

# **UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA**

## **FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES**

### **E.A.P. COMUNICACIÓN SOCIAL**



**“IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA ANA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA DEL USO DEL AGUA EN LA JUNTA DE USUARIOS HUARMEY, FEBRERO- MAYO 2017”.**

**TESIS PARA OBTENER TITULO PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

**AUTORAS**

**BACH. PUELLES YUPANQUI FIORELLA DEL ROSARIO**

**BACH. FLORES FERNÁNDEZ MAYRELLIN KATHERINE EMELY**

**ASESORA**

**LIC. ESMILA CALDERÓN REYES**

**NUEVO CHIMBOTE – PERÚ**

**2017**



## **CONFORMIDAD DEL ASESOR**

El presente Informe de Tesis “IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA ANA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA DEL USO DEL AGUA EN LA JUNTA” DE USUARIOS HUARMEY, FEBRERO- MAYO 2017 elaborado por las bachilleres Mayrellin Katherine Emely Flores Fernández y Fiorella del Rosario Puelles Yupanqui cuenta con la aprobación académica del suscrito en su calidad de asesor.

---

Lic. Esmila Calderón Reyes

Asesora

## **HOJA DE CONFORMIDAD DE JURADO EVALUADOR**

Los suscritos docentes miembros de Jurado Evaluador del presente Informe de Tesis titulado **“IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LA ANA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA DEL USO DEL AGUA EN LA JUNTA DE USUARIOS HUARMEY, FEBRERO- MAYO 2017”** perteneciente a la Bachiller PUELLES YUPANQUI FIORELLA DEL ROSARIO Cód. Mat. N° 0201134023 y la Bachiller FLORES FERNÁNDEZ MAYRELLIN KATHERINE EMELY Cód. Mat. N° 0201234028, damos nuestra conformidad final al informe de tesis, declarándolo aprobado en unanimidad.

**LIC. ESMILA CALDERÓN REYES**  
Presidenta

**LIC. CARLOS ALEXIS SÁNCHEZ VÁSQUEZ**  
Secretario

**LIC. MANUEL CHIROQUE FARFAN**  
Integrante

## **DEDICATORIA**

A Dios, por haberme iluminado durante este trabajo de investigación y permitir que lo terminara con éxito. A mi madre Magda Yupanqui Rey, la razón de mi ser, por el apoyo incondicional que me ha brindado durante estos años de formación, por haber creído y confiado en mí. A mi padre Domingo Yupanqui Roca, que desde el cielo guía mi camino. A Mirella Vásquez Yupanqui, mi adorada hermana, la más tierna, dulce y bella que en la eternidad es la luz de mi vida.

Fiorella Puelles Yupanqui

A Dios y a mi familia por haber confiado en mí.

Mayrellin Flores Fernández

## **AGRADECIMIENTO**

A continuación, se hace merecido el respectivo reconocimiento al aporte y atención de las instituciones y personas que contribuyeron con el presente trabajo de investigación:

A la Autoridad Nacional del Agua, por habernos brindado el apoyo y permitirnos entrar a las instalaciones de sus talleres para realizar nuestro presente estudio de investigación.

A la Lic. Esmila Calderón Reyes, asesora de la presente tesis, por su valiosa dirección, paciencia y asesoría permanente.

Las autoras.

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b>	<b>10</b>
<b>1.1. Contexto y delimitación del problema</b>	<b>11</b>
<b>1.2. Formulación del problema</b>	<b>15</b>
<b>1.3. Justificación</b>	<b>15</b>
<b>1.3.1. Conveniencia</b>	<b>15</b>
<b>1.3.2. Relevancia social</b>	<b>15</b>
<b>1.3.3. Valor teórico</b>	<b>16</b>
<b>1.3.4. Implicancias prácticas</b>	<b>16</b>
<b>1.3.6. Utilidad metodológica</b>	<b>16</b>
<b>1.4. Antecedentes de la investigación</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL</b>	<b>21</b>
<b>2.1. Marco teórico</b>	<b>22</b>
<b>2.2. Marco histórico</b>	<b>35</b>
<b>2.3. Objetivos</b>	<b>41</b>
<b>2.3.1. Objetivo general</b>	<b>41</b>
<b>2.3.2. Objetivos específicos</b>	<b>42</b>
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>43</b>
<b>3.1. Tipo de estudio</b>	<b>44</b>
<b>3.2. Diseño de investigación</b>	<b>44</b>
<b>3.3. Población, muestra y muestreo</b>	<b>44</b>
<b>3.4. Técnicas de recolección de datos</b>	<b>44</b>
<b>3.4.1. Técnica</b>	<b>44</b>
<b>3.4.2 Instrumento</b>	<b>45</b>
<b>3.4.3 Triangulación</b>	<b>45</b>
<b>3.5. Validación y confiabilidad del instrumento</b>	<b>45</b>
<b>3.6. Procedimientos de recolección de datos</b>	<b>46</b>
<b>3.7. Métodos de investigación</b>	<b>46</b>
<b>3.8. Tratamiento de datos recopilados</b>	<b>46</b>
<b>3.9. Compromiso ético</b>	<b>46</b>

<b>CAPÍTULO IV: SISTEMATIZACIÓN OBJETUAL</b>	<b>48</b>
<b>4.1. Codificación</b>	<b>49</b>
<b>4.2. Categorización</b>	<b>49</b>
<b>4.3. Fundamentación</b>	<b>49</b>
<b>CAPÍTULO V: APORTES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>53</b>
<b>5.1. Conclusiones</b>	<b>54</b>
<b>5.2. Recomendaciones</b>	<b>54</b>
<b>5.3. Limitaciones</b>	<b>55</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>56</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>59</b>



## RESUMEN

La presente investigación titulada “Impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del uso del agua en la Junta de Usuarios Huarmey, febrero - mayo 2017”, conforme a la línea de investigación denominada comunicación para el desarrollo, además del esquema de la UNS.

Dicho informe estableció como objetivo general explorar el impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del agua en los usuarios de la cuenca de la Junta de Usuarios Huarmey, febrero – mayo 2017. El tipo de estudio fue un diseño no experimental de carácter descriptivo. La muestra estuvo conformada por los usuarios agrarios de la Junta de Usuarios Huarmey. Se consideró la técnica de entrevista a profundidad, como su instrumento el cuestionario; el análisis de discurso como técnica y como instrumento la ficha de registro; también la técnica de observación y como instrumento una ficha de observación. Su validación fue mediante juicios de expertos que garantizan la calidad de los instrumentos.

Los resultados establecieron que las estrategias comunicaciones de la ANA acerca de la cultura del agua no generaron impacto en la Junta de Usuarios Huarmey. No se ha realizado ningún cambio en las malas prácticas de cultura de agua que tenían los usuarios.

Palabras claves:

Estrategias de comunicación, cultura de agua, técnicas participativas, diagnóstico comunicacional.

## **ABSTRACT**

The present research titled "Impact of the communication strategies of the ANA in the construction of the culture of water use in the Board of Huarmey Users, February - May 2017", According to the line of research called communication for development, besides of the scheme of the UNS.

This report established as a general objective to explore the impact of the communication strategies of the ANA in the construction of the culture of water use in the Board of Huarmey Users, February - May 2017. The type of study was a design non – experimental of descriptive character. The sample was formed by the agricultural users of the Board of Huarmey Users. It was considered the technique of interview in depth, as its instrument the questionnaire; discourse analysis as technical and as instrument the registration form; also the observation technique and as an instrument an observation sheet. Its validation was through expert judgment which guarantee the quality of the instruments.

The results established that the communications strategies of the ANA about the water culture did not generate impact in the Board of Huarmey Users. Not realized any change in bad practices of water culture that had the users.

Keywords:

Communication strategies, water culture, participatory techniques, communicational diagnosis.

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

## **1.1. Contexto y delimitación del problema**

La comunicación es la dimensión básica de la vida, de las relaciones humanas y socioculturales. Está ligada con modelos y proyectos, macro y micro sociales, y con procedimientos que se implementan para plasmarlos (Alfaro, 1993, p. 11).

Una comunicación efectiva puede cambiar comportamientos, los programas de comunicación tienen un buen historial de causar un cambio en el comportamiento en los proyectos de población, salud y nutrición. Ejemplos de proyectos exitosos de comunicación que se han orientado a comportamientos específicos pueden ser encontrados en los campos de la planificación familiar, la nutrición, la salud materno-infantil, el VIH/SIDA y las enfermedades transmitidas sexualmente (ETS).

La Autoridad Nacional del Agua (ANA) a través de la Dirección de Gestión de Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI) organiza y conduce las acciones vinculadas a la gestión del conocimiento, cultura del agua y comunicación que promueva la gestión integrada de los recursos hídricos. Según el Reglamento de Organización y Funciones de la ANA (2010) se desarrolla programas de educación, difusión y sensibilización sobre la importancia del agua para la humanidad y sistemas ecológicos, generando conocimientos, conciencia y fortalecimiento de actitudes que propicien su buen uso y valoración.

Así mismo propone lineamientos y estrategias de comunicación para establecer las acciones necesarias para conducir los procesos de comunicación destinados al establecimiento de una cultura de agua, sin embargo, a través de los órganos desconcentrados a nivel nacional existe un mal funcionamiento de las estrategias de comunicación utilizadas en los eventos de capacitaciones como foros y talleres.

La Administración Local del Agua Casma – Huarney (ALACH), sede desconcentrada de la Autoridad Administrativa del Agua IV Huarney – Chicama (AAA –HC), promueve a través del área de capacitación y gestión de conocimiento una cultura del agua para la gestión eficiente y valoración de los recursos hídricos, mediante diversas estrategias de intervención, desarrollando talleres, foros, reuniones informativas para las entidades y organizaciones que intervienen en el ámbito de su jurisdicción; en los cuales se ha observado que las técnicas, herramientas, estrategias no son las correctas porque no llegan a ser entendidas por los asistentes.

La Junta de Usuarios de Huarney (JUH) está conformada por las Comisiones de Usuarios que son: Juan Velasco Alvarado I, Juan Velasco Alvarado II, Cochapeti, Alto Culebras, Malvas, Cori, Huacllan, Mallqui, Bajo Culebras, San Miguel, Huayán, Cotaparaco y Huanchay, los cuales conforman los Comités de Usuarios que participan en los eventos de capacitación realizado por la ALACH. La Junta de Usuarios de la ALACH tiene como finalidad dirigir y conducir las buenas prácticas sobre el uso del agua superficial y subterránea de su ámbito territorial, así como realizar eventos de capacitación, en los cuales nos consta que los diferentes usuarios no logran captar toda la información brindada por el personal especializado en los temas. Esto queda reflejado en los trabajos grupales o individuales que se les asigna para analizar si entendieron.

Las estrategias de comunicación no incluyen técnicas participativas, solo exposiciones de comunicación vertical y las preguntas realizadas, algunas veces, al final de cada taller. Estas estrategias no salen de la rutina que se realiza en cada evento, cuando para el perfil de una estrategia comunicativa el eje es la participación democratizada, asumida en tres dimensiones: política y social, la educacional y la comunicacional. En esta última se resalta la participación de la comunidad como un receptor crítico y emisor creativo (Kaplun, 1983).

