



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



**ESTRATEGIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA
SOLUCIÓN DE CONFLICTOS TERRITORIALES DE LA
RESERVA NACIONAL DEL TITICACA, COMUNIDAD
CAMPESSINA DE RAMIS - 2019**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. JUAN ANTONIO ESTOFANERO TICONA

Bach. LIZBETH PINEDA MENDIZABAL

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

PUNO – PERÚ

2020



DEDICATORIA

El presente trabajo queremos dedicarlo con mucho amor y gratitud a:

*A mis queridos, apreciados y admirados padres
Zenón y Juliana, también a todos mis hermanas
y hermano por su amor, apoyo incondicional y
consejos durante todos estos años.*

Juan

*A mis queridos padres Santos y Nilda por haberme
forjado como la persona que soy en la actualidad y
a mi hermano, muchos de mis logros se los dedico a
ustedes en especial este. Gracias por su constante
apoyo y motivación en seguir adelante.*

Lizbeth

*De manera muy especial, a las personas más
importantes en nuestra vida, Lizkherem, Jaet Liam y Eyzel Maylen,
nuestros hijos porque ni siquiera la magia más poderos
es capaz de darnos la fuerza para seguir día a día gracias por
ser los autores de muchas alegrías, y momentos inolvidables.*



AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional del Altiplano, la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social y a todos los docentes por brindarnos conocimientos para nuestro desarrollo profesional y personal.

Asimismo, a nuestro director y asesor de tesis, Dr. Eland Dick VERA VERA; por habernos guiado con su paciencia, conocimientos y experiencia, así mismo a los docentes miembros del jurado: Dr. Mario Luis GARCIA TEJADA, M.Sc. Romel Alfredo MONTESINOS CONDO y Lic. Leoncio Efrain ALEMAN CRUZ.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 9

ABSTRACT..... 10

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 11

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 12

1.2.1. PREGUNTA GENERAL..... 13

1.2.2. PREGUNTA ESPECÍFICA 13

1.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 13

1.3.1. HIPOTESIS GENERAL 13

1.3.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS 13

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 14

1.4.1. OBJETIVO GENERAL 14

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 14

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. MARCO TEÓRICO 15

2.1.1 ESTRATEGIAS 16

2.1.2. COMUNICACIÓN..... 25

2.1.3. CONFLICTO..... 33

2.1.4. TERRITORIO 42

2.1.5. RESERVA NACIONAL DEL TITICACA..... 44

2.2. MARCO CONCEPTUAL..... 50

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS



3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO	55
3.2. METODO DE INVESTIGACIÓN	55
3.3. UNIDAD DE ANALISIS.....	55
3.4. TIPO DE INVESTIGACION.....	56
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO.....	56
3.5.1 POBLACIÓN	56
3.5.2. MUESTRA	56
3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	57
3.6.1. ENCUESTA	57
3.6.2. OBSERVACIÓN	57
3.6.3. INSTRUMENTO.....	58
CAPÍTULO IV	
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	59
4.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	66
4.3. NIVEL DE ACEPTACIÓN DE ESTRATEGIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	71
4.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA FICHA OBSERVACIÓN.....	77
V. CONCLUSIONES.....	79
VI. RECOMENDACIONES	80
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
ANEXOS.....	85

Área: Comunicación para el desarrollo

Tema: Estrategias y medios de comunicación

Fecha de sustentación: 21 de diciembre del 2020.



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Utilización de estrategias por la Reserva Nacional del Titicaca.	60
Figura 2. Estrategias de comunicación que influyen en la población.	61
figura 3. Frecuencia con la que se aplica estrategias de comunicación en la población	63
figura 4. Medios de comunicación utilizados con mayor frecuencia.....	64
figura 5. Idioma en el que son emitidos los mensajes de la Reserva Nacional del Titicaca.	66
figura 6. Presupuesto asignado para la aplicación de estrategias de comunicación.	67
figura 7. Calificación de las estrategias y medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca en la difusión de mensajes.....	68
figura 8. Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso la población.	70
figura 9. Medio de comunicación por el que se enteró sobre reuniones, charlas, conversatorios organizadas por la Reserva Nacional del Titicaca.	72
figura 10. Preferencia del medio de comunicación para la difusión de mensajes.	73
figura 11. Comprensión de los mensajes emitidos por la Reserva Nacional del Titicaca.	74
figura 12. Predisposición de la población a recibir más mensajes.....	76



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Utilización de estrategias por la Reserva Nacional del Titicaca.....	59
Tabla 2. Estrategias de comunicación que influyen en la población.	61
Tabla 3. Frecuencia con la que se aplican estrategias de comunicación en la población.	62
Tabla 4. Medios de comunicación utilizados con mayor frecuencia.	64
Tabla 5. Idioma en el que son emitidos los mensajes de la Reserva Nacional del Titicaca.	65
Tabla 6. Presupuesto asignado para la aplicación de estrategias de comunicación.	67
Tabla 7. Calificación de las estrategias y medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca en la difusión de mensajes.....	68
Tabla 8. Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso la población.....	69
Tabla 9. Medio de comunicación por el que se enteró sobre reuniones, charlas, conversatorios organizados por la Reserva Nacional del Titicaca.	71
Tabla 10. Preferencia del medio de comunicación para la difusión de mensajes.....	72
Tabla 11. Comprensión de los mensajes emitidos por la Reserva Nacional del Titicaca.	74
Tabla 12. Predisposición de la población a recibir más mensajes.	76



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- ANP** : Área Natural Protegida
- CC** : Comunidad Campesina.
- DS** : Decreto Supremo.
- INEI** : Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- MINAN** : Ministerio del Ambiente.
- RNT** : Reserva Nacional del Titicaca.
- SERNANP** : Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas.



RESUMEN

En la presente investigación titulada “estrategias y medios de comunicación en la solución de conflictos territoriales de la Reserva Nacional del Titicaca, comunidad campesina de Ramis - 2019” nos ubicamos geográficamente en la región de Puno, provincia de Huancané, distrito de Taraco; en donde se pretende determinar las estrategias y medios de comunicación más utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis, como también evaluar y precisar el nivel de aceptación que tienen las estrategias y medios de comunicación en los pobladores de la comunidad campesina de Ramis. Considerando que las estrategias de comunicación son actividades principales para la solución de conflictos territoriales, sin embargo, se observa que el manejo y aplicación de estas estrategias carecen posiblemente de una adecuada utilización, motivo por el cual los habitantes de la comunidad campesina de Ramis, consideran que aceptando el establecimiento y reconociendo su administración como autoridad competente de la Reserva Nacional del Titicaca el cual es un área natural protegida de uso directo, esto significa que los recursos naturales pueden ser aprovechados de forma sostenible por las poblaciones de sus inmediaciones del área, pero la población considera que perderían el derecho al uso de terrenos y sus recursos, lo cual no tiene un asidero legal y ambiental firme. La investigación plantea contribuir a generar un adecuado manejo y aplicación de estrategias y medios de comunicación en la solución de conflictos por temas territoriales, también permitirá al comunicador social ampliar sus acciones en las diversas estrategias de solución de conflictos los cuales pueden ser aplicables en otros ambientes. Cabe destacar que la solución de conflictos es una labor de un equipo multidisciplinario de profesionales para lograr un adecuado nivel de comunicación con las poblaciones involucradas.

Palabras Clave: Estrategias, medios, conflictos, comunicación, desarrollo.



ABSTRACT

In this research entitled "strategies and communication means in the resolution of territorial conflicts of the Titicaca National Reserve, campesina community of Ramis 2019" we are geographically located in the Puno region, Huancané province, Taraco district; where it is intended to determine the strategies and means of communication most used by the Titicaca National Reserve in the solution of territorial conflicts with the inhabitants of the Ramis Peasant Community, as well as to evaluate and specify the level of acceptance that the strategies and means have of communication in the inhabitants of the rural community of Ramis. Considering that communication strategies are main activities for the solution of territorial conflicts, however, it is observed that the management and application of these strategies possibly lack adequate use, which is why the inhabitants of the Ramis Peasant Community, consider that by accepting the establishment and recognizing its administration as the competent authority of the Titicaca National Reserve, which is a protected natural area for direct use, this means that natural resources can be used in a sustainable way by the populations in the vicinity of the area, but the population considers that they would lose the right to use the land and its resources, which does not have a firm legal and environmental basis. The research proposes to contribute to generating an adequate management and application of strategies and media in the resolution of conflicts due to territorial issues, it will also allow the social communicator to expand their actions in the various conflict resolution strategies which may be applicable in other environments. It should be noted that conflict resolution is the work of a multidisciplinary team of professionals to achieve an adequate level of communication with the populations involved.

Keywords: strategies, media, conflicts, communication, development



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En todo contexto, el ser humano se caracteriza por ser una entidad de desarrollo constante que crea permanentemente mayores y mejores modos de comunicación con la finalidad de transmitir mensajes que influyen en el desarrollo de su existencia e interacciones humanas con sus congéneres, por ende el cambio de su estilo de vida y actitudes, a pesar de ello desde tiempos remotos se originaron constantes micro y macro conflictos por cuestiones territoriales, estas disputas expresan una particular forma de enfrentamientos de intereses entre distintos actores locales y extra locales por los recursos de un determinado espacio territorial y socioeconómico a los que se les denomina conflictos territoriales.

Esta premisa deja dilucididad dentro de la zona de amortiguamiento de la Reserva Nacional del Titicaca, en las que desde su creación del área natural protegida (1972), se suscitan continuos conflictos por la ocupación del territorio con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis, distrito de Taraco en la provincia de Huancané.

Al respecto, los pobladores consideran que aceptando el establecimiento de la Reserva Nacional del Titicaca y reconociendo a su administración como autoridad competente, perderían el derecho al uso de terrenos y sus recursos, lo cual no tiene un asidero legal y ambiental firme.



1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Fulmer (1987) señala que la comunicación es un factor esencial para el funcionamiento de la organización y la definimos como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir al logro de los objetivos organizacionales.

En la actualidad, en muchos de los casos se excluyen las tácticas y procedimientos de comunicación, reduciendo de manera sustancial el fortalecimiento de las relaciones y la búsqueda de objetivos en común.

Glaeck (1980) “la estrategia es un plan unificado, comprensible e integral diseñado para asegurar que los objetivos básicos de la empresa sean alcanzados” las estrategias no son acciones concretas (estas son las tácticas), sino que conforman un marco de decisión de una serie de acciones, Alberto (2005) define a la estrategia como “la suma de tácticas, siendo las tácticas la suma de decisiones singulares (cadena de decisiones)”. Las estrategias, además, son un conjunto de tácticas que combinan temas, enfoques, mensajes y medios.

Con respecto a ello, en la Reserva Nacional del Titicaca urge desarrollar adecuadas estrategias de comunicación para con la población sobre el modelo de gestión participativa aclarándose los derechos y deberes según la normativa vigente y las consideraciones técnicas apropiadas, razones por las cuales, en este estudio, se pretende conocer:



1.2.1. PREGUNTA GENERAL

¿Cómo es el manejo de las estrategias y medios de comunicación por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis - 2019?

1.2.2. PREGUNTA ESPECÍFICA

¿Qué estrategias de comunicación utiliza el personal de la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales en la comunidad campesina de Ramis?

¿Qué medios de comunicación son utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis?

¿Cuál es el nivel de aceptación de las estrategias y medios de comunicación en los pobladores de la comunidad campesina de Ramis?

1.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. HIPOTESIS GENERAL

El manejo de la estrategia y medios de comunicación por la Reserva Nacional del Titicaca garantiza la solución de conflictos territoriales con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis.

1.3.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS

Las estrategias de comunicación empleadas por la Reserva Nacional del Titicaca son limitadas e insuficientes en la solución de conflictos territoriales



Los medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca son inadecuados en la solución de conflictos territoriales con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis

Las estrategias y medios de comunicación aplicados por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales tienen un bajo nivel de aceptación en los pobladores de la comunidad campesina de Ramis

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar el manejo de las estrategias y medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis - 2019.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Precisar las estrategias de comunicación utilizadas por el personal de la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales en la comunidad campesina de Ramis.

Determinar los medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis.

Evaluar y precisar el nivel de aceptación de las estrategias y medios de comunicación en los pobladores de la comunidad campesina de Ramis.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. MARCO TEÓRICO

En el devenir de los años la palabra estrategia se viene utilizando desde diversos ángulos y en diferentes contextos. Sus raíces se remontan al plano militar; el verbo *stratego* “planificar la destrucción de los enemigos en razón del uso eficaz de los recursos” (Mintzberg, Brian, voyer, 1997:1).

En el artículo científico “Conflictos territoriales y gestión pública territorial en Colombia” la Mg. Luz Mery Gómez Contreras - Colombia, concluye lo siguiente: Los problemas en la definición de los límites entre entidades territoriales tienen como consecuencia conflictos económicos, administrativos y de marco jurídico; lo más lamentable es que la mayoría de los conflictos limítrofes vienen desde el siglo pasado, y el tiempo ha pasado, las administraciones van cambiando, pero la problemática se queda ahí.

En la tesis “conflictos por límites territoriales intermunicipales en México” Marisol Luna Leal de la Universidad Nacional Autónoma de México, concluye: Los conflictos intermunicipales por límites territoriales no son privativos de una región o entidad federativa específica, ya que los podemos encontrar en cualquier estado. En la mayoría de los casos la confrontación sólo se presenta entre dos municipios, pero existen situaciones en que un municipio enfrenta conflictos contra dos, tres, o hasta contra cuatro.

Ana Flávia Miranda Falci de la Universidad Católica del Perú - Escuela de Graduados, en el estudio “la comunicación estratégica como herramienta para la resolución de conflictos: un estudio de caso.” (2010) concluye que: La comunicación en la minera Milpo es un tema muy importante y es abordado con mucha responsabilidad. La empresa



se preocupa en comunicar todo y en ser transparente en todas sus relaciones, pues sabe que de esta manera puede evitar que exista algún tipo de problema o conflicto entre ellos. La comunicación con las comunidades de su zona de exploración es algo trabajado día a día, pues la empresa busca a través de esto mejorar su comunicación y ser más eficiente.

En la tesis “elección y uso de las estrategias comunicativas en campañas preventivas de mortalidad materna en el barrio 4 de noviembre – Puno, 2006” presentada por: Luz Yesenia Delgado Pinazo, de la facultad de ciencias sociales, escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social, de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, concluye en lo siguiente: Las estrategias comunicativas de la Dirección Regional de Salud Puno no son eficientes, ya que el manejo de información orientada a la población, a través de diferentes medios de comunicación, es muchas veces con un lenguaje técnico y sin tener en consideración la realidad social y cultural del sector en el que radica la población (lenguaje, idioma y grado de instrucción), lo que ocasiona que los mensajes difundidos por (...) no sean efectivos, poniendo en riesgo a que la tasa de mortalidad materna se vea influenciada.

2.1.1 ESTRATEGIAS

Con respecto a las definiciones de estrategia, es importante aclarar que existen una amplia variedad de conceptos. Alberto (2005) afirma que la estrategia es un “concepto poliédrico”, precisamente por su diversidad de facetas, planos y matices desde las que se define. Por ejemplo, Izurieta (2003) define a la estrategia desde su utilidad, como “un plan integral en el que cobra sentido todo lo que se hace y se deja de hacer y todo lo que se comunica y se deja de comunicar” (p.35).

En esta misma línea, Meléndez (2009) explica “La estrategia nos indica: qué hacer y qué no hacer en cada momento, en cada circunstancia, para no ponernos a improvisar, ni a



inventar caminos. La estrategia nos da rumbo” (p.17). Fernández y otros (2007) definen a las estrategias como “los lineamientos de acción planeados para llegar a la meta (...)” (p.27). Desde estas concepciones, en una campaña, las estrategias ofrecen los lineamientos, las directrices de lo que se hará.

También, pueden ser definidas desde sus componentes. Assifi y French (1991) definen a las estrategias de comunicación como “la combinación de métodos, mensajes y enfoque por medios de los cuales el planificador busca alcanzar los objetivos de comunicación”. En esta definición, se considera como parte de la estrategia la decisión sobre qué métodos se utilizarán en la campaña, entre estos las actividades y los medios que se utilizarán para alcanzar los objetivos definidos en la campaña. Así como con el enfoque en el que se centrará la campaña, sus temas y los mensajes de ésta.

