



# COMMUNICATION STRATEGY AND COMMUNICATION PLANS TO PROMOTE CITIZEN ACCESS TO PUBLIC INFORMATION, AND MORE EFFECTIVE CITIZEN PARTICIPATION AND OVERSIGHT

SEPTEMBER 2013

This publication was produced for review by the United States Agency for International Development. It was prepared by Tetra Tech.

This publication was produced for review by the United States Agency for International Development by Tetra Tech, through Peru ProDecentralization Program (Decentralization and Local Governance Program), Contract No. AID-527-C-12-00002.

**Tetra Tech Contacts:**

Jessica Britt, Project Manager

Thomas Reilly, Senior Technical Advisor / Manager

Violeta Bermudez, Chief of Party

Tetra Tech ARD Home Office Address: 159 Bank Street, Suite 300  
Burlington, VT 05401  
Tel: (802) 495-0282  
Fax: (802) 658-4247

# COMMUNICATION STRATEGY AND COMMUNICATION PLANS TO PROMOTE CITIZEN ACCESS TO PUBLIC INFORMATION, AND MORE EFFECTIVE CITIZEN PARTICIPATION AND OVERSIGHT

SEPTEMBER 2013

## **DISCLAIMER**

The author's views expressed in this publication do not necessarily reflect the views of the United States Agency for International Development or the United States Government.

# COMMUNICATION STRATEGY TO PROMOTE CITIZEN ACCESS TO PUBLIC INFORMATION, AND MORE EFFECTIVE CITIZEN PARTICIPATION AND OVERSIGHT

## CONTENIDO

EXECUTIVE SUMMARY .....	5
JUSTIFICACIÓN .....	8
1. CONTEXTO AMAZONICO Y ENFOQUE GEOGRÁFICO DE USAID .....	10
2. RETOS .....	11
3. OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN .....	11
4. ENFOQUES TRANSVERSALES.....	12
5. MATRIZ DE UNA ESTRATEGIA MULTI-FUNCIONAL.....	13
6. MENSAJE CLAVE.....	13
7. EJES COMUNICACIONALES.....	14
8. TACTICAS.....	15
9. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN.....	18
10. PAUTAS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA .....	24
11. LINEAMIENTOS DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA .....	25
ANEXOS :	
1: Matriz de estrategia multifuncional	
2: Matriz ilustrativa de escalamiento de mensajes	
3: Matriz de implementación consolidada	
4: Materiales y entrevistas para consultoría	
5: Matrices por departamento	

# EXECUTIVE SUMMARY OF THE COMMUNICATIONS STRATEGY OF USAID’S PRO DECENTRALIZATION PROGRAM

## INTRODUCTION:

Communications is an essential component of the Pro Decentralization Program and is aimed at advancing its programmatic objectives. Communications-wise, these objectives have been labeled as: **policy**, **management** and **participation** and correspond to the three main tasks of the program. Programmatic objectives constitute the backbone of all communications interventions which at the same time are backed by a three-prong approach materialized in three tactics: on-line, off-line and mass media. These tactics complement each other in a multi-tasking strategy through activities that may combine these three tactics simultaneously or consecutively. This multi-tasking approach is intertwined with two other tactics: knowledge management and message escalation.

## Goal:

Strengthen the program’s activities through a knowledge management and communications crosscutting approach lead by Decentralized Management Groups (GGD in Spanish) and with the participation of local authorities (at different levels) and grass root organizations to facilitate, trigger and promote processes aimed at a better management of prioritized public services.

## Objectives:

1. Influence the **perception** of decentralized prioritized services in targeted regions to enhance a better **management** of these services through increased **participation** of key actors that will advocate for **policy** design.
  - a. Unleash a media buzz that will resonate in the decision making and policy design spheres related to three prioritized sectors: health, education and environment. (**policy**)
  - b. Identify, promote and help replicate knowledge management activities integrating the bottom-up and top-down approaches. (**management**)
  - c. Identify and promote local leadership in communications issues. (**participation**)

**Challenges:** communications interventions are designed to help address programmatic challenges.

PROGRAMMATIC	COMMUNICATIONS
▪ Coordination	▪ Strengthening of identified networks
▪ Consensus building	▪ Dissemination of compelling experiences
▪ Local empowerment/institutionalization	▪ Enhancing alliances with local potential leaders
▪ Continuity and political will	▪ Media buzz (on-line/off-line/mass media)for advocacy on policy issues

## Communications elements:

1. **Messages:** content should be generated in a participatory fashion by members of the GGD under the premise that “decentralization works”.
  - a. How to generate content
    - I. **Success stories:** are compelling stories related to prioritized services that show how improved management is impacting positively in local populations. These should resonate in local actors through standardized messaging. The narrative should follow a before and after scheme with emphasis on social impact (the change).
    - II. **Slogans:** these are compelling sound bites produced by GGDs during PMCS workshops and will work as the information input for messaging design.
2. **Messengers:** under the principle that everybody communicates, local actors with “natural” communications skills will be identified. In addition:
  - a. **Mass media:** local media as active members of the GGDs will engage in communications activities related to the dissemination of information.
  - b. **Communications and PR staff at governmental institutions:** the participation of this staff in the GGD will facilitate the ownership of communications efforts by local governments.
  - c. **Local authorities:** local authorities will be the main spokespersons. Slogans and messages produced by GGD will constitute ammunition for their public speaking.
3. **Target citizens:** in a traditional communications approach these would be considered “audiences”, under a multi-tasking and knowledge management approach, the strategy envision them as “prosumers” (content producers and consumers).
  - a. **Primary target citizens:**
    - I. Institutional counterparts with a key role in decentralization issues such as: ANGR, CIAM, AMPE, REMURPE, etc. their main involvement will be through the virtual platform in order to enhance their consolidation as a “community of interest”.
    - II. Public sector counterparts in regional and local governments. As stated before, they will be the main spokespersons, thus, their communications skills and resources will be strengthened.
  - b. **Secondary target citizens:** clients of prioritized public services organized under grass root organizations. They are the linchpin between GGDs and the population and are the engines in the communications dynamics that will facilitate the integration of the bottom-down/top-down approaches.

## **Tactics:**

1. Integration of on-line, off-line and mass media actions: virtual platform, social media, and ICT will enhance program activities and will seek to attract media coverage (in an escalating fashion, by generating trending topics based on local issues and to be picked up by journalists active in twitter).
2. Escalation of messages: this multi-tasking approach will trigger a buzz that will help escalate messages to the political spheres. Consistency in messaging is a must. Institutional participation by primarily target citizens is key in providing legitimacy to messaging.
3. Knowledge Management (virtual platform): the virtual platform will be the main tool for KM and will seek to consolidate a community of interest around decentralization issues in general and target services management in particular. The aim is that this platform will be managed by primarily target citizens (or their designees) with the active participation of secondarily target citizens.

## **Roles and responsibilities (strategy implementation):**

- GGDs are the backbone in the implementation of the strategy.
- The guiding principle is that everyone communicates. Standardized messaging is vital to this aim. An elevator pitch has been developed to help program staff present the program. Slogans should be the main input to develop ad hoc messages.
- Communications capacities will be strengthened in natural leaders identified since the early stages of the program. Their main tasks will be to design messages, build up success stories by documenting (photographs, video, testimonies, etc.) the progress in the process of quality improvement.
- Local authorities committed to the improvement of target services will be the main spokespersons of the program.
- Guidance for communications local implementation plans have been developed for GGDs to work together with communications staff in regional and local governments.
- A communications implementation matrix has been developed considering three key moments: starting point, sustained efforts and close out activities. Illustrative activities have been described for each moment indicating expected results, results indicators and responsibilities in the implementation of each activity.

## **Monitoring and evaluation:**

As indicated before the implementation matrix lists expected results as well as results indicators. Some of the qualitative indicators are: TT generated; quality of content generated in social media and virtual platform; public opinion trends related to decentralization and prioritized services issues; relevant issues picked by policy makers; messages, slogans and sound bites present in local authorities speeches; prioritized services issues owned by grass roots organizations, etc. Some of the quantitative indicators are: number of GGDs with communications roles as part of their regular responsibilities; number of GGDs with fully fleshed communications plans; number of RG and LG communications offices participating actively in GGDs; number of communications activities jointly produced; number of stories picked by the local media; number of stories that make it through the national media; number of local leaders whose communications skills are strengthened as a result of this strategy.

# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA PRODESCENTRALIZACIÓN DE USAID

## JUSTIFICACION

La comunicación se ha constituido en componente fundamental de cualquier intervención en desarrollo. Esta no es ajena al trabajo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), que como agencia líder en desarrollo, tiene una presencia en el Perú desde hace más de 50 años. A lo largo de este tiempo, USAID ha venido trabajando de la mano del pueblo y del gobierno del Perú en diversos sectores donde el cambio se ha hecho evidente. La comunicación ha ayudado en el proceso de visibilizar estos logros compartidos. Más aún, en la medida que existen una serie de experiencias que se han convertido en modelos, la comunicación para el desarrollo ha ayudado a que dichos modelos sean “apropiados” por las diversas instancias locales. Algunos de estos modelos incluso han devenido en políticas nacionales<sup>1</sup>. En estos casos, la evidencia señala que una adecuada comunicación ha servido no solo para sistematizar experiencias exitosas, hacer abogacía para elevarlas a los centros de toma de decisiones donde se diseñan las políticas, sino también para regresar esas buenas prácticas a la población misma para su empoderamiento y la sostenibilidad de las experiencias.

En suma, USAID ha apostado por la comunicación como una forma de dar consistencia a su legado y preparar la transferencia de modelos, procesos y sistemas, acorde a las políticas de *procurement reform* (reformas en la forma de relacionarse con sus socios locales para su fortalecimiento institucional).

Uno de los procesos que USAID viene apoyando decididamente desde hace 10 años es la descentralización. Al ser este un proceso complejo y multi-dimensional, a la fecha se puede dar cuenta de una serie de avances, aunque, persisten los retos y el camino por andar aún se sigue construyendo.

En este camino, el Programa ProDescentralización de USAID ha realizado un trabajo importante en apoyo de las contrapartes del gobierno peruano –en sus diferentes niveles-, promoviendo la participación de las poblaciones participantes en los gobiernos regionales y locales identificados como socios, y en alianza con otras agencias de la cooperación internacional.

Sin embargo, uno de los principales retos que persiste está en relación a la percepción que la ciudadanía tiene sobre la calidad de los servicios que a nivel descentralizado brinda el Estado, en el caso del programa, los servicios identificados se encuentran en los sectores de educación, salud y ambiente.

El programa a través de sus tres líneas estratégicas, como las llamaremos desde la comunicación: **política, gestión y participación**, busca como objetivo marco, contribuir a la mejora de la calidad de estos servicios en beneficio de las poblaciones más excluidas en las regiones identificadas (Amazonas, San Martín, Loreto, Madre de Dios y Ucayali).

---

<sup>1</sup> Uno de los modelos promovidos por USAID a lo largo de su trabajo en el Perú por más de 50 años es el adoptado por la Estrategia Nacional CRECER de lucha contra la desnutrición infantil. Esta es una estrategia de seguridad alimentaria basada en el trabajo del Programa Título II (Alimentos para el Desarrollo) convertida en política de Estado.

Para ello, ProDescentralización apoya la profundización del proceso de descentralización y aplica estrategias innovadoras que permitan incidir en la mejora de este proceso, desde la práctica hacia la política. Es decir, impulsa políticas públicas o su perfeccionamiento a partir de las experiencias y modelos exitosos que responden adecuadamente a las necesidades de la población.

En ese sentido, las tres líneas de trabajo de ProDescentralización buscan:

- ✓ Mejorar el marco político normativo (**Política**): contribuyendo en la formulación de políticas y reformas e impulsando una normatividad que ayude a su cumplimiento y promoviendo el diálogo político entre los diversos niveles de gobierno.
- ✓ Apoyar a los gobiernos sub-nacionales para gestiones más eficaces (**Gestión**): fortaleciendo capacidades institucionales, mejorando la aplicación de las políticas y de los sistemas y promoviendo la integración inter-sectorial y la articulación de nivel central con los gobiernos sub-nacionales.
- ✓ Mejorar los mecanismos de transparencia y participación ciudadana (**Participación**): contribuyendo a una mejor vigilancia e involucramiento de la ciudadana en la toma de decisiones y apoyando a instancias de base como los comités de vigilancia ciudadana.

Al iniciarse la tercera etapa de ProDescentralización, se ha considerado a la comunicación como una herramienta fundamental en apoyo a las líneas de trabajo del programa. Así, la estrategia de comunicación se basa en una visión de gestión del conocimiento, tanto del adquirido por el propio programa en sus versiones anteriores, como del existente en las diversas instancias con las que interactúa, para: 1. Consolidar los logros del programa; 2. Sistematizar experiencias exitosas para su difusión, replicabilidad y posible aplicación en escala mayor, buscando la sostenibilidad 3. Facilitar y dinamizar los procesos de coordinación y flujo de información de los diferentes agentes participantes 4. Lograr el compromiso político a partir de la demanda de una ciudadanía que participa activamente a través de diversos mecanismos y canales de comunicación.

Una estrategia de comunicación basada en la gestión del conocimiento permitirá a los mismos actores locales diseñar tácticas y llevar a cabo actividades relevantes a su realidad y necesidades identificadas. Se parte de la premisa de que si bien esta estrategia brinda los lineamientos generales para el trabajo comunicacional, cada espacio identificado, como los Grupos de Gestión Descentralizada (GGD), los gobiernos regionales, locales y las instituciones de la sociedad civil, deberán trabajar de manera ad hoc a su realidad y a las prioridades identificadas en la mejora de determinado servicio. Por poner un ejemplo, en el GGD de Madre de Dios el servicio priorizado es la gestión de residuos sólidos. Preliminarmente, el modelo de gestión a aplicarse consiste en una pirámide de ancha base en la que el peso de la gestión recae en la movilización de las organizaciones sociales de base y en primera instancia en los mismos hogares. En este sentido, la estrategia de comunicación deberá privilegiar la movilización social y la comunicación interpersonal como tácticas más efectivas.

Con este enfoque, el rol de los Grupos de Gestión Descentralizada (GGD) es fundamental. En tal sentido, la visión comunicacional en el trabajo con los GGD debe reforzarse, desde

la aplicación inicial de la metodología del programa y a lo largo de toda su implementación. Existen espacios donde el aporte de la comunicación es obvio, como por ejemplo en el diseño y creación de los lemas. Sin embargo, la comunicación debe estar presente no sólo en acciones tan explícitas, sino a lo largo de la aplicación de toda la metodología del programa. (Ver sección del rol de los GGD en la ejecución de la estrategia).

De considerarse a la comunicación como una herramienta presente de manera transversal en la implementación del programa, ésta puede además cumplir con el propósito de moldear las percepciones y auto-percepciones que tanto los ofertantes como los demandantes de los servicios tienen en relación a los mismos y a su rol frente a ellos.

Es decir, la presente estrategia plantea un abordaje desde la gestión del conocimiento, que debe estar presente en todas las actividades del programa, para así lograr también que la comunicación opere en el ámbito del cambio de percepciones y de comportamientos o prácticas institucionales.

La presente estrategia entonces, no pretende limitarse a una mera declaración de principios, si no que busca ser un auténtico instrumento de gestión que potencie los alcances programáticos a través de una serie de tácticas que puedan ser implementadas de manera práctica.

## I. CONTEXTO AMAZÓNICO Y ENFOQUE GEOGRÁFICO DE USAID

El Programa ProDescentralización se implementa en los cinco departamentos amazónicos: San Martín, Ucayali, Loreto, Madre de Dios y Amazonas. Los retos que enfrenta el proceso de descentralización se ven exacerbados en estas regiones, debido a condiciones geográficas, de aislamiento; políticas, de gobernabilidad (actividades ilícitas y corrupción) y frágil institucionalidad democrática, etc.

Asimismo, históricamente, el trabajo de USAID en cada una de estas regiones ha sido heterogéneo. Así por ejemplo, más de diez años de presencia de la cooperación internacional de los EEUU en la región San Martín, han llevado a la formación del conocido “Modelo San Martín”. De él, se desprenden una serie de lecciones aprendidas y sobre todo, el fortalecimiento de una institucionalidad democrática regional basada en el trabajo con autoridades del nivel regional (Gobierno Regional), asociaciones de municipalidades (AMRESAM), gobiernos locales tanto provinciales como distritales, mereciendo especial mención el trabajo a nivel de comunidades y asociaciones de productores.

Es en esta región donde USAID concentró sus esfuerzos durante la última década, a través de una estrategia integral que incluye programas de salud, educación, ambiente, democracia, desarrollo económico, en soporte del desarrollo alternativo promovido por el gobierno del Perú a través de DEVIDA. Este, sin embargo, no es el caso de las otras cuatro regiones amazónicas. Un esquema similar se trata de aplicar en la región Ucayali, con mayor o menor efecto, debido a los retos a la gobernabilidad que plantea la tala ilegal, por ejemplo. Igualmente, la región de Madre de Dios, concentra en la actualidad una serie de intervenciones de USAID, siendo las principales, las relacionadas al tema ambiental, ya que a su vez, es este el problema más álgido en la región debido a la minería informal. La presencia de USAID en las regiones de Amazonas y Loreto ha obedecido a intervenciones más puntuales, como por ejemplo, el programa Frontera, y han gozado de menor atención y recursos.

Como elemento adicional a considerar, la estrategia de desarrollo de USAID en el Perú (CDCS), toma como pilares el trabajo en desarrollo alternativo y ambiente, y tiene como eje central y transversal, el fortalecimiento de la gobernabilidad. Salud y educación, se encuentran en etapa de graduación. Este contexto presenta grandes retos al programa a la vez que le abre una enorme ventana de oportunidad desde la comunicación, en la medida que la cooperación buscará transferir modelos y lograr una real apropiación de los mismos por parte de sus contrapartes peruanas.

## 2. RETOS

Los retos comunicacionales se corresponden con los programáticos y buscan abordarlos desde la comunicación.

### 3.1 Programáticos:

- Coordinación/articulación
- Construcción de consensos
- Empoderamiento local /institucionalización de prácticas, procesos y sistemas
- Despertar de la voluntad política/ continuidad

### 3.2 Comunicacionales:

- Identificación y fortalecimiento de redes y canales existentes
- Identificación y difusión de experiencias convocantes
- Identificación y generación de alianzas con líderes potenciales
- Generación de un “buzz” mediático (estrategia multi-funcional: on-line, off-line, medios masivos) para la incidencia política
- Articulación entre los integrantes del equipo del Programa ProDescentralización para la divulgación de resultados

## 3. OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

### a. Objetivos meta :

Reforzar las actividades del programa haciendo de la comunicación y de la gestión del conocimiento, instrumentos transversales que facilitan, desencadenan, y promueven procesos orientados a una mejor gestión de los servicios, tomando como núcleo de ejecución (de la estrategia) a los Grupos de Gestión Descentralizada (GGD) y como actores participantes a las autoridades (diversos niveles) y la población organizada.

Influir en la **percepción** que sobre la descentralización de servicios identificados se tiene en las zonas priorizadas para propiciar una mejor **gestión** de los mismos a través de una mayor **participación** de actores clave que incida en el diseño de **políticas**.

## b. Objetivos específicos:

- Desencadenar un buzz mediático que incida en las esferas de toma de decisión y diseño de políticas relacionadas a los 3 sectores priorizados por el proyecto: salud, educación, ambiente. (política).
- Identificar y promover prácticas para la gestión del conocimiento y su réplica o extensión, integrando los enfoques top - down y bottom – up) (gestión).
- Identificar y promover liderazgos locales en comunicación. (participación).

**Lógica de los objetivos:** al mejorar la percepción de la oferta de servicios priorizados a partir de que éstos son intervenidos con un adecuado modelo de gestión, se genera un proceso en cadena que va de abajo hacia arriba. Es decir, cuando los actores involucrados en la mejora de un servicio (ciudadanos, autoridades, OSB, etc.) empiezan a percibir los beneficios que trae dicha mejora, se organizan y promueven prácticas que fortalecen la gestión de dicho servicio, de manera complementaria entre sí (enfoque de cambio de comportamiento).

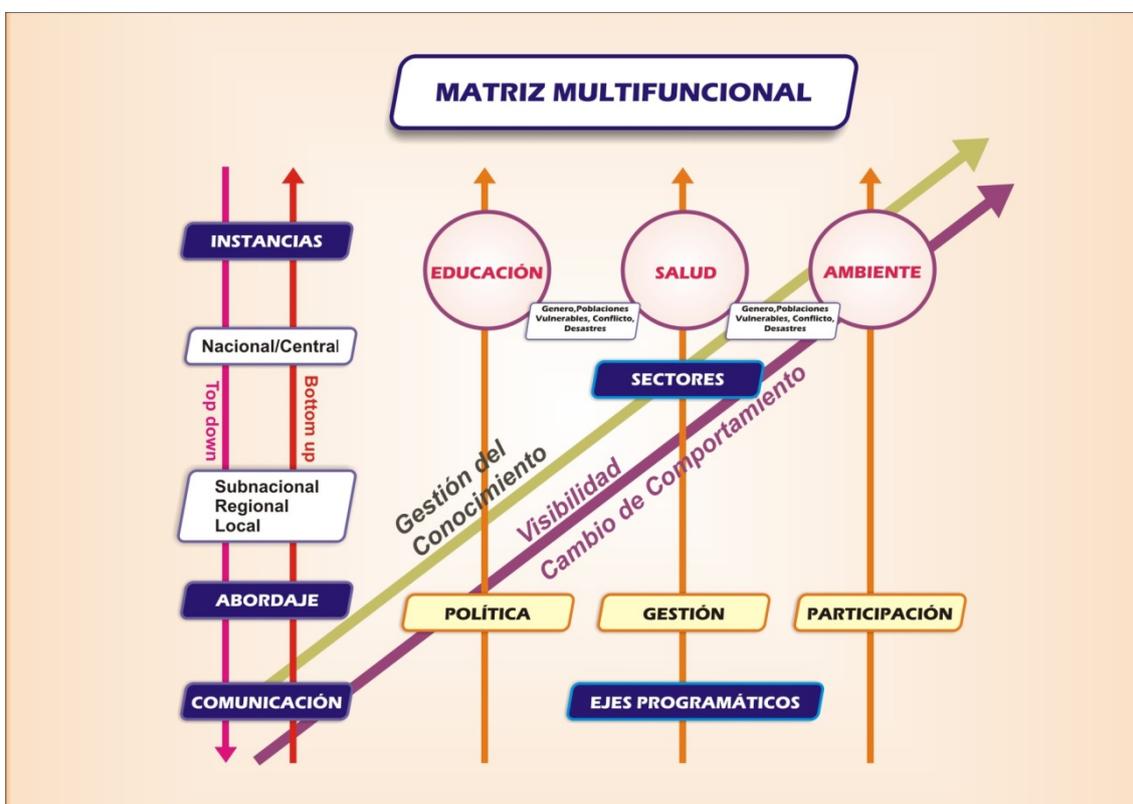
A la vez, la comunicación opera como un catalizador de las buenas prácticas (enfoque de gestión del conocimiento) las mismas que se promueven y visibilizan mediante distintos mecanismos (*outreach*) para llegar a los tomadores de decisiones y diseñadores de políticas (incidencia) y ejercer una presión para la institucionalización de casos exitosos de gestión. Una vez que se llega a los centros de poder, se inicia el proceso a la inversa (integración de los enfoques *bottom up* y *top down*), es decir, debe haber una devolución de la toma de decisiones a la población, para que ésta sienta el efecto de la vigilancia y la participación ciudadana en la toma de decisiones.