La comunicación entre la Junta de Usuarios Huarney es cerrada, se reúnen entre personal administrativo y técnico para dar soluciones a diferentes

problemas de las comisiones de usuarios tratando de fortalecer a las organizaciones en base a las nuevas disposiciones de la ANA, sin embargo hay mucha informalidad por parte de los Comités de Usuarios quienes no quieren adecuarse a la ley y no tienen licencia de uso de agua.

Se ha observado que las herramientas de comunicación no están funcionando porque no existe una previa investigación sobre el público por parte de la ANA, solo existe un canal de comunicación que es la línea telefónica donde se le brinda a los usuarios información que esté dentro del límite de trámites documentarios. Los usuarios tienen un trato más cercano con el área técnica que se encarga de la inspecciones.

La ALACH en sus herramientas de información difunde temas como aprovechamiento de los recursos hídricos para uso agrario, derechos de uso de agua, adecuación de las organizaciones de usuarios de agua, fomentando una nueva cultura de agua, una adecuada gestión de la cultura del agua, ligadas a las gestión del recursos hídrico y su entorno natural. Los puntos que más se trabajan sobre cultura de agua con los usuarios son promover las buenas prácticas y hábitos sobre uso agrario, doméstico, minero e industrial, para un manejo sostenible del agua, asegurando su cantidad, calidad y oportunidad, basada en la valoración del recurso como elemento fundamental de la vida.

Los recursos comunicacionales que aplica la ALACH no tienen los resultados esperados y se pueden verificar en la poca participación del público objetivo. Así mismo, el material que entregan como separatas son las mismas diapositivas impresas, trípticos, cartillas y afiches que son didácticos, pero no llegan a ser comprendidos. Según Ministerio de Cultura del Perú (2015) se debe establecer una comunicación horizontal, los recursos comunicacionales (como videos, afiches, spots de radio, cartillas, lenguaje usado en las exposiciones) se deben adaptar, cuando sea pertinente, a la lengua del grupo étnico-cultural.

Según el informe N°01 del Taller de Sensibilización en Gestión Integral del Agua para Riego realizado en Huarmey “Aprovechamiento de los Recursos Hídricos para Uso Agrario” (2016), muchos de los usuarios se retiran o no prestan atención en los talleres, a pesar que demuestran interés en informarse al principio de las actividades realizadas.

Las consecuencias de estas estrategias aplicadas son las inadecuadas prácticas sobre el uso del agua subterránea como el uso eficiente, el desperdicio de agua por no arreglar los motores de los pozos, la falta de un sistema de medición de consumo de agua, el abandono y contaminación de los pozos por parte de los usuarios, puesto que, muchas veces arrojan basura o desmonte a los manantiales de donde brota el agua hacia los pozos. En el caso del agua superficial que son los canales, sequias o ríos, los comités no cuentan con un sistema de medición de agua para que este se distribuya correctamente a los usuarios, también existe un mal riego en sus terrenos agrícolas haciendo un uso ineficiente del agua, la falta de revestimiento de la infraestructura hidráulica como los canales, y los pesticidas que utilizan en sus sembríos llegan a los ríos y sequias.

Según el diagnóstico de la situación actual de la problemática de las organizaciones de usuario realizado como parte del Plan de Trabajo en Gestión Integral del Agua para Riego en el Marco del Programa Presupuestal 042 (2015), existe un desorden en la distribución del agua porque no está definido los roles y funciones de quienes participan, los Comités de Usuarios no se adecuan a la nueva normatividad. En el 2016, solo se han adecuado 4 Comités de Usuarios solicitando la licencia de uso de agua en la Administración Local del Agua Casma- Huarmey, mientras que aún existe la informalidad por parte de muchos comités.

En la jurisdicción de la ALA Casma -Huarmey hay más de 7000 usuarios, pero aproximadamente solo 750 usuarios tienen licencia de uso de agua subterránea en la Junta de Usuarios de Huarmey y 500 licencias pertenecen a Casma.

La brecha de comunicación que puede existir entre la ALACH y los usuarios ha generado diferentes conflictos hídricos, en los cuales el personal especializado ha tenido que intervenir, uno de los conflictos dentro de la jurisdicción del ALACH fue la posible contaminación de relaves mineros en el río Casma que se dio por parte de la Minera Shuntur que perjudicaba directamente a los usuarios de agua de Pira.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuál es el impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del agua en los usuarios de la cuenca de la Junta de Usuarios Huarmey, febrero - mayo 2017?

## **1.3. Justificación**

### **1.3.1. Conveniencia**

El presente estudio de investigación resulta conveniente para la ANA, ya que les permite conocer los errores y aciertos en las estrategias de comunicación utilizadas. También resulta interesante para los futuros investigadores en relación al tema; así como a la universidad de manera particular para contribuir con la formación académica en especial a la E.A.P de Comunicación Social.

### **1.3.2. Relevancia social**

Para toda sociedad es importante el hecho de conocer los resultados de las buenas prácticas del uso de agua, porque estas tienen que ver con el futuro de un distrito, provincia, región e incluso el país mismo. El impacto de este estudio es trascendental, porque permite recoger información útil para la mejora de las estrategias de



comunicación encaminadas a generar una adecuada cultura del agua en la población objetivo.

### **1.3.3. Valor teórico**

La investigación reúne referencias sólidas sobre la relación entre comunicación para el desarrollo y cultura ciudadana, comunicación y sostenibilidad ambiental, y específicamente la aplicación de estrategias de comunicación en la construcción de una cultura del agua, de modo que tanto su marco teórico y sus resultados sirven como fuente para futuras investigaciones afines al tema.

### **1.3.4. Implicancias prácticas**

A partir de los resultados del presente estudio la ANA puede proponer nuevas estrategias de comunicación sobre cultura de agua, donde desarrollará mensajes a la población involucrándolos en una gestión eficiente sobre cuidado y valoración del agua; podrá formular estrategias de intervención los cuales serían desarrollados en los talleres, foros, reuniones informativas, capacitaciones, donde se podría establecer una comunicación horizontal y técnicas participativas. La ANA puede documentar la información y usarla para reformular o conservar la metodología que viene aplicando en sus talleres.

Para otras áreas como el marketing social y la responsabilidad social, los resultados de la investigación brindan información importante, ya que ambas requieren de estrategias comunicativas para llevar a cabo sus objetivos.

### **1.3.5. Utilidad metodológica**

En nuestra investigación se aplicaron fichas de observación, entrevista a profundidad y análisis del discurso y registro.

## **1.4. Antecedentes de la investigación**

### **1.4.1. Internacionales**

En Colombia, Becerra (2008), realizó su tesis “Comunicación en proyectos sociales del CISP: una estrategia de comunicación para el restablecimiento de los derechos vitales y sociales de población en situación de desplazamiento”. Entre sus resultados se descubrió que es indispensable fortalecer las estrategias y metodologías empleadas actualmente en cuanto a retroalimentación se refiere, esto teniendo en cuenta condiciones sociales, económicas, políticas, culturales y niveles escolares de la población para establecer canales de comunicación que permitan la interlocución y retroalimentación. Así mismo, los funcionarios (coordinadores, funcionarios administrativos, expertos, etc.) deben participar activamente en los espacios de socialización para compartir el conocimiento. Según esta investigación lo que las personas en situación de desplazamiento necesitan son espacios de participación, donde puedan exponer sus opiniones, necesidades, expectativas y en consecuencia, y lo más importante, sus alternativas de solución y sostenibilidad. Este es un espacio dedicado a la población, donde participan como agentes activos indispensables en la toma de decisiones. En la medida que participen en este tipo de procesos, se apropiaran de su condición tomando responsabilidad de las soluciones definitivas a su situación de vulnerabilidad.

En México, Espinosa y Marino (2003) en su tesis “Diseño de una estrategia de comunicación para contribuir en la disminución del consumo de alcohol en Colegios Residenciales de la Universidad de las Américas Puebla” halló que no era suficiente que se utilizara material gráfico informativo como manuales volantes o folletos, pues era más beneficioso trabajar directamente con todos los involucrados. Este material era importante, pero como complemento de las actividades, no como el centro de todo. Las herramientas comunicativas que brindaban estaban aisladas de los jóvenes, es decir

no llegaban a ellos, no eran producto de una investigación. En este trabajo, se enfatizó el análisis del ambiente y análisis del contexto en el que se desenvolvían los estudiantes diariamente para poder armar sus estrategias, ya que este tenía gran influencia en el público que deseaban cambiar.

#### **1.4.2. Nacionales**

En Lima, Espinosa (2003) en su investigación “La comunicación en la promoción del desarrollo local: Estrategias de comunicación para promover el compromiso de la población del distrito de Máncora con su Plan Integral de Desarrollo” encontró que los procesos de interacción de los pobladores de Máncora se dan principalmente en relación a los actores y a los espacios en los cuales esta población organiza su vida cotidiana. Esto es la vida familiar, la vida amical, la vida del barrio y la vida laboral. Entiéndase por vida cotidiana al espacio altamente significativo en el cual los individuos organizan el sentido de su vida misma. Por esta razón se utilizaron herramientas como campeonatos deportivos, ferias, concursos, uso de spot radiales, periódicos murales en las estrategias de comunicación.

En Lima, Tinoco (2010), mediante su tesis “Desafíos comunicacionales en las campañas de salud pública peruana: Estrategia comunicacional de la campaña “Prevención del Embarazo Adolescente” efectuado por el Ministerio de Salud la carencia de Investigación de base”, halló una carencia de información de la problemática, del público objetivo y el uso de recursos creativos en la campaña. Se plantea así que el adolescente debe ser protagonista y promotor de su propio desarrollo, diseñar una estrategia comunicacional a la luz de este enfoque implica reconocer verdaderamente las experiencias, aprendizajes y discursos que poseen, además de la heterogeneidad de la población adolescente. Uno de los fines que debe perseguir la comunicación en este ámbito es convertir la relación estructural, alejada y vertical entre el

mundo adulto y el mundo adolescente en vínculos que favorezcan el dialogo y la participación más activa desde temprana edad. Esto es, reconocer al adolescente como interlocutor válido. Además se concluyó que es esencial capacitar a los profesionales de salud que trabajan directamente con las adolescentes, no basta tener los conocimientos científicos, para llegar a tener una comunicación vertical con los jóvenes se necesita un vínculo que va más allá de la información del tema.

En Lima, Salas (2015), en su investigación “La contribución de la comunicación a los procesos de participación ciudadana: El Presupuesto Participativo en la Municipalidad de Jesús María” encontró el uso de la comunicación vertical en las estrategias empleadas. Se identificó la producción de materiales gráficos de difusión y de información, el uso de redes sociales, página web del municipio, y el uso de espacios como las calles o viviendas de los vecinos para la realización de reuniones o pequeñas conversaciones para informar sobre el proceso e invitar a la participación de los vecinos. Dichas formas, medios y espacios presentan como objetivo principal el informar a los vecinos sobre el proceso y, en algunas ocasiones, invitar a la participación en él.

Sin embargo, los recursos comunicacionales elaborados son difundidos tomando el punto de vista de los funcionarios, no se integra visiones desde el público objetivo. Por este motivo el impacto de los recursos no es precisamente el esperado en los agentes participantes.