Para explicar la concepción poliédrica de las estrategias, Alberto (2005) identifica ocho dimensiones: como anticipación, decisión, método, posición y ventaja, marco de referencia, perspectiva, discurso y relación con el entorno.

Un aspecto importante a la hora de trabajar las estrategias de comunicación es no confundir las partes (tácticas) con el todo (estrategia). La estrategia es un conjunto de tácticas, pero varias tácticas no necesariamente conforman una estrategia, pues pueden pertenecer a estrategias diferentes.

Izurieta (2003) ilustra lo anterior con el siguiente ejemplo: “Si comparamos la comunicación con una casa, diremos que los ladrillos, los vidrios, las ventanas son partes de la construcción. La estrategia es el diseño, aquello que da sentido a todos los elementos que forman parte de la casa (p.35)”. Para diferenciar las estrategias de las tácticas, Izurieta agrega:



La estrategia no es usar determinados medios (...). No es tampoco tener un mensaje (...). No lo es tampoco hacer encuestas, dialogar con la oposición o hacer una buena alianza. Todos esos son elementos que pueden ser parte de una estrategia (...), pero son sólo eso: elementos. (p.35).

Al respecto, Alberto (2005) confirma que el todo es la estrategia y la parte es la táctica. Esta afirmación la explica así:

La estrategia no sólo es un concepto situado en un nivel superior, sino en un nivel más abarcador (suma de tácticas): las tácticas se formulan para cumplir la estrategia y, por tanto, en función de la misma. Una estrategia se determina concretando y expresando a través de múltiples tácticas diferentes que encuentran en aquella su sentido y coherencia unitaria (p. 156).

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

En ciencias de la comunicación, según Bozzetti (2003) llamamos estrategia comunicacional a la coordinación de todos los recursos comunicacionales externos e internos de un ente, para diferenciarnos y lograr un lugar en la mente de los públicos que nos interesan. Las estrategias de comunicación tienen rasgos que caracterizan a toda estrategia, con la única acotación de que, en este caso, para el logro de sus metas los jugadores utilizan el poder de la interacción simbólica en vez de la fuerza o cualquier otro sistema de interacción física.

Entonces, una estrategia de comunicación cumple al menos tres funciones:

Obliga a una reflexión y a un análisis periódico sobre la relación de una organización con sus públicos.



Define una línea directriz de la comunicación. Precisa qué sistemas conviene utilizar

Da coherencia a la pluralidad de comunicaciones de una organización.

Por otro lado, Vives y Peinado (2003), define “una estrategia será comunicativa cuando persiga un objetivo de comunicación, o bien cuando utilice fundamentalmente la comunicación para el logro de ese objetivo”.

Por ello se considera a la comunicación como proceso vital de todo organismo que media directamente en la percepción y resolución de conflictos, y en la configuración de los valores. Para el autor la estrategia de comunicación cumple las siguientes funciones.

Obliga a una reflexión y análisis sobre la relación de una organización con sus públicos.

Establece los distintos territorios de aplicación.

Da coherencia a la pluralidad de comunicación de una organización.

Determina criterios de evaluación de resultados.

Por otro parte, Pascale y Weil (1992), sugiere que para la realización de una estrategia de comunicación se tome como principio el discurso de filosofía de la organización, entendiendo a este último como la misión, valores y ética de la empresa. Por lo tanto, Weil divide el discurso en cuatro etapas.

De la soberanía: digo quien soy.

De la actividad: digo lo que hago y como lo hago.

De la vocación: digo para quien lo hago.

De la relación: digo a la vez lo que hago y lo que esto me permite hacer.



Cabe mencionar que las estrategias de comunicación so un conjunto de actividades dirigidas a determinados públicos, cuya actividad se ven resumidas bajo un documento, con el objeto de alcanzar los objetivos propuestos, las diversas acciones requieren de un análisis de la situación, identificación de componentes de comunicación y diagnóstico. Son pautas que favorecen la construcción de sentidos favoreciendo la inclusión, la transferencia y el debate, crea un imaginario que trasciende los objetivos.

Las estrategias de comunicación toman en cuenta los saberes y sentidos de la comunidad, garantizando su inclusión y compromiso. Abren espacios de participación e intercambio con todas las personas, instituciones o grupos involucrados. Los mensajes y las estrategias son adaptados a las capacidades de ideas y experiencias.

Se refiere a las formas y modos de establecer las relaciones comunicativas y obedecen a determinadas demandas de política de comunicación encaminadas a definir comportamientos de esta en los procesos de desarrollo en marcha.

Las estrategias de comunicación se insertan dentro de los procesos comunicativo, por lo que tienen un sentido, una lógica y una coherencia y no se trata de un hecho arbitral, sin sentido, en el que recogemos y juntamos información sin ningún criterio, sino que, por el contrario, todos los pasos a seguir están relacionados y entrelazados.

La primera decisión que debemos tomar para el diseño de las estrategias de creación de sentidos para cada audiencia específica, tiene que ver con la dimensión de la comunicación que abordará cada estrategia.

1. Informar sensibilizar y motivar a la acción.
2. Desarrollar habilidades.



3. Generar participación y movilización social.

4. Comunicar los objetivos y logros del proyecto de desarrollo.

La elaboración de mensajes está destinada a una audiencia específica y que, en consecuencia, tiene que considerar sus necesidades y capacidades. Sin embargo, sabemos que un mensaje provoca diversos sentidos y que su lectura puede multiplicarse hasta el infinito. Si bien ésta es una realidad que no podemos controlar, podemos reducir al máximo este riesgo realizando una validación de materiales o mensajes. Esto se hace testeando la recepción de los mensajes en un grupo de personas que reúnen las características socioculturales y demográficas de la audiencia a la que queremos interpelar. A través de una serie de preguntas indagaremos qué elementos del mensaje son entendidos o no, la adecuación del lenguaje utilizado, la identificación o no con las imágenes, etc. Así podremos decidir sobre la pertinencia de los mensajes y materiales diseñados, y si es necesario, realizar cambios para que la comunicación sea más eficaz.

El vínculo con los medios no es meramente técnico ya que su influencia implica también a la cultura y los valores. En consecuencia, las estrategias de creación de sentidos y de imaginarios de cambio deben apuntar también a que los medios asuman su responsabilidad y compromiso con el bien común, que incluyan acciones para insertar las temáticas del proyecto en la agenda de los medios y fortalecer el debate público, reconocer la importancia de los medios en la instalación de temas y su capacidad para convertirse en escenario del debate público resulta estratégico para fortalecer las acciones que se realizan en el contacto directo con los grupos comunitarios.

La emisión de materiales de información y socialización a través de los medios tradicionales, con el objetivo de “educar” y generar cambios en la conducta individual de los destinatarios, que se esperaba provocasen cambios en la sociedad.



Los profesionales de comunicación deben asumir eficazmente la aplicación de cuatro estrategias fundamentales, orientadas a favorecer el desarrollo local bajo un rostro humano, sostenible e institucional. Son las siguientes:

ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN

Busca brindar datos que contextualicen el hecho problema o experiencia a abordar. Además, los proyectos de desarrollo deben ser informados oportunamente a la población, reflejando el pasado, el presente y el futuro de la intervención.

ESTRATEGIA DE SOCIALIZACIÓN

La comunicación es un medio de socialización que tiene en cuenta la cultura, identidad y valores de los actores involucrados. La comunicación debe reconocer los intereses de los actores involucrados para que, a partir de los mismos, los mensajes sean eficientes y sobre todo de intereses colectivos.

ESTRATEGIA DE SENSIBILIZACIÓN

La comunicación es el arte de sensibilización, orientada a favorecer cambios oportunos en la sociedades o personales. Los cambios no solo se deben dar a nivel del discurso, sino sobre todo en la filosofía de vida y actuación de los actores involucrados.

ESTRATEGIA DE SISTEMATIZACIÓN

La comunicación favorece la sostenibilidad de experiencias, a partir del reconocimiento sistematizado de logros, limitaciones y lecciones aprendidas del proceso realizado.

La aplicación de estas cuatro estrategias representa el basamento de todo proyecto que busque generar cambios sociales sostenibles.



Para López, J. (2018), la estrategia de comunicación es la herramienta que nos permite planificarnos en el tiempo de una forma organizada. La sistematización o metodología empleada para este ejercicio de comunicación es variable y cambiante, cada organización puede crear su propia metodología y sistematizarla siempre y cuanto le permita de una forma integral y coherente comunicar sus objetivos en un plazo determinado. La estrategia de comunicación es transversal a la comunicación interna, externa y debe de contemplar un manual o espacio pedagógico que les permita a las organizaciones estar claros con sus equipos de trabajo sobre sus tácticas a desarrollar, mensajes y formas de comunicar, acciones estratégicas, instrumentos de investigación para hacer totalmente asertivo y funcional el desarrollo de la estrategia.

Existen estrategias de comunicación diversas y cada una obedece a necesidades y a objetivos de comunicación diferentes, cada estrategia tiene que ser creada desde la experiencia de cada proyecto e iniciativa y a su vez debe de ser incorporada al flujo de trabajo, medida y re diseñada en el tiempo. La comunicación es un ejercicio dinámico y cambiante, la tecnología hace parte de esta constante transformación y es muy importante incorporar esta planificación en el flujo de trabajo del día a día para evitar quedar obsoletos o no comunicar lo que hacemos.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS

Las estrategias de comunicación interna están dirigidas nuestro equipo de trabajo, estas estrategias buscan fomentar proceso de comunicación asertiva que permitan la optimización de los recursos y el encadenamiento productivo de las organizaciones.

Algunos canales para tener en cuenta en nuestra planificación de estrategias de comunicación interna:



Intranet.

Revista digital.

Reuniones aleatorias.

Manual de bienvenida.

Revista interna impresa.

Jornadas de puertas abiertas.

Convención anual.

Reuniones con la gerencia.

Buzón de sugerencias.

Es clave hacernos algunas preguntas para entender mejor este concepto.

¿Los empleados tienen conocimiento de los objetivos de la empresa?

¿Se conocen en profundidad los cambios organizativos de la compañía?

¿Cómo se informa del futuro y tendencias del mercado a los empleados?

¿Existen los diferentes manuales de procesos de trabajo?

Nivel del predominio en la cultura corporativa del «nosotros» frente al «yo».

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNAS

Para J. López Flórez (2018), la comunicación externa es un grupo de acciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa, institución u



organización, estas estrategias dependen mucho de los recursos a invertir por las organizaciones y contempla el uso de los medios de comunicación según el segmento de mercado target y el objetivo de la estrategia. En la contemporaneidad, la publicidad ha dejado de ser la única herramienta válida para introducir un mensaje en el mercado y ha dado paso a etapa más creativa: la comunicación integral que es o se entiende como un conjunto de todas las metodologías y formas de trabajar con la comunicación, un mix de experiencias positivas que en gran parte están siendo creadas en tiempo real por las nuevas formas de interacción en internet.

ELABORACIÓN DE MENSAJES

El mensaje es el alma de la estrategia. Es el conjunto de ideas seleccionadas y jerarquizadas que queremos transmitir. Para esto es necesario tener en cuenta como presentar los temas, de tal manera que nuestro público objetivo pueda entenderlos y asimilarlos.

El contenido del mensaje debe ser atractivo, comprensible y relevante para la audiencia. Debe responder a las características del público objetivo y al propósito que deseamos alcanzar. Tiene que incorporar con claridad la promesa o el beneficio que la persona obtendrá como resultado si lo lleva a cabo lo que sugiere el mensaje (PSNB, 1999:52).

2.1.2. COMUNICACIÓN

Para Fernández Collado (2006), la comunicación proviene del latín *communis*, común. Al comunicarnos pretendemos establecer algo en “común” con alguien o, lo que es lo mismo, tratamos de compartir alguna información, alguna idea o actitud. Lo importante de esta definición, es entender, que la esencia radica en que el emisor y el receptor estén sintonizados respecto de algún mensaje en particular.



Ernesto Galeano (1988), considera que la comunicación puede ser definida como “un proceso mediante el cual un emisor transmite mensajes a un receptor a través de un código común a ambos, con la finalidad de hacerle llegar una determinada información y así persuadirlo según convenga a sus propósitos”.

Según la definición de Galeano y teniendo presente que la comunicación es un proceso; quiere decir que presenta fases sucesivas, y por lo tanto debiera contar con lo siguiente:

En ella debe existir un emisor y un receptor.

El emisor emite mensajes.

Los mensajes se elaboran en un código que es conocido por el emisor y el receptor.

Los mensajes tienen como finalidad hacer llegar una determinada información del emisor al receptor.

Esa transmisión tiene un propósito persuasivo.

Esa voluntad persuasiva es patrimonio del emisor.

LA COMUNICACIÓN COMO DIFUSIÓN Y EFECTO

Se piensa en este acercamiento que los medios de comunicación son aparatos sumamente eficaces y absolutos, de por sí denominadores ideológicos, generadores o depredadores de las culturas y de quienes los consumen, comprensión correspondiente a un modo de entender cómo opera el poder en las relaciones directas y políticas de una sociedad. Visto desde una mirada negativa, ello sería básicamente culpable del deterioro político y moral de las masas. Y de otra positiva, se los define como aparatos gestores del progreso y democratización de las sociedades, símbolo y método de la modernidad, pero en ambos



casos, estos son valorados como instrumentos operantes de gran capacidad para impactar de manera lineal y mecánica, sin mayores conflictos. Sobre la mente y la sensibilidad de las personas, ya sea destruyéndolas cual alma mortífera o salvándolas cual pócima mágica de curación y mejoramiento (Alfaro, 1993:19).

BARRERAS DE COMUNICACIÓN

En cualquier sistema de comunicación existen barreras que dificultan el flujo adecuado de los mensajes.

OMISION: es la supresión de los aspectos importantes de los mensajes, porque el receptor no está capacitado para captar el contenido integral del mensaje.

DISTORSIÓN: se refiere a los cambios o alteraciones importantes que sufren los mensajes durante su transmisión o recepción.

SOBRECARGA: es cuando el volumen de mensaje a transmitir es superior a la capacidad de los que se comunica.

NO ACEPTACIÓN: la mera recepción de un mensaje no asegura que este sea aceptado, se requiere que sea entendido, pero tampoco asegura que sea aceptado.

VEROSIMILITUD DE LA FUENTE: se refiere al grado de confianza que tiene el receptor en el emisor.

ANTIGUEDAD DEL MENSAJE: porque existe menor probabilidad de ser aceptado.

CONGRUENCIA PERSONAL: cuando el mensaje recibido por la persona contradice su sistema de valores.



FALTA DE SINCRONIZACION: cuando los mensajes no son transmitidos en el momento oportuno y a la persona apropiada Flores, (1992: 306).

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Se denominan todos aquellos instrumentos, canales o formas de trasmisión de la información de que se valen los seres humanos para realizar el proceso comunicativo.

Los medios de comunicación son tan amplios que abarcan desde la escritura hasta las tecnologías de la información y comunicación de la actualidad.

De acuerdo al concepto de un determinado medio de comunicación, los roles de emisor y receptor pueden intercambiarse o no. Es por ello que los medios responden al menos a dos grandes paradigmas de la comunicación:

Comunicación unidireccional, en la que solo uno de los sujetos actúa como emisor frente a un receptor.

Comunicación bidireccional o multidireccional, en la cual el receptor o los receptores se convierten en emisores y viceversa.

Función de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación tienen por función principal transmitir un mensaje, el cual va dirigido de un emisor a un receptor.

Además, ellos cumplen funciones más específicas como informar, persuadir, exponer ideas, motivar a la participación y entretener. Todo dependerá del propósito para el cual sean empleados.



TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación suelen clasificarse de diferentes maneras, pero la forma más difundida de hacerlo responde al tipo de información que transmiten: información de interés público o de interés privado.

En este sentido, se puede hacer una diferenciación básica entre los medios de comunicación interpersonales y los medios de comunicación social.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE INTERÉS PERSONAL

Los medios de comunicación interpersonal o de interés personal sirven para entablar comunicaciones entre personas. Son aquellos que permiten comunicar, dentro de la esfera de lo privado, a dos o más personas. Por ello, responden necesariamente al paradigma de comunicación bidireccional. Por ejemplo:

Correo postal;

Telégrafo (clave morse);

Teléfono (teléfonos por pulsos, teléfonos por tonos, teléfonos celulares y smartphones);

Correo electrónico;

Redes de mensajería instantánea, entre otros.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO

Los medios de comunicación de interés público, conocidos también como medios de comunicación social o masiva (mass media en inglés), tienen como finalidad transmitir información de carácter público a las masas. Normalmente se rigen por el paradigma de la comunicación unidireccional, aunque hay excepciones.



