

**INFORME NARRATIVO
PARA
PROYECTOS FINANCIADOS POR LA WACC**

Use este documento para presentar el informe de su proyecto cuando éste haya terminado. Tiene dos partes : a) Informe narrativo; b) Informe financiero.

Para completar este informe, Ud tendrá que consultar su formulario de solicitud, su Acuerdo con la WACC, y los estados de cuenta del proyecto. Se les ruega devolverlo a la WACC junto con la documentación de apoyo. Favor de responder a las preguntas en detalle.

INFORME NARRATIVO

1. Título del proyecto (como aparece en el contrato)	Formación de comunicadoras rurales para la producción de videos
2. Número del proyecto: (como aparece en el contrato)	xL27-21
3. Nombre de la organización responsable del proyecto:	Centro de Comunicación Audiovisual para el Desarrollo NEXO
4. Dirección:	Calle Ortega y Gasset Mz U – 17 La Calera de la Merced Lima 34
5. Nombre del país:	Perú
6. Período de implementación: (desde mes/año a mes/año)	Abril de 2007 a Abril de 2008

7. Beca recibida:	Cantidad en moneda local: Total: S/. 37,310 Cantidad en Euros o dólares estadounidenses): Total: 9,100 euros
8. Fechas en que recibieron fondos: Primer pago Segundo pago	Primer pago: Marzo de 2007

9. Actividades

Hagan un resumen de las actividades principales llevadas a cabo durante el período del proyecto en comparación con las planeadas. En caso que haya habido cambios, por favor explicar las razones.

Las actividades realizadas por el proyecto fueron:

Describan en detalle las actividades implementadas tales como el contenido de producciones, programas, talleres o capacitación.

ACTIVIDADES REALIZADAS

1. Gestión para la institucionalización de la Red de TV Rural con enfoque de género:

El proyecto se inicio convocando a reuniones con alcaldes de municipalidades rurales, dirigentes de Comunidades Campesinas y de Centros Poblados, luego de sensibilizar y brindar información de la propuesta se firmaron convenios de adhesión a la **RTVR de NEXO Gobiernos Locales**. Algunas reuniones donde se expuso la propuesta y firmaron los convenios fueron en Asambleas Comunales:

En el documento de proyecto se propuso 7 y se firmó 10 convenios

1. Municipalidad Rural de Huaricolca
2. Municipalidad Rural de Huasahuasi
3. Municipalidad Rural de San Pedro de Cajas
4. Municipalidad Rural de Palcamayo
5. Municipalidad Rural de San Pedro de Cajas
6. Comunidad Campesina de Picoy
7. Comunidad Campesina de Calca
8. Municipalidad Rural de Huaracayo
9. TV comunitaria Canal 8 TV de Palcamayo
10. Centro Poblado de San Juan de la Libertad

La orientación que tiene esta propuesta es crecer en el menor tiempo posible: para ello se firmará convenios con las 18 TV comunitarias / antenas, de toda la provincia y paralelamente se gestionará el ingreso al centro económico mas grande de los andes centrales. (Huancayo, capital del departamento de Junín)

NEXO formó 2 participantes de la parroquia junto con las demás jóvenes: la ejecución de este proyecto apoyado por WACC motivó para que la parroquia se oriente a tener una TV comunitaria propia, así mismo se ayudó a formular un proyecto que prevén presentarlo a WACC. Desde un inicio el párroco, se identificó con el proyecto.

Se logró el apoyo y decisión de las autoridades políticas, para seleccionar y enviar a jóvenes mujeres y hombres de sus localidades y para el **apoyo en la difusión y en permitir que se pase publicidad con el fin que esos ingresos vayan a los jóvenes responsables de la producción.**

2. Concurso para la selección de los y las participantes al curso – taller de formación de comunicadoras rurales para la producción de programas en video/TV para la secuencia Mujer TV “Diferentes pero iguales”, de su programa FORTALEZAS TV de la Red de TV Rural:

Se ideó el concurso **“Una imagen, una narración”**: a un dibujo o una fotografía de almanaques o de sus familias, cada participante puso una narración. Fue para tener una referencia más cercana de su nivel de inclinación al lenguaje audiovisual. Las autoridades apoyaron con la difusión, convocatoria y una primera selección.

Se seleccionaron a 15 participantes: Por el alto grado de machismo en el sector rural, al tener los cargos de decisión. En su mayoría varones y por que las mujeres desconocen sus derechos, con bajos niveles de participación pública: los primeros en ser convocados, fueron varones, en un 50 %, fue mas difícil la convocatoria a las mujeres jóvenes del campo porque sus padres no las dejan participar fuera de sus hogares. Como estrategia para asegurar la entrada de más mujeres **NEXO** solicitó a las autoridades que pre eligieran a 2 jóvenes mujeres y un varón por cada lugar.