En Trujillo, Urquiza y Cerro (2006) en su tesis “Propuesta de una campaña de comunicación para sensibilizar a los pobladores de sector Jerusalén, Parte baja del distrito La Esperanza de la provincia de Trujillo, sobre el uso racional del agua potable”, encontró que a pesar de la realización de varias campañas sobre el uso y

conservación del agua no hubo resultados, los pobladores no recordaban mucho. Para cambiar esto la estrategia de comunicación planteada no era solo un gran movimiento de medios de comunicación, sino también era una estrategia en el plano subjetivo, utilizando la motivación intrínseca y extrínseca en su público. Las herramientas de comunicación propuestas son variadas, si bien se proponen charlas estas duran una hora. Se exponen cosas puntuales sobre el tema y existe una respuesta de los oyentes, de manera que el público puede captar la información. Esta estrategia se caracteriza por hacer del tema parte de la vida diaria de las personas, estar en constante contacto con material informativo y sensibilizador, haciendo uso de la comunicación interpersonal, de material gráfico y audiovisual, medios nacionales y medios comunitarios.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**  
**REFERENCIAL**

## **2.1. Marco teórico**

### **2.1.1. Comunicación para el desarrollo según el enfoque de la Multiplicidad**

#### **a. Desarrollo**

Para la Fundación Dag Hammarskjold (1975) el desarrollo se define en base a principios, el primero ideado a satisfacer las necesidades como la eliminación de la pobreza, el segundo es endógeno refiriéndose a los valores, la cultura y circunstancias que ocurre dentro de una sociedad y autónomo, es decir, sostenerse de sus recursos físicos, culturales, humanos de la sociedad en la que se encuentra así como a las respuestas de los actores locales frente a los desafíos de la globalización, el tercero permanecer en acuerdo y empatía con el medio ambiente, estas nociones se utilizan en toda la sociedad no solo para los pobres y el mundo no alineado, es decir enfatiza la identidad cultural y la multidimensionalidad.

Surge a partir de la insatisfacción con la “sociedad del consumo”, la cual es a menudo denominada “sobre desarrollo” e incluso “mal desarrollo”, así como con la creciente desilusión con el enfoque de la modernización. La idea central, que es compartida por casi todos los que buscan nuevos enfoques del desarrollo, afirma que no hay un patrón universal del desarrollo, y que el desarrollo debe ser concebido como un proceso integral, multidimensional y dialéctico que puede diferir de una sociedad a otra (Dag Hammarskjold, 1975).

#### **b. Definición de comunicación para el desarrollo**

Mowlana y Wilson (1987) define a la comunicación para el desarrollo como:

El diálogo y la interacción cara a cara inherente a la participación, el comunicador deberá dedicar más tiempo al trabajo de campo. Llevando más tiempo desarrollar la interacción y la confianza; el contacto continuo, los compromisos compartidos, las promesas mantenidas y las actualizaciones entre visitas es importante.

La confianza social que obtendrá el comunicador para el desarrollo se obtendrá a partir de desarrollar la confianza individual, pero también es importante que las bases tengan un compromiso para conducir a una verdadera participación que conlleven a políticas y planeamientos adecuados para que un país se desarrolle dentro de su espacio ambiental y cultural.

Por otro lado Mc Quail (1983) señala a la comunicación para el desarrollo como:

El intercambio de significados que se encuentran dentro de un proceso y contexto dándoles mayor valor a los patrones de relación social y las instituciones sociales que se desarrollan dentro de dicho proceso.

Esta comunicación “favorece a la multiplicidad, la escala pequeña, lo local, la desinstitucionalización, el intercambio de los roles de emisores y receptores y la horizontalidad de los vínculos en todos los niveles de la sociedad” (Mc Quail, 1983).

Por lo tanto, el interés y la atención se centrarían más en el receptor que en un comunicador, buscando un mayor énfasis en dicho significado indagado y obtenido antes que los mensajes transmitidos por el comunicador.

El Consenso de Roma (2006) alcanzado en el Congreso Mundial define a la Comunicación para el desarrollo como

Un proceso social basado en el diálogo mediante una amplia gama de herramientas y métodos. Persigue un cambio en distintas áreas



como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo

Es decir, permite que el comunicador para el desarrollo tenga un mejor diálogo con las comunidades fijando metas viables utilizando estrategias, métodos y recursos de comunicación para alcanzarlas, también fortalece la capacidad de resolver problemas de desarrollo y cambio social.

### **c. Comunicación participativa**

Para Freire (1983) la comunicación participativa es:

El derecho de toda la gente a expresar su palabra individual y colectivamente: esto no es el privilegio de algunos pocos hombres, sino el derecho de todo ser humano. Por lo tanto ninguno puede expresar una palabra verdadera en soledad ni puede decirla por otro, en un acto prescriptivo que silencie las palabras de otros.

En un proceso de participación se podrá compartir experiencias, conocimientos y capacidades, por lo tanto, es importante darle mayor importancia a la identidad cultural de las comunidades locales así como a la democratización y la existencia de una participación social e individual.

Comisión Internacional para el Estudio de Problemas de Comunicación (1980) define a la comunicación participativa como uno de los procesos más importantes donde se toman decisiones para promover un efectivo y mejor desarrollo porque se comparte información y se asume nuevos compromisos, nace la confianza y una actitud positiva sobre los proyectos de desarrollo.

Esto requiere de una nueva actitud para superar el pensamiento estereotipado y promover una mayor comprensión de la diversidad

y la pluralidad, con pleno respeto de la dignidad y la igualdad de las personas que viven en diferentes condiciones y actúan de modos diferentes.

Para desarrollar la participación efectiva es necesario que exista la colaboración mutua, escuchar lo que otros dicen, respetar la actitud de la otra parte y la existencia de una confianza recíproca.

Estos son algunos de los temas que distinguen a la comunicación participativa de otras estrategias de comunicación para el desarrollo en los procesos de cambio social:

- Horizontal vs. Vertical. Los pueblos como actores dinámicos, participando activamente en el proceso de cambio social, asumiendo el control de los instrumentos y contenidos de comunicación... en lugar de ser percibidos como meros receptores pasivos de información y de instrucciones modificadoras de su comportamiento, mientras otros toman las decisiones sobre su vida.
- Proceso vs. Campaña. Los pueblos tomando en mano propia su futuro a través de un proceso de diálogo y de participación democrática en la planificación de las actividades comunicacionales ...en lugar de campañas verticales, caras e insostenibles, que desencadenan movilizaciones sociales pero no contribuyen a construir una capacidad de respuesta a las necesidades sociales, desde el ámbito comunitario.
- Largo plazo vs. Corto plazo. La comunicación—y en general el desarrollo—concebidos como procesos de largo aliento, que requieren de cierto tiempo para que el pueblo pueda apropiarse de ellos...en lugar de planes de corto plazo, que rara vez toman en cuenta el contexto cultural y se concentran más bien en mostrar “resultados” en los informes anuales.

- Colectivo vs. Individual. Las comunidades urbanas y rurales actuando colectivamente en el interés de la mayoría, evitando que el poder sea monopolizado por unos pocos...en lugar de contribuir al aislamiento de los individuos de su comunidad y de la toma de decisión comunitaria, mediante acciones dirigidas al individuo.
- Con vs. Para. Investigar, diseñar y diseminar mensajes con participación comunitaria...en lugar de diseñar, probar, lanzar y evaluar mensajes que fueron concebidos para la comunidad, pero resultan ajenos a ella.
- Específico vs. Masivo. El proceso de comunicación adaptado a cada comunidad o grupo social en cuanto al contenido, el lenguaje, la cultura y los medios, en lugar de la tendencia a utilizar las mismas técnicas, los mismos medios y los mismos mensajes en contextos culturales diferentes y para diversos sectores sociales de la sociedad.
- Necesidades del pueblo vs. Obligaciones de financiadores. El diálogo en la comunidad y los instrumentos de comunicación para ayudar a identificar, definir y discriminar las necesidades sentidas y reales, en lugar de iniciativas de comunicación guiadas por las necesidades y agendas de los financiadores (planificación familiar, por ejemplo).
- Apropiación vs. Acceso. Procesos de comunicación “apropiados” por el pueblo, para ofrecer igualdad de oportunidades a la comunidad, en lugar de un acceso condicionado por factores sociales, políticos o religiosos.
- Concientización vs. Persuasión. Un proceso de concientización y de profunda comprensión de la realidad social, sus

problemas y soluciones en lugar de mecanismos de persuasión que inducen cambios de comportamiento a corto plazo, pero que son solamente sostenibles a través de campañas reiteradas (Solano, 2010).

#### **d. Comunicación interpersonal**

Es el nivel donde se produce la relación humana directa con mayor intensidad y es el más efectivo en la comunicación humana. La comunicación interpersonal es un indicador del funcionamiento de las relaciones interpersonales. Expone a las personas a contactos directos entre los ejecutantes (ejecutores) que se interrelacionan, enriquecen y crean nuevas relaciones y vínculos a través de su propia personalidad.

En el proceso de la comunicación interpersonal las personas operan de un modo activo, cada cual reflexiona, valora, expresa, tanto verbal como extra verbalmente sus pensamientos, ideas, estados emocionales, experiencias y vivencias personales, no existe una superioridad sino un espacio de intercambio. La comunicación interpersonal utiliza tres canales o vías: verbal, vocal y visual.

La comunicación interpersonal en el nivel de las relaciones se logra con los cinco sentidos: oído, vista, tacto, olfato y gusto; dándole mayor riqueza la significación del mensaje y siendo los puntos de contacto con el mundo exterior.

Esta comunicación se logra sin medios técnicos o con muy poca tecnología, no requiere una gran inversión en comparación con los medios masivos (Zaya, 2011).

Hofstadt (2005), define a la comunicación interpersonal como:

“El proceso de comunicación entre individuos, que tratan de transmitir estímulos a través de símbolos con la intención de producir un cambio de comportamiento”.

Muy aparte de los medios informativos, masivos u otros, si se logra que el interlocutor se sienta escuchado, si se comunica lo que se desea sin agredir a nadie, si se transmite una actitud positiva con un dialogo de igual a igual, ya no solo se comunica, sino que se establece un relacionamiento adecuado con el interlocutor.

Las definiciones presentadas tienen las siguientes características: Interrelación entre fuente y receptor, aunque algunos prefieren denominarlos interlocutores; las personas que intervienen son participantes activos pues existe una retroalimentación constante; es un intercambio directo, cara a cara; existe un intercambio verbal y no verbal; secuencia de acción y reacción; es un espacio para contenidos subjetivos: opiniones, sentimientos, motivaciones deseos y objetivos; poco grado de reglamentación en las frecuencias, formas y contenidos de los mensajes; y escasa mediación tecnológica como se mencionó anteriormente.

#### **e. Estrategias de comunicación para el Desarrollo Sostenible**

Oopen (2000) señala que refiriéndose a comunicación ambiental, las estrategias son el planeamiento de procesos de comunicación y manejo de medios para sostener las decisiones, la participación pública y la implementación de proyectos.

Entonces, la comunicación estratégica es la herramienta por excelencia de la toma de conciencia de la población, pieza clave del involucramiento en los procesos de gestión del desarrollo. Si bien el fin último de la gestión del desarrollo es contribuir a lograr el desarrollo sostenible, éste nunca se logrará sin la participación de las comunidades.

## – Selección de medios

Los medios para hacer llegar el mensaje al público objetivo deben responder a los objetivos a lograr. Si bien es cierto todos los medios pueden ser usados en toda circunstancia, es importante saber hacer uso de ellos en función a su eficiencia. Por ejemplo, para lograr que un estudiante adopte una práctica estudiantil, medioambiental, etc., puede generarse la comunicación por radio o TV, pero más eficiente será la extensión rural (comunicación personal), porque habrá la oportunidad que el campesino pueda preguntar y plantear dudas, que serían resueltas en la interacción.