Los medios de comunicación social tienen un enorme poder para influir, orientar y formar la opinión pública. De allí que se le denomine también como el cuarto poder. Por esta razón, uno de los principales objetivos de los gobiernos antidemocráticos es censurar a los medios de comunicación independientes y utilizarlos en su propio provecho.

CLASIFICACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Dependiendo de la plataforma y el formato que utilicen para comunicar, existen diferentes tipos medios de comunicación social.

según su alcance en:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Son aquellos medios o canales a través de los cuales se da un intercambio de información dentro de la esfera privada. Por ejemplo: el teléfono, el fax.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL O MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Son aquellos medios que alcanzan a un gran número de la población y transmiten información de carácter público. A su vez, se clasifican según el medio o soporte que utilizan para la transmisión de la información.

Los medios masivos de comunicación se clasifican en:

MEDIOS AUDIOVISUALES

Son aquellos medios cuyos mensajes pueden ser simultáneamente vistos y escuchados. Se basan en dispositivos tecnológicos que emiten imágenes y sonidos con el fin de transmitir la información como, por ejemplo: la televisión y el cine. La televisión tuvo su



aparición en los años 30 y es el medio con mayor índice de público a nivel mundial. Los telespectadores de todo el mundo reciben la señal de esta herramienta informativa en tiempo real, en vivo o diferido. Casi cualquier acontecimiento mundial puede ser transmitido con imagen y sonido a todas partes del mundo.

MEDIOS RADIOFÓNICOS

Es un medio que se basa exclusivamente en información transmitida bajo formato sonoro. Requiere un proceso de producción mucho más sencillo que la televisión. La principal limitación tiene que ver con el alcance de la onda, ya que la distancia geográfica imposibilita la transmisión o afecta la calidad de sonido. En las últimas décadas, ha habido un desarrollo de radios online y contenidos auditivos como podcasts cuyo proceso de producción es radiofónico y luego se distribuye de manera digital.

MEDIOS IMPRESOS

Está formado por todas aquellas publicaciones que contienen una información a ser transmitida como las revistas, periódicos, magazines, folletos y panfletos. En la actualidad, por el elevado costo de producción y la intromisión de Internet, estos medios se encuentran en declive. Hoy el público obtiene medios más inmediatos a la hora de informarse y muchas publicaciones se adaptan a la nueva era digital ofreciendo sus contenidos en la web.

MEDIOS DIGITALES

Los medios de comunicación digital son aquellos que emplean Internet para la difusión de contenido e informaciones. Aparecieron a finales del siglo XX, gracias al desarrollo de la informática y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y



desde entonces, han causado una revolución en la manera en que las personas consumen, producen e interactúan con la información.

El Internet representa un giro en el paradigma de la comunicación unidireccional hacia un modelo multidireccional, porque permite y necesita la participación activa del usuario.

El usuario no solo determina sus búsquedas, sino que es generador de contenido.

Al mismo tiempo, Internet contiene todas las posibilidades de medios de comunicación en un solo sistema: audio, imagen, texto, bases de datos, herramientas de trabajo, canales de comunicación interpersonal, etc. Con Internet tenemos acceso a televisión, cine, prensa, radio, teléfono y redes sociales. Por ello, muchos especialistas no lo consideran un medio de comunicación, sino un hipermedio.

Los medios digitales cumplen la función de informar y entretener. Algunos medios tradicionales se han ido adaptando a la realidad digital de este siglo, por lo que es posible encontrar contenidos televisivos y radiofónicos de manera online.

REDES SOCIALES

Las redes sociales forman parte de los medios digitales. Sin embargo, ellas merecen mención aparte debido a su complejidad, pues están presentes en todos los soportes, tanto interpersonales como sociales: teléfonos inteligentes, computadores, modos de interacción en la radio y la TV, etc.

Las redes sociales abarcan todo. Son canales que permiten la transmisión de mensajería instantánea y personalizada, al mismo tiempo que la producción y transmisión de imágenes, vídeo, audio y textos en un contexto social amplio o masivo. Han revolucionado totalmente la manera de concebir la comunicación al cruzar todas las



funciones de sus predecesores y añadir un elemento fundamental: la producción de contenidos por parte del usuario.

Así, las redes sociales o RRSS se han convertido en espacios para la promoción de proyectos, valores, ideas, conceptos, símbolos, creencias, mercancías y servicios de los más variados tipos, por medio de la conexión de personas reales a través de un sistema redes basado en intereses comunes (historia compartida, localización, actividades, nivel educativo, creencias, etc.).

Entre ellas podemos mencionar:

Instagram, Google Plus, Snapchat, Twitter, Facebook, Facebook Messenger, Tagged, WhatsApp;Skype, Line, MySpace y Telegram.

2.1.3. CONFLICTO

“el termino conflicto proviene de la palabra en latín “conflictus” que significa choque. Hablar de él, es referirse a una situación en la que un actor(es) se encuentran en oposición constante con otro(s) actor(es) que pueden ser personas, grupos, organización social o instituciones, debido a que persiguen objetivos contrarios a los que los coloca en extremos antagónicos, en situación de enfrentamiento, confrontación y lucha. Aunque el conflicto describe una relación en la que cada parte percibe las metas, valores, intereses y comportamiento del otro como antítesis de los suyos. El conflicto es parte constituyente de la propia realidad social en la que se dan interrelaciones individuales o grupales que responden a diferentes intereses y diferentes puntos de vista”. Molina y Muñoz, (2004: 151).

Fernández M. y Ortiz G. (2008) señala, que para hablar de conflicto debe darse las siguientes circunstancias:



Que haya interacción de, al menos dos individuos o grupos (si bien puede hablarse del conflicto intrasujeto).

Que se perciba o exista una incompatibilidad entre las metas, conductas, intereses o valores propios y del otro.

Que se perciba una situación como injusta o incompatible por al menos, una de las partes. (p.27,28).

Para comprender el accionar de los conflictos, es preciso hacer una diferenciación de nivel de actividad de estos, en sentido contrario construiremos erróneas percepciones, que imposibilitaran su manejo. Por tal razón de acuerdo a los aportes de la Defensoría del Pueblo (2007: 29), procuraremos distinguir entre

CONFLICTO ACTIVO

Es aquel que se inicia cuando una de las partes manifiesta públicamente alguna demanda o reclamo.

CONFLICTO LATENTE

Es el conflicto oculto o aparente inactivo. En él se pueden observar la concurrencia de factores que tienen una trayectoria de colisión pero que no se manifiestan, o que habiéndose manifestado han dejado de hacerlo durante un tiempo considerable.

CONFLICTO RESUELTO

Es el conflicto que ha llegado a un punto de acuerdo entre las partes o que tiene algún tipo de desenlace judicial y administrativo que no es impugnado por alguna de las partes.



...los estallidos o estados exacerbados de los conflictos se han ido gestando tras una larga ruta de generación de fricciones, de multiplicación de tensiones y de procesos de acumulación de fuerzas que progresivamente genera las condiciones para que sobrevenga una crisis (social). Balvin y López, (2005: 7).

CONFLICTOS TERRITORIALES Y SUS INTERPRETACIONES

En el Pacífico, la movilización social suscitada por la aplicación de la Ley 70 fue muy importante. A partir de 1991, las organizaciones de base (las denominadas “organizaciones étnico – territoriales”) nacieron en todos los ríos del Pacífico y poco a poco se están convirtiendo en Consejos comunitarios o suscitan sus creaciones alrededor de la titulación de territorios colectivos. El ambiente político cambia a raíz de las innovaciones territoriales, institucionales, sociales y culturales que acompañan la movilización. Se podría hablar de unos procesos "emancipativos".

Rancière (1998), es decir de carácter político basados en las reivindicaciones étnicas y territoriales. Sin embargo, éstos no van sin generar contradicciones que pueden, o no, alimentar la conflictividad en las regiones concernidas, y que son de varios tipos. A continuación, expongo cuatro (4) tipos de conflictos que tienen que ver con el territorio (demostrando así el cuidado con el que se debe usar el término de “conflicto territorial”).

CONFLICTOS INTERNOS

Suelen nacer de las nuevas jerarquías que se dan entre habitantes que aspiran a un mismo territorio colectivo y que participan en la movilización étnico-territorial: entre escolarizados y no escolarizados, rurales y urbanos, ancianos y jóvenes, etc. En efecto, las negociaciones para la titulación colectiva, basadas en registros de legitimidad nuevos para las poblaciones locales – principalmente el jurídico- implican la construcción de



nuevas fuentes de autoridad. El recurso “territorio”, que antes no era sujeto a negociaciones colectivas sino individuales, se vuelve objeto de competición, y por lo tanto herramienta de poder dentro de las mismas poblaciones. El que “sabe” manejar los nuevos códigos –el líder de la organización, el funcionario, el asesor- adquiere una posición de autoridad que muchas veces se vuelve posición de poder.

El territorio siendo condición de reconocimiento de la colectividad y de sus derechos, se asocia a nuevos dispositivos internos de jerarquía social. Encontramos en el Pacífico las primeras fases de consolidación de un “orden territorial” asociado a fuentes de autoridad legalmente reconocidas. Si reconocemos, como lo han demostrado abundantes trabajos empíricos y teóricos ya antiguos (Claval 1978), la asociación que existe entre orden territorial y orden socio-político, la conclusión se impone que el Pacífico está entrando en una fase de profunda recomposición. Más allá del “reconocimiento de derechos territoriales”, las nuevas disposiciones legales inducen transformaciones en los modos locales de negociación social y política, tanto en sus prácticas como, a mediano plazo, en la representación que la sociedad local se hace de ella misma.

CONFLICTO INTERÉTNICO

Clásicamente, se agudizan los conflictos territoriales con los vecinos, que pueden en ciertos casos adquirir el matiz de "conflicto interétnico", entre indios y negros, o blancos y negros, cuando en el fondo se trata de luchas por el territorio. Algunos años antes se hubieran interpretado en estrictos términos de poder, dominación o competencia territorial entre grupos locales de poder e intereses encontrados; ahora se entienden como una confrontación entre grupos étnicos. Ahí es donde la confusión territorio-territorialidad, y por consecuencia territorio-identidad, es la más arriesgada en cuanto es portadora de exclusión. Se puede incluso llegar a una lógica de yuxtaposición de espacios



geográficos discretos, cada uno manejado según normas sociales y legales distintos, sin puente posible. Los resguardos, los territorios negros, las plantaciones, las reservas naturales o del estado se rigen por medidas legales distintas.

A cada unidad territorial corresponde una normatividad propia y un sistema específico de autoridad y legitimación de la misma. Sin piso normativo común, los conflictos difícilmente pueden resolverse por acuerdo mutuo, y las propias instituciones del Estado son incapaces de jugar el papel de árbitro, teniendo uno que recurrir a las más altas instancias de justicia para dirimir contradicciones locales. Estas dificultades, reales, alimentan las interpretaciones que enfatizan los riesgos de “fragmentación” y “comunitarismo” ligados al reconocimiento del multiculturalismo y de los derechos étnicos. Según sus detractores, el sistema multicultural tiende a bloquearse rápidamente, puesto que no basta ser ciudadano para exponer y hacer valer sus derechos, sino que se necesita además recurrir a múltiples dispositivos legales que no fueron pensados para combinarse.

La judicialización de la sociedad, y la multiplicación de las instancias de autoridad (Corte suprema, Corte constitucional, defensores del pueblo y procuradurías de cada entidad territorial) hacen más borrosos y casi inentendibles los mecanismos de decisión y de autoridad, lo que deja la puerta abierta a la impunidad y la autojustificación de cada uno de los actores. Sin embargo, otros al contrario ven en esta nueva conflictividad la fuente de innovación que podría guiar las sociedades latinoamericanas –y otras- hacia una nueva concepción de las relaciones entre ciudadanos y sociedad nacional. Recondo, (2001). La Corte Constitucional de Colombia, por ejemplo, se implica decididamente con decisiones innovadoras en el campo del derecho consuetudinario de poblaciones indígenas. Sánchez



(1999). Localmente también, existen esfuerzos para inventar nuevas formas de diálogo que combinen respeto a derechos específicos e igualdad ciudadana.

A nivel teórico, estas orientaciones encuadran bien con las interpretaciones que valoran la relación territorio-identidad en cuanto el territorio es fuente de identificación, y condición de existencia de individuos en la Nación. Se basan en que sólo existimos en colectivos sociales culturalmente significantes, asociados a espacios concretos.

“el territorio es ante todo un espacio de identidad, o si se prefiere, de identificación (...) es esta parcela de espacio que enraíza en una misma identidad y reúne los que comparten un mismo sentimiento (...) en este sentido, es un lazo antes de ser una frontera”.

En la etapa siguiente, la dimensión cultural del territorio adquiere sentido político en la medida en que pretende legitimar su apropiación por un grupo. Esta postura, que podría interpretarse a primera vista como de corte “culturalista” o “diferencialista”, se debe matizar. Como lo evidencian trabajos recientes, existe un fuerte dinamismo y una gran capacidad de cambio, es decir de renegociación permanente de estas relaciones identidad-territorio, en el seno de las propias sociedades locales involucradas. Hoffmann (2000).

La relación “cultural” identidad-territorio no es estable ni definitoria, está enmarcada en juegos locales de poder que le dan, o no, un sentido social. En otras palabras, la reducción de lo territorial a su dimensión estrictamente cultural ocultaría el papel preponderante del territorio en la construcción de las jerarquías políticas, sea a nivel micro de las sociedades locales (como lo vimos más arriba) o en relación a la sociedad global.

CONFLICTO GEOPOLÍTICOS

En las regiones del Pacífico como en muchas otras del país, el conflicto armado reviste una dimensión geopolítica evidente. Por un lado, los actores de la guerra necesitan el



territorio, de manera continua o temporal, sea para cultivar coca, transitar o residir una temporada con cierta seguridad. En esta perspectiva, narcos, guerrillas y paramilitares tienen claros objetivos geo- estratégicos en todo el litoral pacífico, y el desalojo de los primeros territorios negros, en el Chocó, son evidencias de que ninguno de estos actores respeta los procesos étnico-territoriales en curso.

Por otro lado, el control de amplias porciones del espacio nacional les asegura un poder de negociación para discusiones eventuales con el gobierno, así como el acceso a los recursos que existen en estos territorios (agrícolas, mineros, fiscales). Aquí se ve claramente el territorio como instrumento y prueba del poder detenido, y como poder para acceder a territorios y riquezas, ambos obtenidos o conservados por vía militar: la guerra tiene una historia muy estrecha con el territorio, en este caso como muchos otros. Lacoste (1977).

Se junta la fuerza simbólica del control territorial con su eficacia militar y económica, armando un círculo vicioso de retroalimentación permanente. En esta configuración militar, la acepción étnica del territorio pierde peso frente a su dimensión geopolítica. La desproporción de poder entre los representantes de concepciones territoriales tan diferentes prohíbe cualquier arreglo de largo plazo.

En algunos casos, se ha visto grupos guerrilleros en Colombia favoreciendo la constitución de territorios colectivos negros en cuanto los podría controlar más fácilmente. La regla, sin embargo, ha sido lo contrario: la negación de las especificidades étnicas y de su legitimidad en reclamar “territorios de paz” sustraídos a las lógicas de guerra, a pesar de los esfuerzos realizados por colectivos indígenas y negros en este sentido. Agudelo (2000).



CONFLICTOS UTILITARISTAS

Hoffmann, Odile, (2002), Es obvio, pero suele soslayarse, conflictos nacen de las ambiciones territoriales de los grandes agentes económicos, que no pararon con la política de titulación colectiva en el Pacífico. En el sur las plantaciones de palma africana, en el norte las empresas madereras y mineras en Colombia, en ciertos lugares las turísticas o los macro-proyectos, todos manejan grandes extensiones de tierra, muchas veces las mejores, y necesitan asentarse con cierta seguridad y longevidad en el Pacífico.