## 4. ENFOQUES TRANSVERSALES

- **Integración de los abordajes top-down y bottom-up:** como explicado en la lógica de los objetivos.
- **Transversalidad de la comunicación:** como explicado en el trabajo con ciudadanos objetivo y como explicitado en el enfoque de comunicación para el desarrollo.
- **Enfoque de género, derechos e inter-culturalidad:** estos enfoques darán cuenta de las esferas relativas a género, conflicto y poblaciones vulnerables y deberán definirse de acuerdo a los planes de comunicación específicos a desarrollarse en cada ámbito de intervención por parte de los GGD.

## 5. MATRIZ DE UNA ESTRATEGIA MULTI-FUNCIONAL

- **Sectores:** educación, salud, ambiente como definido por el programa y de acuerdo al área priorizada por cada GGD.
- **Ejes transversales:** género, interculturalidad, poblaciones vulnerables.
- **Ejes programáticos:** política, gestión y participación de acuerdo a los objetivos del programa.
- **Instancias:** nacional, regional, provincial y distrital, de acuerdo a los niveles de intervención del programa.



## 6. MENSAJE CLAVE

La descentralización sí funciona, no es una simple declaración, sino que debe ser el pre-concepto presente en todos los actores que gestionan el cambio. Es mostrar con hechos tangibles, cuantificables, perceptibles, que existen cambios favorables gracias al proceso de descentralización en el país, compartiendo los avances y resultados en la gestión descentralizada; así como de esta tercera etapa del Programa, o experiencias exitosas de otros ámbitos.

Una mejor percepción de la efectividad de la descentralización se logra con la transversalidad de la comunicación en todas las intervenciones del programa. Este enfoque es fundamental para lograr los propósitos de sostenibilidad, replica y escalabilidad del programa, tal como ha sido planteado en la justificación del presente documento.

## 7. EJES COMUNICACIONALES

Un abordaje multi-funcional que combine distintos enfoques de la comunicación puede tener mayor impacto que un enfoque fragmentado y unidireccional. La comunicación vista de manera holística puede abordar diversas áreas tanto programáticas como de conocimiento, de manera efectiva con instrumentos que ya han sido utilizados por USAID históricamente en sus intervenciones comunicacionales. La combinación de los enfoques obedecerá a la realidad de cada espacio de intervención de los GGD; así como a las actividades que desarrolle el Programa. Se recomienda que los paquetes a implementarse de acuerdo a los planes locales de comunicación, tomen en cuenta la relevancia de cada uno de estos enfoques, para darles el peso adecuado en cada caso, respondiendo a tácticas construidas contemplando los tres espacios propuestos en el punto número ocho (*off-line*, *on-line*, medios masivos). Algunos de estos enfoques que la presente estrategia propone son:

- a. **Outreach** (*mass media* y *social media*): generar una corriente de opinión pública (*buzz*) no sólo favorable a los avances en la descentralización sino que ejerza presión para que éstos continúen. Este trabajo implica cumplir con los siguientes aspectos:
  - ❖ Medios de comunicación identificados y mapeados con relación 1. al cambio propuesto (favorables/ desfavorables, amigables/críticos, especializados/generalistas, oficiales/comerciales, etc.) 2. a la cobertura (área geográfica, penetración, lectoría, escucha, audiencia, etc.) 3. al target (público objetivo, por criterio étareo, de género, nivel socio-económico, etc.)
  - ❖ Redes sociales más usadas identificadas y analizadas de acuerdo a su nivel de pertinencia (Facebook, Twitter, etc.) en este caso es necesario conocer el nivel de penetración del internet y los usos y prácticas más empleadas por la población (cabinas de internet, *smart phones*, etc.)
- b. **Gestión del Conocimiento**: construir a partir del conocimiento existente y mostrar los avances obtenidos tanto en la teoría como en la práctica. Este enfoque debe ser explícito para alimentar una base de datos que contenga insumos para la elaboración de historias exitosas, conceptos e ideas para la creación de mensajes y lemas, información de contacto sobre potenciales aliados y voceros así como de medios y periodistas para el *outreach*, etc. Todos estos insumos serán de utilidad para el diseño y construcción de una plataforma on-line para la gestión del conocimiento donde el principio guía será la creación colectiva y generación de contenidos desde las personas (*people generated content*) para la activación de comunidades de interés de acuerdo a las áreas priorizadas por cada GGD.
- c. **Cambio de comportamiento**: promover la toma de posición decidida que lleve a los actores principales – tanto instituciones como personas - de la

opinión a acciones concretas (*calls to action*). Cada GGD deberá identificar cuál es el principal cuello de botella para la adecuada gestión del servicio en su respectiva área priorizada. De igual modo, puede aproximarse a este reto, identificando cuál es la principal motivación para la promoción del cambio y/o quiénes podrían ser los agentes más efectivos para desencadenar dicho cambio (*triggers*). Cada GGD ejecutará un plan local que aborde estos retos desde la comunicación. Por ejemplo, en el caso del GGD Madre de Dios se ha identificado que para la segregación de residuos sólidos en casa, los potenciales agentes de cambio son los niños y niñas quienes realizan esta labor en sus hogares. En ese sentido, se podría proponer un plan comunicacional en coordinación con las escuelas haciendo uso del edu-entretenimiento.

- d. **Comunicación para el desarrollo:** enmarcar las diversas intervenciones comunicacionales en un enfoque de comunicación para el desarrollo de tal manera que los actores involucrados se sientan agentes del cambio y actúen en consecuencia. Bajo este enfoque es sumamente importante dejar claro el mensaje “la descentralización sí funciona” y vincular el trabajo del programa con las actividades particulares que se desarrollan como parte de esta estrategia.
- e. **Comunicación inter-personal:** promover el involucramiento de las personas y no considerarlas como meros recipientes de información. Identificar las relaciones y redes existentes en los diversos niveles, sobretudo el local, para desencadenar intercambios y promover la participación activa de actores clave en los procesos comunicacionales. Comunicación inter-personal y movilización social son el anverso y el reverso de intervenciones comunicacionales que abordan retos a nivel local.
- f. **Movilización Social:** desencadenar un proceso de toma de acciones concretas desde la ciudadanía organizada. La movilización debe ser la mejor expresión de la integración de los enfoques *top-down* y *bottom-up* ya que la evidencia muestra que las actividades de difusión de información de manera vertical difícilmente movilizan hacia la acción. La integración de estos enfoques entonces debe evitar llevar productos terminados que no hayan sido validados con la población.

Es importante destacar que la movilización social planteada en estos términos puede constituirse en una forma efectiva de gestionar los conflictos, así como un mecanismo de planificación y acción frente a crisis, por ejemplo, en caso de desastres o retos en la salud pública.

## 8. TÁCTICAS

Las tácticas se desarrollarán en tres ámbitos de la comunicación que se integrarán de manera holística, retroalimentándose unos a otros (algunos ejemplos ilustrativos en cada ámbito).

- a. **On-line:** plataforma del conocimiento y herramientas de *Social Media* (*Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, mensajería de texto, etc.). Se buscará potenciar los recursos

existentes, generar capacidades y trabajar en alianza. En este sentido, las alianzas con otros socios de USAID con experiencia y recursos en este medio serán fundamentales. Por ejemplo: Proyecto Inclusión Digital (USAID/CEDRO). Es necesario realizar un análisis en cada zona de intervención para establecer la potencialidad de estas herramientas.

Por ejemplo, en Puerto Maldonado la penetración y la calidad de la conexión a internet son muy bajas. Sin embargo, el uso de la telefonía móvil de la red Claro es la más extendida, por lo que ameritaría considerar la mensajería RPC como una táctica. El diseño de esta táctica deberá estar en consonancia al plan local. Podría establecerse un sistema de vigilancia del recojo de basura por barrios con seguimiento de los vecinos a través de RPC. Posteriormente esta práctica novedosa en sí misma puede constituirse en una experiencia convocante y desarrollarse como una historia de éxito.

**b. *Off-line*:** actividades presenciales. Cuando sea posible, incorporar el componente comunicacional en los talleres de PMCS, de lo contrario, iniciar con un taller en cada región para identificar actores, experiencias convocantes, definir roles, generar liderazgos, etc. Trabajar con los grupos de gestión descentralizada GGD - formados o en formación - y con las oficinas de comunicación de los gobiernos regionales y locales. Establecer un calendario con fechas emblemáticas que puedan ser oportunidades para realizar actividades presenciales donde se refuercen los mensajes del programa de acuerdo a las áreas priorizadas. Por ejemplo, fechas relacionadas al ambiente, como el Día de la Tierra, Día del Agua, Día de los Bosques, etc. o fechas festivas, como la Fiesta de San Juan, u otras.

**c. Medios masivos:**

- Se generará contenidos noticiosos para involucrar a los medios de comunicación locales, regionales y eventualmente nacionales. Se buscará oportunidades emblemáticas para desarrollar actividades con los periodistas locales e invitar a periodistas de la prensa nacional. A partir de la generación de TT (*trending topics*) en las redes sociales, se buscará ubicar nodos en el flujo de la información para el rebote en medios.
- Esta táctica es aplicable para la prensa nacional quien es activa en Twitter y que tiene influencia en los tomadores de decisiones. Se priorizarán temas relacionados a los avances en los procesos de descentralización de los sectores salud, educación y ambiente, con un tinte de género, derechos e interculturalidad. Para la identificación de estas experiencias se priorizará el trabajo en equipo con otros proyectos de USAID y así generar historias de éxito en el marco del legado de USAID, las cuales podrán trabajarse en conjunto con otros programas y con la Unidad de Comunicaciones de USAID. Por ejemplo: experiencias exitosas de gestión de residuos sólidos por parte de municipios participantes en el proyecto STEM con MINAM.
- Se trabajará con comunicadores y periodistas locales para que ellos generen sus propios contenidos y productos a partir de actividades como: pasantías, visitas al campo, entrevistas, etc.

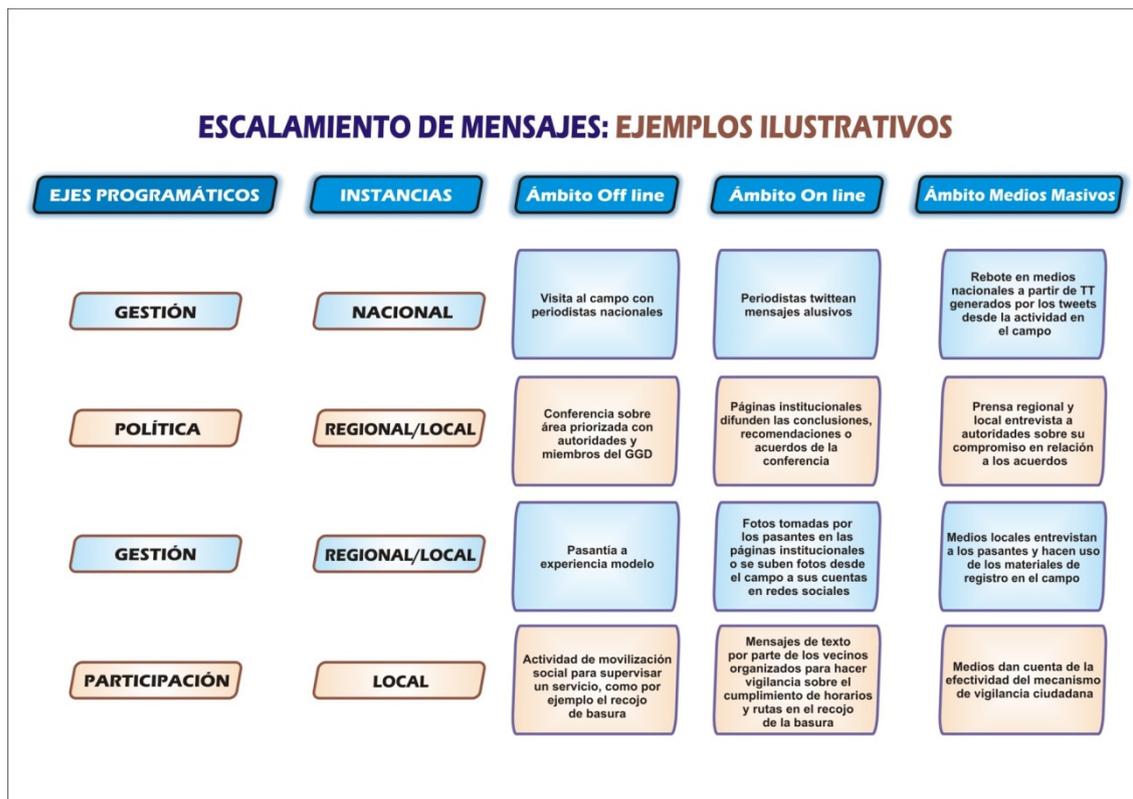
d. **Integración de los tres ámbitos (*on-line*, *off-line*, medios masivos):** las actividades comunicacionales deben buscar la sinergia entre estos tres ámbitos. Se puede tomar una fecha emblemática para realizar una actividad presencial (taller, feria, festival, pasacalle, etc.) y se la combina con un plan en medios sociales y masivos, por ejemplo, se organiza una *twitterton* con los comunicadores de los proyectos y la Unidad de Comunicaciones de USAID, de tal manera que los mensajes de un área priorizada por el programa se convierta en TT (*trending topic*). Para ello, es necesario redactar los mensajes del programa de manera sintética y sustantiva a la vez, en 140 caracteres.

Eventualmente, los TT son recogidos por la prensa nacional, y esta cobertura regresa a la prensa local y se difunde en sub-siguientes actividades, y así sucesivamente, generando un efecto en cadena.

e. **Escalamiento de los mensajes:** la complementariedad de estas tres tácticas permitirá llegar de forma articulada a las esferas políticas y a las instituciones clave en el proceso de descentralización. No se escucharán voces aisladas con mensajes sin consistencia, sino que se habrá generado un diálogo desde la base, en el que los contenidos producidos colectivamente y re-producidos también de manera sinérgica, podrán ser empaquetados de diversas formas. Para ello, la plataforma virtual, será el soporte principal de dichos contenidos. Los tres ámbitos pueden darse en simultáneo o de forma consecutiva.

f. **Ejemplos ilustrativos :**

EJE PROGRAMÁTICO	INSTANCIA	ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS
<b>GESTIÓN</b>	Nacional	Visita al campo con periodistas nacionales	Periodistas twitteen mensajes alusivos	Rebote en medios nacionales a partir de TT generados por los tweets desde la actividad en el campo
<b>POLÍTICA</b>	Regional/ local	Conferencia sobre área priorizada con autoridades y miembros del GGD	Páginas institucionales difunden las conclusiones, recomendaciones o acuerdos de la conferencia	Prensa regional y local entrevista a autoridades sobre su compromiso en relación a los acuerdos y/o realiza encuesta a la población sobre su percepción sobre el rol de sus autoridades y su propio rol con relación a los acuerdos
<b>GESTIÓN</b>	Regional/ local	Pasantía a experiencia modelo	Fotos tomadas por los pasantes en las páginas institucionales o se suben fotos desde el campo a sus cuentas en redes sociales	Medios locales entrevistan a los pasantes y hacen uso de los materiales de registro en el campo
<b>PARTICIPACIÓN</b>	Local	Actividad de movilización social para supervisar un servicio , como el recojo de basura por ejemplo	Mensajes de texto por parte de los vecinos organizados para hacer vigilancia sobre cumplimiento de horarios y rutas en el recojo de basura en un determinado	Medios dan cuenta de la efectividad del mecanismo de vigilancia ciudadana



## 9. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

- a. **Mensajes por departamento:** Los contenidos deben ser construidos de manera participativa y generados por los propios participantes de los GGD sobre la base de un concepto subyacente: “la descentralización funciona”, orientado al área priorizada a trabajar (Por ejemplo: mostrar cómo la descentralización sí funciona en disminuir la desnutrición crónica en Maynas - Loreto).

### Formas de generar contenidos:

- **Historias de éxito:** una forma de generar contenidos puede ser a partir de la identificación de experiencias convocantes o “historias de éxito”. Las historias de éxito deben estar referidas a experiencias relacionadas con el reto identificado o área priorizada y deben tener un elemento que aluda al efecto que la descentralización ha tenido o está teniendo en algún tipo de servicio. De esta manera, se reforzará el concepto de que la “descentralización sí funciona”. Una historia de éxito debe indicar el cambio logrado a partir de la mejora de dicho servicio. Las historias de éxito son experiencias convocantes en tanto los actores se sientan protagonistas y gestores del cambio.

- En el caso de los modelos a implementarse por los GGD en las áreas priorizadas, se puede hacer **uso de experiencias exitosas en otros lugares**, de tal manera que éstas tengan efectos demostrativos. Preferentemente, se debe apuntar a generar contenidos desde las etapas iniciales de la aplicación de los modelos, a través del registro temprano de testimonios, visualización gráfica del “antes y después” y otros recursos comunicacionales. Por ejemplo, una historia de éxito que puede tener excelente efecto demostrativo es la del distrito de Jepelacio en San Martín respecto del manejo de residuos sólidos, que está siendo sistematizada por el Programa.
- **Lemas:** la elaboración de lemas en los talleres de PMCS (Programas de Mejora de la Calidad del Servicio) también debe brindar una oportunidad para identificar contenidos convocantes que hagan eco en los participantes y que sirvan como materia prima (*input*) para la elaboración de mensajes. Por ejemplo, en el Taller de PMCS de Puerto Maldonado el lema elegido fue “*Madre de Dios, te quiero limpia y saludable*”.

Por recomendación del Alcalde Provincial de Tambopata se modificó a “*Madre de Dios, te quiero limpia, saludable y verde*”. Así, los mensajes, al ser apropiados por los actores, pueden mutar para reflejar las percepciones y los anhelos de los mismos. Esta es una manera práctica de dinamizar procesos de comunicación a partir del lenguaje cotidiano. El uso de “*soundbites*” como los lemas cortos y contundentes puede permitir que los contenidos sean re-utilizados y “re-empaquetados” de acuerdo a las tácticas, mecanismos e instrumentos de comunicación a utilizarse. De esta manera se ayudará a dar una mayor difusión a los contenidos generados por los GGD.

- b. **Mensajeros:** partiendo del principio de que “todos comunicamos” se hará un mapeo preliminar de actores integrantes de los GGD para identificar voceros, los que no necesariamente deben ser comunicadores profesionales. La idea es buscar “comunicadores natos” o personas con liderazgo para llevar el mensaje de que “la descentralización sí funciona”. Adicionalmente:
  - a. **Medios de comunicación:** se sugiere invitar a los medios de comunicación locales a participar en los GGD durante la aplicación de los PMCS, por lo menos durante el ejercicio de elaboración de lemas. Contar con representantes de los medios de comunicación locales más representativos puede ser una forma de asegurar la difusión de los lemas. En los casos en que los PMCS ya hayan sido aplicados, se sugiere realizar sesiones ad hoc con los representantes de los medios de comunicación para informarles y sensibilizarlos sobre el PMCS.
  - b. **Comunicadores institucionales:** idealmente representantes de las oficinas de comunicaciones, protocolo, relaciones públicas o prensa de los gobiernos regionales y locales deben ser involucradas en este proceso, para fomentar la “apropiación” de los lemas por parte de dichas instituciones. Igualmente, en los casos en que los PMCS ya hayan sido realizados se

recomienda sesiones ad hoc que se pueden realizar de manera conjunta con los medios de comunicación.

- c. **Autoridades locales:** se debe apuntar a que las autoridades se constituyan en los principales voceros, por ejemplo, con ejercicios tan simples como incorporar los lemas en los discursos oficiales. Asimismo, en las declaraciones a los medios de comunicación y en la interacción con otros actores, el hecho de que las autoridades y la ciudadanía “hablen el mismo idioma” genera un sentido de coherencia en la gestión para el cambio.