Por el contrario, si el objetivo es difundir conocimiento, informar acerca de algún tema, los medios masivos podrán llegar a más personas por el mismo precio y serán más eficientes que la comunicación personal. Los medios pueden dividirse en tres tipos:

- Masivos: aquellos que pueden llegar con el mismo mensaje a muchas personas, con una sola inversión. En este grupo está no sólo la radio y TV, sino los diarios, los folletos informativos e inclusive Internet.
- Semimasivos: aquellos que a pesar de ser una sola inversión no pueden llegar a muchas personas, sino a un público determinado en número y características. Aquí contamos los talleres, los cursos, seminarios, las reuniones comunales, entre otros, que permiten una mayor reflexión intelectual y discusión de conceptos.

- Personales: donde existe interacción personal, y permite la resolución de dudas y respuestas en el mismo momento; la discusión de las prácticas y la adaptación a las prácticas anteriores.

#### – **Herramientas participativas**

Las herramientas participativas están previstas para el uso de técnicos y promotores que tienen que trabajar directamente con la población, entre la cual generalmente hay muchos analfabetas. Permiten también trabajar en base a la experiencia propia de la gente; los métodos participativos usan la visualización y la comunicación oral.

Estas herramientas están fundamentadas en el diálogo que debe respetar un principio fundamental: todos los participantes deben ser considerados como fuente de información y decisión para analizar los problemas y contribuir a soluciones a través de acciones de desarrollo.

Todo el mundo debe merecer el mismo respeto y tener la misma posibilidad de expresar sus opiniones. El papel del facilitador de los eventos, es de permitir la expresión de las diferentes formas de pensar, para que sean compartidas por todo, y ayudar a lograr consensos a la hora de tomar decisiones. Recuerde que la calidad del trabajo del facilitador es fundamental para el éxito de los eventos.

La participación no se debe limitar a unos eventos de consulta y planificación: para que el proceso sea llevado a cabo y con éxito, se debe crear una dinámica en la cual cambian los papeles respectivos del técnico o promotor-facilitador, y de los miembros de la comunidad. Actualmente,

la relación tradicional, en el esquema “verticalista” de desarrollo, es caracterizada por el uso de métodos de investigación que “extraen” la información de la gente sin su participación consciente (muchas veces a través de cuestionarios formales) y sin consideración; sobre la base de estas informaciones se toman decisiones en las cuales la gente casi nunca tiene parte. Las instituciones y sus técnicos tienen problemas de comunicación con las comunidades, entre los cuales se destacan la falta de un lenguaje común, o que genera falta de confianza mutua.

Entre muchas instituciones imperan los “celos” que impiden compartir la información y las ideas para dar un mejor servicio a la gente; con las comunidades, es aún más difícil compartir, porque muchas veces las informaciones no les llegan, o no tienen una forma que les sea accesible y comprensible. El cambio a facilitador conlleva tres aspectos, que no pueden ser desligados: uso de métodos apropiados, un cambio de actitudes, y el intercambio de informaciones entre todos los actores. Para que el técnico se transforme en facilitador de desarrollo, debe emprender estos tres cambios fundamentales.

Las herramientas participativas pueden ser utilizadas en las diferentes etapas de un proyecto de desarrollo: En la fase de diagnóstico, en la cual son particularmente útiles para determinar con la gente, los problemas que los afectan y las respuestas que les dan; en la fase de análisis de problemas e identificación de soluciones, o sea de planificación de acciones, hay herramientas que permiten asegurar que este proceso esté accesible a todos; en la fase de implementación, incluyendo el monitoreo de las acciones y los diagnósticos de ajuste que pueden ser necesarios en estos momentos; en la fase de evaluación (Geilfus 2009).



## – **Diagnóstico de públicos participativos**

El diagnóstico participativo cobra sentido dentro de una lógica de planificación estratégica, la cual tiende al desarrollo integral de la calidad de vida de una población determinada, a partir de la construcción democrática y ciudadana. Si esto no fuera así, correríamos el riesgo de perpetuarnos en la relatoría de la situación o del problema en su realidad compleja y cambiante, sin la posibilidad de modificación alguna (Oporto, 2009).

En esta propuesta, el diagnóstico participativo se establece como elemento movilizador para una participación que horizontalice las relaciones, el dialogo entre los distintos miembros de la comunidad. Correspondiéndoles a los directivos iniciar este proceso a partir de una convocatoria motivadora y sensibilizante de todos los actores que intervienen. Esta propuesta es desarrollada en el campo educativo por Oporto.

## – **Imaginarios Sociales**

Para Castoriadis (1965) los imaginarios sociales son esquemas socialmente contruidos que nos permiten percibir, explicar e intervenir las realidades inmediatas que vivimos cotidianamente. Este autor define a los imaginarios como fenómenos duales, pues son simultáneamente singulares y colectivos. Los imaginarios determinan la construcción social de la realidad, la autorepresentación que la misma tiene de sí y la identidad. La forma como piensa cada persona que en conjunto forman imaginarios colectivos (De la Iglesia, 2002).

Según Pintos (2005) sobre los imaginarios:

“No hay una única realidad, que se identificaría necesariamente con una verdad única. Nuestras sociedades contemporáneas no se configuran bajo el modelo de sistemas únicos y de referencias absolutas, sino que están sometidas a procesos evolutivos de progresivas diferenciaciones sistémicas”.

De este modo, el imaginario, encarnado en lo que Castoriadis denomina “significaciones sociales imaginarias”, posee una triple dimensión que lo convierte en la sustancia primera del grupo social instituido:

- El imaginario estructura las representaciones del mundo de una sociedad dada, esto es, aporta su significado al contexto socio histórico en el que vive.
- El imaginario define el sentido de la acción de los integrantes del grupo social. Mediante ellos se puede tener una idea de cómo pueden reaccionar, comprarse o pensar acerca de lo que se le presente.
- El imaginario define, del mismo modo, la estructura afectiva de los integrantes del grupo social, normalizando las emociones y la conducta que de ella dimana (Castoriadis, 1965).

### **2.1.2. Rol de los comunicadores en los procesos de transformación social.**

Para Rogers (1986) el rol de los comunicadores es:

“El transferir innovaciones tecnológicas desde las agencias de desarrollo a sus audiencias y crear una predisposición para el cambio a través del logro de un clima de modernización entre los miembros del público”.

El cambio social es el resultado de una transformación sugerida, planificada, pero que resulta de una voluntad individual y colectiva y de un conjunto de condiciones que jamás dependen únicamente de la comunicación, la comunicación para el desarrollo y el cambio social es una de las palancas del desarrollo individual y colectivo.

### **2.1.3 Cultura de agua**

Debemos tener claro algo, sin cambio cultural no puede darse un cambio en la gestión del agua. Esto implica que la cultura del agua debería dejar de ser considerada como un componente más de los proyectos, programas y planes para pasar a ser entendida como generadora y condicionante de todos los otros componentes de la gestión. Es decir, la gestión del agua debería ser entendida como el “hacer concreto” del conjunto de la sociedad y la “cultura del agua” el fondo profundo que embebe todas las conductas individuales e institucionales que se expresan en una sociedad hacia el agua.

Llamamos ‘cultura del agua’ al conjunto de modos y medios utilizados para la satisfacción de necesidades fundamentales relacionadas con el agua y con todo lo que dependa de ella (Vargas, 2006).

Incluye lo que se hace con el agua, en el agua y por el agua para ayudar a resolver la satisfacción de algunas de estas necesidades fundamentales. Se manifiesta en la lengua, en las creencias (cosmovisión, conocimientos), en los valores; en las normas y formas organizativas; en las prácticas tecnológicas y en la

elaboración de objetos materiales; en las creaciones simbólicas (artísticas y no artísticas); en las relaciones de los hombres entre sí y de éstos con la naturaleza y en la forma de resolver los conflictos generados por el agua. La cultura del agua es por lo tanto, un aspecto específico de la cultura de un colectivo que comparte, entre otras cosas, una serie de creencias, de valores y de prácticas respecto de ella. Es importante destacar que la cultura de agua está ligada a un colectivo (grupo étnico o cultura).

Con los instrumentos conceptuales existentes no es posible identificar el tipo de aporte del grupo y registrar su procedencia. Sabemos que no existe la "pureza cultural", que la cultura está construida también sobre los sincretismos y migraciones de las personas, sus intercambios y adaptaciones. Sin embargo, cada vez más, se están valorando los conocimientos agrícolas, los conocimientos científicos, los conocimientos técnicos, los conocimientos ecológicos, los conocimientos medicinales como productos de singulares sistemas de conocimiento que pertenecen a grupos específicos (Vargas, 2006).

## **2.2. Marco histórico**

La Autoridad Nacional del Agua (ANA), fue creada por la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) dada mediante Decreto Legislativo N°997 el 13 de marzo de 2008 y la Ley de Recursos Hídricos Ley N°29338 en marzo de 2009 los cuales constituyeron pasos imprescindibles para el desarrollo de un sistema racional e integrado de gestión de los recursos hídricos.

Fue creada con el fin de administrar, conservar, proteger y aprovechar los recursos hídricos de las diferentes cuencas de manera sostenible, promoviendo a su vez la cultura del agua.

Según la Ley N°29338 – Ley de Recursos Hídricos, es el ente rector y la máxima autoridad técnico-normativa del Sistema Nacional de Gestión de los Recursos Hídricos, responsable del funcionamiento de dicho sistema en el marco de lo establecido en la Ley. Ejerce jurisdicción territorial administrativa sobre la distribución de los recursos hídricos a nivel nacional a través de sus órganos desconcentrados.

Según el Reglamento de Organización y Funciones de la ANA, esta tiene competencia a nivel nacional para asegurar la gestión integrada, participativa y multisectorial del agua y de sus bienes asociados articulando el accionar de las entidades del sector público y privado que intervienen en dicha gestión.

Como ente rector del SNGRH debe realizar y promover las acciones necesarias para el aprovechamiento multisectorial y sostenible de los recursos hídricos por cuencas hidrográficas, en el marco de la gestión integrada de recursos hídricos y de la gestión de la calidad ambiental nacional, estableciendo alianzas estratégicas con los gobiernos regionales, locales y el conjunto de actores sociales y económicos involucrados.

La Autoridad Nacional del Agua tiene como funciones: Administrar, vigilar y autorizar obras en las fuentes naturales de agua, autorizar volúmenes de agua que utilizan y/o distribuyen los prestadores de servicios de agua (EPS y Juntas de regantes), evaluar instrumentos ambientales. Así mismo es la encargada de otorgar derechos de uso de agua, autorizaciones de vertimiento y reúso de agua residual tratada; conducir el Sistema Nacional de Gestión de Recursos Hídricos; elaborar la política, estrategia nacional y el plan nacional de gestión de los recursos hídricos, conduciendo y evaluando su ejecución; establecer los lineamientos para la formulación y actualización de los planes de gestión de los recursos hídricos de las cuencas; proponer normas legales en materia de su competencia, así como dictar normas y establecer procedimientos para asegurar la gestión integral y sostenible de los recursos hídricos.

La sede central y domicilio legal de la ANA se encuentra en la ciudad de Lima, y está descentralizada a nivel nacional a través de 14 Autoridades Administrativas del Agua (AAA), 72 Administraciones Locales de Agua (ALA) y 6 Consejos de Recursos Hídricos de Cuenca (CRHC).

