricia y el joven también bien agradecido y siempre lo tenemos presente señorita y la esperamos bienvenido comedor es su casa cuídese y bendiciones para todas ustedes

Yesica: Gracias hasta luego, ya terminaríamos con el Zoom porque se nos va a terminar el Zoom, espero que se cuiden muchísimo hasta otra oportunidad dios mediante hasta luego.

Patricia: Se cuidan hasta luego, cuídense

Anexo 6: cartas de consentimiento



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 11 de julio del 2022

yo Paloma Valqui Andrade, con DNI, declaró que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

PALOMA VALQUI ANDRADE

DNI

Directora de la Asociación Latinoamericana de Comunicadores para el Desarrollo
(Aslacomd)

FIRMA

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR UCEDA
DNI 71663394

YESICA ADALY GUADAÑA ROJAS
DNI 74322754



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 9 de setiembre del 2022

Yo, José Antonio Ulloa Cueva, con DNI N°181120182, declaro que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, acepto la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

JOSÉ ANTONIO ULLOA CUEVA

DNI N° 18120182

Director ejecutivo

Centro Latinoamericano de Investigación en Arte y Comunicación (CLIAC)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 01 de octubre del 2022

yo Christian Walter Castro Silva, con DNI 41356584, declaró que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

CHRISTIAN WALTER CASTRO SILVA
41356584

Dr. Gestión Pública y Gobernabilidad
Comunicador Social
Gerente de CCS Comunica

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR UCEDA
DNI 71663394

YESICA ADALY GUADAÑA ROJAS
DNI 74322754



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 11 de julio del 2022

Yo, Eyner Omar Romero Estrada, con DNI 31650963, declaro que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-S.J.L, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, acepto la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Eyner Omar Romero Estrada

DNI 31650963

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR UCEDA
DNI 71663394

YESICA ADALY GUADAÑA ROJAS
DNI 74322754



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 11 de julio del 2022

yo Marco Sipan Torres, con DNI 4220023, declaró que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Marco Sipan Torres

DNI 4220023

Sociólogo UNJFSC. Posgrado en Estudios Políticos en San Marcos.

Gestor e Investigador social y político

FIRMA

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR UCEDA

DNI 71663394

YESICA ADALY GUADAÑA ROJAS

DNI 74322754

Anexo 7: Carta de consentimiento de los integrantes de comedor, que Participaron en el Focus Grou



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 11 de julio del 2022

yo Katherine Zea Sulca, con DNI 77002920, declaró que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Katherine Zea Sulca

DNI 77002920

Secretaria del comedor, Madres Emprendedoras

FIRMA

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR UCEDA

DNI

71663394

YESICA ADALY GUADAÑA ROJAS

DNI 74322754



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 11 de julio del 2022

yo Verónica Mónica Sulca Puma, con DNI 44935637, declaró que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Verónica Mónica Sulca Puma

DNI 44935637

Secretaria del comedor, Madres Emprendedoras

FIRMA

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR

GUADAÑA ROJAS

DNI 71663394

UCEDA

YESICA ADALY

DNI 74322754



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 11 de julio del 2022

yo Celia luz Romero Quispe, con DNI 80207981, declaró que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Celia luz Romero Quispe

DNI 80207981

Secretaria del comedor, Madres Emprendedoras

FIRMA

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR

UCEDA

YESICA ADALY

GUADAÑA ROJAS

DNI 71663394

DNI 74322754



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 11 de julio del 2022

Yo Kelly Esteban Cristóbal, con DNI 43121770, declaró que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Kelly Esteban Cristóbal

DNI

43121770

Participante del comedor, Madres Emprendedoras

FIRMA

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR UCEDA
DNI 71663394

YESICA ADALY GUADAÑA ROJAS
DNI 74322754



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 11 de julio del 2022

Yo Elizabeth Fabián Astupiñañ, con DNI 44254134, declaró que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Elizabeth Fabián Astupiñañ

DNI

44254134

Participante del comedor, Madres Emprendedoras

FIRMA

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR UCEDA
DNI 71663394

YESICA ADALY GUADAÑA ROJAS
DNI 74322754



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Lima, 11 de julio del 2022

yo Briiyt Quispe, con DNI 20698586, declaró que se me ha explicado que mi participación en el proyecto de tesis titulado "La Educomunicación como base de la elaboración de proyectos de desarrollo social, caso "Madres Emprendedoras" en Lima-SJL, 2022", consistirá en responder una entrevista que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución. Acepto la solicitud de que la entrevista sea grabada en formato de video o audio para su posterior transcripción y análisis.