- c. **Ciudadanos objetivo:** tradicionalmente conocidos como “audiencias” pero que desde una perspectiva de gestión del conocimiento y de comunicación multi-funcional vienen a ser miembros activos de comunidades de interés. Desde una perspectiva de derechos, se les considera ciudadanos. Desde una perspectiva comunicacional de gestión del conocimiento se les considera “prosumidores” ya que son a la vez productores y consumidores de contenidos. De acuerdo a los documentos base del proyecto (RFP y Work Plan) y a la participación en el taller PMCS en Puerto Maldonado se ha identificado a:

- a. **Ciudadanos objetivo primarios:**

- Contrapartes institucionales: ANGR, CIAM, AMPE, REMURPE. La estrategia multifuncional buscará involucrar a estas instituciones en el proceso de comunicación principalmente a través de la plataforma virtual. En ella, estas instituciones encontrarán un mecanismo efectivo para la gestión del conocimiento relativo a la descentralización. La gestión del conocimiento a través de la plataforma virtual les permitirá el fortalecimiento de capacidades, de su institucionalidad, y facilitará sus mecanismos de coordinación y articulación. Asimismo será una ventana para el acercamiento y el diálogo con los ciudadanos usuarios del servicio y con otras contrapartes del sector público en los gobiernos sub-nacionales una vez que las experiencias convocantes hayan sido formateadas para su uso en la plataforma.
- Contrapartes del sector público en los gobiernos regionales y locales. Como explicado en el punto sobre mensajeros, las autoridades locales deben estar preparadas para ejercer la función de vocería. Para ello, el trabajo desde la comunicación debe apoyar los esfuerzos programáticos.
- Cada modelo de gestión, de acuerdo a la realidad local específica, debe incorporar elementos comunicacionales básicos. Se recomienda identificar espacios del trabajo de incidencia con las autoridades para reforzar sus habilidades comunicacionales. Por ejemplo, se pueden realizar sesiones *de media training* y de capacitación en habilidades comunicacionales identificadas en conjunto con sus asesores y expertos del programa de acuerdo a los modelos a aplicar según las áreas prioritizadas en los servicios identificados. Por ejemplo, algunos modelos de gestión

determinarán la necesidad de una participación ciudadana desde las bases organizadas, para lo cual se buscará fortalecer las habilidades de comunicación interpersonal de sus autoridades para un mejor diálogo.

- En otros casos, el modelo de gestión del servicio identificado requerirá de una campaña en medios masivos, como la radio o la TV, frente a lo cual se hace más relevante *el media training* de las autoridades. Es importante que las autoridades sean activas en la generación de contenidos y que su lenguaje sea consistente con los lemas elaborados. El *buzz* mediático requiere consistencia en los mensajes para llegar de manera reiterativa y así “pegar” con mayor fuerza en los centros de poder y en la opinión pública.

**b. Ciudadanos objetivo secundarios:**

Usuarios de los servicios identificados (salud, educación, ambiente). Como señalado, se buscará identificar a líderes y comunicadores natos dentro de los GGD, los mismos que puedan ejercer influencia y servir de nexo entre los GGD y sus respectivas organizaciones de base, barrios, comunidades, etc. En una lógica de gestión del conocimiento y de integración de los enfoques *top-down* y *bottom-up*, son ellos los que dinamizan la comunicación haciendo fluir los contenidos, evitando relaciones jerárquicas como en los procesos de comunicación tradicionales en que sólo se privilegia la difusión de información de arriba hacia abajo.

Su participación será también fundamental en el diseño, validación y aplicación de las tácticas y actividades puntuales para planes de comunicación específicos. Su conocimiento de lo cotidiano, de las prácticas, usos y costumbres de sus pares, la forma en que producen y consumen contenidos, tanto en el campo del entretenimiento, la educación, la información, etc. debe ser el insumo principal para dichos planes.

**d. Plataforma Virtual:** Este es un instrumento cuyas principales virtudes serán las de gestionar el conocimiento y formar una comunidad de interés alrededor del gran tema de la descentralización. Para ello, debe de ser de fácil uso, atractiva, interactiva y dinámica. A la vez, será un repositorio de los materiales referenciales del programa en todas sus etapas. Esta Plataforma viene siendo desarrollada en coordinación con la Secretaría de Gestión Pública de la PCM, en el marco de la política nacional de modernización de la gestión pública.

**a. Características:**

- **Atractiva**, por la información ofrecida, relevante, sintética, oportuna, actual. Por la posibilidad de generar contenidos nuevos y socializar diversas posiciones.
- **Interactiva**, porque debe permitir, con mecanismos de fácil uso, los comentarios, feedback, contribuciones, etc. Mecanismos que faciliten esta conversación virtual son los blogs y las redes sociales. Al menos una cuenta en Facebook, una en Twitter y una Youtube, pueden permitir esta

interacción y ayudar a la formación de una comunidad de interés. Estas cunetas estarán enlazadas y sincronizadas con la plataforma. Adicionalmente, la plataforma debe alojar uno o varios blog donde se publiquen artículos más elaborados y técnicos para llegar al nivel de expertos sobre descentralización. Aun en este espacio, el grado de experticia debe evitar los tecnicismos, presentando los temas de manera ágil y sencilla.

- **Dinámica**, evitando textos engorrosos creados para el formato escrito y no el digital. Hará uso extensivo de imágenes, gráficos, infografías, etc. Su principal funcionalidad será la de permitir la gestión del conocimiento, a través de la producción y circulación de contenidos, desde las personas y las instituciones, en concordancia con la integración de los enfoques “*bottom – up*” y “*top – down*” que plantea la estrategia de comunicaciones del programa.

La función de *community manager* (redes sociales) de la plataforma virtual será asumida en un inicio por el comunicador o comunicadora del programa para luego ser transferida, junto con la administración de la plataforma en su conjunto, a las instituciones que hayan logrado fortalecer las capacidades para ello (ANGR, CIAM, AMPE, REMURPE, etc.)

- La plataforma será a su vez un **repositorio de la documentación** generada por el proyecto hasta la fecha, como material bibliográfico de referencia. El material se archivará en formato pdf u otro que permita la fácil descarga para el mejor aprovechamiento por parte de la comunidad de interés.
- Un instrumento de esta naturaleza es consistente con la Política Nacional de Modernización del Estado que busca un Estado moderno al servicio de las personas y con la necesidad de generar mecanismos que ayuden a la articulación inter-gubernamental e inter-sectorial. Asimismo, refuerza el mandato de gobierno abierto el mismo que demanda transparencia y acceso a la información, rendición de cuentas y efectiva participación ciudadana.

#### **b. Comunidad de Interés:**

1. Funcionarios del Estado, de los niveles nacional, regional y local que participan en la gestión de servicios de calidad en los sectores de salud, educación y ambiente.
2. Funcionarios del Estado que representan a instituciones que trabajan por la descentralización del Perú: AMPE, REMURPE, ANGR, CIAM, Comisión de Descentralización del Congreso de la República, Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), otros sectores del poder ejecutivo, Defensoría del Pueblo y Contraloría General de la República (CGR).
3. Representantes de organizaciones de la sociedad civil y organizaciones sociales de base (OSB) que participan en y vigilan la gestión de servicios de calidad.
4. Periodistas y comunicadores de las regiones objetivo.

5. Periodistas y comunicadores del nivel central (Lima) que son activos en las redes sociales, sobretodo Twitter.
6. Miembros del mundo académico con interés y conocimientos sobre la gestión de servicios de calidad.
7. Miembros de redes de estudiantes con activismo *on-line*.
8. Representantes de la cooperación internacional y miembros de proyectos de USAID.
9. Biblioteca Virtual de la Cooperación Internacional (BVCI) como repositaria de documentación técnica histórica.

**c. Materiales existentes:**

1. Página web del Programa ProDescentralización etapa 1 y 2 (material y data histórica)
2. Materiales del Programa ProDescentralización etapa 1 y 2 : Mapa de Políticas y Normas de la Descentralización, Brújula de la Descentralización, informes y balances del proceso de descentralización, ABC de la Descentralización, boletines Apuntes Descentralistas, actualización normativa, etc.
3. Número limitado de fotografías de los programas de USAID (salud, educación, ambiente, democracia)
4. Número limitado de videos de los programas de USAID (salud, educación, ambiente, democracia)
5. Número limitado de historias exitosas de los programas de USAID en salud, educación y ambiente
6. Enlaces a los sitios web de los miembros de la comunidad de interés

**d. Materiales nuevos:**

1. Los que se generen a partir de la documentación de las experiencias convocantes en diversos formatos (video, audio, texto historias exitosas, fotos, etc.).
2. Los aportes de la comunidad de interés.

**e. Redes sociales anexadas:**

Un espacio ya posicionado es el fanpage de USAID – Perú “Seamos Socios por el Desarrollo” donde podrían compartirse, a manera de post con imágenes, historias de éxitos y avances del Programa ProDescentralización. Esta página debiera estar enlazada a la plataforma virtual.

Desde el Programa ProDescentralización, se hace necesario habilitar una cuenta de twitter institucional que permita identificar una data de posibles “generadores de corrientes de opinión” para posicionar temas relacionados. Así se puede enlazar al posicionamiento de las informaciones mismas que haya en la plataforma virtual.

## 10. PAUTAS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

- a. **Roles del equipo:** bajo la premisa de que todos comunicamos, definir los roles del equipo tanto interno (del programa) así como de los potenciales aliados. Consideraciones generales para el equipo:
- Manejar un lenguaje consistente en relación a la presentación del programa haciendo uso del *elevator pitch*, aterrizado a cada ámbito, y en concordancia con la naturaleza del inter-locutor.
  - Identificar momentos comunicacionales clave y estar preparados: *photo opportunities*, entrevistas con medios locales, contacto inter-personal con aliados, siempre haciendo uso de los recursos comunicacionales que se vayan produciendo (banners, lemas, historias, experiencias convocantes, etc.)
  - Identificar las historias convocantes más manejables comunicacionalmente. No se debe registrar todo, más bien centralizar esfuerzos en lo visual, en lo narrable, en lo comunicable.
  - Hacer seguimiento a estas historias convocantes identificadas. Una cámara de fotos con función de video puede ser la mejor aliada. También tomar nota de “citas” o “quotes” en la narrativa de los aliados locales que luego puedan servir para vestir las historias o elaborar leyendas para las fotos, etc.
  - Explorar el uso de las redes sociales. Abrirse cuentas personales en twitter y experimentar con el micro-blogging (producción de mensajes de 140 caracteres) y twitear desde el campo. Hacer seguimiento a personas que twitean sobre descentralización y temas afines. Retwitearlas.
  - Mapear su red de contactos personales y profesionales e identificar potenciales aliados y sus fortalezas (periodistas, bloggers, congresistas, funcionarios públicos, etc.) Consolidar una red que luego pueda trasladarse del “mundo real al mundo virtual” cuando la plataforma esté on-line.
  - Considerar el uso de i-pads para el registro en campo y para la demostración también (recurso tecnológico) que permite inmediatez, por ejemplo, en la captura de imágenes que pueden ser mostradas a la población como mecanismo de motivación.
- b. **El rol del GGD:** los grupos de gestión descentralizada son la columna vertebral en la ejecución de los planes locales de comunicación. Son los encargados de aplicar en lo local las recomendaciones de la estrategia de comunicación marco del programa. Para ello se debe:
- Identificar a comunicadores natos dentro de los GGD
  - Identificar a los líderes con capacidad de vocería
  - Identificar a posibles agentes de cambio, sobre todo a nivel de OSB

- Invitar a los comunicadores institucionales a participar en los GGD
  - Invitar a la prensa local a dar seguimiento a las acciones de los GGD
  - Incorporar el componente comunicacional de manera más explícita en los PMCS
  - Fortalecer las capacidades comunicacionales básicas de los miembros del GGD.
- c. **Fortalecimiento de capacidades:** trabajar a partir de los recursos humanos, informativos y de tecnología existentes para el fortalecimiento de sus capacidades comunicacionales.
- d. **Planes de comunicación locales:** Idealmente, cada GGD debe estar en capacidad de ajustar y ejecutar su propio plan de comunicación, que seguirá los lineamientos de la presente estrategia pero que deberá tener pertinencia local y relevancia nacional. El plan base forma parte de esta estrategia.
- e. **Plataformas de información y conocimiento:** explotar las innovaciones en las tecnologías de la información y la comunicación (ICT) para la sostenibilidad, replica y escalabilidad de las experiencias. A partir de la implementación de la presente estrategia y de los planes locales de comunicación, propiciar la generación de una plataforma virtual del conocimiento, desde lo local articulada a lo regional y nacional. Este instrumento tendrá las siguientes características:

## II. LINEAMIENTOS DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Una vez elaborados los planes de comunicaciones por departamento, es recomendable contar con una matriz que integre todos los elementos a ejecutar dentro de la Estrategia de Comunicación, y así pueda hacer seguimiento al cumplimiento de resultados esperados e indicadores por cada actividad, diferenciándolos en la etapa del proceso comunicacional, de acuerdo a los descrito anteriormente.

A continuación, mencionaremos algunos ejemplos ilustrativos de lo que podría ser detallado en la matriz:

e. **indicadores cualitativos:**

- TT generados
- calidad de contenidos generados en social media, medios masivos y plataformas del conocimiento, etc.
- posicionamiento de temas relativos a las áreas priorizadas en la opinión pública
- abordaje de las áreas priorizadas desde las políticas públicas
- abordaje de las áreas priorizadas desde las OSB
- calidad de los discursos de las autoridades (uso de lemas y mensajes)

f. **indicadores cuantitativos:**

- número de GGD con roles de comunicación establecidos
- número de GGD con planes de comunicación diseñados y en ejecución
- número de gobiernos regionales y locales con oficinas de comunicación participando en los GGD

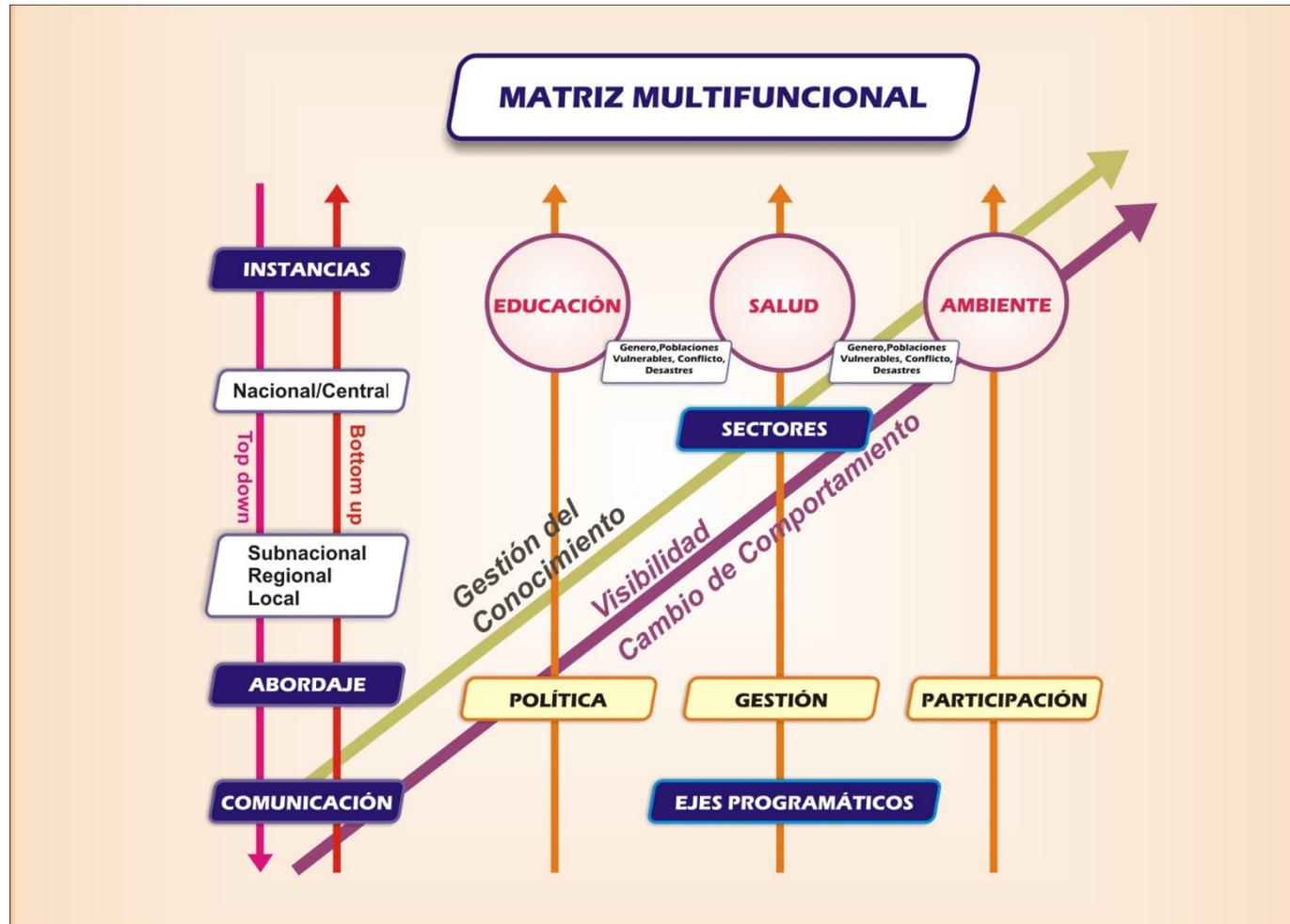
- números de actividades comunicacionales conjuntas producidas
- números de reportes aparecidos en los medios, etc.
- cantidad de temas de áreas priorizadas localmente que llegan a la prensa nacional
- cantidad de líderes locales formados en comunicación.

## **ANEXOS**

### **Estrategia de Comunicación del Programa ProDescentralización de USAID**



## ANEXO I: MATRIZ DE ESTRATEGIA MULTIFUNCIONAL



## ANEXO 2: MATRIZ ILUSTRATIVA DE ESCALAMIENTO DE MENSAJES

### ESCALAMIENTO DE MENSAJES: EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	Ámbito Off line	Ámbito On line	Ámbito Medios Masivos
GESTIÓN	NACIONAL	Visita al campo con periodistas nacionales	Periodistas twitteen mensajes alusivos	Rebote en medios nacionales a partir de TT generados por los tweets desde la actividad en el campo
POLÍTICA	REGIONAL/LOCAL	Conferencia sobre área priorizada con autoridades y miembros del GGD	Páginas institucionales difunden las conclusiones, recomendaciones o acuerdos de la conferencia	Prensa regional y local entrevista a autoridades sobre su compromiso en relación a los acuerdos
GESTIÓN	REGIONAL/LOCAL	Pasantía a experiencia modelo	Fotos tomadas por los pasantes en las páginas institucionales o se suben fotos desde el campo a sus cuentas en redes sociales	Medios locales entrevistan a los pasantes y hacen uso de los materiales de registro en el campo
PARTICIPACIÓN	LOCAL	Actividad de movilización social para supervisar un servicio, como por ejemplo el recojo de basura	Mensajes de texto por parte de los vecinos organizados para hacer vigilancia sobre el cumplimiento de horarios y rutas en el recojo de la basura	Medios dan cuenta de la efectividad del mecanismo de vigilancia ciudadana

## ESCALAMIENTO DE MENSAJES: EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

EJES PROGRAMÁTICOS

INSTANCIAS

Ámbito Off line

Ámbito On line

Ámbito Medios Masivos

GESTIÓN

NACIONAL



POLÍTICA

REGIONAL/LOCAL



GESTIÓN

REGIONAL/LOCAL



PARTICIPACIÓN

LOCAL





## ANEXO 3 MATRIZ DE IMPLEMENTACIÓN CONSOLIDADA

### OBJETIVO I

**DESENCADENAR UN BUZZ MEDIÁTICO QUE INCIDA EN LA ESFERA DE TOMA DE DECISIÓN Y DISEÑO DE POLÍTICAS RELACIONADAS A TRES SECTORES PRIORIZADOS (SALUD, EDUCACIÓN AMBIENTE)**

<b>Línea: POLITICAS Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<b>I. ETAPA INICIAL</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lanzamiento del Programa en las regiones (Formato: ceremonia)</li> </ul>	Equipo PRODES	Presentación “oficial” del programa	Actores locales conocen/se comprometen con el programa (GGD)
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mesa redonda con periodistas, anuncio del sector/servicio priorizado (Formato: conferencia de prensa)</li> </ul>	Equipo PRODES GGD	Periodistas locales se informan y sensibilizan sobre el trabajo del programa	Preguntas y pedidos de información por parte de prensa local. Identificación de aliados en medios
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Difusión del lema (Formato: radial, afiches, discursos, Plataforma Virtual)</li> </ul>	GGD	El compromiso se comunica a través de un mensaje claro	Recordación y repetición del slogan por parte de actores clave
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Difusión notas de prensa (Colgadas en Plataforma Virtual)</li> </ul>	Equipo PRODES Of. Com. GR/GL	Cobertura local incluye info y temas levantados en notas de prensa	Notas de prensa publicadas, medios y periodistas usando la info como input
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cobertura mediática (Colgada en Plataforma Virtual)</li> </ul>	Equipo PRODES	Plataforma virtual empieza a usarse como repositorio de info	GR/GL y otros miembros del GGD usan la PV

Línea: <b>POLITICAS</b> Acciones/Actividades	Responsables	Resultados	Indicadores de los Resultados
<b>II. ESFUERZO SOSTENIDO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Field trips con prensa de Lima (Periodicidad: 2 al año)</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES</b></p>	<p>Medios y periodistas que viajan al campo</p>	<p>Reportes y notas sobre visita al campo</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Identificación de casos de estudio (Historias de éxito, testimonios, modelos, etc. Formato: electrónico)</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES GGD</b></p>	<p>Menú de materiales para “empaquetarse” de diferente manera</p>	<p>Productos y materiales desarrollados y usados a partir de los casos identificados</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Exposición en medios: entrevistas en programas políticos (Lima), por lo menos una por Presidente Regional</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES</b></p>	<p>“Secuela” de las entrevistas (twitter, réplicas, comentarios, etc.)</p>	<p>Entrevistas y presidentes regionales entrevistados. Rebote</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Campaña en redes sociales: Desarrollo de memes alusivos a las historias de éxito con tinte coloquial</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES</b></p>	<p>Viralización de los memes</p>	<p>Likes, comentarios, shares, alcance (reach), etc.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Foros (Periodicidad: uno por año, en cada uno de los departamentos)</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES GGD Of. Com. GR/GL</b></p>	<p>Institucionalización de los compromisos</p>	<p>“Carta(s) de la Amazonía” con compromisos concretos por parte actores clave con respecto a áreas prioritizadas</p>