La ANA está organizada de manera descentralizada a través de las 14 Autoridades Administrativas de Agua, que dirigen en sus respectivos ámbitos territoriales, la gestión de los recursos hídricos, en el marco de las políticas y normas dictadas por el Consejo Directivo y Jefatura de la ANA.

A través de ellas, se dirige y ejecuta el manejo de los recursos hídricos a nivel de cuencas de gestión, se aprueban estudios y obras de aprovechamiento de agua; se otorga derechos de uso de agua y autorizaciones de reúso de aguas residuales tratadas y de ejecución de obras; se vigila el uso de las fuentes de agua y se supervisa el cumplimiento del pago de retribución económica. Además se realizan estudios, inventarios, monitoreos y la gestión de riesgos en glaciares, lagunas y fuentes de aguas subterráneas.

Las ALA, son las unidades orgánicas de las AAA, que administran los recursos hídricos en sus respectivos ámbitos territoriales. Dependen jerárquicamente del Director de la AAA.

Apoyan a las AAA en sus funciones, entre ellas, capacitaciones, acciones de sensibilización y campañas de comunicación orientadas a promover la cultura del agua a nivel nacional.

Los consejos de Recursos Hídricos de Cuenca, se crean progresivamente con la finalidad de lograr la participación activa y permanente de sus integrantes, en la planificación, coordinación y concertación para el aprovechamiento sostenible de recursos hídricos en sus respectivos ámbitos. Es decir, son espacios institucionales de diálogo, donde los actores relacionados a la gestión del agua en las cuencas (actores locales y regionales) discuten sus problemas a fin de llegar a consensos, tomando

acuerdos y comprometiéndose con la implementación de las acciones que planifiquen en sus respectivas cuencas.

La DGCCI tiene a su cargo organizar, generar, conducir y difundir conocimientos y acciones vinculadas a la cultura de agua que promueva la gestión integrada de los recursos hídricos y el compromiso de todos los actores para asegurar su participación e involucramiento en torno a la gestión del agua en sus cuencas, asimismo de la coordinación institucional e interinstitucional para el funcionamiento del Sistema Nacional de Recursos Hídricos en el marco de la Política y Estrategia Nacional de Recursos Hídricos y el Plan Nacional de Recursos Hídricos.

Desarrolla diferentes programas de educación, sensibilización sobre la importancia del agua para la humanidad y sistemas ecológicos, proponiendo lineamientos y estrategias de comunicación para generar conocimientos, conciencia, fortalecimiento de capacidades y actitudes que propicien el uso eficiente y sostenible del recurso hídrico. Promueve la acción educativa para la valoración económica, social, cultural y ambiental del agua, además difunde información relacionada al quehacer de la institución.

Tiene a su cargo la coordinación interinstitucional brindando soporte a los órganos desconcentrados a nivel nacional para el adecuado desarrollo de la gestión integrada de los recursos hídricos en sus respectivos ámbitos.

La Autoridad Nacional del Agua define a la cultura de agua basada en la UNESCO que manifiesta que es el conjunto de creencias, conductas y estrategias comunitarias para el uso del recurso. Se expresa en normas, conocimientos, prácticas, objetos materiales y organizaciones sociales orientadas al aprovechamiento del agua.

En este ámbito, la ANA define a la cultura de agua como los valores, conocimientos, prácticas y representaciones ligadas a la gestión del recurso hídrico y su entorno natural, que abarca los diversos modos de uso y manejo de nuestros recursos hídricos reconociendo tanto la diversos modos

de uso y manejo de nuestros recursos hídricos reconociendo tanto la diversidad cultural y los conocimientos ancestrales, como el saber científico.

Promoviendo una cultura de agua basada en la valoración del recurso como elemento fundamental de la vida, como un derecho humano y como eje principal del desarrollo social; desarrollando nuevas prácticas y hábitos para un manejo sostenible del agua, asegurando su cantidad, calidad y oportunidad.

La ANA construye sobre la base de nuestros saberes ancestrales, procesos de formación de valores y comprender que el agua es un patrimonio necesario para el funcionamiento de los ecosistemas terrestres y cuyo uso debe estar en armonía con el bien común y debe aportar, sobre todo, el bienestar social de las generaciones presentes y futuras.

La cultura de agua involucra a toda la población, las autoridades locales, regionales y nacionales así como a los sectores productivos del país tanto públicos como privados. La cultura de agua también significa que debemos de proteger nuestras fuentes de agua natural como ríos, lagos, lagunas, los manantiales, mares, nevados y acuíferos.

Por ello, la ANA se ha planteado promover la construcción de una Nueva Cultura del Agua en el ámbito nacional, que oriente actitudes y prácticas personales e institucionales al uso eficiente del agua y a su real valorización, al cuidado y protección de los sistemas ecológicos en las cuencas, involucrando a todos los actores de manera que los recursos hídricos sean pieza fundamental del desarrollo social a través de una utilización sostenible y respetuosa.

Con opinión del Consejo de Cuenca la ANA debe velar por la protección del agua, que incluye la conservación y protección de sus fuentes, de los ecosistemas y de los bienes naturales asociados. Para dicho fin, puede coordinar con las instituciones públicas competentes y los diferentes



usuarios. La ANA a través del Consejo de Cuenca correspondiente, ejerce funciones de vigilancia y fiscalización con el fin de prevenir y combatir los efectos de la contaminación del mar, ríos y lagos

La población puede participar de la protección del agua vigilando que las autoridades cumplan y hagan cumplir las normas establecidas por el gobierno, sembrando nuevos árboles y cuidando los que ya existen, no contaminando el agua con basura, aceites, gasolina y cualquier otro elemento que pueda resultar tóxico como los pesticidas que envenenan el agua.

De esta manera, la ANA impulsa prácticas para un desarrollo sostenible y protección del recurso hídrico a través de:

- Responsabilidad pública: El objetivo de la ANA es que los actores públicos reconozcan el papel de los ecosistemas acuáticos en la biosfera, como Patrimonio de la Humanidad y velen por su cuidado. Se busca un trabajo conjunto entre diversos sectores vinculados al agua para construir una visión global y establecer compromisos multisectoriales. A lo largo del año, la ANA brinda capacitaciones a los tomadores de decisión e involucrados en el manejo del recursos hídrico.
- Mejor gestión de los desequilibrios hidrológicos: La ANA busca priorizar la conservación de los ecosistemas de acuerdo a la realidad climática de cada región. Además, promovemos el desarrollo sostenible de la cuenca en equilibrio con su entorno.
- Valoración de la calidad del agua y prevención: Se considera el agua no solo como un recurso productivo, sino sobre todo en su dimensión eco-social: aspectos económicos, ecológicos, sociales y culturales. En esa perspectiva, buscamos evitar la contaminación a través de la prevención.

Desde el punto de vista ético, el agua es un bien común y tiene tres niveles prioritarios:

- Agua para la vida: Garantizada para las funciones básicas de supervivencia de los seres humanos y demás seres vivos.
- Agua para actividades de interés general: Reservada para funciones de salud y cohesión social, bajo una gestión responsable en conexión con los derechos ciudadanos.
- Agua para el crecimiento económico: Destinada para funciones económicas legítimas, ligadas a actividades productivas e intereses privados, bajo principios de racionalidad económica.
- Estrategias de gestión de la demanda: La ANA promueve sus estrategias basadas en el ahorro y la gestión de la demanda, teniendo en cuenta la conservación de los ecosistemas. Para lograrlo, se busca reconocer los límites de la sostenibilidad de los ecosistemas, rescatar y ponderar experiencias en el marco de una cultura de agua.
- Participación ciudadana: La ANA promueve la participación ciudadana como base para garantizar la transparencia y el intercambio de conocimientos, a fin de estimular y consolidar la gobernanza, la concertación y el diálogo. A través del Ministerio de Educación se ha incluido a la cultura de agua en el currículo escolar, además se desarrollan campañas y estrategias de sensibilización en los medios de comunicación masiva.
- Gestión integrada y nuevas tecnologías: La ANA desarrolla una Gestión Integrada de los Recursos Hídricos (GIRH) que involucra tanto a las aguas superficiales como a las subterráneas e incluye los valores económicos, culturales y ecológicos en el proceso. Asimismo, busca integrar la

tecnología al ciclo natural de las aguas, con el fin de conservar la calidad y recuperar la funcionalidad de los ecosistemas.

## **2.3. Objetivos**

### **2.3.1. Objetivo general**

Conocer el impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del agua en los usuarios de la cuenca de la Junta de Usuarios Huarmey, febrero - mayo 2017.

### **2.3.2. Objetivos específicos**

Analizar las estrategias de comunicación sobre cultura de agua aplicadas en los usuarios de la cuenca Huarmey, febrero - mayo 2017.

Interpretar el comportamiento de los usuarios de la cuenca Huarmey frente a las estrategias de comunicación por la ANA sobre la cultura del agua, febrero - mayo 2017.

Valorar la participación comunitaria como impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del uso del agua, febrero – mayo 2017.

**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Tipo de estudio**

El siguiente estudio se basó en un tipo de investigación básica de enfoque cualitativo.

### **3.2. Diseño de investigación**

El diseño de investigación que se utilizó es el de Teoría fundamentada porque a partir de los datos de campo obtenidos se realizó la categorización y su respectiva fundamentación (Benites y Villanueva, 2015).

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **Población**

Las Comisiones de Usuarios Juan Velasco Alvarado I, Juan Velasco Alvarado II, Cochapeti, Alto Culebras, Malvas, Cori, Huacllan, Mallqui, Bajo Culebras, San Miguel, Huayán, Cotaparaco y Huanchay, las cuales poseen 750 usuarios agrarios y pertenecen a la Junta de Usuarios Huarney.

#### **Muestra**

Está conformada por 195 integrantes pertenecientes a las comisiones de Malvas, Coris y Huayan, comisiones elegidas por ser las más alejadas de Huarney y las que más necesitan los talleres de capacitación.

#### **Muestreo**

No probabilístico - muestreo voluntario.

### **3.4. Técnicas de recolección de datos**

#### **3.4.1. Técnica**

Las técnicas de datos utilizadas para recolectar los datos en la presente investigación fueron la observación, la entrevista en profundidad y análisis de discurso.

### **3.4.2. Instrumento**

Los instrumentos utilizados para el presente estudio son cuestionarios, ficha de observación semiestructurada y ficha de registro.

El cuestionario constó de 8 preguntas y se realizó al responsable del área de capacitación de la ALACH para conocer los cambios que han realizado los usuarios luego de la aplicación de las estrategias. Asimismo para conocer si la comunicación entre los usuarios y la ANA ha mejorado. (Ver anexo N°01)

La ficha de observación se aplicó a los usuarios en los talleres para analizar su reacción frente a las estrategias. Se tuvo en cuenta el interés, la intervención en los talleres y si lograron comprender lo transmitido. (Ver anexo N°02 y N°03)

La ficha de registro evaluó los mensajes de las herramientas utilizadas en las estrategias, si estas sensibilizan, son entendibles y llegan al público. (Ver anexo N°04 y N°05)

### **3.4.3. Triangulación**

No se utilizó un instrumento adicional a los ya programados.