Las investigadoras responsables del estudio, Patricia Escobar Uceda con DNI 71663394 y Yesica Adaly Guadaña Rojas con DNI 74322754, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que se les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo o cualquier otro asunto relacionado con la investigación.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto de una tesis, para obtener el grado de licenciatura.

He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Briiyt Quispe

DNI 20698586

Secretaria del comedor, Madres Emprendedoras

FIRMA

PATRICIA LISSETTE ESCOBAR

UCEDA

YESICA ADALY
GUADAÑA ROJAS

DNI 71663394

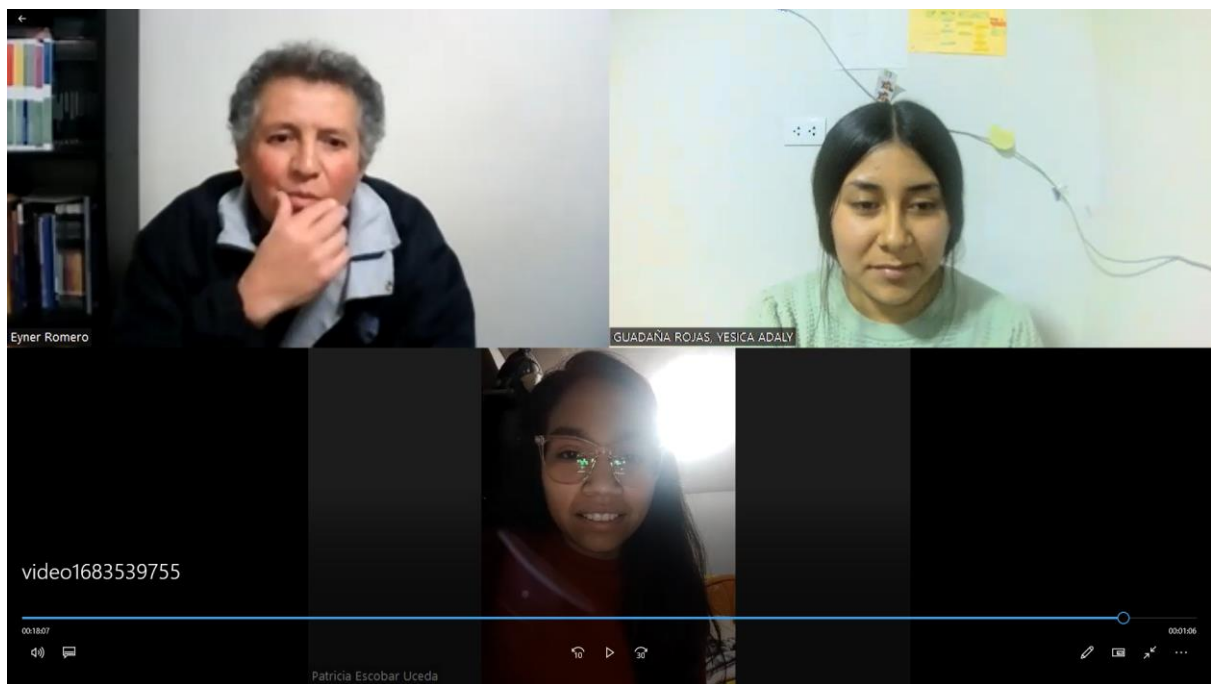
DNI 74322754

Anexo 8: V de Aiken

Dirección de Investigación - UCV - Filial Lima Este										
									$V = V$ de Aiken	
<i>Max</i>	4								\bar{X} = Promedio de calificación de jueces	
<i>Min</i>	1								k = Rango de calificaciones (Max-Min)	
<i>K</i>	3								l = calificación más baja posible	
Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.										
Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo										
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo										
Con valores de V Aiken como $V = 0.70$ o más son adecuados (Charter, 2003).										
		<i>J1</i>	<i>J2</i>	<i>J3</i>	<i>J4</i>	<i>J5</i>	<i>Media</i>	<i>DE</i>	<i>V Aiken</i>	<i>Interpretación de la V</i>
ITEM 1	<i>Relevancia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
ITEM 2	<i>Relevancia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
ITEM 3	<i>Relevancia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	3			3.3333	0.58	0.78	Valido
ITEM 4	<i>Relevancia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
ITEM 5	<i>Relevancia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
ITEM 6	<i>Relevancia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
ITEM 7	<i>Relevancia</i>	3	4	3			3.3333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	4	3			3.3333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3			3.3333	0.58	0.78	Valido
ITEM 8	<i>Relevancia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	4	3			3.6667	0.58	0.89	Valido
ITEM 9	<i>Relevancia</i>	3	4	3			3.3333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	4	3			3.3333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3			3.3333	0.58	0.78	Valido
ITEM 10	<i>Relevancia</i>	3	4	3			3.3333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	4	3			3.3333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	4	3			3.3333	0.58	0.78	Valido