<b>Línea: POLITICAS Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<b>III. CIERRE DEL PROGRAMA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ceremonia de cierre (Énfasis en transferencia/ presentación de resultados) Ámbito: Lima y regiones</li> </ul>	Equipo PRODES	Impacto del programa (cambios) son asumidos por actores clave	Actores clave presentan resultados como propios. Alcanzan propuestas/modelos a instancias decisoras
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificación de Casos de Estudio (Historias de éxito, testimonios, modelos, etc. en formato electrónico) Ámbito: Lima y Regiones</li> </ul>	Equipo PRODES GGD Of. Com. GR/GL	Plataforma virtual poblada con materiales en diversas presentaciones	Uso de los materiales en PV por parte de actores e instancias clave. Actores de-construyen y construyen historias
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrevistas en programas políticos con Presidentes Regionales y/o líderes sociales</li> </ul>	Equipo PRODES Of. Com. GR/GL	“Secuela” de las entrevistas (twitter, réplicas, comentarios, etc.	Entrevistas y presidentes regionales entrevistados. Rebote

<b>Línea: POLITICAS</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los</b>
-------------------------	---------------------	-------------------	---------------------------

<b>Acciones/Actividades</b>			<b>Resultados</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Twitterton con mensajes ( 140 caracteres ) de resultados e impacto del programa</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES/ Unidad de Com. USAID</b></p>	<p><b>Temas priorizados ingresan a la agenda de las redes sociales</b></p>	<p><b>TT generados. Seguidores</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Publicación de materiales (Notas de opinión, regulaciones, resultados de talleres, acuerdos inter-institucionales, etc.) por parte de ciudadanos objetivo primarios en plataforma virtual</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ANGR, CIAM, AMPE, REMURPE</b></p>	<p><b>Buzz mediático desde las instituciones (legitimación de mensajes)</b></p>	<p><b>Piezas y materiales comunicacionales colgados. Comentarios generados</b></p>

## OBJETIVO 2

### IDENTIFICAR Y PROMOVER PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU RÉPLICA O EXTENSIÓN

<b>Línea: GESTIÓN Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<b>I. ETAPA INICIAL</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>Identificación de modelos de gestión exitosos para su sistematización/difusión</li></ul>	Equipo PRODES GGD	Modelos trabajados en formatos amigables y fáciles de comunicar	Por los menos un modelo por GGD y por lo menos dos por área priorizada (6)
<ul style="list-style-type: none"><li>Diseño y producción de formatos diversos para la difusión: Fotografía, video, ficha técnica, etc. (Colgar en plataforma virtual)</li></ul>	Equipo PRODES	Formatos usados (deconstruidos y reconstruidos) por actores clave	Formatos desarrollados de acuerdo a especificidad del GGD y su zona de intervención
<ul style="list-style-type: none"><li>Registro de etapa inicial del modelo de gestión local (para elaboración de historias/nacionales: antes/después)</li></ul>	Equipo PRODES GGD	Insumos clasificados para potencial uso	Story-boards, guiones, ideas de historias, propuestas de muestras fotográficas, etc.
<ul style="list-style-type: none"><li>Identificación de espacios inter-institucionales (I.E: Mesa de Lucha contra la Pobreza, Mesa Ambiental, Iniciativa contra la Desnutrición Infantil) para conseguir su compromiso comunicacional y hacer sinergia)</li></ul>	GGD	Menú de actividades conjuntas	Espacios identificados

<b>Línea: GESTIÓN Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<b>II. ESFUERZO SOSTENIDO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pasantías a experiencias exitosas (por ejemplo: Jepelacio)</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES</b></p>	<p style="text-align: center;">Diálogo entre actores sobre la base del conocimiento directo</p>	<p style="text-align: center;">Propuestas de réplica, adaptación, escalamiento, etc. compartidas en PV y con otros soportes comunicacionales</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Registro del testimonio de los pasantes y sus pares en el campo</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES</b></p>	<p style="text-align: center;">Gestión del conocimiento</p>	<p style="text-align: center;">Materiales para difusión de las experiencias con las voces de los propios actores (usos)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Registro en diversos formatos (Audio,video,fotografía,etc) de los modelos a nivel local para uso en plataforma virtual, otros medios y como insumo para historias de éxito)</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>GGD</b></p>	<p style="text-align: center;">Gestión del conocimiento</p>	<p style="text-align: center;">Materiales para difusión de las experiencias en formatos amigables y re-utilizables (usos)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desastres: participar en los simulacros de desastres, facilitar la coordinación entre INDECI y Municipios. Aportar desde el nivel local con actividades de movilización social y animación cultural. Por ejemplo, la cumbia del dengue – dengue o la reggemaratón del terremoto,etc.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES GGD Of. Com. GR/GL</b></p>	<p style="text-align: center;">Fortalecimiento de la comunicación y coordinación inter-institucional</p>	<p style="text-align: center;">Actividades conjuntas. Materiales producidos conjuntamente</p>

<b>Línea: GESTIÓN Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Apoyo a actividades inter-institucionales alusivas a fechas emblemáticas. Gestión conjunta de la información: Notas de prensa conjuntas, mensajes unificados, recordación de lemas en discursos de autoridades de diversos ámbitos y sectores</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES GGD Of. Com. GR/GL</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Fortalecimiento de la comunicación y coordinación inter-institucional</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Actividades conjuntas. Materiales producidos conjuntamente</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Talleres comunicacionales con enfoque de gestión del conocimiento y manejo de herramientas con ciudadanos objetivo primarios.</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo de PRODES y equipos de comunicaciones de ANGR, CIAM, AMPE, REMURPE, etc.</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Apalancamiento y fortalecimiento de recursos comunicacionales institucionales para la gestión del conocimiento y la coordinación inter-institucional</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Recursos comunicacionales identificados</b></p>

<b>Línea: GESTIÓN Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<b>III. CIERRE DEL PROGRAMA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ceremonia: Presentación de los Resultados e Impacto de los Modelos de Gestión Local</li> </ul>	GGD Equipo PRODES	Consolidación del compromiso sobre los modelos	Actores suscriben compromiso en ceremonia pública
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presentación en diversos formatos (producidos localmente y por iniciativa de las OSB y otros sectores locales) de los procesos: antes-durante-después de la aplicación del modelo</li> </ul>	GGD	Gestión del conocimiento sobre el proceso aplicado en relación a modelos	Materiales y piezas comunicacionales producidas y compartidas
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Actualización de la plataforma virtual con una sección de resultados e impacto del modelo aplicado</li> </ul>	Equipo PRODES	Modelos consolidados gracias a la gestión del conocimiento	Modelos sistematizados en PV. Materiales y piezas comunicacionales producidas en base a modelos
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lanzamiento de un blog dentro de la plataforma virtual para notas elaboradas por instituciones, haciendo uso de los materiales registrados a lo largo de la implementación. Debe estar abierta a los comentarios de la ciudadanía</li> </ul>	Equipo PRODES/ Unidad de Com. USAID	Gestión del conocimiento desde los actores clave. Transparencia en la información	Entradas al blog, comentarios a las entradas

### OBJETIVO 3

#### IDENTIFICAR Y PROMOVER LIDERAZGOS LOCALES EN COMUNICACIÓN

<b>Línea: PARTICIPACIÓN Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<b>I. ETAPA INICIAL</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>Identificación de potenciales comunicadores/voceros/líderes en los talleres PMCS con GGD</li></ul>	Equipo PRODES	Vocería local para la legitimidad de los mensajes y poder de convocatoria	Líderes y voceros identificados y mapeados (Mailing list)
<ul style="list-style-type: none"><li>Identificación de OSB potenciales aliadas en temas comunicacionales</li></ul>	Equipo PRODES	Institucionalidad fortalecida a través de la comunicación	OSB identificadas y mapeadas (Mailing list)
<ul style="list-style-type: none"><li>Identificación de espacios potenciales para actividades de movilización social</li></ul>	Equipo PRODES GGD	Promoción de la participación ciudadana, vigilancia	Espacios identificados y listados de acuerdo a las áreas priorizadas
<ul style="list-style-type: none"><li>Identificación de espacios naturales/auténticos/ propios para "piggy back" con actividades comunicacionales</li></ul>	Equipo PRODES Of. Com. GR/GL	Promoción de la participación ciudadana, vigilancia	Espacios identificados y listados de acuerdo a las áreas priorizadas

<b>Línea: PARTICIPACIÓN Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<b>II. ESFUERZO SOSTENIDO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Taller de animación cultural con líderes locales identificados para: Contrucción de mensajes, narración de historias con formatos culturalmente pertinentes. (Registro de la experiencia)</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES</b></p>	<p>Fortalecimiento de capacidades comunicacionales locales</p>	<p>Talleres realizados. Líderes locales capacitados</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Taller con escuelas sobre prácticas a escala de los modelos de gestión (Registro de la experiencia)</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES GGD</b></p>	<p>Promover liderazgo de las escuelas. Niños y jóvenes como motivadores del cambio</p>	<p>Talleres realizados. Escuelas capacitadas</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diseño y ejecución de prácticas locales complementarias de los modelos de gestión (Con tecnología “cero”, con tecnología móvil, combinando ambas). Por ejemplo, brigadas de seguimiento de la puntualidad o ruta de recojo de residuos</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES GGD</b></p>	<p>Empoderamiento de la ciudadanía. Vigilancia</p>	<p>Prácticas diseñadas, implementadas e institucionalizadas. Población empoderada</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Participación de voceros en actividades del programa</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo PRODES</b></p>	<p>Credibilidad y legitimidad de mensajes. Pertinencia de mensajes</p>	<p>Número de voceros. Actividades de los voceros con relación al programa</p>

<b>Línea: PARTICIPACIÓN Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrevistas a voceros en medios de comunicación locales , regionales y nacionales.</li> </ul>	<p style="text-align: center;">Equipo PRODES GGD</p>	<p style="text-align: center;">Visibilidad y exposición mediática de líderes locales</p>	<p style="text-align: center;">Entrevistas realizadas</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Postulación de líderes en concursos alusivos (RPP, Ciudadanos al Día, etc.)</li> </ul>	<p style="text-align: center;">Equipo PRODES Of. Com. GR/GL</p>	<p style="text-align: center;">Visibilidad y reconocimiento de liderazgos locales</p>	<p style="text-align: center;">Líderes participantes</p>

<b>Línea: PARTICIPACIÓN Acciones/Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Resultados</b>	<b>Indicadores de los Resultados</b>
<b>III. CIERRE DEL PROGRAMA</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reconocimiento a líderes locales: Ceremonia de Premiación para las Autoridades Locales</li> </ul>	Equipo PRODES GGD	Visibilidad y reconocimiento de liderazgos locales	Líderes reconocidos
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desarrollo de perfiles de los líderes identificados para formato on-line (Colgados en plataforma virtual)</li> </ul>	Equipo PRODES GGD	Visibilidad y reconocimiento de liderazgos locales	Perfiles desarrollados
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Testimonio de líderes en actividades de cierre del programa</li> </ul>	Equipo PRODES	Empoderamiento local. Convocatoria	Testimonios dados
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Productos de las campañas realizadas colgadas en plataforma virtual</li> </ul>	Equipo PRODES	Gestión del conocimiento apoya liderazgo	Productos y materiales comunicacionales colgados

## **ANEXO 4: MATERIALES Y ENTREVISTAS PARA CONSULTORÍA**

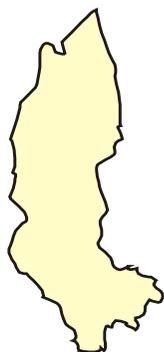
## ENTREVISTAS Y MATERIAL CONSULTADO

<b>PERSONAS CONSULTADAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Violeta Bermúdez, COP Programa Pro Descentralización</li><li>▪ Rocío Vargas, responsable del GGD de Loreto</li><li>▪ Néstor Ríos, responsable de los GGD de Madre de Dios y Ucayali</li><li>▪ José Pisconte, responsable de los GGD de Amazonas y San Martín</li><li>▪ Lucy María Pita, responsable de comunicaciones del Gobierno Regional de Madre de Dios</li><li>▪ César Zela, consultor en gestión ambiental</li></ul>
<b>PRESENTACIONES</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. A la COR del programa en USAID, Sobeida Gonzáles</li><li>2. Al equipo de ProDescentralización y COR de USAID</li></ol>
<b>MATERIAL CONSULTADO</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Propuesta del Programa (RFP, Technical Proposal, Set 2012)</li><li>2. Plan de Trabajo del Programa (FY 2013 Integrated Work Plan)</li><li>3. Resumen Ejecutivo, Diagnóstico Departamental Rápido, Amazonas, Loreto, Madre de Dios, San Martín, Ucayali</li><li>4. Diagnósticos Institucionales del GR de San Martín y los gobiernos locales que conforman el GGD Lamas – San Martín</li><li>5. Diagnósticos Institucionales en versión preliminar de Madre de Dios, Ucayali y Amazonas</li><li>6. Borrador de Estrategia de Comunicación ProDescentralización elaborada por Zenaída Solís</li><li>7. Materiales de las presentaciones del Programa de Mejora de la Calidad del Servicio (PCMS) Madre de Dios</li><li>8. Fichas de los diagnósticos institucionales de los gobiernos de los GGDs de las cinco regiones</li></ol>



## ANEXO 5: MATRICES POR DEPARTAMENTO

### DEPARTAMENTO: AMAZONAS



**Área Priorizada**

**Desnutrición Crónica**



REPOSABLE PRODESCENTRALIZACIÓN	COORDINADOR AMAZONAS
<ul style="list-style-type: none"><li>Antonio Paredes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Guillermo Chirinos</li></ul>
GRUPO DE GESTIÓN DESCENTRALIZADA (GGD)	ALIADOS LOCALES (Pre Identificados)
<ul style="list-style-type: none"><li>GR, Municipalidad Provincial de Condorcanqui, municipalidades distritales de Santa María de Nieva, El Cenepa, Río Santiago.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>UNICEF</li></ul>

LEMA	MENSAJES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TBD</li> <li>▪ El lema debe buscar la visibilización del desafío o reto. Relacionar este desafío con aspectos de la vida cotidiana que sean relevantes y que resuenen en los actores locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la etapa inicial del programa los mensajes deben reforzar la visibilización del reto.</li> <li>• Los mensajes en la etapa de esfuerzo sostenido pueden mutar hacia el refuerzo de las acciones logradas a partir de las experiencias convocantes.</li> <li>• Hacia la etapa de cierre los mensajes apuntarán a consolidar los logros así como el empoderamiento de las buenas prácticas por parte de los actores locales.</li> </ul>
CONTEXTO	MATRIZ MULTIFUNCIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacidades institucionales incipientes. Se requiere un trabajo previo de desarrollo de capacidades institucionales.</li> <li>▪ La sociedad civil no está organizada alrededor de los servicios priorizados.</li> <li>▪ Aliado fuerte: UNICEF.</li> <li>▪ Desafíos culturales y de género. Por ejemplo, el acceso al DNI no es visto como una ventaja (derecho) sino como un riesgo porque alienta la autonomía de las mujeres (mitos).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Priorizar ámbito off-line con actividades relacionadas al lanzamiento/instalación del programa e incentivar el boca-a-boca (motoristas y otros actores locales).</li> <li>▪ Identificar instancias dentro del GR, de la Municipalidad Provincial y distritales para su participación en actividades del programa incorporando metodología comunicacional básica (ice-breakers, juego de roles, lluvia de ideas, etc.)</li> <li>▪ Incorporar el ámbito medios masivos en la etapa de esfuerzo sostenido una vez que las experiencias convocantes hayan sido identificadas.</li> <li>▪ El ámbito off-line podrá integrarse hacia la etapa de consolidación y cierre del programa haciendo</li> </ul>

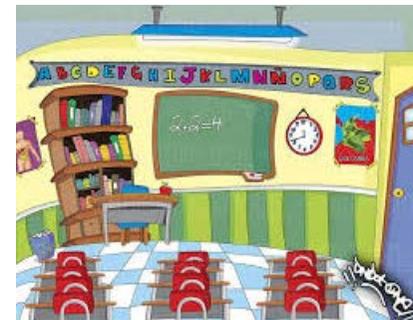
	uso de la plataforma de gestión del conocimiento.
<b>CONTEXTO</b>	<b>MATRIZ MULTIFUNCIONAL</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fuerte tradición oral. Potenciales medios para la comunicación “boca a boca”: los motoristas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Considerar field trips con prensa de Lima para integrar los 3 ámbitos (off-line, on-line y medios masivos) una vez que las experiencias convocantes estén “maduras”.</li> <li>▪ Considerar las experiencias comunicacionales sobre Lavado de Manos como estrategia para combatir la desnutrición infantil. (Iniciativa contra la Desnutrición Infantil, CARE, Programa de Agua y Saneamiento del Banco Mundial). Estas estrategias priorizan el trabajo a nivel comunitario y familiar.</li> <li>▪ Cruzar información con la Estrategia Regional para la Seguridad Alimentaria y Nutricional (aprobada) y el Consejo Regional de Niños, Niñas y Adolescentes.</li> </ul>

## DEPARTAMENTO: SAN MARTÍN



### Servicios Priorizados

- Mejora en Infraestructura educativa
- Mejora en la contratación de maestros

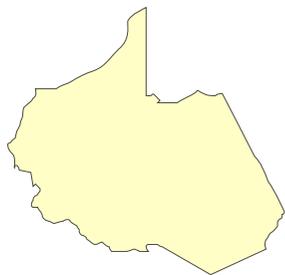


REPOSABLE PRODESCENTRALIZACIÓN	COORDINADORA SAN MARTÍN
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ José Pisconte</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sabina Aquino</li></ul>
GRUPO DE GESTIÓN DESCENTRALIZADA (GGD)	ALIADOS LOCALES (Pre Identificados)
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ GR y municipalidades provinciales de Moyobamba/Rioja, Lamas y Mariscal Cáceres y municipalidades distritales de Jepelacio, Soritor, Awajun, Lamas, Tabalosos, Cuñumbuqui, Zapatero, Campanilla, Pajarillo, Pachiza y Huicungo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Alcalde provincial de Lamas</li><li>▪ Alcalde distrital de Jepelacio (“champion”)</li><li>▪ Miembros de la ex Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía (corresponsal de RPP, Adolfo Fasanando)</li></ul>

LEMA	MENSAJES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TBD</li> <li>▪ El lema debe destacar la importancia de la coordinación entre los 3 niveles de gobierno para abordar estos retos</li> <li>▪ Buscar un lema estimulante y motivador que resuene sobretodo en las autoridades sobre su rol con respecto a la educación y su responsabilidad en cuanto a los servicios priorizados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Levantar a la educación dentro del “Modelo San Martín”</li> <li>▪ Insistir en la sostenibilidad del modelo sólo a partir del cuidado del recurso humano a través de la educación</li> <li>▪ Destacar el rol de los maestros en la mejora del servicio educativo</li> <li>▪ Relacionar la solidez del modelo con la infraestructura de las escuelas (paralelo)</li> </ul>
CONTEXTO	MATRIZ MULTIFUNCIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oportunidad: MINEDU requiere de una herramienta de mejora del servicio</li> <li>▪ Desafíos: coordinación con otros proyectos de USAID; sociedad civil desconectada de los servicios priorizados</li> <li>▪ Liderazgo de Alcalde Provincial de Lamas</li> <li>▪ Espacio modelo: Japelacio</li> <li>▪ Estudio de caso: Cuñumbuqui (gobernanza a nivel de las escuelas).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enfasis en ámbito medios masivos locales aprovechando del capital humano formado con la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonia</li> <li>▪ Mapear contactos desarrollados por Programa de Desarrollo Alternativo: líderes mujeres y hombres a nivel comunidades para “reclutarlos” para el programa</li> <li>▪ Desarrollar una fuerte vocería local que eventualmente comunique en otras regiones y en Lima (testimonios)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Empaquetar la historia de Jepelacio como experiencia convocante y registrarla en diversos formatos</b></li><li>▪ <b>Desarrollar el caso Cuñumbuqui como historia de éxito (si pertinente) en el aspecto de gestión participativa de la educación.</b></li><li>▪ <b>Explorar con SUMA el trabajo comunicacional realizado en Cuñumbuqui: potencial para pasantías de funcionarios de comunicación de otras municipalidades.</b></li><li>▪ <b>Revisar material comunicacional de SUMA (han producido videos) para ver pertinencia en su uso y aprovechamiento.</b></li><li>▪ <b>Retomar el trabajo en comunicaciones realizado con el GR durante etapa anterior del programa. Evaluar avances y potencialidad para continuar trabajando con equipo de comunicaciones de GR.</b></li></ul>
--	--

## DEPARTAMENTO: MADRE DE DIOS



### Servicios Priorizados

### Gestión de Residuos Sólidos



REPOSABLE PRO DESCENTRALIZACIÓN	COORDINADORA MADRE DE DIOS
<ul style="list-style-type: none"><li>Néstor Ríos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Carmen Kameko</li></ul>
GRUPO DE GESTIÓN DESCENTRALIZADA (GGD)	ALIADOS LOCALES (Pre Identificados)
<ul style="list-style-type: none"><li>GR, Municipalidad Provincial de Tambopata y Municipalidades Distritales de Laberinto, Inambari y las Piedras</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Comités de Vigilancia de Asentamientos Humanos</li><li>PR y Alcalde Provincial de Tambopata</li><li>Oficina de Comunicaciones del GR (cuentan con un canal de TV regional)</li></ul>