### **3.5. Validación y confiabilidad del instrumento.**

La validación estuvo a cargo del juicio de una experta, la Lic. Esmila Calderón Reyes quién hizo la observación pertinente y acreditó su consistencia de manera formal.

### **3.6. Procedimientos de recolección de datos**

Para la realización de nuestra investigación se envió una solicitud formal a la ANA para tener acceso a sus capacitaciones, se programaron entrevistas con los usuarios participantes en las actividades.

Las investigadoras aplicaron los instrumentos correspondientes en los talleres realizados por la ANA.

Además se contó con la colaboración del encargado de capacitación, técnico de campo Marcos García Salas como gatekeeper.

Las investigadoras estuvieron atentas a cualquier evento de serendipia que pudo aparecer en el proceso del estudio de investigación.

### **3.7. Métodos de investigación**

En la presente investigación se utilizó el método inductivo, pues luego de recopilar los datos y las experiencias se conceptualizó la información utilizando el método inductivo.

### **3.8. Tratamiento de datos recopilados**

Los datos obtenidos de las entrevistas fueron transcritos, las fichas de análisis de discurso y observación fueron archivadas en el presente estudio. Se utilizó una codificación axial porque se hizo un proceso de categorización, que fueron las secuencias de acción y la interacción que existe en las estrategias de comunicación en un tiempo determinado.

### **3.9. Compromiso ético**

En este estudio de investigación se trabajó con citas e información que están mencionadas en la biografía presentada con el formato APA. Se ha respetado el esquema del enfoque cualitativo brindado por esta casa de estudios, así como se garantiza la originalidad del estudio y la fidelidad de los datos obtenidos en campo por los instrumentos aplicados.

La Ley Universitaria N° 23733 en el Art 5 y 6 señala que en las universidades deben buscar y difundir la verdad, la ética pública y profesional, así mismo

promover el desarrollo humano y sostenible en el ámbito local, regional, nacional y mundial; y las investigadoras aplicaron lo dictado por la actual ley.



**CAPÍTULO IV**  
**SISTEMATIZACIÓN OBJETUAL**

## 4.1. Codificación

### OBJ 1.-

#### FORMA

A1: No estimulan la participación de los usuarios

A2: Expositivas

A3: Mensaje informativo

A4: Mensaje con lenguaje técnico

A5: Mensaje ejemplificado

#### FONDO

B1: Mensaje de buenos hábitos del uso del agua

B2: Mensaje de valores

B3: Mensaje de conocimiento

### OBJ 2.-

C1: Nada de cambios

C2: Interés por formalizarse

C3: Desconocimiento del cómo formalizar

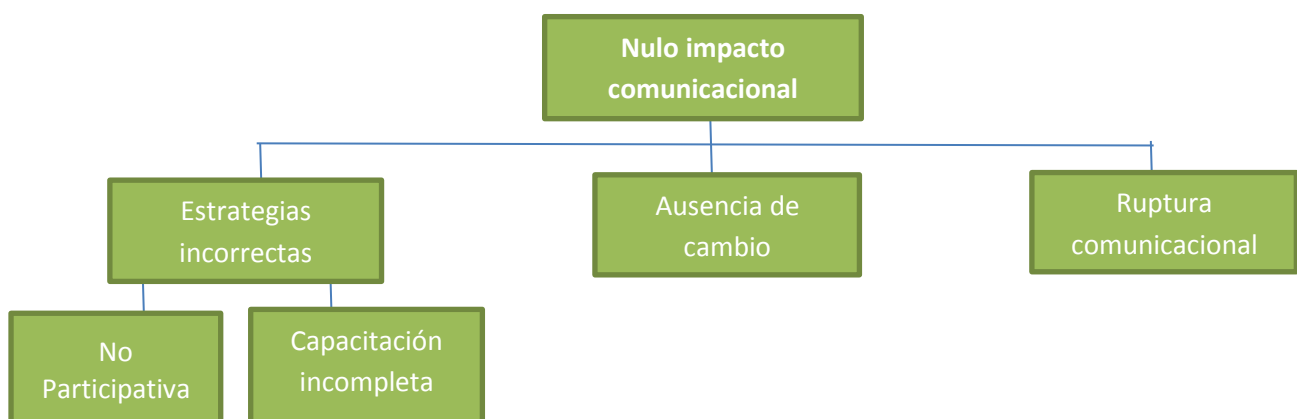
### OBJ 3.-

B4: Usuarios interesados

B5: Usuarios conscientes del problema

B3: Brechas comunicacionales

## 4.2. Categorización



### **4.3. Fundamentación**

#### **Categoría: Nulo impacto comunicacional**

Las estrategias comunicacionales sobre cultura de agua aplicadas por la ANA, mediante sus talleres de capacitación a los comités de la Junta de Usuarios Huarmey, no tuvieron el impacto que esperaban puesto que los usuarios no registraron ningún cambio en sus actividades relacionadas al uso del agua. Esto es debido a la ineficiente capacitación brindada por los técnicos.

Los usuarios sostienen que saben lo que deben hacer, pero no como realizarlo. Debido a esto siguen operando sus comités de usuarios de manera informal, siguen sin un sistema de medición de consumo de agua para que se distribuya correctamente a los terrenos agrícolas, lo que va en contra de una buena cultura de agua.

El impacto es negativo no existe ninguna clase de actividad que dé la iniciativa a un cambio o mejora por parte de los usuarios respecto a la capacitación recibida, las capacitaciones no han tenido un capacitador eficiente que maneje los códigos de los participantes y que se desenvuelva de acuerdo a su público, y sobre todo que conlleve a una participación activa de los usuarios. Esto se debe a que el capacitador no conoce a su público lo suficiente como para saber en qué grado lo están entendiendo.

Las estrategias no son efectivas por que no han sido realizadas de acuerdo al público, no tienen una metodología adecuada, fueron construidas por el hecho de cumplir con una solicitud, sin tener en cuenta aspectos muy importantes como la realidad del campesino para llegar a dicha capacitación, la lengua que se habla, la edad de las personas de la comunidad, los conflictos entre los usuarios, etc.

#### **Subcategoría Estrategias incorrectas**

En los talleres de capacitación que se realizaron por la ANA, se utilizaron técnicas expositivas las cuales no conllevaban la participación de los usuarios, solo los asistentes realizaron preguntas, las cuales tenían que ser respondidas con ejemplos refiriéndose al campo para que se puedan entender. Son las palabras que ellos relacionan con su vida cotidiana las que les permiten entender el mensaje que se les brinda, pero al usar palabras

técnicas los confunden y esto se ve reflejado en la expresión de sus rostros. A eso se le suma que las herramientas como diapositivas, trípticos, e infografías facilitadas a los usuarios también contenían un vocabulario poco entendible para ellos.

El mensaje no llegó a ser entendido completamente porque se utilizaba un lenguaje técnico, el expositor hablaba de leyes, instituciones, reglas que los usuarios no entendían. Lo que más se rescataba en las capacitaciones eran los mensajes de conocimiento que tenían que ver sobre las nuevas leyes y requisitos para la formalización de las comisiones y comités. Se explicaba que está bien y lo que deben hacer, pero no el cómo hacerlo.

Las estrategias comunicacionales aplicadas no tienen una base de investigación puesto que no están elaboradas pensando en la realidad del público.

### **Subcategoría Ausencia de cambio**

En esta subcategoría se refleja lo mencionado anteriormente de cómo realizar lo recomendado en los talleres.

Ha pasado un mes y los usuarios a quienes se les brindó las capacitaciones no han realizado cambio alguno en sus actividades diarias, cuando se les pregunta ¿por qué?, encontramos que no han logrado entender completamente lo que tienen que hacer, solo han captado que es lo correcto, pero no la forma, ni los medios de cómo realizarlos. No siguen los lineamientos de una buena cultura de agua en cuestión de formalización de comités de usuarios.

Las estrategias aplicadas no tienen el impacto que deberían de tener en los usuarios, ya sea por el lenguaje técnico o por el material que se les brinda, esto se puede verificar en la poca participación del público objetivo, cada tríptico, cartilla o afiche que se les entrega no es explicado, los participantes solo los observan, ellos buscan una manera no solo más didáctica sino también con más ejemplos para que se logre realizar cambios.

La consecuencia de que no se ha logrado comprender el mensaje sería que aún existen malas prácticas como el desperdicio del agua, la contaminación de los pozos por parte de los usuarios, la mala distribución del agua y la informalidad que tienen varios comités, entre otros.

### **Subcategoría Ruptura comunicacional**

Los usuarios están interesados por conocer más acerca de lo que deben hacer para que ya no sean comités informales, muchos de ellos son conscientes de los problemas que existen en su comunidad y se interesan por cambiarlos. Existe una predisposición, pero las capacitaciones no logran ser entendidas debido a las barreras comunicacionales existentes entre los usuarios y el capacitador.

La mayoría de los participantes hablan quechua y pocos el castellano, incluso hay usuarios que solo hablan quechua, mientras que el capacitador y el personal que tiene mayor trato con ellos solo hablan castellano; debido a esto, los usuarios no logran comprender la información que se les brinda.

A parte de la diferencia de códigos, se encuentra también la diferencia de conocimientos que tiene cada parte, el expositor y la comunidad. Hay usuarios que no saben escribir ni leer, lo que impide la lectura del material físico brindado, todo tipo de documento y el material virtual como las diapositivas. A pesar que el expositor intenta que lo entiendan no logra su objetivo, puesto que hay cosas que a él le parecen sencillas, pero no a los usuarios.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**

## 5.1. Conclusiones

Las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura de agua no son las adecuadas, puesto que no se ha investigado al público, al contexto ni la realidad de la comunidad como tal. Estas estrategias no tienen ninguna conexión con su público más allá de la necesidad de estar informados.

El comportamiento de los usuarios frente a las estrategias de comunicación por la ANA sobre la cultura del agua ha quedado en una etapa de contemplación, puesto que su participación no ha pasado de un interés y no hubo ningún cambio.

La participación comunitaria ha sido positiva, la comunidad ha participado de los talleres mostrando siempre una actitud de querer aprender, de cambio. Sin embargo, las estrategias de la ANA no son las causantes de esto, sino la necesidad de los usuarios por la información que se les ha brindado.

## 5.2. Recomendaciones

- El Área de capacitación de la ALACH debería realizar los talleres con técnicas participativas donde los usuarios puedan participar de manera activa para que puedan entender mejor el mensaje que se transmite.

Se pueden aplicar las siguientes técnicas en las comunidades:

- Trabajos grupales: Donde la comunidad pueda interactuar y compartir ideas, sus opiniones y alternativas de solución a los conflictos.
- Sociodramas: es una actuación, en la que se utiliza gestos, acciones y palabras. En el sociodrama la comunidad debe representar algún hecho o situación de la vida real, que después se analiza. Esta técnica es útil porque le permite a la comunidad hacer un diagnóstico de sí misma.
- Juego de roles: Esta técnica permite aclarar problemas o situaciones que ocurren al interior del grupo o colectivo. Los miembros de la comunidad "juegan" el papel de otro compañero. Así cada usuario se ve representado a sí mismo y puede visualizar su rol en la comunidad.