Si bien la Ley 70 prevé para todos ellos la obligación de negociar con las comunidades negras en Colombia cualquier proyecto que tenga impacto en los territorios, en los hechos inventaron múltiples vías de eludir estas limitaciones. Las ignoraron sencillamente en un principio, luego intentaron manipular los consejos comunitarios, ahora negocian contratos de explotación que las comunidades y los consejos comunitarios son incapaces de controlar. La concepción utilitarista y mercantil del espacio se impone en los lugares donde existen proyectos de explotación “capitalista”, y las teorías económicas elaboradas alrededor de la renta o de los derechos de propiedad son las más adecuadas para entender las dinámicas actuales. De hecho, se podría interpretar la Ley 70 como un mecanismo implementado por el Estado, bajo presión de las agencias internacionales entre otras, para legalizar títulos y aclarar los derechos de propiedad, base y condición de cualquier inversión de gran escala. Así solamente, aunque fuera bajo forma de títulos colectivos, se puede propiciar la intervención de agentes privados en campos estratégicos a corto o mediano plazo (explotación maderera, hidrológica, turística, minera, de la biodiversidad). En esta interpretación, la dimensión étnica fue casi un pretexto para facilitar un proceso de normalización jurídica indispensable para los actores económicos.



Cómo se ve, el término de “conflicto territorial” no es, en sí, de gran ayuda para entender los mecanismos en juego a la hora de conflictos fuertes. Es necesario indagar y entender qué tipo de actores intervienen, con qué intereses a corto o largo plazo, siguiendo cuáles estrategias y con qué recursos (económicos, sociales o políticos). En otras palabras, ¿qué significa para cada uno “el territorio”? Los conflictos son muy útiles para el análisis porque casi siempre evidencian concepciones diferentes del territorio, y prácticas espaciales también diferentes. No se trata para nosotros de distinguir entre “buenas” y “malas” concepciones del territorio, pero sí de saber distinguir las unas de otras para poder elaborar los instrumentos metodológicos y teóricos adecuados a cada tipo de conflicto. En otros términos, hay que subrayar que unas teorías elaboradas en un contexto no siempre valen en otro. No se trata de elaborar jerarquía alguna (teoría cultural Vs la política, o la económica Vs la geopolítica), sino de insistir en la validez relativa de cada una de ellas.

Aunque sea en un mismo espacio geográfico, en un mismo tiempo, un territorio sólo adquiere sentido frente a un complejo de actores sociales, políticos y económicos; o sea, suele revestir significados simultáneos y contradictorios, como lo ilustra el caso del Pacífico (ahí entran en juego, asuntos de escalas, por supuesto). Los conflictos se agudizan cuando se niega esta complejidad y se pretende imponer una concepción territorial sobre las demás. Esta imposición puede ser “real”, del orden de las prácticas: el despojo de tierras, la imposición de una autoridad territorial, la invasión por actores ajenos al territorio. Puede también ser del orden de las representaciones: el territorio “étnico” no era concebido como tal en el Pacífico antes de la Ley 70, por ejemplo.

La emergencia de la noción, su difusión entre los pobladores negros y su posterior aceptación –con excepciones- llevarán, como lo expusimos arriba, a transformaciones de



la idea misma que “la gente” –los individuos y los grupos organizados- se hacen de ellos mismos, de sus expectativas, de sus maneras de estar en el mundo y en la sociedad global.

2.1.4. TERRITORIO

Entendido como el elemento físico-material, (...) ya que en aquél es donde se desarrolla la convivencia de los habitantes.

Según la doctrina, podemos encontrar tres sistemas para clasificar la división territorial:

SISTEMA GEOMÉTRICO:

Tiene su origen en la Revolución francesa, ya que con el propósito de conservar la indivisibilidad del Estado se eliminó cualquier manera de asociación o intermedia entre éste y el individuo; como consecuencia de la filosofía liberal e individualista, con la supremacía de la ley como expresión de la voluntad general se dio origen a este sistema, que considera que el Estado tiene atribuciones irrestrictas para adaptar la división del territorio a las necesidades de la administración pública, sin considerar las formaciones naturales. La Revolución Francesa eliminó la antigua división del territorio en ciudades y municipios y de acuerdo a ese criterio, estableció una nueva división geométrica, artificial, por departamentos, distritos y comunas.

SISTEMA NATURAL O SUIZO

Tiene su origen en la escuela sociológica del municipio, y establece que la división del territorio debe establecerse tomando en consideración la topografía natural de los lugares, así como la tradición e historia de los mismos. Bajo este sistema, y en específico si se atiende a la naturaleza de los lugares, podemos encontrar municipios urbanos, rurales y mixtos.



SISTEMA MIXTO O INGLÉS

Bajo este sistema, el estado puede utilizar los dos criterios anteriores, o se atempera al criterio de la división artificial de origen legal, o bien al histórico o natural, aunque generalmente respetando la división de los Municipios de raíz histórica y cuya creación ha sido determinada por la situación y las condiciones del territorio, sin perjuicio de que los servicios estatales se acomoden o no a la división municipal, cuando requieran un área territorial mayor.

Pero más allá de la existencia física-material delimitada geográficamente, la cual se constituye en un ámbito espacial de validez, al elemento en cuestión también debe considerársele desde las áreas antropológicas y sociológicas, ya que para algunos grupos de pobladores el territorio se constituye en un elemento cohesivo y trascendente, situación de la que se originan los denominados grupos territoriales.

Basados en la proximidad física; reunidos los hombres en torno al territorio, teniendo conciencia de que el espacio físico en que se asientan les pertenece; viviendo en cierto modo en función del espacio físico, los grupos territoriales logran una especie de lealtad en la que se funden con la tierra... como acertadamente afirma Ely Chinoy “La naturaleza de la base territorial afecta en muchos sentidos la estructura social de la comunidad y sus modos de vida... La influencia social del territorio en los grupos respectivos, es muy importante”. Su naturaleza está claramente expuesta por Sorokin al señalar que: “Constituyen (los factores territoriales) una coordenada sociocultural indispensable para localizar al individuo o al grupo dentro de un universo sociocultural”. La proximidad física, el contacto social, se realizan en un espacio determinado. Y según sus dimensiones y su interpretación de la tierra, así será el tipo de relaciones sociales que predominen. Quintana,R. (2009).



2.1.5. RESERVA NACIONAL DEL TITICACA

Como toda área protegida perteneciente al Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas SERNANP cuenta con importantes recursos naturales que benefician y posibilitan el desarrollo socioeconómico de múltiples grupos humanos circunlacustres y del interior del área. Posee en los totorales un recurso de múltiples beneficios y usos para la población local, es el hábitat de aves migratorias y residentes, así como de peces y anfibios los cuales son aprovechados con fines alimenticios y diversos usos tradicionales; posee una rica tradición cultural que la hace singularmente importante en el SINANPE y constituye uno de los atractivos turísticos de gran potencial nacional e internacional.

La categoría de área protegida como es la Reserva Nacional del Titicaca, se enmarca en el Artículo 66° de la Constitución de 1993 Perú 6 que indica “que los recursos naturales, renovables y no renovables, son patrimonio de la Nación. El Estado es soberano en su aprovechamiento”, garantiza el derecho de propiedad y enfatiza que nadie puede ser privado de su propiedad, como lo señala el Artículo 70°.

RECURSOS NATURALES DE LA RNT

El crecimiento poblacional de las comunidades hace que de una u otra forma se afecte el estado de los recursos naturales. La flora silvestre gira en torno a la totora y el llacho. En la fauna se destaca el Pato pana, el Tiquichu, y la “Choca”, o “pollo del lago” por ser grande y abundante en carne.

Por el otro lado, la pesca está basada en la especie nativa carachi y las especies introducidas como el pejerrey seguida de la trucha, que se cría en jaulas flotantes. En consecuencia, los citados recursos son los más representativos para el consumo y la comercialización, a las que siempre han recurrido las comunidades. Ello supone una



suerte de especialización en cuanto a la captura, el uso y el manejo, si cada vez, con mayor intensidad, aun cuando el crecimiento poblacional sea leve. La especialización no representa una ventaja comparativa o competitiva para la mayor parte de la población; sino es una forma de subsistencia inadecuada, inducida muchas veces por propósitos comerciales. En una muestra se observa la utilización temprana de las áreas de totorales (sin el tamaño necesario, ni madurez) por parte de los comuneros. Similar caso, ocurre con la pesca y la caza de aves con perdigones y armas de fuego.

La referida labor extractiva no necesariamente se configura como “sobre explotación”. No se pudo comprobar un acto realmente depredador ya que los códigos ancestrales aun las impiden. Por consiguiente, el uso de los mencionados recursos es una forma distinta de convivir con la naturaleza, aun cuando últimamente se viene distorsionando su estado natural por la implementación de la normatividad ambiental, por los fenómenos climatológicos, por los primeros indicios de contaminación del Titicaca y por la masificación psicótica de “privatización del Titicaca”.

Bajo este escenario, las actividades extractivas en Jatun Isla son complementadas a las labores pastoriles y agrícolas; en tanto que en la Isla Flotante los Uros, la primera opción de labor extractiva ha pasado a ser una actividad secundaria producto del turismo y por las opciones comerciales y la actividad artesanal.

OBJETIVOS DE CREACIÓN DE RNT

El Decreto Supremo de creación de la Reserva Nacional del Titicaca (D.S. 185-78-AA) plantea el siguiente objetivo general que a la letra dice: “... garantizar la conservación de sus recursos naturales y paisajísticos y a su vez el desarrollo socioeconómico de las poblaciones aledañas mediante la utilización racional de los recursos de flora y fauna



silvestres y el fomento del turismo local”. A partir de ello se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- 1) Garantizar la conservación de la diversidad biológica y de los recursos paisajísticos de una muestra representativa del lago Titicaca.
- 2) Promover el desarrollo sostenible de las poblaciones involucradas mediante el manejo de los recursos renovables.
- 3) Fomentar la recreación en la naturaleza y el ecoturismo.

CATEGORÍA

La Reserva Nacional del Titicaca está incluida dentro de las áreas denominadas de USO DIRECTO y categorizada como RESERVA NACIONAL dentro del SINANPE. De acuerdo a ello estas áreas están destinadas a la conservación de la diversidad biológica y la utilización sostenible de los recursos de flora y fauna silvestre, acuática y terrestre. En ellas se permite el aprovechamiento para autoconsumo y comercial de los recursos naturales bajo planes de manejo, aprobados, supervisados y controlados por la Autoridad Nacional competente. Plan Maestro RNT (2002).

UBICACIÓN, EXTENSIÓN Y LÍMITES

La Reserva Nacional del Titicaca está ubicada en las aguas continentales del Lago Titicaca, en su parte Noroeste, a una altitud de 3810 msnm como cota histórica promedio del nivel del lago. De acuerdo al Decreto Supremo de su creación tiene una superficie de 36180 has, comprendiendo dos sectores que no tienen continuidad física, y se denominan:



SECTOR RAMIS

Ubicado en el extremo norte del lago Titicaca, con 7030 has, comprende la margen derecha de la parte afluyente del delta del río Ramis (en dirección del cauce) y abarca hasta las orillas de los sectores de Tuni Requena, Machujro y Hatun Isla, con los cuales conforma una bahía con abundante vegetación macrofítica, principalmente totorales. Se incluye dentro de este sector a las lagunas de Yaricoa con 130 has, al margen izquierdo del río Huancané, y Sunuco con 50 has, al margen izquierdo del delta del río Ramis.

SECTOR PUNO

Con 29150 has ubicadas al Noreste del lago Titicaca, abarca gran parte de la Bahía de Puno, desde inmediaciones de la localidad de Chimu hasta cercanías de la Península de Capachica, incluyendo luego los sectores acuáticos e inundables de Carata (Coata), Faón y Yasín (Huatta), Moro, Yanico y Collana (Paucarcolla); incluye además áreas acuáticas de Millojachi, Huerta Huaraya, Capujra, Viscachune y Chulluni (Puno). Al interior se encuentran las islas flotantes de los uros. De igual modo abarca grandes extensiones de totorales y llachales. Plan Maestro RNT (2002).

PROPIEDAD TERRITORIAL DENTRO DE LA RNT

La propiedad de la tierra y el afán de poseerla tienen que ver con la ansiada promulgación de la “Ley de la reforma agraria en el Perú” (1969), disposición que causó decepciones en aquellos que se enriquecieron a costa del indio, al ver confiscadas sus haciendas; asimismo, causó enorme satisfacción a los agricultores que tenían la esperanza de ser beneficiarios de la redistribución de las nuevas tierras, por ende, los moradores de las dos comunidades inmersas en la presente investigación. Pero el paso de los años mostró lo contrario, y vinieron nuevas protestas por la tierra, por otro lado, transcurridos nueve años



después la reforma agraria fue peor los indígenas esperaban nuevas tierras y, no sólo no se les fueron otorgadas nuevas tierras; sino todo lo contrario, sus tierras fueron confiscadas, incluyendo los totorales, del que no se libraron las comunidades de Jatun Isla y Ramis cuando se declara la Reserva Nacional del Titicaca (31/10/1978) actitud que liquida definitivamente la expectativa indígena respecto a nuevas tierras.

La implementación de la reforma agraria, por un lado, permitió modificar la antigua estructura de tenencia de la tierra a una nueva forma de estructura de poder de corte empresarial, en manos de los antiguos colonos. Por el otro lado, no sólo permitió liquidar la vieja oligarquía puneña; sino, liquidó las aspiraciones del indígena, esperanzado en nuevas tierras y se condujo a la reaparición de una serie conflictos étnicos y posteriores conflictos socio-ambientales como se explicó en el capítulo precedente. Para los afectados por la Reserva Nacional del Titicaca no hay otra calificación que fraude y humillación por parte del gobierno militar la que conlleva a truncar esperanzas, a tener un mal recuerdo y como motivo para desconfiar en el Estado y negarse a ser parte de la Reserva Nacional del Titicaca. Escobar, F. (2004).

MANEJO DE RECURSOS NATURALES EN ÁREAS PROTEGIDAS

L. Aguilar (2002) y Dajoz (2002) señalan que el establecimiento y manejo de áreas protegidas involucra a una gran diversidad de hombres y mujeres, grupos sociales e instituciones que tienen intereses económicos, sociales, culturales, políticos y ambientales. Como tales, tienen que ver con los diferentes sistemas y mecanismos de protección. Es la razón por la mayoría de estas áreas protegidas están basadas en modelos ya implementados como es el caso Parque Nacional de “Yellowstone”, modelo creado en 1872 en los Estados Unidos y Francia (1928) con la creación de la reserva zoológica y botánica.



Desdichadamente, el modo de proteger o conservar recursos naturales de áreas protegidas obedecen a estos modelos. Este modelo, para Mitchell (1999:65-86), está basado en el enfoque “ecosistémico”, donde el conjunto integrado e interrelacionado de elementos abióticos y bióticos de un área determinada tengan una meta y un medio de gestión ambiental para el desarrollo sustentable.

Para ello es fundamental la participación de las poblaciones locales y que ésta sea considerada como parte de los sistemas naturales y no como ajenas a ellas. También deben tenerse en cuenta los conocimientos científicos y tradicionales para su gestión eficaz, comprensiva y holística.

Sin embargo, la participación de las poblaciones locales casi siempre ha sido considerada como un acto literal e impositivo; en consecuencia, no responde necesariamente a las expectativas socio-culturales de estas comunidades.

Allaneda (2002) dice que los procesos culturales versus normatividad ambiental generan una mayor dificultad en la aplicación de las normas ambientales; porque los gobiernos no reflexionan sobre el sentido de receptividad de las comunidades locales, lo que indica que desconocen y se ignoran las raíces culturales y los procesos históricos que definen las relaciones interculturales de un escenario determinado. Es decir, “las comunidades reconocen a la legislación ambiental como legislación de “otros”; lo que da lugar a la generación de conflictos por una mayor presión sobre el uso y control de los recursos naturales, por consiguiente, la inaplicabilidad de la normatividad ambiental.

Aun así, para L. Aguilar (2002) Las áreas protegidas como modelo Yellowstone han servido para desplazamiento directo o indirecto de las poblaciones indígenas El modelo europeo considera importante tomar en cuenta los intereses de las comunidades locales como el derecho al pastoreo, la recolección de ciertos productos y hasta la tenencia



privada de tierra dentro de las áreas naturales protegidas, instancias que deben servir para retomar las actividades ancestrales de conservación y el uso de los recursos naturales. En razón a ello, el modelo europeo toma cuerpo, aun cuando el trípode que soporta la conservación tenga mayor peso en la cuestión “ecológica” requiere de las otras dos patas, “económica y social comunitaria”.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

ÁREA NATURAL PROTEGIDA

Son espacios continentales y/o marítimos del territorio nacional reconocido, establecidos y protegidos legalmente por el estado como tales, debido a su importancia para la conservación de la diversidad biológica y demás valores asociados de interés cultural, paisajístico y científico, así como por su contribución al desarrollo sostenible del país. (SERNANP 2012).