LEMA	MENSAJES
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Madre de Dios, te quiero limpia, saludable y verde</li><li>▪ Re-editar el lema a lo largo de las etapas de esfuerzo sostenido y cierre del programa, actualizando el contenido de acuerdo al avance de las experiencias convocantes.</li></ul>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. <u>Primera línea de mensajes</u> (relacionadas al servicio):<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Vincular el lema al servicio priorizado y a las acciones que se tomarán para abordarlo</li><li>❖ Indagar sobre vocablos locales asociados a la basura</li><li>❖ Identificar paradigmas relacionados a la dicotomía: limpieza/suciedad vs salud/enfermedad</li><li>❖ Explorar otras asociaciones.</li><li>❖ Identificar imágenes asociadas a estos conceptos</li><li>❖ Expresar estas imágenes en vocablos locales y lenguaje cotidiano de forma sintética</li></ul></li> <li>2. <u>Segunda línea de mensajes</u> (relacionados a la construcción de ciudadanía):<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Asociar los avances y eventuales logros de los modelos y sistemas aplicados a la noción de pertenencia (Madre de Dios como la gran casa)</li></ul></li></ol>

CONTEXTO	MATRIZ MULTIFUNCIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ “La ciudad más andina de la selva”. Transitoriedad de funcionarios, la mayoría proviene y se moviliza desde Puno y Cuzco</li> <li>▪ Débil compromiso. Poca capacidad de planificación</li> <li>▪ Aliados en sociedad civil: AAHH y promotores de salud</li> <li>▪ Proyectos de inversión pública en proceso para implementación de relleno sanitario (espacio para coordinación inter-institucional GR/GLs)</li> <li>▪ Metas de segregación en fuente (familias involucradas) incentivos MEF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Priorizar actividades off-line relacionadas a movilización social</li> <li>· Explorar el uso de la red RPC para incorporar elementos TIC en las actividades de movilización social y vigilancia del servicio de recojo de basura, horarios, rutas, etc</li> <li>· Potenciar la Oficina de Comunicaciones del GR</li> <li>· Vincular el trabajo off-line de movilización social con el ámbito masivo regional a través del canal del GR</li> <li>· Masificar el lema a través de un cintillo en los programas regionales</li> <li>· Masificar el lema a través de su impresión en materiales oficiales del GR y la Municipalidad Provincial (para promover ownership) de parte de las autoridades</li> </ul>

## DEPARTAMENTO: UCAYALI



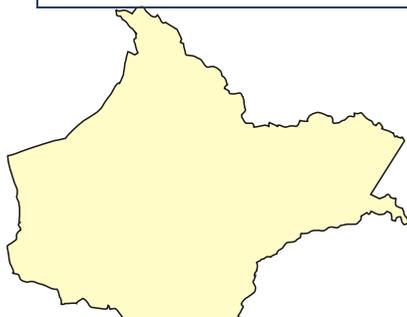
<b>Servicios Priorizados</b>
<b>Gestión de Residuos Sólidos</b>



REPOSABLE PRODESCENTRALIZACIÓN	COORDINADORA UCAYALI
<ul style="list-style-type: none"><li>Edson Berrios</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Sonia Rios</li></ul>
GRUPO DE GESTIÓN DESCENTRALIZADA (GGD)	ALIADOS LOCALES (Pre Identificados)
<ul style="list-style-type: none"><li>GR, Municipalidades provinciales de Coronel Portillo y Padre Abad y municipalidades distritales de Manantay, Campo Verde, Yarinacocha, Nueva Requena, Padre Abad, Curimaná e Irazola</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Alcalde de Manantay</li><li>Comités de Vigilancia en AAHH y red de promotores de salud</li><li>Eco-clubes ecológicos vecinales y escolares</li></ul>
LEMA	MENSAJES
<ul style="list-style-type: none"><li>TBD</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Se definirán a partir de la tónica del lema</li><li>Se puede apelar a Ucayali (ciudad) como la gran casa (en el sentido ambiental) que todos debemos cuidar, en la medida que existe mayor sentido de pertenencia a la</li></ul>

	<p>ciudad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Este sentido de casa en términos ambientales es también pertinente para la construcción de mensajes con comunidades nativas</li> </ul>
CONTEXTO	MATRIZ MULTIFUNCIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>Compromiso e identificación con la ciudad por parte de las autoridades y de la población</li> <li>Reconocimiento del trabajo previo del programa.</li> <li>Existencia de comunidades nativas en las zonas urbanas ubicadas en las rutas de recojo de la basura.</li> <li>Modalidad de recojo de basura: barrido de calles y recolección</li> <li>Metas de segregación en fuente (familias involucradas) incentivos MEF</li> <li>No existe relleno sanitario pero existe compromiso de las autoridades por implementarlo (de lo contrario incurrirían en un delito)</li> <li>Lote de 100,000 libros sobre educación ambiental producidos por el GR</li> <li>Volanteo de horarios y rutas de recojo de basura por parte de la Municipalidad de Coronel Portillo.</li> <li>Tensión: ¿quién da el primer paso, usuario o proveedor del servicio?</li> <li>Relación entre ambiente y salud: dengue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Priorizar actividades off-line relacionadas a movilización social</li> <li>Explorar uso de las TIC (con pertinencia local) en apoyo a las actividades de movilización social</li> <li>Explorar actividades de apoyo a la gestión de los eco-clubes</li> <li>Explorar y fortalecer liderazgos entre los aliados pre-identificados</li> <li>Registrar (fotografía/video/texto) el trabajo de aliados para consolidar experiencias convocantes</li> <li>Explorar actividades de acompañamiento en el uso de los libros de educación ambiental. Por ejemplo: ferias, visitas a campo, etc. con participación de escolares</li> <li>Promover la cobertura en medios una vez que experiencias convocantes estén consolidadas</li> <li>Aprovechar de la plataforma virtual para la gestión del conocimiento adquirido alrededor de las actividades de movilización social de acuerdo a los modelos aplicados</li> </ul>

## DEPARTAMENTO LORETO



## Área Priorizada

### Desnutrición Crónica

REONSABLE PRO DESCENTRALIZACIÓN	COORDINADORA LORETO
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Rocío Vargas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Carmen Montalván</li></ul>
GRUPO DE GESTIÓN DESCENTRALIZADA (GGD)	ALIADOS LOCALES (Pre Identificados)
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ GR, Municipalidad Provincial de Maynas y municipalidades distritales de Mazán, Belén y Punchana</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Población que trabajó con ProParticipación (Belén)</li></ul>
LEMA	MENSAJES
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ TBD</li><li>▪ Buscar la visibilización del desafío identificado a través de su asociación con la experiencia más próxima de las poblaciones involucradas</li><li>▪ Promover la valoración de los niños y niñas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• En la etapa inicial del programa los mensajes deben reforzar la visibilización del reto</li><li>• Incorporar la figura del niño como sujeto de derechos en la visibilización del reto</li><li>• Enfatizar que la única forma de enfrentar este</li></ul>

<p>como sujetos de derecho</p>	<p>reto es a través de la unión y convergencia de todos los sectores, sin importar tintes políticos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Destacar nutrición como un elemento vital en la salud (presente y futura) y su impacto en la productividad</li> <li>• Los mensajes en la etapa de esfuerzo sostenido pueden mutar hacia el refuerzo de las acciones logradas a partir de las experiencias convocantes</li> <li>• Hacia la etapa de cierre los mensajes apuntarán a consolidar los logros así como el empoderamiento de las buenas prácticas por parte de los actores locales</li> </ul>
CONTEXTO	MATRIZ MULTIFUNCIONAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Contexto político difícil: Frente Patriótico de Loreto</li> <li>▪ Reto: poblaciones nativas alejadas en algunos distritos (Mazán)</li> <li>▪ Avances de otros proyecto en relación a organización comunitaria (Belén y Proparticipación)</li> <li>▪ Escasa visibilidad del área priorizada: desnutrición.</li> <li>▪ GR cuenta con Estrategia Regional para la Seguridad Alimentaria y Nutricional</li> <li>▪ Valoración del niño: como mano de obra.</li> <li>▪ Explorar salud y productividad como mensaje convocante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificar recursos comunicacionales desarrollados por proyecto Proparticipacion y su pertinencia para la aplicación en el programa</li> <li>▪ Identificar liderazgos locales en comunicación desarrollados por Proparticipación para “reclutarlos” para el programa</li> <li>▪ Priorizar ámbito off-line con actividades relacionadas al lanzamiento/instalación del programa e incentivar el boca-a-boca a través de aliados pre-identificados, por ejemplo, los líderes locales que trabajaron con Proparticipación</li> <li>▪ Incorporar el ámbito medios masivos en la etapa de esfuerzo sostenido una vez que las experiencias convocantes hayan sido identificadas</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>El ámbito off-line podrá integrarse hacia la etapa de consolidación y cierre del programa haciendo uso de la plataforma de gestión del conocimiento.</b> Revisar materiales desarrollados por Proparticipación para evaluar su eficacia en población local y su potencialidad para temas relativos a descentralización</li><li>▪ <b>Considerar field trips con prensa de Lima para integrar los 3 ámbitos (off-line, on-line y medios masivos) una vez que las experiencias convocantes estén “maduras”</b></li><li>▪ <b>Considerar las experiencias comunicacionales sobre Lavado de Manos como estrategia para combatir la desnutrición infantil. (Iniciativa contra la Desnutrición Infantil, CARE, Programa de Agua y Saneamiento del Banco Mundial). Estas estrategias priorizan el trabajo a nivel comunitario y familiar</b></li><li>▪ <b>Cruzar información con la Estrategia Regional para la Seguridad Alimentaria y Nutricional (aprobada)</b></li></ul>
--	--



**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMERICA

Programa ProDescentralización

**COMMUNICATION PLANS TO  
PROMOTE CITIZEN ACCESS TO  
PUBLIC INFORMATION, AND MORE  
EFFECTIVE CITIZEN PARTICIPATION  
AND OVERSIGHT**

**Lima – Perú**

**December, 2013**



# TABLA DE CONTENIDOS

<b>Siglas.....</b>	<b>4</b>
<b>Presentación.....</b>	<b>6</b>
<b>I. Aspectos generales aplicables a todos los planes.....</b>	<b>8</b>
1.1. Enfoques y políticas priorizadas.....	8
1.2. Funciones de las acciones de comunicación.....	8
1.3. Periodo de vigencia .....	9
1.4. Ruta de implementación.....	9
1.5. Vocería .....	10
<b>II. Plan de comunicación de Amazonas.....</b>	<b>12</b>
2.1. Breve diagnóstico.....	12
2.2. Actores identificados.....	14
2.3. Matriz de actividades Año I (oct 2013-set 2014).....	16
<b>III. Plan de comunicación de Loreto.....</b>	<b>20</b>
3.1. Breve diagnóstico.....	20
3.2. Actores identificados.....	22
3.3. Matriz de actividades Año I (oct 2013-set 2014).....	24
<b>IV. Plan de comunicación de Madre de Dios.....</b>	<b>28</b>
4.1. Breve diagnóstico.....	28
4.2. Actores identificados.....	30
4.3. Matriz de actividades Año I (oct 2013-set 2014).....	32
<b>V. Plan de comunicación de San Martín.....</b>	<b>36</b>
5.1. Breve diagnóstico.....	36
5.2. Actores identificados.....	38
5.3. Matriz de actividades Año I (oct 2013-set 2014).....	40
<b>VI. Plan de comunicación de Ucayali.....</b>	<b>44</b>
6.1. Breve diagnóstico.....	44
6.2. Actores identificados.....	46
6.3. Matriz de actividades Año I (oct 2013-set 2014).....	48

## ANEXOS

Anexo 1: Reuniones con funcionarios/as de gobiernos subnacionales y líderes sociales

Anexo 2: Reuniones con periodista y comunicadores locales – medios de comunicación



## SIGLAS

AMRESAM	Asociación de Municipalidades de la Región San Martín
ARA	Autoridad Regional Ambiental
CONEI	Consejo Educativo. Institucional
COPALE	Consejo Participativo Local de Educación
COPARE	Consejo Participativo Regional de Educación
CPN	Control Pre Natal
CRED	Control de Crecimiento y Desarrollo
DCI	Desnutrición Crónica Infantil
DIRESA	Dirección Regional de Salud
DRE	Dirección Regional de Educación
FONDAM	Fondo de las Américas
FONIE	Fondo para la Inclusión Económica en Zonas Rurales
GCD	Grupo Consultivo de Departamental
GGD	Grupos de Gestión Descentralizada
GORESAM	Gobierno Regional de San Martín
PMC	Presidencia del Consejo de Ministros
SUTEP	Sindicato Unitario de Trabajadores en la Educación del Perú
UGEL	Unidad de Gestión Educativa Local
UNICEF	Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (por siglas en inglés)

## PRESENTACIÓN

El presente documento tiene como objetivo articular las acciones comunicativas de las actividades que desarrolla el Programa “ProDescentralización” de USAID en los cinco departamentos de la Amazonía con el propósito de fortalecer la gestión pública descentralizada.

En esa lógica, una de las prioridades de los cinco Planes propuestos será promover la Mejora del Servicio en relación a las prioridades identificadas en los Grupos de Gestión Descentralizada (GGD), en el marco de las actividades realizadas por el Programa ProDescentralización de USAID, durante el período octubre 2013-setiembre 2016.

Durante el primer año fiscal (de octubre 2013 – setiembre 2014), se promoverá la mejora del servicio seleccionado por el GGD según corresponda y otras actividades que ProDescentralización desarrolle en cada departamento.

De esta manera, se realizarán actividades comunicativas para informar a las autoridades, funcionarios/as, Sociedad Civil y medios de comunicación sobre la importancia de una gestión descentralizada de los servicios. Con ello se buscará motivar a que estos actores se involucren y apropien de este proceso y asuman compromisos efectivos para fortalecer la política de descentralización.

El presente documento; que contiene los cinco planes de comunicaciones correspondientes a los departamentos de Amazonas, Loreto, Madre de Dios, San Martín y Ucayali; ha sido elaborado sobre la base de la “Estrategia de Comunicación para el Programa ProDescentralización” que ha sido consultada e integra los aportes de USAID. Su contenido ha sido complementado con información del contexto de cada departamento, realizado por el y las coordinadoras departamentales. Adicionalmente, se han realizado visitas de campo para recoger los aportes del personal de las oficinas de Comunicación de los gobiernos descentralizados (incluyendo a las direcciones regionales); así como de algunos líderes sociales, periodistas y comunicadores locales<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Véase el Anexo: Lista de Participantes por departamento.



# I. ASPECTOS GENERALES APLICABLES A TODOS LOS PLANES

## I.1 Enfoques y políticas priorizadas

Cada Plan de comunicación incluye:

- **El enfoque de Género:** partiendo de la utilización del lenguaje inclusivo en las informaciones y comunicaciones que se realice; así como la consideración del impacto diferenciado de los mensajes e instrumentos comunicacionales dirigidos a mujeres y hombres.
- **El enfoque Intercultural:** por la presencia de poblaciones indígenas de la Amazonía, para ello se considerarán las necesidades de información y comunicación específicas de estas poblaciones al desarrollar los instrumentos y recursos comunicacionales.

Asimismo, la implementación del presente plan tendrá como marco de actuación a las políticas públicas del Estado peruano con las que el Programa ProDescentralización se alinea para alcanzar sus resultados:

- La política de **Descentralización**, política de carácter permanente que busca acercar el Estado a la población, a través de los gobiernos descentralizados.
- La política nacional de **Modernización de la Gestión del Estado**, que busca –entre otros aspectos- promover la articulación interinstitucional entre las entidades del Estado y los niveles de gobierno para multiplicar la capacidad de servicio del Estado en beneficio de las personas.
- La política nacional de **Gobierno Abierto** que se orienta a institucionalizar en los tres niveles de gobierno, prácticas de ética pública, transparencia y participación ciudadana.

## I.2 Funciones de las acciones de comunicación

Las acciones de cada Plan de comunicación buscarán cumplir con las siguientes funciones de forma progresiva:

- a. **Informativa:** implica difundir y posicionar a los servicios priorizados y sus implicancias reales en la vida y desarrollo de las personas.
- b. **Sensibilización:** busca promover y motivar a los actores involucrados en generar corrientes de opinión favorables a la mejora en la calidad de los servicios priorizados.
- c. **Debate:** para colocar determinados temas en la “opinión pública” y a través de la información, generar corrientes de opinión favorables a la mejora de la calidad de los servicios.
- d. **Mobilización:** se orienta a lograr participación de la ciudadanía y autoridades, a través de la vigilancia e involucramiento en la mejora del servicio priorizado.

### 1.3 Periodo de vigencia

Cada Plan de Comunicación tiene un periodo de vigencia de tres años, pues acompaña la implementación del Programa ProDescentralización de USAID en los departamentos. Las acciones contempladas en los planes serán actualizadas, anualmente, de acuerdo a los avances en el logro de resultados del Programa. Dichos ajustes estarán alineados al Plan de Mejora del Servicio y al Plan de Fortalecimiento de Capacidades Institucionales; de acuerdo a las oportunidades que se presenten en cada territorio y buscando incluirlos en un solo plan integrado y unificado para cada Grupo de Gestión Descentralizada.

### 1.4 Ruta de implementación

Cada Plan es un documento flexible que se adaptará al contexto que se va desarrollando en cada departamento. Del mismo modo, la ampliación del servicio o servicios priorizados serán tomados en cuenta para la actualización anual del Plan. En este sentido, la ruta de implementación de cada Plan de Comunicación está vinculada a cada uno de los resultados que espera lograr el Programa ProDescentralización, en consecuencia, las acciones planteadas están propuestas de acuerdo a cada eje programático en el que serán difundidas, el político<sup>3</sup>, el de gestión<sup>4</sup> y el de participación<sup>5</sup>.

En ese marco, los Planes pondrán especial atención a los Planes de Mejora del Servicio priorizado y al Plan de Fortalecimiento de capacidades institucionales en la materia o servicio priorizado por el GGD, en cada departamento; lo que implica una revisión constante de las acciones comunicativas, flexibilidad para adaptación al cambio y continuidad a nivel del logro de resultados previstos.

De otro lado, se espera el involucramiento de los y las responsables de las oficina de comunicaciones del gobierno regional, y de las direcciones y unidades regionales; así como de las municipalidades provinciales y distritales integrantes del GGD y de las instituciones de la Sociedad Civil vinculadas en mejorar la calidad del servicio público seleccionado.

Formarán parte del presente Plan, otras acciones comunicativas que contribuyan a:

- Lograr la articulación de las oficinas o unidades de comunicación de los gobiernos integrantes del GGD. Así como a nivel de cada gobierno mejorar la coordinación

---

<sup>3</sup> Político, mejorar el marco político normativo contribuyendo en la formulación de políticas y reformas e impulsando una normatividad que ayude a su cumplimiento y promoviendo el diálogo político entre los diversos niveles de gobierno.

<sup>4</sup> Gestión, apoyar a los gobiernos sub-nacionales para gestiones más eficaces fortaleciendo capacidades institucionales, mejorando la aplicación de las políticas y de los sistemas y promoviendo la integración inter-sectorial y la articulación de nivel central con los gobiernos sub-nacionales.

<sup>5</sup> Participación – Mejorar los mecanismos de transparencia y participación ciudadana contribuyendo a una mejor vigilancia e involucramiento de la ciudadana en la toma de decisiones y apoyando a instancias de base como los comités de vigilancia ciudadana.

interna a fin de promover mensajes, estrategias y accionar unificados que contribuyan a posicionar el servicio.

- Lograr los resultados relativos a las políticas nacionales en materia de gestión descentralizada, transparencia y participación ciudadana. Así, se realizará la producción de materiales comunicativos relacionados a políticas nacionales, la difusión de los balances anuales sobre la descentralización, de políticas públicas en relación a la gestión del riesgo de desastres, la prevención de conflictos y promoción del diálogo, la ética pública, participación y transparencia, entre otros. Del mismo modo, se incluye en los Planes la organización de reuniones de trabajo, foros de debate y actividades de movilización en general, teniendo presente las prácticas culturales y experiencias innovadoras de la comunicación que han demostrado efectividad en contextos similares a los desarrollados en cada uno de los departamentos.

Finalmente, se prevé que la Plataforma Virtual de Gestión de Conocimiento cumpla un rol importante para la articulación y difusión de las acciones comunicativas y para evidenciar experiencias – “desde la práctica a la política”- que sean motivadoras para su réplica y aprendizaje. Por ejemplo, en el caso de San Martín se mostrará la reconstrucción de la experiencia en Gestión de Residuos Sólidos en la Municipalidad Distrital de Jepelacio, la experiencia del Equipo Técnico Regional de Prevención y Gestión de conflictos sociales y la de la Autoridad Regional Ambiental (ARA).

## **I.5 Vocería**

La vocería es la capacidad comunicativa instalada para posicionar temas en la agenda pública, orientada a determinadas audiencias; con alta intervención de medios de comunicación para generar corrientes de opinión.

Por ello, los y las principales voceros de las actividades apoyadas por el programa en los departamentos serán aquellas personas (autoridades o funcionarios/as) que formen parte del Grupo de Gestión Descentralizada (GGD), el Grupo Consultivo de Departamental (GCD); los representantes de los Comité o espacios de Vigilancia, autoridades o especialistas locales, ciudadanía, especialmente los destinatarios del servicio que tengan algún grado de representatividad o liderazgo. Todos estos actores recibirán asistencia técnica de parte del Programa “ProDescentralización” para fortalecer sus capacidades en vocería o en habilidades comunicativas.



## II. PLAN DE COMUNICACIÓN DE AMAZONAS

Durante el año fiscal 2014, la implementación del presente Plan de Comunicación acompañará el desarrollo del Planes de Mejora del Servicio y el Plan de Fortalecimiento de Capacidades Institucionales, en el servicio priorizado de Control de Crecimiento y Desarrollo (CRED) del Niño y Niña, con el fin de promover la reducción de la Desnutrición Crónica Infantil (DCI) en el departamento.