- Lluvia de ideas: Esta técnica puede utilizarse para realizar un diagnóstico sobre la comunidad, para conocer lo que se piensa de un tema particular, para que los miembros de la comunidad propongan alternativas de solución a sus propios problemas.
- La Administración Local del Agua Casma-Huarmey debería realizar un diagnóstico comunicacional de cada comunidad a la que vayan a intervenir. En este diagnóstico se debe analizar la realidad de los usuarios para conocer cuáles son sus problemas y conflictos respecto al agua, las características del comportamiento y grado de conocimiento que poseen, conocer los canales de comunicación adecuados para transmitir el mensaje; y lo más importante, hallar los imaginarios sociales de la comunidad para saber cómo elaborar el mensaje central de la estrategia de comunicación.
- La ANA debería de estar al tanto de los avances que tienen los usuarios, si están pidiendo los requisitos, si están formalizando, para que puedan saber en qué están fallando y realizar más talleres de capacitación sobre nuevos temas.
- La Unidad de Recursos Humanos de la ANA debería capacitar y tener personal que hable el mismo código de los usuarios, para que sea más fácil el entendimiento de ambas partes y se puedan desarrollar mejor los talleres de capacitación.
- La Administración Local del Agua Casma Huarmey Oficina Enlace Huarmey debería incorporar un equipo de comunicaciones que se encargue de planificar los eventos de capacitación.

### **5.3. Limitaciones**

En el desarrollo de la investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

#### **Temporales**

- Muchas veces se cruzaban los horarios de las capacitaciones con reuniones que tenía el personal de la ANA lo cual impedía que se siguiera la programación.
- Las capacitaciones programadas para los meses de marzo, abril y mayo se postergaron por las inundaciones en Huarmey.



## **Espaciales**

- Por ser alejado el lugar donde se realizaban los talleres, dificultaba a veces el vehículo de traslado.
- Por el fenómeno del Niño Costero del 14 de marzo, los caminos a las zonas de capacitación quedaron destruidos o no eran lo suficientemente seguros y los talleres programados se postergaron.
- Debido a fenómeno del Niño Costero del 14 de marzo, la oficina de la ALA enlace Huarmey quedó fuera de funcionamiento, pues la zona quedó inundada.

## **Bibliográficas**

- Dificultades para encontrar antecedentes locales para nuestra investigación, ya que el tema no ha sido muy desarrollado en Chimbote.

## **De contacto**

- La falta de personal para que realice los talleres de capacitación.
- Las vacaciones no programadas de nuestro gatekeeper, el Ing. Marcos García Salas.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Autoridad Nacional del Agua (2015). Informe 020-2015 ANA-AAA.HCH-ALA.CHUARMEY/FJCC.

Autoridad Nacional del Agua (2015). Informe 021-2015 ANA-AAA.HCH-ALA.CHUARMEY/FJCC.

Autoridad Nacional del Agua (2015). Informe 019-2015 ANA-AAA.HCH-ALA.CHUARMEY/FJCC.

Autoridad Nacional del Agua (2016). Informe 03-2016-ANA-AAA.HCH-ALA.CHUARMEY/MAGS.

Autoridad Nacional del Agua (2016). Informe 04-2016-ANA-AAA.HCH-ALA.CHUARMEY/MAGS.

Autoridad Nacional del Agua (julio, 2010). *Reglamento de Organización y Funciones de la ANA: Adecuación a la Ley N°29338*. Lima, Perú.

Departamento de Ciencias de la Comunicación y del Centro de Investigaciones en Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Vol. 10) (2000). *Temas y problemas de comunicación*. Recuperado de <http://catedras.fsoc.uba.ar/gpost/material/servaes.pdf>

Geilfus, F. (2009). *80 herramientas para el desarrollo participativo*. San José-Costa Rica. Publicado por IICA.

Hofstandt, C. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación*. España. Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Ministerio de Cultura (2015). *Dialogo Intercultural: Pautas para un mejor dialogo en contextos de diversidad cultural*. Recuperado de <http://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/DIALOGO%20INTERCULTURAL%20-%20A5.pdf>

Mowlana, H. y Wilson, L. (1987). *Comunicación y desarrollo: Una evaluación global*. Recuperado de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/hegoa/article/view/10824/10118>

Oporto, M. (2009). *El Diagnóstico Participativo: Una propuesta para el mejoramiento de las prácticas institucionales*. Buenos Aires-Argentina.

Rizo, M. (2012). *Imaginarios sobre la comunicación. Algunas certezas y muchas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy*. Recuperado de: [http://incom.uab.cat/download/eBook\\_2\\_InComUAB\\_MRizo.pdf](http://incom.uab.cat/download/eBook_2_InComUAB_MRizo.pdf)

Rogers, E.M. (1986). *Tecnología de la comunicación*. Recuperado de <http://catedras.fsoc.uba.ar/gpost/material/servaes.pdf>

Servaes, J. (1999). *Comunicación para el desarrollo: Un mundo, múltiples culturas*. Recuperado de <http://catedras.fsoc.uba.ar/gpost/material/servaes.pdf>

Servaes, J. (2003). *Enfoques de la Comunicación para el Desarrollo*. Recuperado de <http://catedras.fsoc.uba.ar/gpost/material/servaes.pdf>

Solano, D. (2010). *Estrategias de Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible*. Santiago-Chile. Publicado por Unesco.

Taller Sensibilización en Gestión Integral del Agua Para Riego en el Marco del PP042 “Aprovechamiento de los Recursos Hídricos para Uso Agrario” (Informe N° 03 - 2016-ANA-AAA.HCH-ALA.CHUARMEY). Casma.

Vargas, R. (2006). *La cultura del agua: Lecciones de la América indígena*. Montevideo, Uruguay. Publicado por Unesco (PHI-LAC).

Zayas, P. (2011). *La comunicación interpersonal*. España. Editorial Academia Española.

# **ANEXOS**

**ANEXO N° 01**

UNS  
E.A.P. Comunicación Social

N° \_\_\_\_\_

**“ENTREVISTA A LA ADMINISTRACIÓN LOCAL DEL AGUA CASMA  
HUARMEY SOBRE LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA DE LOS USUARIOS”**

Entrevistador: .....

Fecha: ..... Lugar: .....

Hora de inicio: ..... Hora de término: .....

Saludo y presentación

Ítems:

1. ¿Ha mejorado la comunicación entre la ANA y los usuarios de las comisiones de Malvas, Huayán y Coris?
2. Después de las actividades realizadas ¿los usuarios se comunican con ustedes?
3. ¿Cuáles son los motivos mayormente?
4. Después de las capacitaciones ¿la comunicación entre ustedes y los usuarios ha aumentado?
5. ¿Los usuarios piden participar de las actividades que ustedes realizan?
6. ¿Cuáles son las dificultades comunicativas que se presentan con estas comisiones?
7. ¿El personal del área encargada de atender las inquietudes de la comunidad está capacitada para tal labor? ¿De qué manera?

Agradecimiento y despedida.

**ANEXO N° 02**

UNS

E.A.P. Comunicación Social

N° \_\_\_\_\_

**Ficha de observación**

**Impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del uso del agua en la Junta de Usuarios Huarmey**

Observador:.....

Fecha de registro: ..... Hora: .....

Área:.....

Respecto a la aplicación de los conocimientos brindados en los talleres

.....  
.....  
.....

Respecto a cambios que ha realizado en sus actividades

.....  
.....  
.....

Respecto a interacción entre los usuarios

.....  
.....  
.....

Respecto a iniciativas de los usuarios sobre cultura del agua

.....  
.....  
.....

Observación adicional:

.....  
.....  
.....

UNS

E.A.P. Comunicación Social

N° \_\_\_\_\_

**Ficha de observación**

**Impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del uso del agua en la Junta de Usuarios Huarmey**

Observador: .....

Fecha de registro: ..... Hora: .....

Área: .....

Respecto al interés de los usuarios:

.....  
.....  
.....

Respecto a las intervenciones de los usuarios:

.....  
.....  
.....

Respecto a la comprensión de los usuarios:

.....  
.....  
.....

Respecto a las reacciones de los usuarios:

.....  
.....  
.....

Respecto a la interacción entre los usuarios:

.....  
.....  
.....

Observación adicional:

.....  
.....  
.....

**ANEXO N°04**

UNS

E.A.P. Comunicación Social

N° \_\_\_\_\_

**Registro del Impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del uso del agua en la Junta de Usuarios Huarmey**

Registrador: .....

Fecha de registro: ..... Hora: .....

Área: .....

URL: .....

Mensaje con un lenguaje entendible

.....  
.....  
.....

Mensajes con un lenguaje técnico

.....  
.....  
.....

Mensajes son comprendidos por los usuarios

.....  
.....  
.....

Mensajes de valoración del agua como elemento fundamental de la vida

.....  
.....  
.....

Mensajes promueven las buenas prácticas y hábitos sobre uso agrario o doméstico del agua

.....  
.....  
.....



**ANEXO N°05**

UNS

E.A.P. Comunicación Social

N° \_\_\_\_\_

**Registro del Impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del uso del agua en la Junta de Usuarios Huarmey**

Registrador: .....

Fecha de registro: ..... Hora: .....

Área: .....

URL: .....

Estrategias de comunicación sensibilizan

.....  
.....  
.....

Estrategias de comunicación transmiten el mensaje correcto

.....  
.....  
.....

Estrategias de comunicación son entendibles por los usuarios

.....  
.....  
.....

Estrategias de comunicación son participativas

.....  
.....  
.....

Estrategias de comunicación son solo informativas

.....  
.....  
.....

**ANEXO N° 06: FOTOS TALLER DE CAPACITACIÓN “DERECHOS DE USO DE AGUA Y ADECUACIÓN A LA LEY N°30175”**

**COMISIÓN DE USUARIOS DE MALVAS- C.P. DE SAN MIGUEL**



FOTO 01: Taller de capacitación de Malvas



FOTO 02: Entrega de materiales a los usuarios.



FOTO 03: Usuarios esperando el inicio de la capacitación.



FOTO 04: Capacitador Marcos García y usuarios participantes del taller.



**ANEXO N° 07: FOTOS TALLER DE CAPACITACIÓN “DERECHOS DE USO DE AGUA Y FORMALIZACIÓN DEL USO DE AGUA MEDIANTE LICENCIAS”**

**COMISIÓN DE USUARIOS DE HUAYAN- C.P. DE HUAYAN**



FOTO 01: Inicio de la capacitación sobre Derechos del Uso del Agua.



FOTO 02: Usuarios del Centro Poblado de Huayan.



FOTO 03: Comisión de Usuarios de Huayán en el taller de capacitación realizado por la ALA Casma- Huarmey.



FOTO 04: Personal capacitador de la Administración del Agua Casma- Huarmey.



## ANEXO N° 08: FOTOS TALLER DE CAPACITACIÓN “DERECHOS DE USO DE AGUA Y CULTURA DE AGUA”

### COMISIÓN DE USUARIOS DE MALVAS - C.P. DE ERAJIRCA



FOTO 01: Usuarios revisando el material informativo brindado por la ANA



FOTO 02: Ing. Marco García entregando materiales de capacitación a los participantes.



FOTO 03: Capacitación usuarios de la comisión de Malvas



FOTO 04: Tesista Mayrellin Flores aplicando los instrumentos de recolección de datos.



**ANEXO N° 09: FOTOS TALLER DE CAPACITACIÓN “DERECHOS DE USO DE AGUA Y ADECUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIOS DE AGUA”**

**COMISIÓN DE USUARIOS DE CORIS - C.P. DE SAN AGUSTÍN DE ALMIZCLE**



FOTO 01: Usuarios de la Comisión de Coris



FOTO 02: Entrega de materiales para tomar nota.