CONFLICTO

Una incompatibilidad entre conductas, percepciones, objetivos y/o afectos entre individuos y grupos, que definen estas metas como mutuamente incompatibles. Puede existir o no una expresión agresiva de esta incompatibilidad social. Dos o más partes perciben que en todo o en parte tienen intereses divergentes y así lo expresan.

CONFLICTO TERRITORIAL

Nacen de las nuevas jerarquías que se dan entre habitantes que aspiran a un mismo territorio colectivo y que participan en la movilización étnico-territorial, todo esto con el fin de afianzar las posiciones de un determinado espacio.



COMUNICACIÓN

Es el proceso de transmitir información y de hacer que esta sea comprendida por medio del uso de símbolos entre dos o más personas. Los símbolos pueden ser o no verbales. Comunicar es transferir información y significado de una persona a otra. La comunicación es, además, el proceso mediante el cual se establecen relaciones con otras personas a través de ideas, hechos, pensamientos, valores y mensajes. Toda comunicación involucra, cuando menos, a dos personas; la que envía un mensaje y la que lo recibe.

COMUNICACIÓN DIRECTA

Es el modo de comunicación humana que se da mediante la lengua natural y es caracterizada por la inmediatez temporal.

En la comunicación directa la producción del mensaje por parte del emisor y la comprensión del mismo por parte del receptor, son simultáneas y se producen mediante la relación interpersonal.

COMUNICACION INDIRECTA

Por otra parte, podemos comunicarnos con otras personas, aunque no esté presentes físicamente o cerca de nosotros unos de los ejemplos son las redes sociales Twitter, Facebook entre algunos otros los teléfonos celulares han reemplazado la comunicación cara a cara a este tipo de comunicación existe un intermediario entre el emisor y el receptor ah esto se le conoce como comunicación indirecta.

COMUNIDAD CAMPESINA

Comunidades campesinas: Son organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integradas por familias que habitan y controlan determinados



territorios, ligadas por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales expresados en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades multisectoriales cuyos fines se orientan a la realización plena de sus miembros y del país. (INEI. 2017).

Las comunidades campesinas y nativas son organizaciones tradicionales y estables de interés público, constituidas por personas naturales y cuyos fines se orientan al mejor aprovechamiento de su patrimonio, para beneficio general y equitativo de los comuneros, promoviendo su desarrollo integral. Están reguladas por legislación especial según la Constitución Política del Perú del 1993, la que en su artículo 89 establece que las comunidades campesinas y las nativas son personas jurídicas.

Su reconocimiento surge por la constatación en la realidad de la existencia de organizaciones de personas naturales alrededor de un patrimonio, el cual explotan para su beneficio.

ESTRATEGIAS

Se define como el patrón de los objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para conseguir dicha meta. Es un modo de expresar un concepto persistente de la empresa en un mundo en evolución, con el fin de excluir algunas nuevas actividades posibles y sugerir la entrada de otras.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida.



NEGOCIACIÓN

Es un proceso por el cual las partes en conflicto se comunican e influyen mutuamente para alcanzar un acuerdo cuando tienen preferencias parcialmente opuestas. Por tanto, cuando hablamos de negociación nos estamos refiriendo esencialmente a un proceso de comunicación recíproca que tiene como objetivo, por un lado, la comprensión de cada parte de la forma en que la otra interpreta y evalúa las cuestiones y, por otro, la corrección de las posibles percepciones erróneas que las partes puedan tener sobre las posturas y las metas de la otra parte. (Fernández M. y Ortiz G. 2008, p.55).

POBLACIÓN

Respecto a este elemento, desde el enfoque sociológico es considerado como un conjunto variable de personas asociadas o relacionadas de manera más o menos permanente, que ocupan un área o zona geográfica convencionalmente determinada, y que están unidas por elementos culturales, políticos o sociales que los diferencian de otros grupos poblacionales.

RESERVA NACIONAL DEL TITICACA

Está ubicada en las aguas continentales del Lago Titicaca, en las inmediaciones de las provincias de Puno y Huancané del departamento de Puno, tiene una extensión de 36,180 hectáreas. Su presencia busca conservar la flora y fauna silvestre del lago Titicaca, apoyar al desarrollo socioeconómico de la región y mantener las tradiciones culturales de las poblaciones humanas que habitan las inmediaciones del lago, comprende dos sectores.

El sector Ramis con 7,030 hectáreas y que está ubicado en la provincia de Huancané, la cual incluye una zona de totoral y una parte pelágica en la margen derecha de los ríos



Ramis y Huancané; y las lagunas de Yaricoa y Sunuco en la margen izquierda del río Huancané.

El sector Puno con 29,150 hectáreas, ubicado en la provincia de Puno y que abarca diversos totorales comprendidos entre la isla Estévez y la península de Capachica. (Plan Maestro de la RNT, 2002).

SOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Es el establecimiento de buenas relaciones entre dos o más partes que son parte del conflicto. Por un lado, debe buscar que, con su intervención disminuya la competitividad entre los sujetos o los grupos y, por otro, intentar restaurar los buenos sentimientos mutuos, esto es, conseguir una interdependencia social positiva (Smith y Mackie, 1995).

TERRITORIO

Territorio, del latín *territorium*, es una porción de la superficie terrestre que pertenece a un país, una provincia, una región, etc. El término puede hacerse extensivo a la tierra o terreno que posee o controla una persona, una organización o una institución.

La noción de territorio puede entenderse a nivel político o geográfico. Para la política, el territorio es la delimitación en la cual existe una población asentada y que depende de una autoridad competente. En la geografía, la definición de territorio depende del autor y del contexto, ya que la noción puede utilizarse como sinónimo de lugar, espacio, región o paisaje.



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

La investigación se desarrollará en la comunidad campesina de Ramis jurisdicción del distrito de Taraco en la provincia de Huancané, La principal actividad económica de los pobladores, es la agricultura y ganadería (78,3%) para esta última los pobladores ingresan al lago a extraer totora y llachos y cuando el nivel del lago desciende ingresan a su ganado a pastar directamente, principalmente el ganado vacuno y ovino; el efecto microclimático del lago también permite una agricultura más estable y productiva comparada con otras zonas del altiplano. La pesca es una actividad complementaria.

3.2. METODO DE INVESTIGACIÓN

Investigación DESCRIPTIVA, obtención contemporánea de información respecto las estrategia y medios de comunicación aplicada por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis 2019, cuyo trabajo de investigación aplicada corresponde a la investigación cuantitativa, los mismos datos al ser recolectados serán analizados.

3.3. UNIDAD DE ANALISIS

- Estrategias de comunicación
- Medios de comunicación



3.4. TIPO DE INVESTIGACION

Según las características, el trabajo de investigación es de carácter descriptivo, debido a ello se busca especificar los propósitos, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir que durante el trabajo de investigación se miden, evalúan o recolectan datos sobre diferentes conceptos, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar para poder determinar las características que permitirá obtener una información profunda y actualizada del tema.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

3.5.1 POBLACIÓN

Conformado la totalidad del personal de la Reserva Nacional del Titicaca y 3247 habitantes asociados de la comunidad campesina de Ramis del distrito de Taraco, provincia de Huancané, según el padrón del 2018 de la comunidad en mención.

3.5.2. MUESTRA

Para el presente estudio, en el caso del personal de la Reserva Nacional del Titicaca se trabajara con la totalidad del personal en un numero de 14 personas que en la actualidad laboran activamente en diferentes áreas y por otra parte el 5% del total de la población de la comunidad campesina de Ramis, haciendo un total de 162 habitantes, considerando solo: jefes de hogar, mayores de 18 años que residan de forma permanente dentro del ámbito de estudio utilizando para este segundo grupo el tipo de muestra no probabilística cuya característica es que: los elementos se seleccionan por medio de diversos procedimientos que no proporcionan a los individuos de la población las mismas



oportunidades de poder ser elegidos para la muestra, para ello se tomara el tipo de Muestreo por bola de nieve.

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.6.1. ENCUESTA

Según Stanton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente.

Para Richard L. Sandhusen, las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo.

Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica.

Para Trespacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.

3.6.2. OBSERVACIÓN

OBSERVACIÓN CIENTÍFICA

La observación científica es una estrategia utilizada por el método científico. Se caracteriza por ser un proceso riguroso de investigación y que permite obtener información, describir situaciones y contrastar hipótesis. Este tipo de observación



consiste en una percepción intencionada, selectiva e interpretativa. El observador enfoca su atención sobre una situación, un fenómeno o un objeto.

TIPOS DE OBSERVACIÓN

En función de la forma en que se recogen los datos, la observación puede ser cualitativa o cuantitativa. Dependiendo de la implicación física del observador, la observación puede ser directa o indirecta. Según el papel que adopta el observador, puede ser participante o no participante. Dependiendo del nivel de sistematización, se puede distinguir entre observación sistemático y no sistemática. En función del lugar donde se produce, la observación puede ser de campo o de laboratorio. Según el número de observadores, puede ser individual o colectiva. Estas técnicas permitirán lograr los objetivos de la investigación.

INSTRUMENTO

Son dispositivos o herramientas propias de las técnicas para obtener información acerca del problema de investigación y las hipótesis, facilitando, perfeccionando y resumiendo los datos obtenidos, en esta investigación se utilizará el instrumento (cuestionario).

3.6.3. CUESTIONARIO

Este cuestionario estará compuesto por interrogantes referidas a las dimensiones anteriormente citadas y contenidas por preguntas adaptadas a la realidad concreta en la investigación.

3.6.4 FICHA DE OBSERVACIÓN

Proporcionará al investigador una idea clara y representativa de lo que se quiere conocer e interpretar en el trayecto de la investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se muestra los resultados estadísticos de los dos instrumentos de investigación utilizados, en una primera instancia, se utilizó el instrumento de encuestas que se divide en dos partes, la primera realizada al personal de la Reserva Nacional del Titicaca y la segunda aplicada a la población muestreada de la comunidad campesina de Ramis del distrito de Taraco.

El segundo instrumento de investigación utilizado fue la ficha de observación el cual permitió profundizar la información obtenida de ambos agentes involucrados en la investigación.

4.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.

Las tablas 1, 2, 3, 4 y 5 nos permitirá cumplir con uno de nuestros objetivos específicos el cual es precisar las estrategias de comunicación utilizadas por la Reserva Nacional del Titicaca.

Tabla 1. *Utilización de estrategias por la Reserva Nacional del Titicaca*

Variables	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Difusión por medios de comunicación	8	57.1%	57.1%
Reuniones, charlas y conversatorios	6	42.9%	100%
Otros	0	0.0%	
Total	14	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 1. *Utilización de estrategias por la Reserva Nacional del Titicaca*

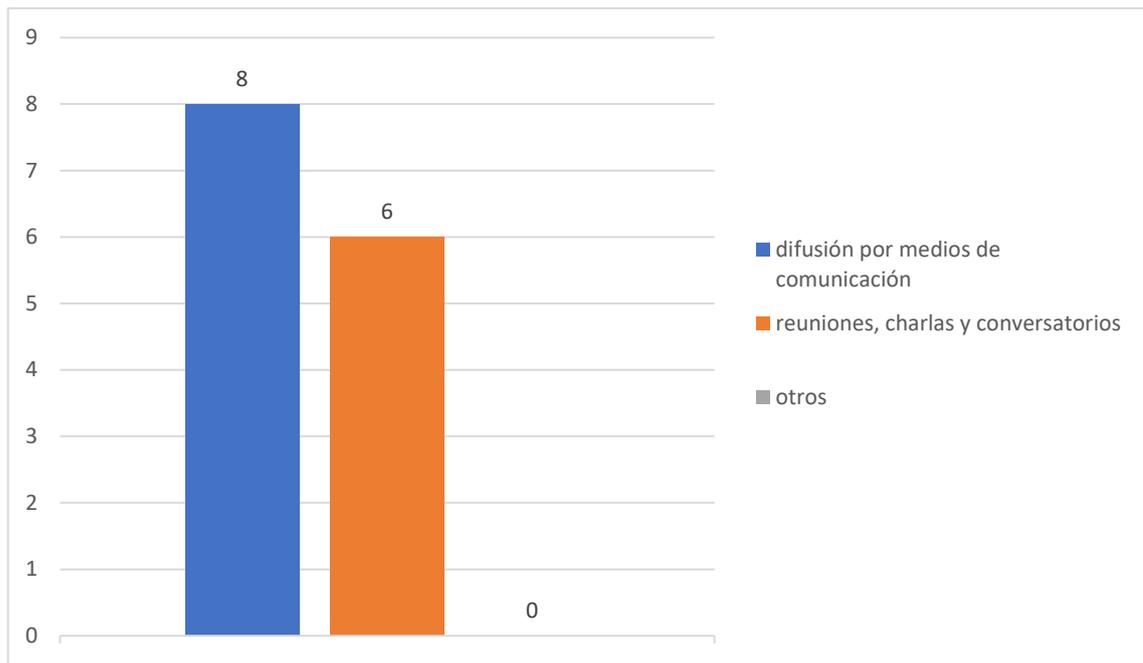


Tabla 1, Figura 1 muestra las estrategias de comunicación utilizadas por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales, según los datos obtenidos y según la clasificación de J. López, las estrategias de comunicación son (estrategia de información, socialización, sensibilización y sistematización) se aprecia que el personal de la Reserva Nacional del Titicaca utiliza las estrategias de información (difusión por medios de comunicación) con más incidencia debido a que esta estrategia es más accesible para la población y en menor proporción se utiliza las estrategias de socialización (reuniones, charlas y conversatorios) ya que el personal de la Reserva Nacional del Titicaca no convoca frecuentemente a este tipo de actividades de socialización por falta de planificación, carencia de personal y presupuesto.

En tal sentido, se define que las estrategias utilizadas por la Reserva Nacional del Titicaca para con la población de la comunidad campesina de Ramis son limitadas porque solo hacen uso de las estrategias de información y socialización en menor porcentaje e insuficientes por factores múltiples como la ausencia total del uso de estrategias de

sensibilización y sistematización, a la vez que no cumple con uno de los objetivos propuestos por la Reserva Nacional del Titicaca ante la solución de conflictos territoriales, dando lugar a nuestra hipótesis específica planteada.

Tabla 2. Estrategias de comunicación que influyen en la población.

Indicadores	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Difusión por medios de comunicación	5	35.7%	38.7%
Reuniones, charlas y conversatorios	9	64.3%	100%
Otros	0	0.0%	
Total	14	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 2. Estrategias de comunicación que influyen en la población.

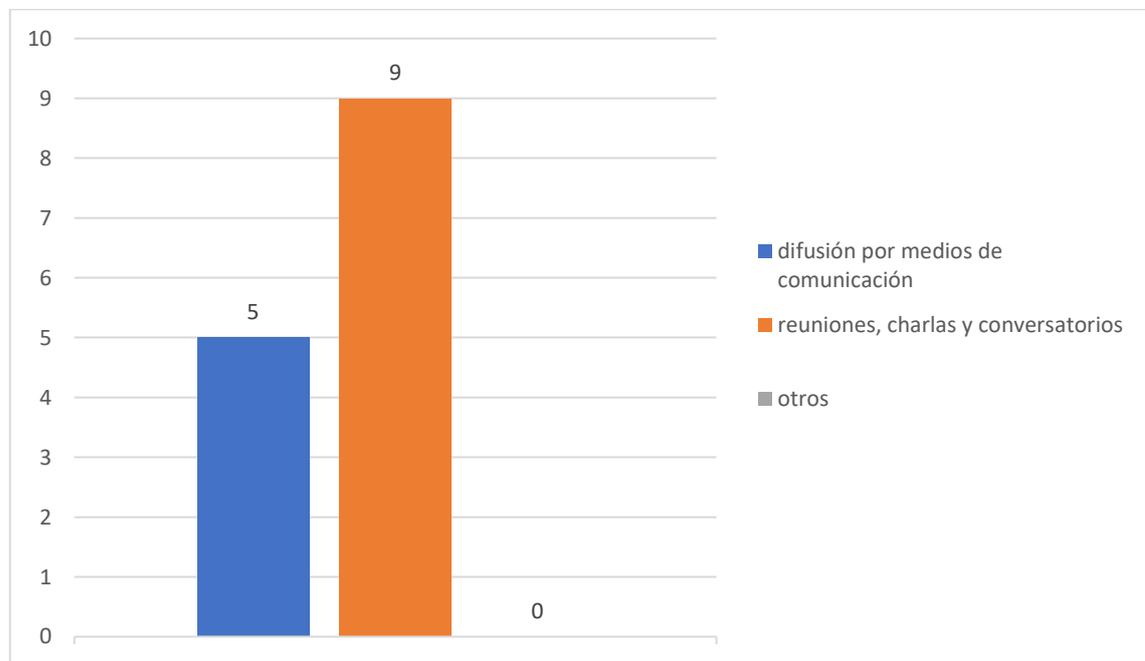


Tabla 2, Figura 2 más de la mitad del personal de la Reserva Nacional del Titicaca manifiesta que la estrategia de comunicación que más influencia a la población de Ramis

es la estrategia de socialización (reuniones, charlas y conversatorios) porque de esta manera se pueden interactuar de manera directa con la población involucrada y esto se demuestra tras aplicar la ficha de observación en la que pudimos definir que a mayor interacción de persona a persona mayor es el afianzamiento de relaciones sociales y personales el cual predispone y conlleva a la solución de conflictos territoriales. Sin embargo, contradictoriamente en la actualidad se puede observar que no es el más utilizado por el personal de la Reserva Nacional del Titicaca debido a diversos factores como la falta de planificación, ausencia de personal especializado, carencia de recursos económicos y actividades de socialización permanentes, dando lugar a que los conflictos territoriales dentro de la administración del área natural protegida persistan en la actualidad.