Por ello, las acciones comunicativas acompañarán el proceso que sigue el Grupo de Gestión Descentralizada (GGD) de Amazonas conformado por el Gobierno Regional de Amazonas (incluida la DIRESA y las redes y Centros de Salud en Condorcanqui), la municipalidad Provincial de Condorcanqui, y las municipalidades distritales Santa María de Nieva, El Cenepa y Río Santiago. Se utilizarán como base algunos productos elaborados por el GGD como por ejemplo la Visión del servicio del CRED: *Al 2017, los niños y las niñas de Amazonas reciben servicio CRED de calidad con un enfoque integral e intercultural a través de la acción articulada de las instituciones públicas, privadas y la Sociedad Civil, siendo prestado por personal calificado, con vocación de servicio y comprometido en la disminución de la Desnutrición Crónica Infantil.*

Por tanto, se espera el involucramiento de los y las responsables de las oficina de Comunicaciones del Gobierno Regional de Amazonas, y de su Dirección Regional de Salud (DIRESA), de la Municipalidad Provincial de Condorcanqui y municipalidades distritales, e instituciones de la Sociedad Civil; así como los especialistas y agentes comunales (promotores en Salud) de las Redes y centros de salud.

### 2.1 Breve diagnóstico

Los resultados del diagnóstico rápido indican que las principales dificultades que enfrentan las áreas de comunicación de los gobiernos subnacionales están asociadas a aspectos financieros, de articulación, de acceso y tratamiento de la información y de personal. En el caso del gobierno regional y las municipalidades, sus áreas suelen atender aspectos de la coyuntura que afectan sobre todo su institucionalidad. Se constata el interés y la disposición de las autoridades y funcionarios del Gobierno Regional de Amazonas y de gobiernos locales por combatir, desde sus instituciones, la problemática de Desnutrición Crónica Infantil (DCI) y mejorar el servicio priorizado Control de Crecimiento y Desarrollo (CRED) del Niño y Niña.

Por otro lado, se evidencia la falta capacitación en los y las comunicadores de dichas instituciones y su articulación con los especialistas en salud, para el manejo técnico del tema de la DCI.

En la siguiente Matriz, se identifican algunos elementos del contexto que se consideran relevantes:

CONTEXTO	PROBLEMAS COMUNICATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Altos índices de DCI en el departamento.</li> <li>▪ Debilidades en la formación profesional intercultural en los y las especialistas y técnicos de la Salud, para un mejor servicio.</li> <li>▪ Alto costo para acceso a los servicios de Salud (para el transporte y movilización de parte de los y las destinatarios/as y para el mismo personal de salud en la cobertura).</li> <li>▪ Fuerte arraigo cultural por medicina ancestral.</li> <li>▪ Desarticulación en el trabajo de las Instituciones relacionadas al sector salud.</li> <li>▪ Alta disposición de los prestadores del Servicio (funcionarios/as y especialistas) en promover una mejora en su servicio, de cara a la ciudadanía.</li> <li>▪ La Dirección Regional de Salud está comprometida en la mejora de la calidad de los servicios priorizados.</li> <li>▪ La Universidad puede cumplir un rol muy importante en la investigación social sobre la DCI, para ser compartida con instituciones públicas y difundida a través de los medios de comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta mayor implementación y presupuesto (en equipos y personal) en las oficinas de Comunicación de las instituciones públicas.</li> <li>▪ Los y las comunicadores demandan mayor capacitación técnica de temas de salud para poder informar a la población, a través de los medios de comunicación. Así mismo, los especialistas necesitan valorar a la “comunicación” como eje de promoción de la salud.</li> <li>▪ Las barreras interculturales son una limitación para que las campañas informativas y de sensibilización lleguen oportunamente a los y las destinatarios del servicio.</li> <li>▪ Comunicadores no conocen, o conociendo, no difunden el valor nutritivo de los productos nativos.</li> </ul>

## 2.2 Actores identificados

Los actores clave identificados para participar en la implementación en el Plan de Comunicación de Amazonas, son:

### A. ACTORES REGIONALES Y LOCALES

- Gobierno Regional de Amazonas , que incluye a la:
  - Subregión de Condorcanqui del Gobierno Regional de Amazonas
  - Dirección Regional de Salud -DIRESA
  - Establecimientos de Salud de los distritos priorizados (Red y micro red de salud)
  - Personal técnico y especialistas del servicio CRED
- Municipalidad provincial de Condorcanqui
- Municipalidades distritales de Santa María de Nieva, El Cenepa y Río Santiago
- Agentes comunales de salud de los distritos priorizados
- Otros actores /Cooperación internacional con presencia en el departamento
  - UNICEF
  - Fondo de las Américas (FONDAM)

### B. ENTIDADES DEL GOBIERNO NACIONAL

- Ministerio de Salud
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS):
  - Programa social “Juntos”
  - Fondo para la Inclusión Económica en Zonas Rurales (FONIE)
  - Mesa de Concertación de Lucha Contra la Pobreza

### C. OPINIÓN PÚBLICA

- Medios de comunicación y periodistas
- Ciudadanía
- Madres y padres de familia
- Iglesias (especialmente de la iglesia Católica: Jesuitas)



## 2.3 Matriz de actividades del Año I (octubre 2013 - setiembre 2014) - Amazonas

La matriz de actividades está elaborada a partir de los resultados que espera lograr el Programa ProDescentralización, en consecuencia, las acciones planteadas están propuestas de acuerdo a cada eje programático mencionados en la ruta de implementación.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		AMBITO OFF LINE	AMBITO ON LINE <sup>6</sup>	AMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
<b>Gestión</b>	<b>Regional / local</b>	Difusión del foro departamental para promover el Control de Crecimiento y Desarrollo (CRED) del Niño y Niña, para disminuir la Desnutrición Crónica Infantil (DCI), en Amazonas.		Cobertura informativa.	Control de Crecimiento y Desarrollo del Niño y Niña, para disminuir la Desnutrición Crónica Infantil (DCI) en Amazonas es posicionado y promovido en el departamento.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos. <sup>7</sup>
	<b>Regional / local</b>	Taller de capacitación en habilidades comunicativas con especialistas (tomadores de decisión) y técnicos de las instituciones integrantes de los GGD para promover un rol de vocería.	Registro fotográfico.		Los y las especialistas mejoran su rol de vocería para promover el Servicio de Control de Crecimiento y Desarrollo del Niño y Niña, para disminuir la Desnutrición Crónica Infantil (DCI); promoviendo una agenda pública favorable.	Número de Comunicadores/as capacitados.

<sup>6</sup> El Ámbito On line involucra la actualización periódica de la "Plataforma de Gestión del Conocimiento" implementada por ProDescentralización, que podrá tener vinculación (de darse el caso) con otras redes sociales con similares temas de interés.

<sup>7</sup> En caso no poderse ubicar la copia de la información difundida en medios masivos, se podrá contar con una fotografía al momento en que se hizo la entrevista. De no ser posible, se detallarán los datos (fecha, nombre del medio y programa) en que fue difundida la información.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		AMBITO OFF LINE	AMBITO ON LINE <sup>6</sup>	AMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
	<b>Regional / local</b>	Taller de capacitación a los y las comunicadores de los gobiernos subnacionales y periodistas sobre el Servicio de Control de Crecimiento y Desarrollo del Niño y Niña, para disminuir la Desnutrición Crónica Infantil (DCI). Incorporando la importancia de la coordinación (interna) y al articulación (entre gobiernos).		Nota informativa sobre los talleres de capacitación.	Periodistas y comunicadores sensibilizados e informados sobre el Servicio de Control de Crecimiento y Desarrollo del Niño y Niña, para disminuir la Desnutrición Crónica Infantil (DCI); promoviendo una agenda pública favorable en el departamento.	Número de Comunicadores/as capacitados.
<b>Política</b>	<b>Nacional</b>	Producción de materiales informativos que acompañen a las políticas de Gestión de Riesgos de Desastre.	Materiales subidos a portal.		Políticas en Gestión de Riesgos de Desastres son adaptadas en formatos comunicativos, para su promoción.	Material comunicativo producido.
	<b>Regional/ local</b>	Coorganización de concursos en alianza con el FONDAM respecto al establecimiento de salud que cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> <li>– El mayor número de casos de CRED completo, o</li> <li>– El mayor número de madres informadas sobre la preparación de la papilla, o</li> <li>– La mayor cantidad de niños y niñas con DNI.</li> </ul>	Material es subido al portal.	Notas de prensa compartidas en medios de comunicación.	Se ha reconocido el trabajo de los establecimientos de salud y sus resultados frente a la lucha contra la DCI.	Número de participantes inscritos.  Experiencia premiada.
	<b>Regional/ local</b>	Diseño de al menos 1 material comunicativo (en formato impreso, con adaptación intercultural y enfoque de	Material es subido al portal.		Establecimientos de Salud cuentan con un material comunicativo para	Material producido y entregado a los establecimientos de

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		AMBITO OFF LINE	AMBITO ON LINE <sup>6</sup>	AMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
		género) que promueva una mejora en la Calidad del Servicio priorizado.			sensibilizar a la población en el servicio priorizado.	Salud para su difusión.
<b>Participación</b>	<b>Regional /Local</b>	Organización, al menos 1 foro o debate sobre políticas de descentralización y sobre aplicación efectiva de las cuotas de género y pueblos indígenas en el contexto electoral. (formato presencial, radial o televisivo), que incluya una Guía metodológica y materiales comunicativos o periodísticos (cartillas o notas informativas).	Nota informativa y registro fotográfico.	Cobertura informativa.	Incorporación en la agenda pública electoral la importancia de las políticas de descentralización, cuotas de género y pueblos indígenas.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos, y cartillas u otros materiales elaboradas.
	<b>Regional /Local</b>	Guía en acciones comunicativas para la movilización social en Salud, con enfoque intercultural y de género.  Taller a los promotores de Salud (Agentes comunales) para el acompañamiento en la mejora en los servicios priorizados.	Guía sobre acciones subida en el Portal.		Agentes comunales cuentan con estrategias comunicativas adecuadas para brindar una mejor información y sensibilización sobre el servicio.	Documento de guía para la Movilización Social en Salud.  Número de Agentes comunales capacitados.
	<b>Regional /Local</b>	Recojo de experiencia de éxito sobre el uso de al menos un material, adaptado con enfoque intercultural y de género, sobre cada servicio priorizado.	Registro fotográfico o audiovisual.		Se evidencia que el uso de la correcta información ayuda a la mejora de la calidad del servicio.	Testimonio de usuario del servicio, que evidencia el uso del material producido.
	<b>Regional /Local</b>	Sesión de capacitación a representantes o miembros de espacios o Comités de vigilancia a los servicios priorizados, para mejorar sus habilidades comunicativas y rol de vocería.		Nota informativa.	Representantes espacios de vigilancia cuentan mejores capacidades comunicativas para promover los servicios priorizados en Salud en Condorcanqui.	Número de capacitados y pauta metodológica desarrollada (para réplica en otros distritos).



### III. PLAN DE COMUNICACIÓN DE LORETO

Durante el año fiscal 2014, la implementación del presente Plan de Comunicación para el departamento de Loreto acompañará el desarrollo del Plan de Mejora del Servicio y Plan de Fortalecimiento de capacidades institucionales, en materia del Control de Crecimiento y Desarrollo (CRED) del Niño y Niña para disminuir la Desnutrición Crónica Infantil (DCI), como servicio priorizado.

Por ello, las acciones comunicativas acompañarán el proceso que sigue el Grupo de Gestión Descentralizada (GGD) de Loreto conformado por el Gobierno Regional de Loreto (incluida la DIRESA y las redes y Centros de Salud en Condorcanqui), Municipalidad Provincial de Maynas, las municipalidades distritales de Mazan, Belén y Punchana. Se utilizarán como base algunos productos elaborados por el GGD como por ejemplo la Visión: *“Al 2017, las gestantes, niños y niñas menores de 5 años, cuentan con un servicio CRED de calidad, eficiente y eficaz, prestado por profesionales y técnicos calificados, comprometidos y con vocación de servicio. La gestión del servicio es descentralizada y articulada entre los distintos actores públicos y cuenta con el apoyo de una población sensibilizada ante el problema de la desnutrición crónica en el departamento”*.

Por ello, se espera el involucramiento de los y las especialistas de las oficinas de Comunicaciones del gobierno regional, y su Dirección Regional de Salud (DIRESA), de los centros y establecimientos de salud de la localidades, del gobierno local provincial y distritales y de líderes representativos de la sociedad civil.

#### 3.1 Breve diagnóstico

El diagnóstico rápido de las áreas de comunicaciones de los miembros de los GGD, indica que su principal limitación es la articulación interna entre sus especialistas de salud y la limitada capacidad financiera para promocionar el tema de manera sostenida. Sin embargo, de parte de las autoridades y funcionarios regionales y locales, existe una gran disposición por abordar desde sus instituciones la problemática de DCI y mejorar el proceso del servicio.

Por otro lado, al revisar la agenda informativa y conversar con algunos periodistas, nos señalan que la cobertura informativa está polarizada; dividiéndose a favor y en contra de la actual gestión del Gobierno Regional de Loreto.

En la siguiente Matriz, se proporciona mayor información sobre el diagnóstico:

CONTEXTO	PROBLEMAS COMUNICATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Altos índices de Desnutrición Crónica Infantil en el departamento.</li> <li>▪ Falta mayor sensibilización a la población sobre la importancia de hacer los controles a niñas y niños menores de 3 años para evitar la Desnutrición Crónica Infantil (DCI).</li> <li>▪ Poca información (para la población) sobre los alcances de los servicios prorizados.</li> <li>▪ Apertura y alto compromiso del gerente de Desarrollo Social por generar cambios en el departamento en el tema de DCI.</li> <li>▪ Alta disposición de los prestadores del Servicio (funcionarios, especialistas y técnicos) en promover una mejora en su servicio, de cara a la ciudadanía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Débil implementación (presupuesto y equipos) en las oficinas de Comunicación de las instituciones públicas.</li> <li>▪ Los y las comunicadores demandan mayor capacitación técnica de temas de Salud para poder informar a la población, a través de los medios de comunicación. Así mismo, los especialistas necesitan valorar a la “comunicación” como eje de promoción de la Salud.</li> <li>▪ Existe la percepción de que la prensa está parcializada, tomando posición a favor o en contra de la actual gestión del Gobierno Regional de Loreto.</li> <li>▪ Falta mayor articulación interna entre los y las comunicadores y los especialistas o técnicos de los servicios de Salud, para difundir información oportuna sobre el servicio.</li> </ul>

## 3.2 Actores identificados

Los actores clave identificados para participar en la implementación del presente Plan, son:

### A. ACTORES REGIONALES Y LOCALES

- Gobierno Regional de Loreto , que incluye a la:
  - Dirección Regional de Salud -DIRESA
  - Establecimientos de Salud de los distritos priorizados
  - Personal técnico y especialistas del servicio CRED
  - Personal técnico y especialistas del servicio CPN
- Municipalidad provincial de Maynas
- Municipalidades distritales de Mazan, Belén y Punchana
- Promotores de Salud de los distritos priorizados

### B. ENTIDADES DEL GOBIERNO NACIONAL

- Ministerio de Salud
- Programa social “Juntos”
- Qali Warma

### C. OPINIÓN PÚBLICA

- Medios de comunicación y periodistas
- Ciudadanía
- Madres y padres de familia



### 3.3 Matriz de actividades del Año I (de octubre 2013 a setiembre 2014) - Loreto

La matriz de actividades está elaborada a partir de los resultados que espera lograr el Programa ProDescentralización, en consecuencia, las acciones planteadas están propuestas de acuerdo a cada eje programático mencionados en la ruta de implementación.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
Gestión	Regional / local	Taller de capacitación que fortalezcan a los y las comunicadores de las instituciones integrantes los GGD, de establecimientos de Salud, y a los y las periodistas en relación al CRED. Incorporando la importancia de la coordinación (interna) y al articulación (entre gobiernos)	Nota informativa sobre los talleres de capacitación.	Cobertura informativa de los talleres realizados.	Comunicadores y periodistas sensibilizados que promueven una agenda pública favorable que sensibilice a la ciudadanía a hacer uso del servicio de forma oportuna e informada.	Número de comunicadores de instituciones miembros de GGD y periodistas de Loreto capacitados.  Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos respecto al CRED.
		Difusión del foro sobre la lucha contra la DCI en Loreto para promover el CRED.		Cobertura informativa.	Servicios priorizados son colocados en la agenda pública departamental.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos.
	Regional / local	Taller de capacitación en habilidades comunicativas con especialistas (tomadores de decisión) y técnicos de las instituciones integrantes de			Especialistas cuentan con un mejor rol de vocería para promover los	Número de especialistas o técnicos fortalecidos en su rol de vocería.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
		los GGD y establecimientos de Salud para promover un rol de vocería a favor de los servicios priorizados.			servicios priorizados.	
<b>Política</b>	<b>Regional /Local</b>	Producción de al menos un material, adaptado con enfoque intercultural y de género, sobre cada servicio priorizado.	Materiales subidos al Portal.	Materiales producidos son compartidos con los periodistas de Loreto.	Información sobre los servicios priorizados incluyen enfoque intercultural y de género.	Número de materiales entregados a los establecimientos o centros de salud.
	<b>Nacional</b>	Producción de materiales informativos que acompañen a las políticas de Gestión de Riesgos de Desastre.	Materiales subidos a portal.		Políticas en Gestión de Riesgos de Desastres son adaptadas en formatos comunicativos, para su promoción.	Material comunicativo entregado.
<b>Participación</b>	<b>Regional /Local</b>	Organización, al menos 1 foro o debate sobre políticas de descentralización y sobre aplicación efectiva de las cuotas de género y pueblos indígenas en el contexto electoral. (formato presencial, radial o televisivo), que incluya una Guía metodológica y materiales comunicativos o periodísticos (cartillas o notas informativas).	Nota informativa y registro fotográfico.	Cobertura informativa.	Incorporación en la agenda pública electoral la importancia de las políticas de descentralización, cuotas de género y pueblos indígenas.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos, y cartillas u otros materiales elaboradas.
	<b>Regional /Local</b>	Guía en acciones comunicativas para la movilización social en Salud.	Guía en acciones	Cobertura informativa de	Promotores de Salud promueven una	Documento de Guía en acciones

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
		Asistencia técnica a los promotores de Salud para el acompañamiento en la mejora en los servicios priorizados.	comunicativas para la Movilización Social en la Salud, subida en el Portal.	los talleres de A.T realizados.	mejora en la Calidad de los servicios priorizados.	comunicativas para la Movilización en Salud elaborada.  Número de promotores que reciben AT.
	<b>Regional /Local</b>	Recojo de experiencia de éxito sobre el uso de al menos un material, adaptado con enfoque intercultural y de género, sobre cada servicio priorizado.	Registro fotográfico o audiovisual.	Nota de prensa.	Se evidencia que el uso de la correcta información ayuda a la mejora de la calidad del servicio.	Testimonio de usuario del servicio, que evidencia el uso del material producido.
	<b>Regional /Local</b>	Sesión de capacitación a representantes o miembros de espacios o Comités de vigilancia a los servicios priorizados, para mejorar sus habilidades comunicativas y rol de vocería.		Nota informativa.	Representantes espacios de vigilancia cuentan mejores capacidades comunicativas para promover los servicios priorizados en Salud en Loreto.	Número de capacitados y pauta metodológica desarrollada (para réplica en otros distritos).



## IV. PLAN DE COMUNICACIÓN DE MADRE DE DIOS

Durante el año fiscal 2014, la implementación del presente Plan de Comunicación acompañará el desarrollo del Plan de Fortalecimiento de Capacidades Institucionales del gobierno regional y de los Planes de Mejora del Servicio en materia de Gestión de Residuos Sólidos por segregación de fuente en la provincia de Tambopata y en los distritos de Laberinto, Inambari y Las Piedras.

Por ser “Ambiente” el eje temático se espera el involucramiento de las oficinas de Comunicación de los gobiernos subnacionales que formen parte del GGD y líderes comunicacionales representativos de asociaciones de mujeres, de pueblos indígenas, de jóvenes, de organizaciones vecinales, entre otros.

Las acciones comunicativas acompañarán a promover el lema ya elegido por los miembros del GGD: “Madre de Dios, te quiero limpia, saludable y verde”.

### 4.1 Breve diagnóstico

Los resultados del diagnóstico rápido de las áreas de comunicaciones indican que las principales dificultades que enfrentan están referidas a los temas de recursos financieros, articulación con otras instituciones, información sobre el servicio y personal asignado. En el caso del Gobierno regional y las municipalidades, se han identificado algunas campañas informativas sobre el reciclaje y horarios de recojo de basura; sin embargo, no son sostenidas. A ello se suma, que desde el personal de “Servicios Públicos” no se cumplen las rutas y horarios de recojo de basura propuestos.

Los resultados de las encuestas sobre satisfacción del servicio nos permite, también, constatar la insatisfacción ciudadana respecto a los horarios y tratamiento integral de los residuos sólidos. Además, los comunicadores/as del GGD señalan que la ciudadanía no respeta los horarios y canales para echar los residuos sólidos.

Por otro lado, la agenda pública está dividida a favor y en contra de la minería informal y artesanal; y los temas ambientales que se muestran están más relacionados a la conservación y biodiversidad, mas no al reciclaje o problemática de residuos sólidos. La necesidad de un relleno sanitario como parte de la agenda pública también ayudaría a fortalecer las acciones de incidencia con las autoridades y sensibilizar a la población sobre la vigilancia del servicio.

Por otro lado, hace falta mayor capacitación a los y las periodistas en el manejo técnico del tema, como por ejemplo en las diversas formas de segregación de los residuos sólidos, a fin de que se pueda informar y sensibilizar de manera adecuada. El involucramiento de la Escuela para crear conciencia ciudadana desde la niñez es fundamental.