Anexo 9: Fotografías de las entrevistas a los especialistas

Entrevista: Eyner Romero Estrada



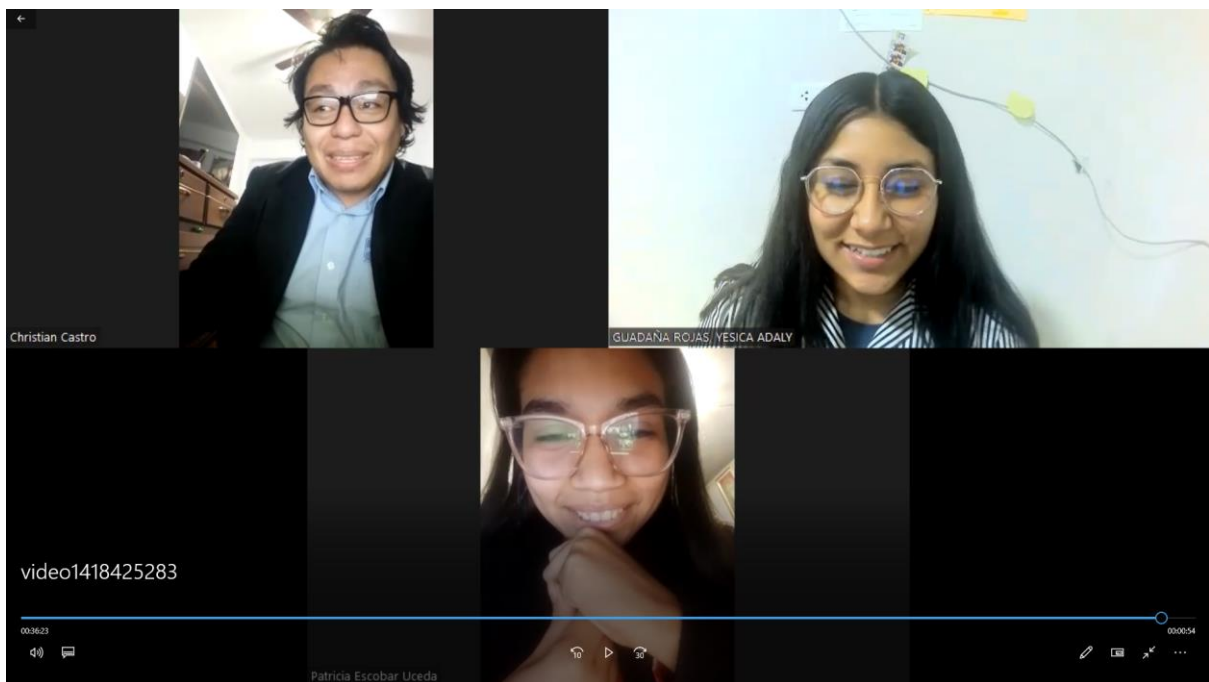
Entrevista: Paloma Valqui Andrade



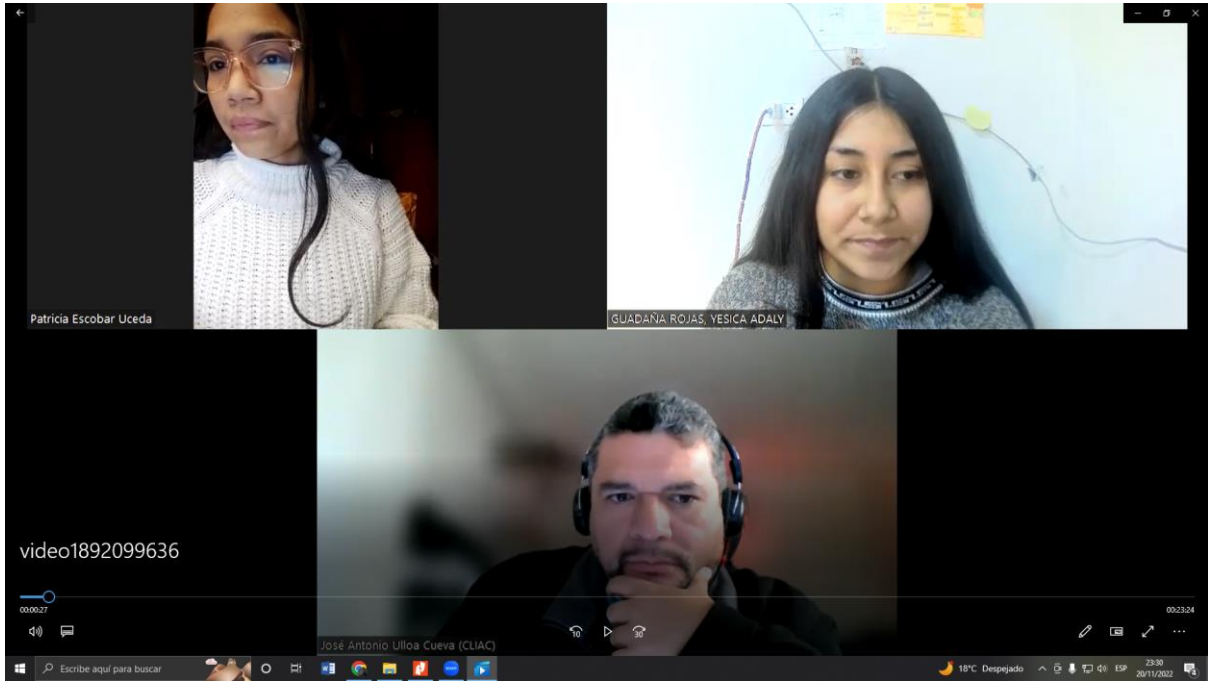
Entrevista: Marco Sipan Torres



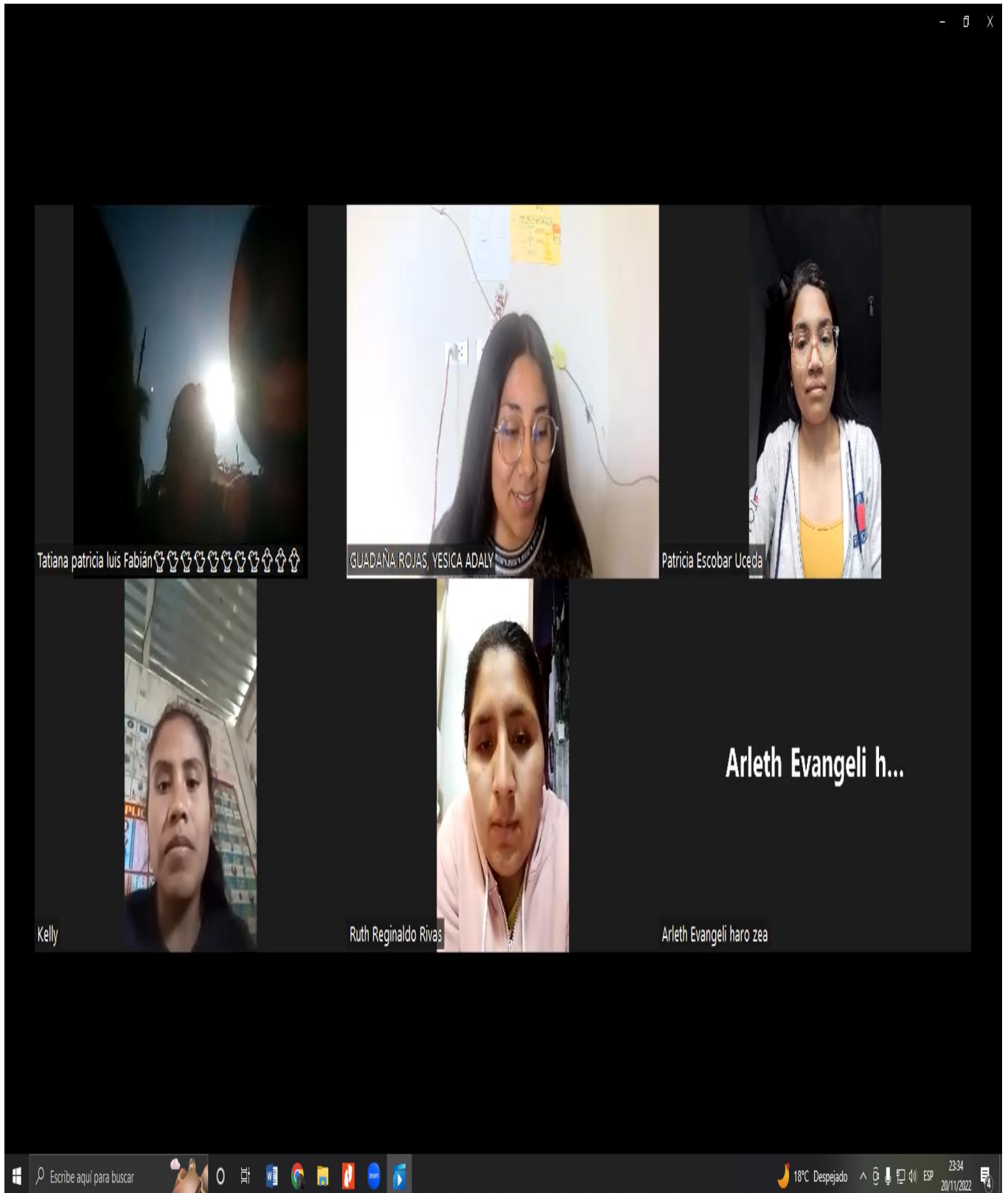
Entrevista: Christian Castro Silva



Entrevista: José Antonio Ulloa Cueva



Anexo 10: Fotografía del Focus Group Con las participantes del comedor Madres emprendedoras



Anexo 11: Fotografía de los talleres







UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MEDRANO CARBAJAL ADOLFO MANUEL, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "LA EDUCOMUNICACIÓN COMO BASE DE LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO SOCIAL CASO ``MADRES EMPRENDEDORAS``, LIMA 2022", cuyos autores son ESCOBAR UCEDA PATRICIA LISSETTE, GUADAÑA ROJAS YESICA ADALY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de %, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

SAN JUAN DE LURIGANCHO, 07 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MEDRANO CARBAJAL ADOLFO MANUEL : 06294067 ORCID: 0000-0003-3167-967X	Firmado electrónicamente por: AMEDRANOC el 07- 12-2022 21:27:45

Código documento Trilce: INV - 1067862