Tabla 3. *Frecuencia con la que se aplica estrategias de comunicación en la población.*

variables	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Una vez a la semana	0	0%	0%
Una vez al mes	0	0%	0%
tres veces al año	14	100%	100%
Una vez al año	0	0%	
Total	15	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 3. Frecuencia con la que se aplica estrategias de comunicación en la población

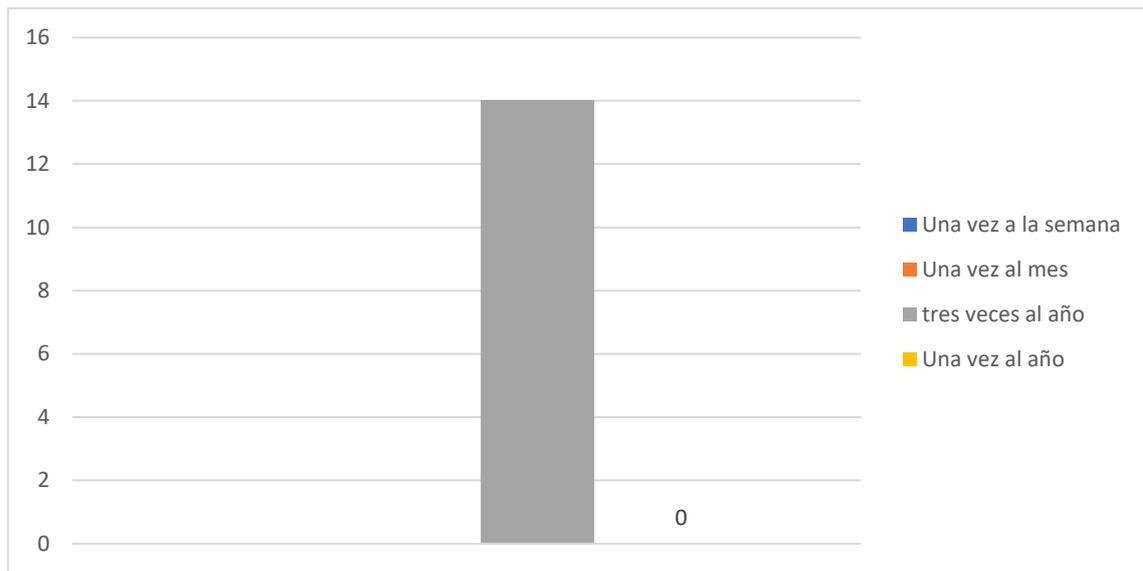


Tabla 3, Figura 3 según el análisis de datos obtenidos, la totalidad del personal de la Reserva Nacional del Titicaca menciona que las estrategias de comunicación se aplican tres veces al año.

según Bozzetti (2003) una estrategia de comunicación cumple al menos tres funciones:

- Obliga a una reflexión y a un análisis periódico sobre la relación de una organización con sus públicos.
- Define una línea directriz de la comunicación. Precisa qué sistemas conviene utilizar.
- Da coherencia a la pluralidad de comunicaciones de una organización.

Estas se deben de cumplir con mayor frecuencia y de forma permanente para poder alcanzar los objetivos de la institución. En tanto la aplicación del instrumento de la investigación define que dicha frecuencia de aplicación es insuficiente porque el personal debería de aplicar con mayor incidencia las estrategias ya conocidas por ellos a la vez

adicionar las estrategias de sensibilización y sistematización, con ellos obtener mejores resultados. Por ello los investigadores concluimos que a falta de la frecuencia de aplicación y desconociendo de las estrategias de comunicación, en la actualidad persiste el conflicto con la población de la C.C. de Ramis.

Tabla 4. Medios de comunicación utilizados con mayor frecuencia.

variables	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Radio	8	57.1%	57.1%
Prensa Escrita	0	0%	57.1%
Televisión	0	0%	57.1%
materiales gráficos (afiches, trípticos)	6	42.9%	100%
Total	14	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 4. Medios de comunicación utilizados con mayor frecuencia.

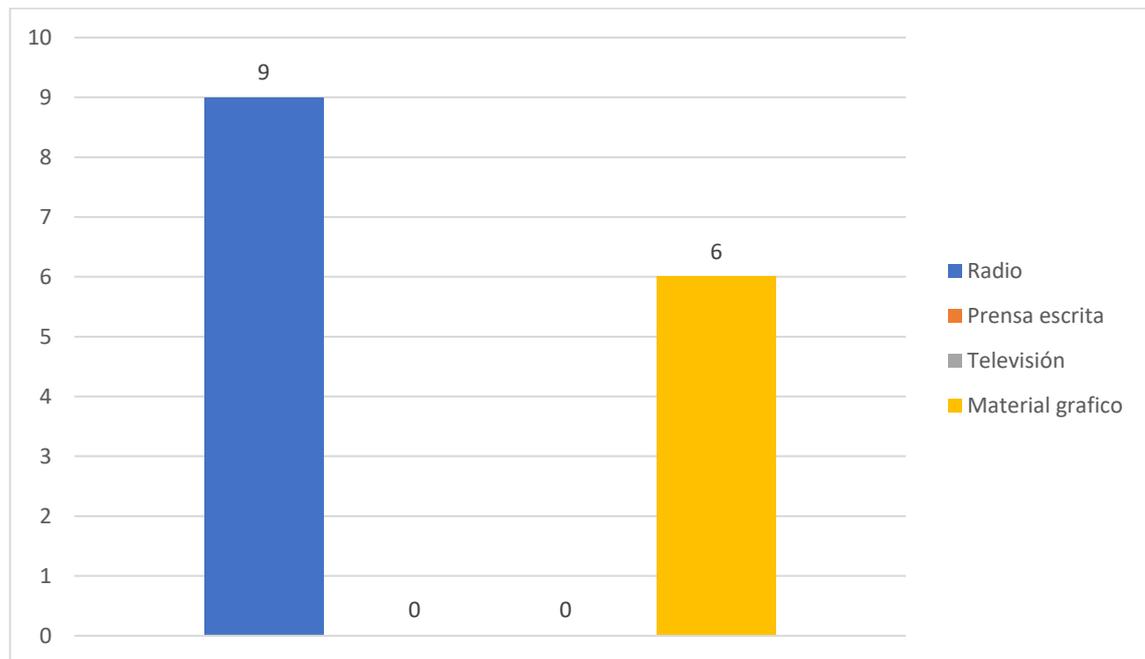


Tabla 4 Figura 4 como se observa, la radio aparece como el medio de comunicación más importante para brindar información. Se sabe que inclusive en las comunidades más alejadas y sin servicio de luz eléctrica, este medio (radio) está presente, eso se comprueba al observar que, en el distrito de mayor presencia de población rural como Taraco, se registran mayor índice de uso de este medio. Por otra parte, se hace uso de material gráfico y esto se puede corroborar con la aplicación de nuestra ficha de observación en la que se puede apreciar que se realiza la entrega de afiches, trípticos y calendarios con información del área natural protegida y conservación del ambiente, sin embargo, en ellos pudimos observar que no existe mensajes persuasivos que busque el cambio de actitud de la población, además este medio carece de un alcance mayor porque los materiales gráficos solo se entregan a las personas miembros de la comunidad que asisten a las reuniones los cuales son en un mínimo porcentaje.

En tal sentido, con la investigación se pudo cumplir con uno de los objetivos específicos, ya que se pudo determinar los medios de comunicación más utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca.

Tabla 5. Idioma en el que son emitidos los mensajes de la Reserva Nacional del Titicaca.

variables	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Castellano	13	92.9%	92.9%
Aimara	0	0%	92.9%
Quechua	1	7.1%	100%
Total	14	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 5. Idioma en el que son emitidos los mensajes de la Reserva Nacional del Titicaca.

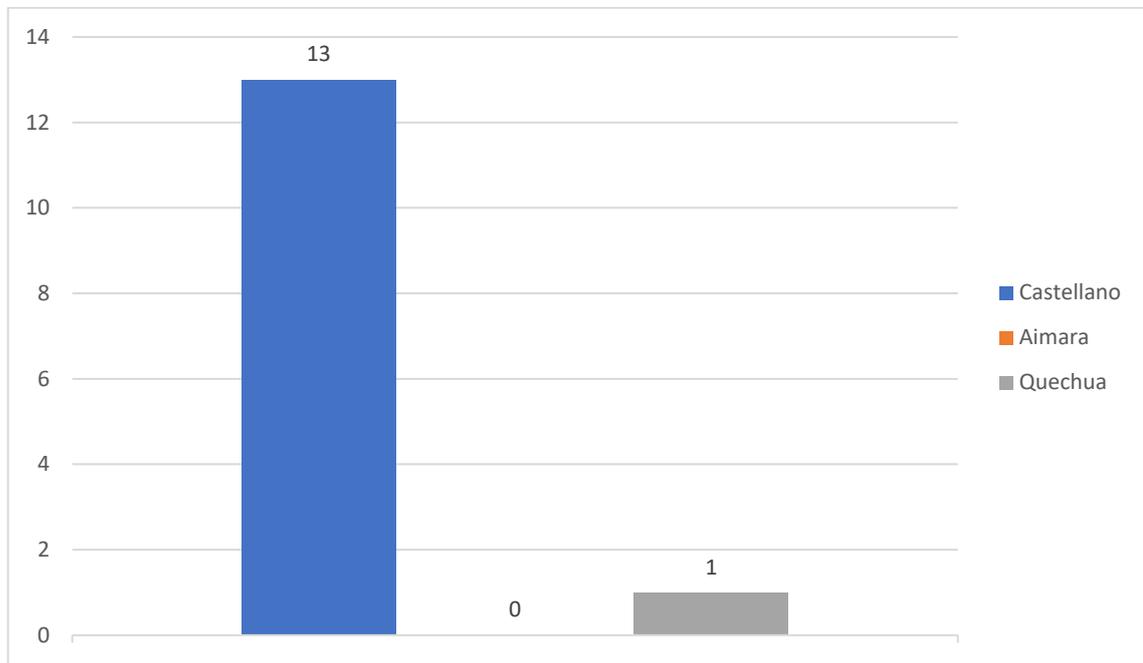


Tabla 5, Figura 5 según los datos obtenidos, se define que existe carencia de personal que domine idiomas originarios de la zona de intervención (quechua y aimara), ya que estas dos lenguas originarias son habladas por las poblaciones de las zonas de amortiguamiento del área natural protegida y en el área de intervención de la investigación, la carencia de personal que domine lenguas originarias conlleva a que exista desconfianza y recelo en la poblacional, además genera una falta de empatía el cual se refleja en los orígenes y permanencia de los conflictos.

Al contar con este tipo de personal se podría tener mayor aceptación de los mensajes emitidos por la Reserva Nacional del Titicaca, a la vez se tendría más atención de los pobladores a los mensajes emitidos en las reuniones.

4.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Las tablas 6, 7 y 8 cumple con el objetivo de determinar los medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca.

Tabla 6. *Presupuesto asignado para la aplicación de estrategias de comunicación.*

Indicadores	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
suficiente	3	21.4%	21.4%
insuficiente	11	78.6%	100%
Total	14	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 6. *Presupuesto asignado para la aplicación de estrategias de comunicación.*

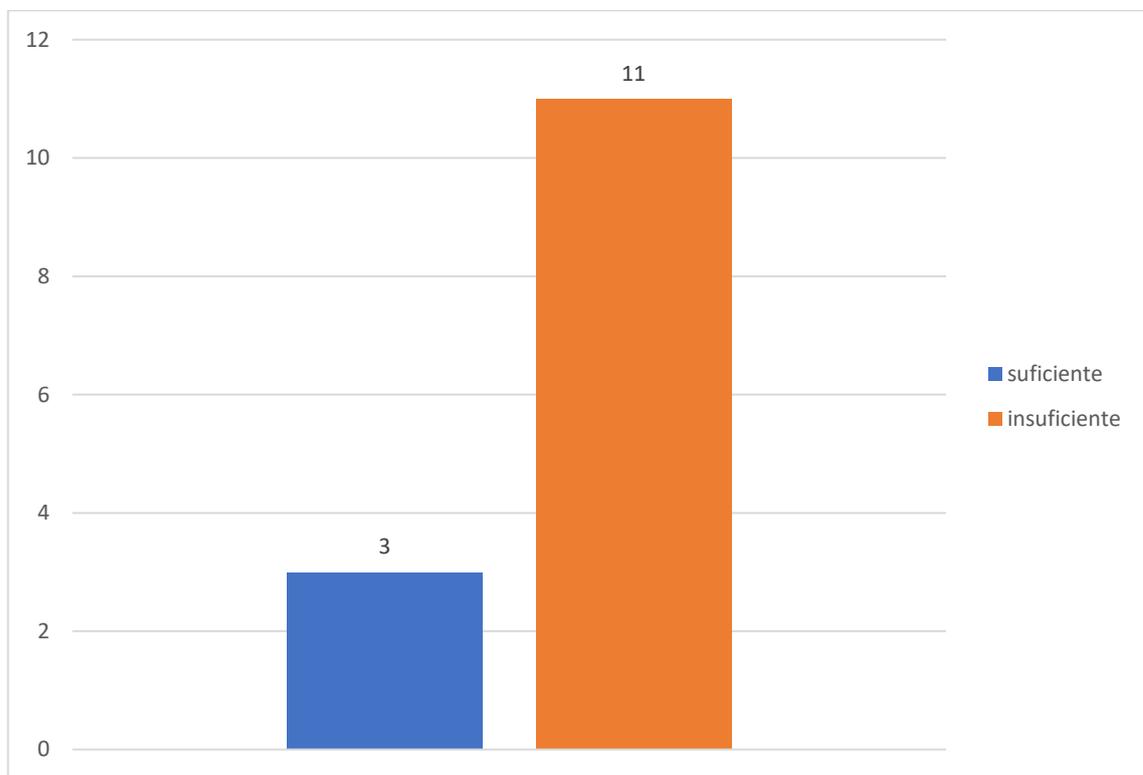


Tabla 6, Figura 6 según J. López Flórez (2018), las estrategias de comunicación... **dependen mucho de los recursos a invertir por las organizaciones y contempla el uso de los medios de comunicación.** por ende, podemos deducir que a menor presupuesto menor es el uso y aplicación de estrategias de comunicación en la solución de conflictos territoriales.

La insuficiente asignación de recursos económicos para la aplicación de estrategias de comunicación se debe a la falta de planificación y el uso de instrumentos de gestión dentro de la institución.