En la siguiente Matriz, se proporciona mayor información de contexto y las dificultades:

CONTEXTO	PROBLEMAS COMUNICATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta mayor información sobre los horarios y rutas del camión recolector de residuos sólidos.</li> <li>▪ Las municipalidades debieran contar con una oficina o especialistas que brinden información oportuna a la ciudadanía, sobre el servicio priorizado. Lo que implica contar con mayor número de especialistas formados en residuos sólidos.</li> <li>▪ Mayor sensibilización e información para generar una cultura de limpieza. Las y los ciudadanos están poco informados y comprometidos en el respeto de los horarios y lugares de recojo de residuos sólidos.</li> <li>▪ Poca satisfacción, por parte de la ciudadanía, del servicio de recojo de residuos que brindan las municipalidades .</li> <li>▪ Existe la necesidad de contar con un relleno sanitario que haga más eficiente el proceso.</li> <li>▪ Disposición de las autoridades y funcionarios de los gobiernos subnacionales en promover un servicio de calidad.</li> <li>▪ Débil involucramiento de las escuelas. Se espera que lo ambiental forme parte del civismo de la comunidad educativa (docentes, alumnado y padres de familia).</li> <li>▪ Las municipalidades realizan concursos vecinales que son espacios comunicativos propicios para promover el tema de forma sostenida y articulada.</li> <li>▪ Existencia de un medio de comunicación público (canal de televisión regional).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las oficinas de comunicación de los gobiernos subnacionales realizan campañas informativas cortas de manera desarticulada y poca sostenida.</li> <li>▪ La diversidad de campañas informativas dentro de las oficinas de Comunicación, obliga a que sus responsables deban priorizar su presupuesto en temas diferentes al de la gestión de residuos sólidos.</li> <li>▪ Los periodistas sienten que no tienen sus capacidades fortalecidas en el manejo de los residuos sólidos, por ello demandan mayor capacitación y asistencia técnica para el tratamiento del tema.</li> <li>▪ La creación del relleno sanitario como parte de la mejora del proceso de gestión integral, no se encuentra en la agenda pública periodística.</li> <li>▪ Se necesita de mayor sensibilización a la población para el cuidado de su comuna, respetando los horarios y canales adecuados para verter los residuos sólidos.</li> <li>▪ La segregación por fuente es todavía un tema pendiente a introducir en la agenda pública.</li> <li>▪ Desarticulación de las escuelas con las iniciativas de los gobiernos en el tratamiento del tema de los residuos sólidos y la gestión ambiental.</li> </ul>

## 4.2 Actores identificados

Los actores clave identificados para participar en la implementación del presente Plan son:

### A. ACTORES REGIONALES Y LOCALES

- Gobierno Regional de Madre de Dios que incluye a:
  - La Gerencia de Recursos Naturales y Ambiente
  - La Gerencia de Desarrollo Social
  - La Gerencia de Desarrollo Económico
  - La Dirección Regional de Educación
- Municipalidad provincial
  - Gerencia de Servicios Públicos /Limpieza
- Municipalidades distritales
  - Gerencia de Servicios Públicos /Limpieza
- UGEL
  - Las Instituciones Educativas
  - Directores
  - Maestro/as

### B. ENTIDADES DEL GOBIERNO NACIONAL

- Ministerio del Ambiente
- Ministerio de Educación

### C. Proyectos de Cooperación Internacional

- Proyecto Perú Bosques - USAID

### D. Opinión pública

- Medios de comunicación y periodistas
- Ciudadanía
- Padres y madres de familia
- Alumnos/as



### 4.3 Matriz de actividades del Año I (octubre 2013 - setiembre 2014) – Madre de Dios

La matriz de actividades está elaborada a partir de los resultados que espera lograr el Programa ProDescentralización, en consecuencia, las acciones planteadas están propuestas de acuerdo a cada eje programático mencionados en la ruta de implementación.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		AMBITO OFF LINE	AMBITO ON LINE <sup>8</sup>	AMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
Gestión	Regional / local	Difusión del foro departamental para promover la Gestión de Residuos Sólidos por segregación de fuente, en Madre de Dios.		Cobertura informativa.	La Segregación de Gestión de Residuos sólidos por fuente en Madre de Dioses es posicionado y promovido en el departamento.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos. <sup>9</sup>
	Regional / local	Taller de capacitación que fortalezcan a los y las comunicadores de los gobiernos subnacionales en relación a la gestión de residuos sólidos por segregación de fuente. Incorporando la importancia de la coordinación (interna) y al articulación (entre gobiernos)	Nota informativa sobre los talleres de capacitación.		Comunicadores sensibilizados e informados sobre la gestión de los residuos sólidos por segregación de fuente que promueven una agenda pública favorable en el departamento.	Número de Comunicadores/as se informan de la Gestión de Residuos Sólidos.  Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos.

<sup>8</sup> El Ámbito On line involucra la actualización periódica de la "Plataforma de Gestión del Conocimiento" implementada por ProDescentralización, que podrá tener vinculación (de darse el caso) con otras redes sociales con similares temas de interés.

<sup>9</sup> En caso no poderse ubicar la copia de la información difundida en medios masivos, se podrá contar con una fotografía al momento en que se hizo la entrevista. De no ser posible, se detallarán los datos (fecha, nombre del medio y programa) en que fue difundida la información.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE <sup>8</sup>	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
<b>Política</b>	<b>Nacional</b>	Producción de materiales informativos que acompañen a las políticas de Gestión de Riesgos de Desastre.	Materiales subidos a portal.		Políticas en Gestión de Riesgos de Desastres son adaptadas en formatos comunicativos, para su promoción.	Material comunicativo producido.
	<b>Regional/local</b>	Producción de al menos 1 material comunicativo (formato impreso o formato radial o pastillas para formato televisivo con adaptación intercultural, de ser el caso) que promueva la gestión de residuos sólidos por segregación de fuente sólidos.  Guía de uso para su difusión en medios masivos y espacios públicos – locales.	Material es subido al portal.		Gobiernos sub nacionales cuentan con un material comunicativo para sensibilizar a la población en el tema de residuos sólidos.	Material producido y entregado a los gobiernos subnacionales para su difusión.
	<b>Regional/local</b>	Producción de al menos 1 material comunicativo (formato impreso o formato radial o pastillas para formato televisivo con adaptación intercultural, de ser el caso) con el fin de sensibilizar a la población sobre el pago oportuno de arbitrios, para la mejora del servicio priorizado y sus beneficios.	Material es subido al portal.		Se coloca en la agenda pública la necesidad de pagar oportunamente los arbitrios para la mejora de la calidad del servicio priorizado.	Número de materiales producidos y distribuidos.
<b>Participación</b>	<b>Regional/Local</b>	Organización, al menos 1 foro o debate sobre políticas de descentralización y sobre	Nota informativa y registro	Cobertura informativa.	Incorporación en la agenda pública electoral la importancia de las	Número de Notas periodísticas (en formato impreso,

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE <sup>8</sup>	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
		aplicación efectiva de las cuotas de género y pueblos indígenas en el contexto electoral. (formato presencial, radial o televisivo), que incluya una Guía metodológica y materiales comunicativos o periodísticos (cartillas o notas informativas).	fotográfico.		política de descentralización, cuotas de género y pueblos indígenas.	radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos, y cartillas u otros materiales elaboradas.
	<b>Regional /Local</b>	<p>Guía sobre acciones comunicativas para la movilización social en la Escuela o espacios comunales en favor de la Gestión en Residuos Sólidos.</p> <p>Asistencia Técnica a las y los comunicadores de los gobiernos subnacionales para la implementación de ciertas acciones comunicativas, en relación al diseño de una campaña informativa.</p>	Guía sobre acciones subida en el Portal.		Comunicadores de los GGD se capacitan sobre acciones comunicativas para la movilización social en la Escuela en relación a la gestión de Residuos Sólidos.	<p>Documento de guía para la Movilización Social en la Escuela o espacios comunales elaborada.</p> <p>Número de acciones de movilización social promovidas por comunicadores asistidos técnicamente por el Programa.</p>
	<b>Regional /Local</b>	Diseño e impresión de al menos 1 material comunicativo (en formato impreso, con adaptación intercultural de ser el caso) que promueva la gestión de residuos sólidos por segregación de fuente en la Escuela.	Material es subido al portal.		Escuelas cuentan con un material comunicativo para sensibilizar a los y las niños y adolescentes en el tema de residuos sólidos por segregación de fuente.	Número de materiales entregados a las UGEL para ser distribuido a los colegios.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE <sup>8</sup>	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
	<b>Regional /Local</b>	Taller de capacitación que fortalezcan las habilidades comunicativas y rol de vocería de líderes de asociaciones, que pertenezcan a grupos o comité de vigilancia, sobre el tema de gestión de residuos sólidos por segregación de fuente.			Líderes de espacios o comité de vigilancia fortalecen sus capacidades comunicativas y sobre gestión de residuos sólidos para difundirlo entre sus grupos.	Número de líderes capacitados.

## V. PLAN DE COMUNICACIÓN DE SAN MARTÍN

Durante el año fiscal 2014, la implementación del presente Plan de Comunicación acompañará el desarrollo del Plan de Fortalecimiento de Capacidades Institucionales relacionados a los servicios priorizados por el Grupo de Gestión Descentralizada de Lamas y por el ente rector en materia educativa (infraestructura educativa, contratación docente y distribución de materiales educativos), focalizando el trabajo en la provincia de Lamas. Asimismo se tomará en consideración los Planes de Mejora de los servicios priorizados.

De otro lado, por ser la “Educación” el eje temático se espera el involucramiento de la Oficina de Comunicaciones de la Dirección Regional de Educación (DRE), de los o las comunicador/as responsables de cada Unidad de Gestión Educativa Local (UGEL); de la Municipalidad Provincial de Lamas y sus municipalidades distritales de Tabalosos, Cuñunbuqui, Zapatero y Lamas; así como del Gobierno Regional de San Martín e instituciones de la sociedad civil vinculadas a los servicios de educación (COPARE, COPALE).

### 5.1 Breve diagnóstico

En el caso del Gobierno regional y las municipalidades, el área de comunicaciones está enfocada en atender la agenda institucional y las demandas de máxima autoridad. En el caso de las UGEL, los responsables de comunicaciones son, en su mayoría, profesores destacados que hacen la labor de comunicadores, existiendo una debilidad de formación profesional. Además, por lo general, la articulación interna entre el área de comunicaciones con las demás áreas y unidades de los gobiernos es un aspecto a trabajar.

El diagnóstico nos permite constatar que existe desconfianza de la ciudadanía respecto de los avances del proceso educativo, de los logros educativos alcanzados por los estudiantes en la provincia de Lamas y de la percepción poco positiva que tiene la ciudadanía de los operadores de la educación. En ese sentido, los docentes, que son la cara visible de la Educación, necesitan mejorar su posicionamiento ante la opinión pública.

Por otro lado, en el departamento de San Martín, particularmente en la provincia de Lamas, se evidencia el poco interés y poca disposición de la prensa para abordar temas educativos y mucho menos aquellos vinculados a la descentralización y a la mejora de la gestión pública descentralizada. La agenda pública está más abocada a cubrir noticias de impacto (delincuencia, escándalo político, deportes, farándula, etc.). La prensa de San Martín requiere de información técnica actualizada acompañada de capacitación.

En la siguiente Matriz, se proporciona mayor información sobre de contexto y las dificultades encontradas:

CONTEXTO	PROBLEMAS COMUNICATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mala imagen de los y las maestros en el departamento, reflejada por los medios de comunicación.</li> <li>▪ Poco conocimiento de la opinión pública del “Modelo de Gestión Educativa Local”.</li> <li>▪ Poca participación de la ciudadanía con los servicios priorizados.</li> <li>▪ Alta disposición de la DRE en posicionar e informar sobre el “Modelo de Gestión Educativa Local”, adaptándolo a la gestión local.</li> <li>▪ Liderazgo de alcalde provincial de Lamas.</li> <li>▪ Proyectos de USAID y de la sociedad civil afines para la coordinación.</li> <li>▪ Conformación del COPARE con vida orgánica.</li> <li>▪ Conformación de COPALE en Lamas.</li> <li>▪ Buena disposición del Gobierno Regional de San Martín en incorporar la Prevención de Conflictos sociales y Promoción del Diálogo en su gestión.</li> <li>▪ Experiencias exitosas como la de Japelacio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Débil implementación en las oficinas de Comunicación de la DRE y las UGEL (personal no dedica tiempo exclusivo para su función de comunicador, falta equipamiento y presupuesto para trabajar).</li> <li>▪ Los comunicadores de las UGEL demandan mayor capacitación técnica de temas educativos y comunicativos. Así mismo, los especialistas necesitan valorar a la “comunicación” como eje de promoción del “Modelo de Gestión Educativa Local”.</li> <li>▪ Escasa articulación entre las oficinas de Comunicación con los y las especialistas, técnicos y docentes. No existen los canales y procesos de comunicación oportunos y adecuados.</li> <li>▪ Débil disposición de la prensa de abordar temas educativos, por falta de información y porque la agenda pública promueve el sensacionalismo. También existe una cultura de “pagar” por la información difundida.</li> </ul>

## 5.2 Actores identificados

Los actores clave identificados para participar en la implementación del presente Plan son:

#### **A. ACTORES REGIONALES Y LOCALES**

- Gobierno Regional de San Martín (GORESAM), que incluye a:
  - La DRE
  - La UGEL
  - Las Instituciones Educativas
  - Equipo Técnico Regional de Prevención de Conflictos Sociales del GORESAM
- AMRESAM
- Asociación de Directores
- SUTEP
- Sociedad Civil (COPARE, COPALE, CONEI, Colegio Profesional de Profesores, otros)
- Municipalidades provinciales
- Municipalidades distritales

#### **B. ENTIDADES DEL GOBIERNO NACIONAL**

- Presidencia del Consejo de Ministros (Secretaría de Gestión Pública)
- Ministerio de Educación

#### **C. PROYECTOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

- Proyecto SUMA-USAID
- Programa de Inclusión Digital de USAID

#### **D. OPINIÓN PÚBLICA**

- Medios de comunicación y periodistas
- Ciudadanía
- Padres y madres de familia
- Alumnos/as



### 5.3 Matriz de actividades del Año I (de octubre 2013 a setiembre 2014) – San Martín

La matriz de actividades está elaborada a partir de los resultados que espera lograr el Programa ProDescentralización, en consecuencia, las acciones planteadas están propuestas de acuerdo a cada eje programático.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE <sup>10</sup>	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
Gestión	Regional / local	Asistencia Técnica en la implementación del Plan regional de Comunicación de la DRE para un mejor posicionamiento del Modelo de Gestión Local de Educación en San Martín. La AT incluye el tema de la coordinación interna.			La DRE cuenta con acompañamiento en la implementación del Plan regional de Comunicación para la mejora de su comunicación interna en las DRE y las UGEL y fortalecimiento de los y las comunicadores responsables para un mejor posicionamiento del Modelo de Gestión Local de Educación en San Martín.	Número de acciones previstas en la estrategia que son implementadas.
	Regional / local	Difusión de los compromisos del foro sobre Educación en San Martín, para promover el Modelo de Gestión Local de Educación.		Cobertura informativa.	Modelo de Gestión Local de Educación en San Martín es posicionado y promovido en el departamento.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos. <sup>11</sup>

<sup>10</sup> El Ámbito On line involucra la actualización periódica de la “Plataforma de Gestión del Conocimiento” implementada por ProDescentralización, que podrá tener vinculación (de darse el caso) con otras redes sociales con similares temas de interés.

<sup>11</sup> En caso no poderse ubicar la copia de la información difundida en medios masivos, se podrá contar con una fotografía al momento en que se hizo la entrevista. De no ser posible, se detallarán los datos (fecha, nombre del medio y programa) en que fue difundida la información.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE <sup>10</sup>	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
	<b>Regional / local</b>	Guía (acompañada de una Asistencia técnica) para el desarrollo de espacios de encuentro y/o reuniones periódicas de trabajo, por parte de los y las comunicadores responsables de cada UGEL y la DRE, para evaluar y coordinar las acciones por la mejora de la educación.	Guía alojada en el portal.		Comunicadores de las UGEL y DRE cuentan con herramientas para su articulación interna que le permita promover el Modelo de Gestión Local de Educación en San Martín.	Guía elaborada y difundida, de forma participativa.  Número de comunicador/as responsables de cada UGEL y DRE que han recibido asistencia técnica.
	<b>Regional / local</b>	Talleres de capacitación que fortalezcan a los y las comunicadores de las UGEL y DRE, y a los y las periodistas en relación a la educación.	Nota informativa sobre los talleres de capacitación.	Cobertura informativa de los talleres realizados.	Comunicadores y periodistas sensibilizados que promueven una agenda pública favorable a la Educación en el departamento.	Número de Comunicadores/as y periodistas se informan del Modelo de Gestión Educativa Local.  Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos.
	<b>Regional / local</b>	Taller de capacitación en habilidades comunicativas con especialistas (tomadores de decisión) de la DRE para promover un rol de vocería y articulación interna.			Especialistas cuentan con un mejor rol de vocería para promover el Modelo de Gestión Educativa Local en San Martín.	Número de especialistas de las UGEL y la DRE capacitados.
<b>Política</b>	<b>Nacional</b>	Producción de materiales informativos que acompañen a las políticas de Gestión de Riesgos	Materiales subidos a		Políticas en Gestión de Riesgos de Desastres son adaptadas en	Material comunicativo producido.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE <sup>10</sup>	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
		de Desastre.	portal.		formatos comunicativos, para su promoción.	
	<b>Nacional /Regional</b>	Visita de campo con periodistas locales o nacionales para difundir la experiencia de “Jepelacio”.	Historias de éxito publicada en portal.	Reportajes o notas difundidas en medios locales o nacionales .	Experiencia de Jepelacio es un referente a replicar en otros departamentos.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos sobre la experiencia de jepelacio.
	<b>Regional</b>	Reconstrucción experiencia del Equipo de Conflictos GORESAM.	Historias de éxito publicada en portal.	Cobertura informativa de los talleres.	Experiencia del Equipo de Conflictos en GORESAM es un referente a replicar en otros departamentos.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos.
<b>Participación</b>	<b>Regional /Local</b>	Organización, de al menos 1 foro o debate sobre políticas de descentralización y sobre aplicación efectiva de las cuotas de género y pueblos indígenas en el contexto electoral. (formato presencial, radial o televisivo), que incluya una Guía metodológica y materiales comunicativos o periodísticos (cartillas o notas informativas).	Nota informativa y registro fotográfico.	Cobertura informativa.	Incorporación en la agenda pública electoral la importancia de las políticas de descentralización, cuotas de género y pueblos indígenas.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos, y cartillas u otros materiales elaboradas.
	<b>Regional /Local</b>	Guía sobre acciones comunicativas para la movilización social en la Escuela en favor de la educación.	Guía sobre acciones comunicativas para la	Cobertura informativa de A.T realizadas.	Profesores y alumnos promueven acciones educativas.	Documento de guía para la Movilización Social en la Escuela elaborada.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE <sup>10</sup>	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
		Asistencia Técnica al comunicador/a de la UGEL - Lamas y DRE para la aplicación de la Guía.	Movilización Social en la Escuela, subida en el Portal.			Número de Notas periodísticas sobre acciones de movilización de profesores y alumnos en favor de la educación.
	<b>Regional /Local</b>	Taller de capacitación en habilidades comunicativas y vocería a los representantes elegidos del COPARE – San Martín y COPALE en Lamas u otros espacios de Vigilancia.	Nota informativa sobre los talleres de capacitación.		Comunicadores y representantes de COPARE y COPALE y otros espacios de vigilancia cuentan mejores capacidades comunicativas para el posicionamiento del Modelo de Gestión Educativa Local en San Martín.	Pauta metodológica desarrollada para réplica en otros distritos.  Número de integrantes de los COPARE, COPALE y otros espacios de vigilancia capacitados.

## VI. PLAN DE COMUNICACIÓN DE UCAYALI

Durante el año fiscal 2014, la implementación del presente Plan de Comunicación acompañará el desarrollo del Planes de Mejora del Servicio y el Plan de Fortalecimiento de Capacidades Institucionales, en materia de Gestión de Residuos Sólidos por segregación de fuente en los gobiernos subnacionales que conforman el Grupo de Gestión Descentralizada de Ucayali, conformada por el Gobierno regional, la Municipalidad provincial de Coronel Portillo y en las municipalidades distritales de Manantay, Campoverde, Yaniracocha, y Nueva Requena.

De otro lado, por ser “Ambiente” el eje temático se espera el involucramiento de las oficinas de Comunicación de los gobiernos subnacionales integrantes del GGD y líderes comunicacionales representativos de asociaciones de mujeres, de pueblos indígenas, jóvenes, entre otros.

Así las acciones comunicativas relacionadas al servicio priorizado, deberán promover la visión elaborada por el GGD *“Al 2018, Ucayali es una ciudad limpia en donde colabora el Estado y la Sociedad Civil, a través de una Gestión Articulada de Residuos Sólidos con una segregación de fuente”*.

### 6.1 Breve diagnóstico

Los resultados del diagnóstico rápido de las áreas de comunicaciones de los gobiernos integrantes del Grupo de Gestión Descentralizada-GGD, indican que las principales dificultades que enfrentan están referidas a los temas de organización, planificación, desarticulación, asignación presupuestaria, equipamiento y desarrollo de capacidades. En el caso del Gobierno regional y las municipalidades, sus áreas de comunicaciones suelen atender la agenda institucional, por lo cual son diversos temas que promocionar y los recursos para publicidad no alcanzan. Existen algunas campañas informativas – dispersas- sobre el reciclaje y horarios de recojo de basura, que no son sostenidas.

El diagnóstico de percepciones sobre el servicio, nos permite constatar que existe una baja satisfacción en la ciudadanía (usuarios) sobre el trato que brinda el personal del servicio de limpieza pública y calidad del mismo. Además, los funcionarios (comunicador/as) del GGD señalan que la ciudadanía tiene poco compromiso en respetar los horarios y canales para verter los residuos sólidos; y que no siempre el “camión recolector” respeta el horario anunciado, creando malestar y confusión.

Por otro lado, hace falta mayor capacitación a los y las periodistas en el manejo del tema, como por ejemplo respecto a las diversas formas de segregación, a fin de que se pueda informar y sensibilizar de manera adecuada. El involucramiento de la Escuela para el logro de cambios sostenidos en esta temática es fundamental.