FOTO 03: Marcos García, capacitador de la Administración del Agua Casma- Huarmey



FOTO 04: Inicio del taller de capacitación.



**ANEXO N° 10: FOTOS TALLER DE CAPACITACIÓN “FORMALIZACIÓN DE USO DE AGUA MEDIANTE LICENCIAS Y ADECUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIOS DE AGUA”**

**COMISIÓN DE USUARIOS DE CORIS - C.P. DE MARRQUI BAJO**



FOTO 01: Entrega de materiales a usuarios de Coris.



FOTO 02: Inicio del taller de capacitación.



FOTO 03: Taller de capacitación sobre formalización del uso del agua.



FOTO 04: Participantes dando a conocer la problemática de su comunidad.



**ANEXO N° 11: FOTOS TALLER DE CAPACITACIÓN “CULTURA DE AGUA Y ADECUACIÓN A LA LEY N° 30175 DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIO”**

**COMISIÓN DE USUARIOS DE CORIS - C.P. DE SAN AGUSTÍN DE ALMIZCLE**



FOTO 01: Taller de capacitación sobre Cultura del Agua



FOTO 02: Usuarios de la Comisión de Coris expresando su problemática.



FOTO 03: Tesista Fiorella Puelles aplicando los instrumentos de recolección de datos.



FOTO 04: Taller de capacitación sobre Cultura del Agua



## ANEXO N° 12 TESISTAS APLICANDO LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS



FOTO 01: Tesista Fiorella Puelles aplicando el instrumento de observación en el Centro Poblado de Almizcle.



FOTO 02: Tesista Mayrellin Flores aplicando los instrumentos de recolección de datos con los usuarios de agua.



FOTO 03: Tesista Fiorella Puelles aplicando el instrumento ficha de observación.



FOTO 04: Tesista Mayrellin Flores aplicando el instrumento de ficha de observación.





FOTO 01: Tuberías en malas condiciones, desperdicio de agua.



FOTO 02: Filtraciones de agua que afectan las chacras de los usuarios.



FOTO 03: Tuberías de agua potable de las Chacras de los usuarios.



FOTO 04: Tesista Mayrellin Fernández aplicando una entrevista al encargado del área de capacitación de la ALA Casma Huaramey.

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Formulación	Objetivos	Tipo de estudio	Diseño	Objeto de estudio	Técnica e Instrumento
Impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del uso del agua en la Junta de Usuarios Huarmey, febrero - mayo 2017	¿Cuál es el impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del agua en los usuarios de la cuenca de la Junta de Usuarios Huarmey, febrero - mayo 2017?	<p><b>Objetivo general</b> Conocer el impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del agua en los usuarios de la cuenca de la Junta de Usuarios Huarmey, febrero - mayo 2017.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar las estrategias de comunicación sobre cultura de agua aplicadas en los usuarios de la cuenca Huarmey, febrero - mayo 2017.</li> <li>• Interpretar el comportamiento de los usuarios de la cuenca Huarmey frente a las estrategias de comunicación por la ANA sobre la cultura del agua, febrero - mayo 2017.</li> <li>• Valorar la participación comunitaria como impacto de las estrategias de comunicación de la ANA en la construcción de la cultura del uso del agua, febrero - mayo 2017.</li> </ul>	El siguiente estudio se basa en un tipo de investigación básica de enfoque cualitativo.	El diseño de investigación que se utilizará es el de Teoría fundamentada porque a partir de los datos de campo obtenidos se hará la categorización y su respectiva fundamentación	El objeto de estudio son las estrategias de comunicación aplicadas en la construcción de la cultura del uso del agua en los usuarios de Huarmey.	Las técnicas de datos utilizadas para recolectar los datos en la presente investigación serán la observación, la entrevista en profundidad y análisis de discurso. Los instrumentos utilizados para el presente estudio son cuestionarios, ficha de observación semiestructurada y ficha de registro.

## ANEXO 14

### REPORTE DE PROCEDIMIENTOS Y ACTIVIDADES

- Los datos utilizados en el presente informe fueron obtenidos por las investigadoras en los talleres de capacitación realizados por la ANA. Los instrumentos aplicados fueron fichas de observación, ficha de registro y entrevistas.
- La entrevista fue aplicada al Ing. Marcos García Salas, responsable de la oficina de enlace ALACH Huarmey, quien manifestó que la comunicación y la interacción con los usuarios han aumentado debido a los talleres aplicados.
- La ficha de observación se aplicó a los participantes de los talleres y al capacitador para analizar su comportamiento, sus reacciones y su participación durante la capacitación.
- Así mismo, se aplicó una ficha de observación para conocer qué cambios se había dado en el lugar después de las capacitaciones realizadas. Se coordinó con Rubén Nolasco Chávez Albornoz, presidente de la Comisión de Usuarios de Coris; Largio Bello Bohárquez, presidente de la Comisión de Usuarios de Huayán; y Maximo Quito Maguiña, presidente de la Comisión de Usuarios de Malvas.

1. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y ADECUACIÓN A LA LEY N°30175”.

Fecha: 23 de Junio de 2017

Lugar: Centro Poblado San Miguel – Comisión de Usuarios Malvas

2. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y FORMALIZACIÓN DEL USO DE AGUA MEDIANTE LICENCIAS”

Fecha: 5 de Julio de 2017

Lugar: Centro Poblado Huayán – Comisión de Usuarios Huayán

3. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y CULTURA DE AGUA”.

Fecha: 13 de Julio de 2017

Lugar: Centro Poblado de Erajirca – Comisión de Usuarios Malvas

4. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y ADECUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIOS DE AGUA”

Fecha: 9 de Agosto de 2017

Lugar: Centro Poblado San Agustín de Almizcle – Comisión de Usuarios Coris

5. Taller: “FORMALIZACIÓN DE USO DE AGUA MEDIANTE LICENCIAS Y ADECUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIOS DE AGUA”

Fecha: 23 de Agosto de 2017

Lugar: Centro Poblado de Marrqui Bajo – Comisión de Usuarios Coris

6. Taller: “CULTURA DE AGUA Y ADECUACIÓN A LA LEY N° 30175 DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIO”

Fecha: 13 de Septiembre de 2017

Lugar: Centro Poblado San Agustín de Almizcle – Comisión de Usuarios Coris

## **ANEXO 15**

**Adjuntamos copias de instrumentos de recolección de datos y asistencia de los talleres realizados.**

### **Instrumentos de los talleres (fichas de observación y fichas de registro)**

1. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y ADECUACIÓN A LA LEY N°30175”.

Fecha: 23 de Junio de 2017

Lugar: Centro Poblado San Miguel – Comisión de Usuarios Malvas

2. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y ADECUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIOS DE AGUA”

Fecha: 9 de Agosto de 2017

Lugar: Centro Poblado San Agustín de Almizcle – Comisión de Usuarios Coris

### **Asistencias de los talleres**

1. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y ADECUACIÓN A LA LEY N°30175”.

Fecha: 23 de Junio de 2017

Lugar: Centro Poblado San Miguel – Comisión de Usuarios Malvas

2. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y FORMALIZACIÓN DEL USO DE AGUA MEDIANTE LICENCIAS”

Fecha: 5 de Julio de 2017

Lugar: Centro Poblado Huayán – Comisión de Usuarios Huayán

3. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y CULTURA DE AGUA”.

Fecha: 13 de Julio de 2017

Lugar: Centro Poblado de Erajirca – Comisión de Usuarios Malvas

4. Taller: “DERECHOS DE USO DE AGUA Y ADECUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIOS DE AGUA”

Fecha: 9 de Agosto de 2017

Lugar: Centro Poblado San Agustín de Almizcle – Comisión de Usuarios Coris

5. Taller: “FORMALIZACIÓN DE USO DE AGUA MEDIANTE LICENCIAS Y ADECUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIOS DE AGUA”

Fecha: 23 de Agosto de 2017

Lugar: Centro Poblado de Marrqui Bajo – Comisión de Usuarios Coris

6. Taller: “CULTURA DE AGUA Y ADECUACIÓN A LA LEY N° 30175 DE LAS ORGANIZACIONES DE USUARIO”

Fecha: 13 de Septiembre de 2017

Lugar: Centro Poblado San Agustín de Almizcle – Comisión de Usuarios Coris

## ANEXO 16

UNS

E.A.P. Comunicación Social

N° 1

### **“ENTREVISTA A LA ADMINISTRACIÓN LOCAL DEL AGUA CASMA HUARMEY SOBRE LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA DE LOS USUARIOS”**

Entrevistador: Mayrellin Katherine Emely Flores Fernández

Fecha: 15 de septiembre      Lugar: Oficina de la ALACH- Huarney

Hora de inicio: 10:30 am.      Hora de término: 10:40 am

Saludo y presentación

Ítems:

1. ¿Ha mejorado la comunicación entre la ANA y los usuarios de las comisiones de Malvas, Huayán y Coris?

Los usuarios han venido captando en el trayecto de los talleres que se han ido desarrollando en cada uno de los lugares, por cuanto esperamos que empiecen su formalización respectiva y la adquisición de sus respectivas licencias. Yo creo que sí hay mejora, sobre todo porque llaman a pedir más capacitaciones.

2. Después de las actividades realizadas ¿los usuarios se comunican con ustedes?

Los usuarios llegan constantemente a la oficina y también se comunican al teléfono de la oficina de enlace a fin de pedir requisitos de permiso, de licencias, adecuaciones a las organizaciones de usuarios, etc.

3. ¿Cuáles son los motivos mayormente?

Muchas veces tienen varias dificultades porque hay conflictos en los operadores hidráulicos mejor dicho las juntas y comisiones de usuarios, y siempre tratamos de mantener comunicación por el celular a fin de solucionar los problemas, pero con las zonas más alejadas es más difícil siempre.



4. Después de las capacitaciones ¿la comunicación entre ustedes y los usuarios ha aumentado?

Si, sobre todo con el área técnica para poder absolver algunas inquietudes respecto a cómo tramitar sus expedientes sobre los requisitos que pide el TUPA

5. ¿Los usuarios piden participar de las actividades que ustedes realizan?

Constantemente participan a través de sus preguntas y a través de sus experiencias como agricultores y usuarios regantes. Además, hacemos socio gramas, hacemos trabajo de campo como una sistematización de riego o visitamos campos demostrativos de parcelas de riego con el fin de ver lo que es cultura del agua también por el cuidado del agua principalmente.

6. ¿Cuáles son las dificultades comunicativas que se presentan con estas comisiones?

Una de las dificultades que tenemos que hay comisiones que están muy alejadas en la parte alta de la serranía de Huarmey y otros que están en la parte de Huaraz en la parte de Recuay y que están muy distantes a la provincia que es Huarmey, aparte la accesibilidad con la movilidad, esto es principalmente que aquí en la oficina de enlace solo tenemos motocicletas con las cuales tratamos de llegar hasta las comisiones.

7. ¿El personal del área encargada de atender las inquietudes de la comunidad está capacitada para tal labor? ¿De qué manera?

Desde luego que está capacitado, hay profesionales capacitados en lo que es recursos hídricos, lo que es capacitación social y en lo que es calidad de agua, constantemente salen dispositivos para que nos capaciten y tratamos de hacer una réplica hacia los usuarios. Esto nos permite poder resolver las inquietudes que tengan los usuarios.

Agradecimiento y despedida.