Tabla 7. *Calificación de las estrategias y medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca en la difusión de mensajes.*

variables	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Excelente	0	0%	0%
Bueno	6	3.7%	3.7%
Regular	24	14.8%	18.5%
Malo	97	59.9%	79.4%
Deficiente	35	21.6%	100%
Total	162	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 7. *Calificación de las estrategias y medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca en la difusión de mensajes.*

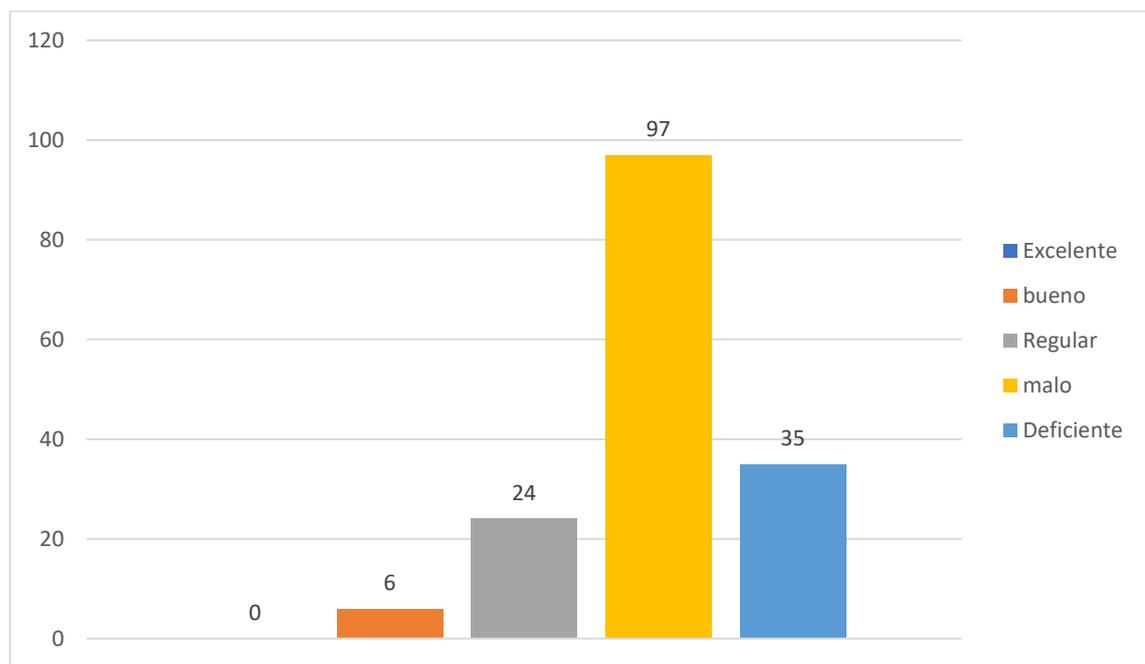


Tabla 7, Figura 7 según la información obtenida más del 50% de los encuestados califica como malo la utilización de las estrategias y medios de comunicación por la Reserva Nacional del Titicaca, debido a que los mensajes emitidos no generan gran interés y empatía porque no son emitido en su lengua natal sumado a que no son persuasivos. En tal sentido, a criterio de la investigación podemos definir que la institución no está utilizando las estrategias y medios de comunicación adecuados por que se desconoce algunas de las estrategias de comunicación agregado a la falta de frecuencia de aplicación de estas y esto no permite alcanzar los objetivos de la institución y mucho menos sensibilizar para la solución de conflictos territoriales en la C.C. de Ramis.

Tabla 8. *Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso la población.*

variables	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Radio	98	60.5%	60.5%
Prensa Escrita	35	21.6%	82.1%
Televisión	17	10.5%	92.6%
materiales gráficos (afiches, trípticos)	12	7.4%	100%
Total	162	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 8. *Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso la población.*

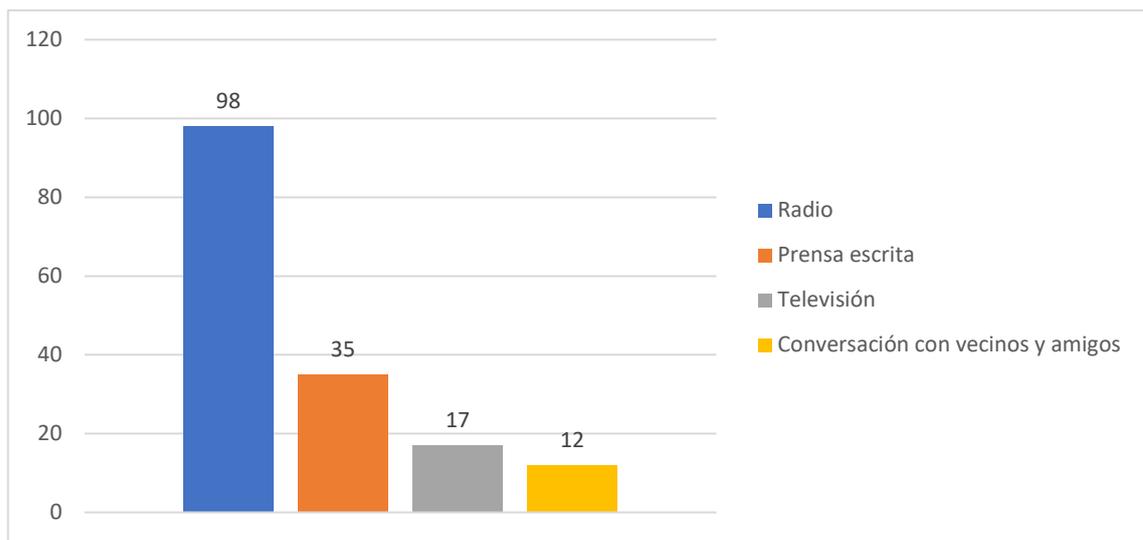


Tabla 8, Figura 8 según el estudio, el medio de comunicación con mayor aceptación y por la cual la población adulta en estudio se informa, es la radio con un porcentaje mayoritario.

Se sabe que inclusive en las comunidades más alejadas y sin servicio de luz eléctrica, este medio está presente, eso se comprueba al observar que, en el distrito de mayor presencia de población rural como Taraco, se registran mayor índice de uso de este medio.

En tal sentido, la radio es el medio de comunicación con mayor aceptación por la población de Ramis, convirtiéndose en un espacio adecuado para la emisión de mensajes por la Reserva Nacional del Titicaca para la solución de conflictos territoriales, a la vez que con la investigación pudimos realizar la comparativa de resultados de ambas partes encuestadas (personal de la Reserva Nacional del Titicaca y población involucrada del estudio).



4.3. NIVEL DE ACEPTACIÓN DE ESTRATEGIAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las tablas 9, 10, 11, 12 y 13 permiten al investigador evaluar y precisar el nivel de aceptación de las estrategias y medios de comunicación en los pobladores de la C.C. de Ramis.

Tabla 9. Medio de comunicación por el que se enteró sobre reuniones, charlas, conversatorios organizadas por la Reserva Nacional del Titicaca.

variables	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Radio	39	24.1%	24.1%
Prensa Escrita	0	0%	24.1%
Televisión	0	0%	24.1%
Materiales gráficos (afiches, trípticos)	11	6.8%	30.9%
Medios verbales (de persona a persona)	112	69.1%	100%
Total	162	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 9. Medio de comunicación por el que se enteró sobre reuniones, charlas, conversatorios organizadas por la Reserva Nacional del Titicaca.

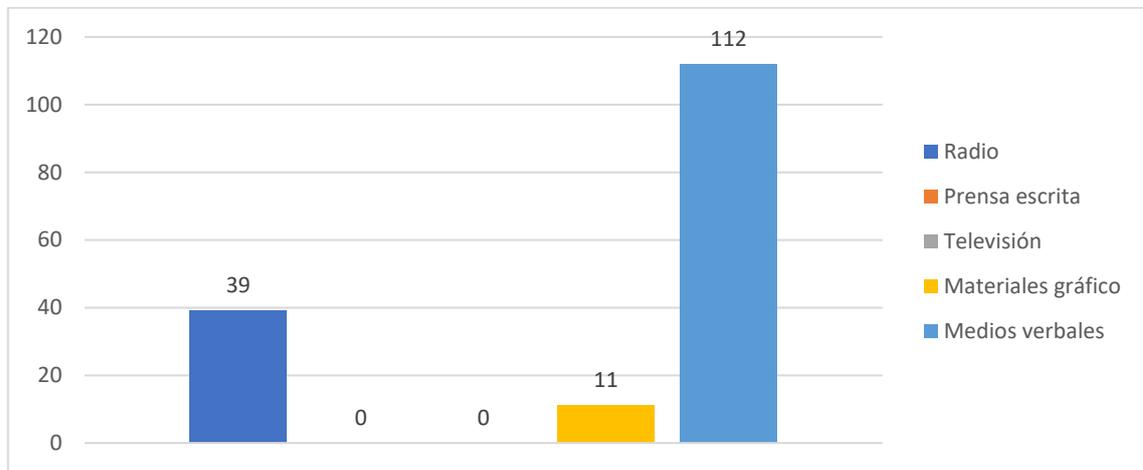


Tabla 9, Figura 9 el medio de comunicación por el que la población de Ramis se enteró de la reuniones, charlas y conversatorios organizados por la Reserva Nacional del Titicaca es de persona a persona dato curioso y contradictorio porque según el estudio realizado determinamos que siendo la radio el medio de comunicación con mayor acceso por la población de Ramis, esta no es utilizada estratégicamente por el personal de la Reserva Nacional del Titicaca para la comunicación con los pobladores ni para la difusión de mensajes persuasivos que permitan un cambio de actitud en la población.

Tabla 10. Preferencia del medio de comunicación para la difusión de mensajes.

variables	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Radio	69	42.6%	42.6%
Prensa Escrita	5	3.1%	45.7%
Televisión	12	7.4%	53.1%
Reuniones charlas y conversatorios	76	46.9%	100%
Total	162	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 10. *Preferencia del medio de comunicación para la difusión de mensajes.*

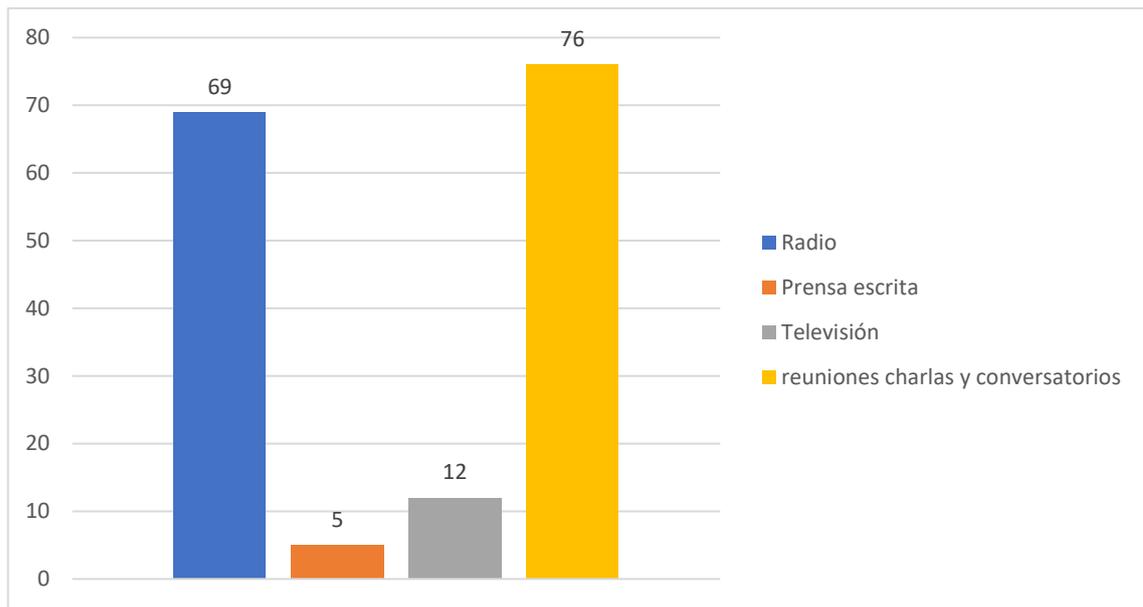


Tabla 10, Figura 10 según la encuesta a la población de la comunidad de Ramis, aproximadamente la mitad de la población manifiesta que desearía recibir información en reuniones charlas y conversatorios. esta información obtenida establece que los medios más adecuados para la emisión de mensajes con los pobladores de la CC de Ramis son las reuniones charlas o conversatorios además del uso de la radio, teniendo en cuenta el análisis de los resultados se puede fundar que ambos medios deberían ser fundamentales y de uso permanente para la emisión de mensajes persuasivos y de información debido a su alto grado de aceptación y acceso.

Tabla 11. *Comprensión de los mensajes emitidos por la Reserva Nacional del Titicaca.*

Indicadores	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Siempre	4	2.5%	2.5%
Casi Siempre	17	10.5%	13%
Algunas veces	61	37.7%	50.7%
Casi Nunca	37	22.8%	73.5%
No recibió mensajes	43	26.5%	100%
Total	162	100%	

FUENTE: Elaboración Propia con base a los datos del Cuestionario (2020)

Figura 11. *Comprensión de los mensajes emitidos por la Reserva Nacional del Titicaca.*

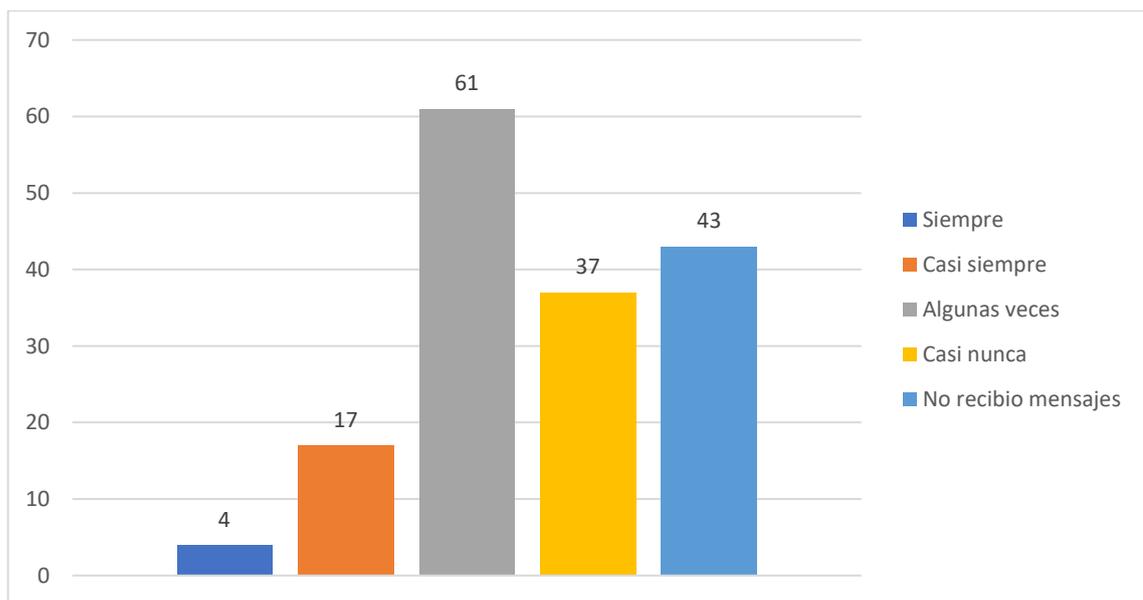


Tabla 11, Figura 11 la población encuestada en su mayoría refiere que solo algunas veces entiende los mensajes emitidos por la Reserva Nacional del Titicaca y un porcentaje considerable menciona que no los recibió, lo que nos aclara que la institución aun no incide con su emisión a la totalidad de los miembros integrantes de la comunidad campesina de Ramis distrito de Taraco.



Tras la aplicación de la ficha de observación se pudo apreciar que las reuniones son monótonas, extensas y aburridas ya que el personal de la Reserva Nacional del Titicaca no aplica técnicas de dinámicas grupales en el desarrollo de este tipo de actividades, a la vez se puede deducir que los mensajes emitidos por el personal de la Reserva Nacional del Titicaca son inadecuados y no cumplen con los objetivos propuestos por la institución como la de:

- Garantizar la conservación de la diversidad biológica y de los recursos paisajísticos de una muestra representativa del lago Titicaca.
- Promover el desarrollo sostenible de las poblaciones involucradas mediante el manejo de los recursos renovables.
- Fomentar la recreación en la naturaleza y el ecoturismo.

Esta pregunta nos permitió conocer que los mensajes emitidos por la Reserva Nacional del Titicaca son malos (inadecuados) y al no poder persuadir a la población mediante su emisión, los conflictos territoriales seguirán latentes.