En la siguiente Matriz, se proporciona mayor información contexto y las dificultades encontradas:

CONTEXTO	PROBLEMAS COMUNICATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Poca satisfacción de la ciudadanía respecto al servicio de recojo de residuos que brindan las municipalidades.</li> <li>▪ Débil involucramiento de la ciudadanía en la gestión de residuos sólidos. Ciudadanía poco sensibilizada y con muestras de poco respeto de los horarios y lugares de recojo de los residuos sólidos.</li> <li>▪ Falta de cumplimiento en los horarios y rutas de los camiones recolectores, lo que refuerza la insatisfacción sobre el servicio.</li> <li>▪ Existe la necesidad de contar con un relleno sanitario que haga más eficiente el proceso.</li> <li>▪ Disposición de las y los autoridades y funcionarios de los gobiernos regional y locales en promover un servicio de calidad.</li> <li>▪ El involucramiento de parte de la Escuela no ha sido sostenido. Se espera que lo ambiental forme parte del civismo de alumnos y padres de familia.</li> <li>▪ Existe mayor resistencia en los adultos mayores en el cuidado del ambiente, por ciertos patrones culturales ya establecidos (por ejemplo: la quema de basura).</li> <li>▪ Las municipalidades realizan “mingas comunales” que son espacios comunicativos propicios para promover el tema de forma sostenida y articulada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las oficinas de Comunicación de los gobiernos subnacionales realizan campañas informativas cortas de manera desarticulada y poca sostenida.</li> <li>▪ Existe diversidad de campañas informativas dentro de las oficinas de Comunicación, ello obliga a los responsables de comunicaciones a priorizar su presupuesto en temas diferentes al de la gestión de residuos sólidos.</li> <li>▪ Falta mayor información a la ciudadanía sobre los horarios y rutas de recojo de basura que sea difundida masivamente.</li> <li>▪ Los periodistas demandan mayor capacitación técnica en el tema de gestión de residuos sólidos por selección de fuente.</li> <li>▪ La creación del relleno sanitario no se encuentra en la agenda pública periodística.</li> <li>▪ Se necesita de mayor sensibilización a la población para el cuidado de su comuna, respetando los horarios y canales adecuados para echar la basura.</li> </ul>

## 6.2 Actores identificados

Los actores clave identificados para participar en la implementación del presente Plan son:

**A. ACTORES REGIONALES Y LOCALES**

- Gobierno Regional de Ucayali que incluye a:
  - La Gerencia de Recursos Naturales
  - La DRE
  - La Dirección Regional de Salud (DIRESA)
- Municipalidad provincial
  - Gerencia de Servicios Públicos /Limpieza
- Municipalidades distritales
  - Gerencia de Servicios Públicos /Limpieza
- UGEL
  - Las Instituciones Educativas
  - Directores
  - Maestros/as

**B. ENTIDADES DEL GOBIERNO NACIONAL**

- Ministerio del Ambiente
- Ministerio de Educación

**C. PROYECTOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

- Proyecto “Perú Bosques”
- Programa de Reciclaje de la ONG “Ciudad Saludable”

**D. OPINIÓN PÚBLICA**

- Medios de comunicación y periodistas
- Ciudadanía
- Padres y madres de familia
- Alumnos/as



### 6.3 Matriz de actividades del Año I (octubre 2013 - setiembre 2014) - Ucayali

La matriz de actividades está elaborada a partir de los resultados que espera lograr el Programa ProDescentralización, en consecuencia, las acciones planteadas están propuestas de acuerdo a cada eje programático planteado.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		AMBITO OFF LINE	AMBITO ON LINE <sup>12</sup>	AMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
Gestión	Regional / local	Difusión del foro departamental para promover la Gestión de Residuos Sólidos por segregación de fuente, en Ucayali.		Cobertura informativa.	La Segregación de Gestión de Residuos sólidos por fuente en Ucayali es posicionado y promovido en el departamento.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos. <sup>13</sup>
	Regional / local	Taller de capacitación que fortalezca los conocimientos de los y las comunicadores de los gobiernos subnacionales y a los y las periodistas en relación a la gestión de residuos sólidos por segregación de fuente. Incorporando la importancia de la coordinación (interna) y al articulación (entre gobiernos)	Nota informativa sobre los talleres de capacitación.	Cobertura informativa de los talleres realizados.	Comunicadores y periodistas sensibilizados e informados sobre la gestión de los residuos sólidos por segregación de fuente que promueven una agenda pública favorable en el departamento.	Número de Comunicadores/as y periodistas se informan la gestión de los residuos sólidos por segregación de fuente.  Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos.

<sup>12</sup> El Ámbito On line involucra la actualización periódica de la "Plataforma de Gestión del Conocimiento" implementada por ProDescentralización, que podrá tener vinculación (de darse el caso) con otras redes sociales con similares temas de interés.

<sup>13</sup> En caso no poderse ubicar la copia de la información difundida en medios masivos, se podrá contar con una fotografía al momento en que se hizo la entrevista. De no ser posible, se detallarán los datos (fecha, nombre del medio y programa) en que fue difundida la información.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE <sup>12</sup>	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
<b>Política</b>	<b>Nacional</b>	Producción de materiales informativos que acompañen a las políticas de Gestión de Riesgos de Desastre.	Materiales subidos a portal.		Políticas en Gestión de Riesgos de Desastres son adaptadas en formatos comunicativos, para su promoción.	Material comunicativo producido.
	<b>Nacional /Regional</b>	Cobertura a la pasantía realizada por autoridades y funcionarios de los gobiernos subnacionales para conocer una experiencia exitosa en el tema de Gestión de Residuos Sólidos en otros departamentos del Perú.	Registro fotográfico publicado en el portal.	Nota informativa difundida en medios locales.	Autoridades y funcionarios comparten sus expectativas sobre la experiencia aprendida y la mejora en su servicio.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas.
	<b>Regional/ local</b>	Producción de, al menos, un material comunicativo (en formato radial con adaptación intercultural, de ser el caso) que promueva la gestión de residuos sólidos por segregación de fuente e informe sobre la ruta y horarios de recojo de residuos sólidos.  Guía de uso para su difusión en medios masivos y espacios públicos – locales.	Material es subido al portal.		Gobiernos sub nacionales cuentan con un material comunicativo para sensibilizar a la población en el tema de residuos sólidos por segregación de fuente.	Material producido y entregado a los gobiernos subnacionales para su difusión en medios radiales y otras formas de difusión.
<b>Participación</b>	<b>Regional /Local</b>	Organización, al menos 1 foro o debate sobre políticas de descentralización y sobre aplicación efectiva de las cuotas de género y pueblos indígenas en el contexto electoral. (formato presencial, radial o televisivo), que incluya una Guía metodológica y materiales comunicativos o	Nota informativa y registro fotográfico.	Cobertura informativa.	Incorporación en la agenda pública electoral la importancia de las políticas de descentralización, cuotas de género y pueblos indígenas.	Número de Notas periodísticas (en formato impreso, radial, televisivo o digital) difundidas en medios masivos y cartillas u otros materiales elaboradas.

EJES PROGRAMÁTICOS	INSTANCIAS	ACTIVIDADES				
		ÁMBITO OFF LINE	ÁMBITO ON LINE <sup>12</sup>	ÁMBITO MEDIOS MASIVOS	RESULTADOS	INDICADORES
		periodísticos (cartillas o notas informativas).				
	<b>Regional /Local</b>	<p>Guía sobre acciones comunicativas para la movilización social en la Escuela o espacios comunales en favor de la Gestión en Residuos Sólidos.</p> <p>Asistencia Técnica a las y los comunicadores de los gobiernos subnacionales miembros del GGD para la aplicación de la guía.</p>	Guía sobre acciones subida en el Portal.		Comunicadores de los gobiernos miembros del GGD fortalecen sus capacidades.	<p>Documento de guía para la Movilización Social en la Escuela o espacios comunales en favor de la Gestión en Residuos Sólidos elaborada.</p> <p>Número de Notas periodísticas sobre acciones de movilización de profesores y alumnos en favor de la gestión de residuos sólidos por segregación de fuente.</p>
	<b>Regional /Local</b>	Taller de capacitación que fortalezca las habilidades comunicativas y rol de vocería de líderes de asociaciones, que pertenezcan a grupos o comité de vigilancia, sobre el tema de gestión de residuos sólidos por segregación de fuente.	Nota informativa sobre los talleres de capacitación.		Líderes de espacios o comité de vigilancia fortalecen sus capacidades comunicativas y sobre gestión de residuos sólidos para difundirlo entre los integrantes de sus organizaciones generando un acorriente de opinión favorable al cambio de mentalidades.	<p>Pauta metodológica desarrollada para réplica en otros distritos.</p> <p>Número de líderes capacitados.</p>



# **ANEXOS**



**ANEXO I**  
**REUNIONES CON FUNCIONARIOS/AS DE GOBIERNOS SUBNACIONALES Y LIDERES SOCIALES**

N°	Departamento	Fecha	Nombres y apellidos	Institución/Organización	Cargo	E-mail
1	SAN MARTÍN	15.08.2013	Noel Ramírez Ramírez	UGEL - Lamas	Imagen Institucional	<a href="mailto:lamascity@hotmail.com">lamascity@hotmail.com</a>
2			Rubén Paredes	UGEL - Tarapoto	Administrativo	<a href="mailto:rpdelat@hotmail.com">rpdelat@hotmail.com</a>
3			José Oliden Flores Vargas	DRE - San Martín - Moyobamba	Relaciones Públicas	<a href="mailto:joflova63@hotmail.com">joflova63@hotmail.com</a>
4			Martín Ignacio Castro Cárdenas	UGEL - Bellavista	Imagen Institucional	<a href="mailto:mainca_c@hotmail.com">mainca_c@hotmail.com</a>
5			Jimi Maciel Tuesta Sánchez	UGEL - El Dorado	Imagen Institucional	<a href="mailto:jimacusa7@hotmail.com">jimacusa7@hotmail.com</a>
6			Alex Tenazoa Torres	UGEL - Picota	Relaciones Públicas	<a href="mailto:alex_teto@hotmail.com">alex_teto@hotmail.com</a>
7			José Armando Saldaña Cifuentes	UGEL - Moyobamba	Responsable de Comunicaciones	<a href="mailto:josé armando_1590@hotmail.com">josé armando_1590@hotmail.com</a>
8			Fernando Escudero Raffo	USAID/PERÚ/SUMA	Responsable de Comunicaciones	<a href="mailto:fescudero@fhi360.org">fescudero@fhi360.org</a>
1	LORETO	27.08.2013	Juana Luisa Toledo C.	Municipalidad Provincial de Maynas	Gerente de Desarrollo Social	<a href="mailto:juanaluisatoledo@hotmail.com">juanaluisatoledo@hotmail.com</a>
2			Castaño Albornoz	Municipalidad Provincial de Maynas	Asesor - Oficina de Imagen Institucional	
3			Benito Vela Dávila	Gobierno Regional de Loreto	Jefe de Prensa	<a href="mailto:bvela21@hotmail.com">bvela21@hotmail.com</a>
4				Gobierno Regional de Loreto	Oficina de Imagen Institucional	

N°	Departamento	Fecha	Nombres y apellidos	Institución/Organización	Cargo	E-mail
5			Erika Vigo Nogueira	Gobierno Regional de Loreto	Prensa	erikavigonogueira@hotmail.com
6			Néstor Ruiz Zegarra	Gobierno Regional de Loreto	Prensa	nrznews@gmail.com
7			Andrés Sandi Mucushua	FECONACO	Presidente	ansamus@hotmail.com
8			Luis Pérez Guzmán	FECONACO	Asesor	afedrazul@hotmail.com
9			Bolívar Sifuentes Inga	Municipalidad Distrital de Belén	Jefe de Imagen Institucional	bolivar@hotmail.com
10			Gilber Sánchez Flores	Municipalidad Distrital de Belén	Prensa	
11			Víctor Marín Alvis	DIRESA - Loreto	Encargado de Comunicaciones	victormarin27@yahoo.com
12			Moisés Trigozo Sánchez	Municipalidad Distrital de Mazán	Prensa	mtrigozos71@yahoo.com
13			Ángel Mozonante	Municipalidad Distrital de Punchana	Asistente de la Oficina de Imagen Institucional	
1			AMAZONAS	03.09.2013	Marilú Nátali Llúncor Díaz	DIRESA - Amazonas
2	Alfonso Ampuero Arana	Gobierno Regional de Amazonas			Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas	aampuero@regionamazonas.gob.pe
3	Wilfredo Vilchez Chávez	ARA - Gobierno Regional de Amazonas			Responsable de Comunicaciones	wilfredo <a href="mailto:vilchez@hotmail.com">vilchez@hotmail.com</a>

N°	Departamento	Fecha	Nombres y apellidos	Institución/Organización	Cargo	E-mail
4		05.09.2013	Adela Mercedes Guevara Rubro	Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza	Jefe (e) de la Oficina de Imagen Institucional	ademgrubro@gmail.com
1			Rufino Calvo Nequendey	UGEL - Condorcanqui	Especialista	rufino837@hotmail.com
2			Jesús Manaces Valverde	UGEL - Condorcanqui	Delegado	jemava_026@hotmail.com
3			Luis Iván Ocampo Tello	Centro Emergencia Mujer	Promotor	lviote@hotmail.com
4			Magali García Díaz	Red de Salud de Condorcanqui	Coordinadora	magita_garcia@hotmail.com
5	AMAZONAS	05.09.2013	Edwin Garas	Red de Salud de Condorcanqui	Coordinadora	edwir-g-1706@hotmail.com
6			Ciro Vásquez Rufasto	Red de Salud de Condorcanqui	Coordinador	cdselvaorientens@hotmail.com
7			Christian Guerrero Soto	Red de Salud de Condorcanqui	Director (e) de Salud Pública	geminis2214@hotmail.com
8			Carmen Molina	Compañía Misionera S.C.J.	Responsable - Comunidad	cruz4326@yahoo.es
9			Evaristo Yangua Carhuapoma	Red de Salud de Condorcanqui	Relaciones Públicas	eberyan@gmail.com
1	UCAYALI	11.09.2013	Arturo Mackay Gonza	Municipalidad Provincial de Coronel Portillo	Jefe de Imagen Institucional y Protocolo	amackayg2005@yahoo.es
2			Aldo Robalino Ruiz	Gobierno Regional de Ucayali	Comunicación e Imagen	aldorobalinoruiz@hotmail.com
3			Mirtha Vargas Cisneros	Municipalidad Distrital de Manantay	Jefa de Imagen Institucional	mirthaelamazonico@hotmail.com
4			Miguel Rojas Bautista	ECL	Gerente	mrojas159@hotmail.com
1	MADRE DE DIOS	17.09.2013	Carlos Arias Souza	DIRESA - Madre de Dios	Relaciones Públicas	ariassou@hotmail.com
2			César Vigil Benavides	DRE - Madre de Dios	Relaciones Públicas	wdcesardibe@hotmail.com

N°	Departamento	Fecha	Nombres y apellidos	Institución/Organización	Cargo	E-mail
3			Silvia Espinoza G.	Gobierno Regional de Madre de Dios	Promotora	siesnosa_13@hotmail.com
4			Magdalena Enríquez Reyna	Gobierno Regional de Madre de Dios	Promotora Social	mo1999_s@hotmail.com
5			Rony Pastor Velásquez	Gobierno Regional de Madre de Dios	Especialista GRDE	rpv_69@yahoo.es
6	MADRE DE DIOS	17.09.2013	Elena Villalobos de Díaz	Gobierno Regional de Madre de Dios	Promotora Social de la GRDS	elena_villalobos@yahoo.com.pe
7			Oscar Alberto Macedo	Gobierno Regional de Madre de Dios	Equipo Técnico de la GRDS	omacedo63@hotmail.com
8			Lina Vilma Hidalgo Quispe	Municipalidad Distrital Inambari	Gerente de Servicios Públicos	gaby-el-hi@hotmail.com
9			Renán Meza Soria	Gobierno Regional de Madre de Dios	Especialista - Dirección Regional de Agricultura	renanms@yahoo.es
10			Efraín Tito Zamalloa	Gobierno Regional de Madre de Dios	Especialista	tizae@hotmail.com
11			Alejandro Bernilla Roque	Gobierno Regional de Madre de Dios	Especialista Ambiental	b_alejo25@hotmail.com
12			Wilber Yuca	Gobierno Regional de Madre de Dios	Jefe (e ) de Inversiones de la Dirección Regional de Agricultura	wilbery@hotmail.com

**ANEXO 2**  
**REUNIONES CON PERIODISTAS Y COMUNICADORES LOCALES - MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

N°	Departamento	Fecha	Nombres y apellidos	Institución/Organización	Cargo	E-mail
1	SAN MARTÍN	16.08.2013	Ernesto Calderón Neyra	SAT - Tarapoto	Jefe de Relaciones Públicas e Imagen Institucional	<a href="mailto:calderon07@hotmail.com">calderon07@hotmail.com</a>
2			Daniel Carbajal Pérez	Radio Millenium	Director	<a href="mailto:cinco3perez@hotmail.com">cinco3perez@hotmail.com</a>
3			Antonio Rojas Ramírez	Diario Voces	Periodista	<a href="mailto:rojasramirez5@hotmail.com">rojasramirez5@hotmail.com</a>
4			Javier Tuanama Valera	Revista Línea Verde	Director	<a href="mailto:revistalineaverde@hotmail.com">revistalineaverde@hotmail.com</a>
5			Tony Saldaña Flores	Radio Imagen	Director	<a href="mailto:tonysalflo@hotmail.com">tonysalflo@hotmail.com</a>
1	AMAZONAS	03.09.2013	Marcos Arturo Cabrera Espinoza	TV Norte - Canal 13	Jefe Filial	<a href="mailto:tvchachapoyas@tvnorte-peru.com">tvchachapoyas@tvnorte-peru.com</a>
2			Erbin Tuesta Culqui	TV Norte - Canal 13	Camarógrafo	<a href="mailto:bine.r@hotmail.com">bine.r@hotmail.com</a>
3			José Quispe	Radio Horizonte	Periodista	<a href="mailto:bradf41_72@hotmail.com">bradf41_72@hotmail.com</a>
4			Dany Alberto Gallardo Meléndez	Fidelísima Radio		<a href="mailto:dany@didelisisima.com">dany@didelisisima.com</a>
5			José Luis Cabañas López	Canal 7 - Gobierno Regional Amazonas	Camarógrafo	<a href="mailto:grone_222@hotmail.com">grone_222@hotmail.com</a>
6			Elizaldo Cruz	Esfera Radio	Director de Prensa	<a href="mailto:esferaradio103@hotmail.com">esferaradio103@hotmail.com</a>

N°	Departamento	Fecha	Nombres y apellidos	Institución/Organización	Cargo	E-mail
7	UCAYALI	11.09.2013	Carlos Poémape Tuesta	Radioactiva y ANP Chachapoyas	Presidente ANP Chachapoyas	carpoe@terra.com.pe
8			Alexander Zumaeta Rojas	Diario El Clarín	Reportero	alexzumaeta@hotmail.com
9			Ebert Díaz Rubio	Radio Victoria	Periodista	ebertdr@hotmail.com
10			Manuel Muñoz	Canal 7 - Gobierno Regional Amazonas	Reportero	manuel_1275@hotmail.com
11			Euler Antonio Mori Culqui	Tele Amazonas	Comunicador Social	
1			Isidoro Villacorta R.	Radio periódico: Voz de la Selva - Radio Pucallpa - Lunes a viernes de 2 a 3pm.	Periodista	
2			Eliseo Romero Mori	Canal 51 - Lunes a viernes de 5 a 6pm.	Periodista	
3			Ramiro Seijas Valles	El Mundo de la Noticia - Radio Del Progreso	Director	ramiroseijas2010@hotmail.com
4			Ramiro Seijas Ríos	Radio del Progreso	Gerente	radioelprogreso_107.7fm@hotmail.com
5			Antonio Tembladera Quiñones	Pulso Informativo-Radio del Progreso.	Director	pulso_informativo@hotmail.com
6			Ángel Soria Rodríguez	Radio FM Estereo 100	Voz Indígena	redcipucayali@gmail.com
7	Luis Ríos Gonzales	TV Canal 5	Prensa	lerg@hotmail.com		
8	Robinzon Panduro R.	Radio del Progreso	Periodista	<a href="mailto:robinzoninquietudes@hotmail.com">robinzoninquietudes@hotmail.com</a>		

N°	Departamento	Fecha	Nombres y apellidos	Institución/Organización	Cargo	E-mail
9			Octavio Ochavano Silvano	Informativo Intercultural - Radio Stereo 100	Comunicador	
10			Didí Bernardo Fuentes	Diario Impetu	Reportero Redactor	dibernardo@diarioimpetu.com
11			Miguel A. Rojas Bautista	ECA Comunicaciones	Gerente General	mrojas159@hotmail.com
12			José Montalvo Montaña	Gaceta Ucayalina	Director	gacetaucayalina@hotmail.com
13			Juan Ramírez Vásquez	Canal 19	Director Periodístico	heeho3utv.r@gmail.com
14			José Sebastián Guillermo Huamán.	TV Canal 5 - Vox Populi	Director	voxpathuli4@hotmail.com
1	MADRE DE DIOS	16.09.2013	Víctor Pachari	Radio Programas del Perú	Corresponsal	radiosatelite97.3 fm@gmail.com
2			Manuel Calloquispe	INFOREGIÓN	Corresponsal	mcalloquispe@yahoo.es
3			Luis Alonso Paz	M - Visión / Radio Madre de Dios	Prensa	alonso_paz40@yahoo.es
4			Jorge Malatesta Carbajal	Radio La Exitosa	Colaborador - Prensa	lenmaca1972@gmail.com
5			Wilson Diaz	Amazonas TV	Director	
1	LORETO	28.08.13	<b>Felipe Sánchez</b>	Amazonia TV – Canal 2	Conductor	
2		28.08.13	<b>Rubén Meza</b>	Semanario 4to día Canal 19	Director	
3		28.08.13	<b>Oraldo Reategui</b>	“La Voz de la Selva	Director	