Además, podemos deducir que los mensajes emitidos no son persuasivos ni entendibles, ya que, al aplicar estrategias y medios de comunicación, necesariamente se hace uso de mensajes y así guarda relación con el objetivo específico de la investigación la cual busca evaluar y precisar el nivel de aceptación de las estrategias y medios de comunicación en los pobladores de la CC de Ramis.

Tabla 12. *Predisposición de la población a recibir más mensajes.*

variables	frecuencia	porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	79	48.8%	48.8%
No	83	51.2%	100%
Total	162	100%	

FUENTE: Elaboración propia con base a los datos del cuestionario (2020)

Figura 12. *Predisposición de la población a recibir más mensajes.*

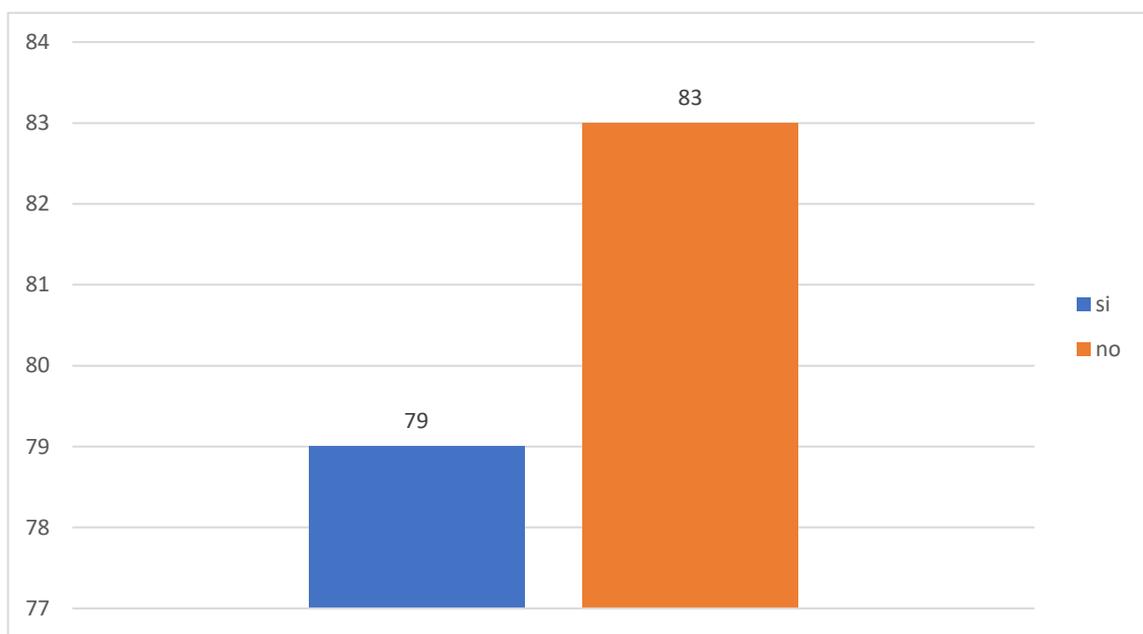


Tabla 12, Figura 12 más del 50% de la población encuestada manifiesta que no desea recibir con frecuencia mensajes de la Reserva Nacional del Titicaca con los parámetros actuales (carencia de contenido dinámico, persuasivo y claro) Según J. López (2018) “*La comunicación debe reconocer los intereses de los actores involucrados para que, a partir de los mismos, los mensajes sean eficientes y sobre todo de intereses colectivos*” por lo que se debe poner mayor énfasis en la difusión de mensajes persuasivos aplicados en las estrategias y medios de comunicación hacia la población apelando a la solución de conflictos territoriales actuales y/o futuros, a la vez generando mayor interés entre los habitantes de la CC de Ramis.



4.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA FICHA OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACION

Nombre del Observador	Juan Antonio ESTOFANERO TICONA Lizbeth PINEDA MENDIZABAL
Edad aproximada	20 a 65
Lugar de observación	Taraco

	Relación de variables, dimensiones e indicadores	N° de personas observadas
	Personas que prestan atención	14
	Personas que intervienen	6
	Capacidad de persuasión del personal de la RNT	NO
	Mensajes adecuados	NO
	Uso de dinámicas grupales	NO

La aplicación de este instrumento se dio el día jueves 19 de diciembre del año 2019 en el distrito de Taraco, en una reunión realizada por el personal de la Reserva Nacional del Titicaca.

Se pudo observar que, durante la reunión no se aplica ningún tipo de dinámica grupal, a la vez no se realizó una evaluación previa ni posterior a la hora de brindar la información, dificultando conocer realmente los resultados y la finalidad de la realización de reuniones, charlas y conversatorios.

Durante la observación pudimos notar que se aplica estrategias de información como los materiales impresos, en donde se observa que sí se realiza la entrega de afiches, trípticos, volantes, calendarios e incluso fólder con separatas informativas, pero en su mayoría estos materiales no están contextualizados a la problemática que se vive en la comunidad con la Reserva Nacional del Titicaca a la vez el texto contiene palabras técnicas y están elaborados sin un previo estudio y es necesario hacer un seguimiento y darle continuidad a esta y más estrategias,



que deben ser aplicadas para mejorar el y los posibles conflictos generando más impacto en la comunidad.

En cuanto a la utilización de medios de comunicación podemos observar que son inadecuados porque no se hizo un previo análisis de la preferencia en la comunidad y el acceso que la población tiene a un determinado medio y por ende no se aplica un buen material con mensajes que puedan persuadir y mucho menos tienen un contenido que los sensibilice.

Por otro lado vemos la carencia de un profesional en comunicación que mínimo domine el idioma originario de la comunidad ya que el especialista que brindó la información utiliza el idioma castellano y por lo observado esto no genera en la población un gran interés o empatía, todo lo contrario, pues dificulta el entendimiento y la persuasión que debería causar la difusión de mensajes, a la vez al culminar no existe una retroalimentación o evaluación para poder conocer cuánto de la información brindada fue entendida y crear conciencia en la población para que se pueda generar un cambio de actitudes.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA

Las estrategias empleadas por la Reserva Nacional del Titicaca son limitadas e insuficientes en la solución de conflictos territoriales, siendo la estrategia de información (difusión por medios de comunicación) con mayor incidencia y en menor proporción las estrategias de socialización (reuniones, charlas y conversatorios) dejando de lado la aplicación de otras estrategias como las de sensibilización o sistematización.

SEGUNDA

Los medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca son inadecuados en la solución de conflictos territoriales con los pobladores de la comunidad campesina de Ramis ya que siendo la radio el medio de comunicación con mayor acceso y preferencia por la población de Ramis, esta no es utilizado estratégicamente por el personal de la Reserva Nacional del Titicaca para la comunicación con los pobladores.

TERCERA

Las estrategias y medios de comunicación aplicados por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales tienen un bajo nivel de aceptación en los pobladores de la comunidad campesina de Ramis, porque no desean recibir ningún tipo de mensaje por parte de la Reserva Nacional del Titicaca con los parámetros actuales teniendo en cuenta que en toda aplicación de estrategias y medios de comunicación se hace uso de mensajes por ende podemos deducir que los mensajes emitidos no son persuasivos ni entendibles y por ello en la actualidad persiste el conflicto.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA

Es necesario tener un mayor acercamiento a la población pues existen grupos de pobladores que ignoran por completo de su existencia o se tiene una imagen negativa de la misma evadiendo las responsabilidades que tienen en la preservación de los recursos naturales. Para ello la Reserva Nacional del Titicaca debería de contar con al menos un profesional de comunicación social que asuma eficazmente la aplicación de las cuatro estrategias fundamentales, (información, socialización, sensibilización y sistematización) para favorecer el desarrollo y cambio social sostenible.

SEGUNDA

Tomar en cuenta la investigación realizada sobre la preferencia de medios de comunicación de los pobladores de la comunidad campesina de Ramis , determinando que medios de comunicación serán utilizados para la formulación de estrategias de comunicación que busquen mejorar los resultados de aceptación ya que la Reserva Nacional del Titicaca no solo debe tener la responsabilidad, no solo de cumplir con la transmisión de conocimientos o solo de informar, también tiene el objetivo de contribuir en la construcción de la identidad cultural y social de la comunidad. Así mismo se le demanda una mayor preocupación para lograr más sensibilización ambiental y social que permita evitar los posibles y futuros conflictos.

TERCERA

Sobre el nivel de involucramiento de la población con la Reserva Nacional del Titicaca, este es débil y sin motivación por la poca difusión que realiza la institución, y los problemas surgidos a raíz de las limitaciones impuestas para la explotación de los recursos



naturales del área de conservación, por ello la institución carece de simpatía, por tal motivo se recomienda sistematizar de forma trimestral las estrategias y medios de comunicación aplicados en la difusión de mensajes que permita evaluar el proceso de solución de conflictos entre los actores involucrados (comunidad de Ramis – Reserva Nacional del Titicaca).



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agudelo, C.E. (2000) *“El conflicto armado en el Pacífico colombiano y el comportamiento de los movimientos sociales de comunidades negras”*, Marsella.
- Aguilar, L. (2002). *“En Búsqueda del Género Perdido: Equidad en Áreas Protegidas. Área Social Oficina Regional para Mesoamérica, Programa Mundial de Áreas Protegidas”* - Comisión Mundial de Áreas Protegidas. San José.
- Alberto, P. R. (2005) *“Estrategias de comunicación”*. Barcelona: Ariel
- Alfaro, R. M. (1993) *“Una comunicación para otro desarrollo”*. Lima – Perú
- Assies, W., van der Haar, G., .Hoekema, A. (1999) *“El reto de la diversidad”* México.
- Bonnemaison, J. (2000) *“La cultura geográfica”*. Comité de historia y ciencia. Paris.
- Claval, P. (1978) *“Espacio territorial”*. Paris
- Ardila, M. F. (2003) *“Estrategias de Desarrollo para la Gestión Social”* Red de Gestores Sociales en el Magdalena Medio y el Oriente Antioqueño. *“Comunicación para la movilización Social”*
- Escobar, F. (2004) *“Manejo Sustentable de Recursos Naturales de la Reserva Nacional del Titicaca: el caso Jatun Isla de sector Ramis y la Isla Flotante los Uros de sector Puno”* – Quito.
- Fernández, C., Hernández, S., & Ocampo, J. (2007) *“Marketing político e imagen de gobierno en funciones”*. editorial Mc Graw Hill, México.
- Fernández, C., (2001) *“La comunicación humana”* editorial Mc Graw Hill, México.



- Fernández, J. & Ortiz, M. (2008) “*Los conflictos, como desarrollar habilidades como mediador*” – Madrid
- Gumucio, A. (2006) “*Tiempo de milagros: Tres retos de la comunicación para el cambio social*”
- Galeano E. (1997), “*Modelos de comunicación*”, ediciones Macchi,
- Gonzales, A. “*Estrategias de comunicación en proceso de desarrollo local*” en:
<https://blogs.upn.edu.pe/comunicaciones/2017/06/21/estrategias-de-comunicacion-en-procesos-de-desarrollo-local/>
- Hernández, R; Fernández, C.; y Baptista, P. (2009) “*Metodología de la investigación*”. México.
- Hoffmann, O. (2000), “*La movilización identitaria y el recurso a la memoria (Nariño, Pacífico colombiano)*”, Universidad Nacional del Cauca.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, (2017) *Censos Nacionales 2017, XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. Departamento de Puno: resultados definitivos. Lima INEI.
- Izurieta, P. (2003) “*Estrategias de comunicación para gobiernos*”. Buenos Aires: La Crujía.
- Luna, M. (18 de julio de 2019) “*Conflictos por límites territoriales intermunicipales en México. estado de la cuestión*”
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2921/14.pdf>
- Lacoste, Y. (1977) “*La geografía de américa latina*”, Paris, Maspero.



López, J. (14 de mayo de 2019) “*estrategias de comunicación*”

<https://medium.com/@julianlopez/que-es-una-estrategia-de-comunicaci%C3%B3n-210bf83c9e48>

Medios de comunicación (27 de octubre de 2019): Significados.com

<https://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>

Meléndez, M. (2009) “*Contra Viento y Marea*”. El Salvador: Editorial Cinco.

Molina, B.; & Muñoz, F. A. (2004) “*Diálogos e Investigaciones Trans Culturales y Disciplinarias*”, México

Proyecto Salud y Nutrición Básica “*Ministerio de Salud*” Lima – Perú.

RNT, Reserva Nacional del Titicaca (2002) “*Plan Maestro Reserva Nacional del Titicaca 2003-2007 documento base aprobado por Instituto Nacional de Recursos Naturales (INREN)*”, Ministerio de Agricultura. Perú. Puno

Recondo, D. (2001) “*Democracia multidisciplinaria*”, Francia - Paris.

Rivera, E; Antezana, D; Bernal, A; Flores, H. (2017) “*Percepciones socioambientales de la población que habita en el área de influencia de la Reserva Nacional del Titicaca*”, editorial altiplano, Perú.

Sánchez, E. (2001) “*La tutela como medio de transformación de las relaciones Estado-pueblos indígenas en Colombia*” - Cartagena, 2001



ANEXOS



ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE LA RNT

Para determinar las estrategias de comunicación y los medios de comunicación utilizados por la RNT en la solución de conflictos territoriales. ¡gracias por su tiempo!

1. **¿Qué estrategias de comunicación utiliza la RNT en la solución de conflictos territoriales con la población de Ramis?**
 - a) difusión por medios de comunicación.
 - b) reuniones, charlas y conversatorios.
 - c) Otros (especificar) _____

2. **¿Qué estrategias de comunicación cree usted que influyen más a la población de Ramis?**
 - a) difusión por medios de comunicación.
 - b) reuniones, charlas y conversatorios.
 - c) Otros (especificar) _____

3. **¿Con qué frecuencia se aplica estrategias de comunicación con la población de Ramis?**
 - a) Una vez a la semana
 - b) Una vez al mes
 - c) tres veces al año
 - d) Una vez al año

4. **¿En qué idioma son emitidos los mensajes?**
 - a) Castellano
 - b) Aimara
 - c) Quechua

5. **¿cómo califica usted el presupuesto asignado para la aplicación de estrategias de comunicación?**
 - a) suficiente
 - b) insuficiente

6. **¿Qué medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia para la difusión de mensajes de la RNT?**
 - a) Radio
 - b) Prensa Escrita
 - c) Televisión
 - d) materiales gráficos (afiches, trípticos)



ENCUESTA PARA LA POBLACION DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DE RAMIS

Para determinar las estrategias de comunicación y los medios de comunicación utilizados por la Reserva Nacional del Titicaca en la solución de conflictos territoriales, en esta participaran personas de ambos sexos, mayores de edad y miembros activos que radican permanentemente en la comunidad. *¡Gracias por su tiempo!*

- 1. ¿cuál es el medio de comunicación a los que tiene mayor acceso?**
 - a) Radio
 - b) Prensa Escrita
 - c) Televisión
 - d) Conversación con vecinos y amigos

- 2. ¿Por qué medio de comunicación se enteró sobre reuniones, charlas, conversatorios organizadas por la RNT?**
 - a) Radio
 - b) Prensa Escrita
 - c) Televisión
 - d) materiales gráficos (afiches, trípticos)
 - e) medios verbales (de persona a persona)

- 3. ¿Desearía recibir con más frecuencia mensajes de la RNT?**
 - a) SI
 - b) NO

- 4. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se difundan los mensajes de la RNT?**
 - a) Radio
 - b) Prensa Escrita
 - c) Televisión
 - d) reuniones charlas y conversatorios

- 5. ¿cómo califica usted las estrategias y medios de comunicación utilizados por la RNT en la difusión de mensajes?**
 - a) Excelente
 - b) Bueno
 - c) Regular
 - d) Malo
 - e) Deficiente

- 6. ¿entiende usted los mensajes emitidos por la RNT?**
 - a) Siempre
 - b) Casi Siempre
 - c) Algunas veces
 - d) Casi Nunca
 - e) No recibió mensajes



FICHA DE OBSERVACION

Nombre del Observador	Juan Antonio ESTOFANERO TICONA Lizbeth PINEDA MENDIZABAL	
Edad aproximada		
Total de personas observadas		
Lugar de observación	Taraco	
Sexo	M	F
Fecha		

	Relación de variables, dimensiones e indicadores	N° de personas observadas	
	Personas que prestan atención		
	Personas que intervienen		
	Capacidad de persuasión del personal de la RNT	SI	NO
	Mensajes adecuados	SI	NO
	Uso de dinámicas grupales	SI	NO