3. El curso – taller de formación de comunicadoras y comunicadores rurales

Fue una de las más importantes actividades, sabemos que el conocimiento es el insumo fundamental sin el cual los equipos, capital y otros recursos son deficientemente utilizados. Por ello se programó 3 meses, en horario de lunes a jueves de 3 a 6 de la tarde.

FASE TEORICA Se realizó en el local de **NEXO** Tarma.

La metodología utilizada para compartir conocimientos nació de una investigación operativa donde participaron muchos profesionales y campesinos, fue realizada por el **CESPAC – FAO**, proyecto que dio escuela a los directivos de **NEXO**.

La metodología se basa en la forma de cómo aprenden los campesinos y se sintetiza en el dicho campesino: **“Si lo escucho me olvido, si lo veo me acuerdo, si lo hago lo aprendo”**

Por ello el curso taller de formación fue en menor grado teórico, pero como muchos ejercicios prácticos por cada tema.

Se compartió la metodología de producción de programas en video y TV, así como estrategias de comunicación para el desarrollo con enfoques de género, ecológico y de empoderamiento. De ellas la que tiene mayor peso y cruza todo el programa **FORTALEZAS TV** es el enfoque de género.

Desde un inicio el curso – taller se fue centrando y enfocando a todo el grupo en el **modelo de comunicación de Interlocución: Interlocutor – medio – interlocutor,**

IMI, por ser la base de todas las actividades de comunicación audiovisual para el desarrollo que propone **NEXO**.

La concepción fue que al inicio cada 2 participantes escogieran un tema, éste fue la motivación a través del cual se comenzó a enseñar las etapas de la metodología de producción.

FASE PRÁCTICA: Fue en contacto con diferentes personas: dirigentes, muchas campesinas y especialistas de la localidad y de la capital. Así como realidades y lugares de 2,900 a 3,500 metros sobre el nivel del mar.

Aprendieron a realizar:

1. Diagnósticos de necesidades de conocimiento, información y comunicación. Se realizaron y actualizaron 7 diagnósticos. Actualmente se está por iniciar los diagnósticos de los nuevos ámbitos: Huaracayo y del Centro Poblado de San Juan de la Libertad.
2. Programación de temas y priorización de contenidos por temas.
3. Objetivos y utilidad de cada programa.
4. Estructura de contenidos y de programa.
5. Tratamiento audiovisual: Planos, ángulos, movimientos, ejes de acción, iluminación, grabación de sonidos, grabación en campo y en estudio
6. Coordinaciones rápidas para iniciar la producción: con campesinas que demuestran sus experiencias y con especialistas que darán sustento científico a las experiencias campesinas.
7. Programas con la metodología: **grabación – guión - edición**. Graban todo el tiempo incluso sábados y domingos.
8. Post producción: edición de menor tiempo, las jóvenes vienen a los módulos a editar los sábados y domingos.
9. Locución: para mantener los mismos códigos verbales, ellas y ellos hacen sus propias locuciones en on y off.
10. Copiado a DVDs, como una norma de producción. Entrega para el masterizado de **FORTALEZAS TV**.
11. Grabación en estudio a 2 cámaras, son para **NOTICIAS TV “buenas nuevas”** La escenografía ya fue cambiada y es mejor y mas grande. Tiene 3 fotografías grandes en fondo azul, una mesa con 3 micrófonos, que sirven entrevistas, debates; etc.
12. Difusión de los avances del programa **FORTALEZAS TV**
13. Saben hacer las fichas técnicas de los programas para luego ponerlos en la videoteca de la **RTVR – NEXO y Gobiernos Locales**.

14. Difusión de los programas **FORTALEZAS TV en comunidades diferentes**, no solo en sus propias comunidades. Gracias a ellas y ellos se viene difundiendo los diferentes conocimientos que van en cada programa.

Se formaron unidades de producción, cada una integrada por 2 participantes.

Entre las características de la metodología de trabajo está la **no especialización**, es decir que cada participante conozca y maneje todas las etapas y equipos para que respondan a toda situación. Esto se ha logrado porque todos están produciendo y cambiando de unidades con la mayor versatilidad a medida que avanzan en sus producciones de programas.

Ayuda a **optimizar los recursos económicos**, no tenemos especialistas en guión, sonido, cámara. Pero si todos saben realizar todas estas actividades. En una segunda etapa y según sus experiencias de producción se podrán ir especializando.

Otra característica es que **todos ayudan a elevar niveles** de quienes se demoran en aprender alguna etapa de la producción.

Asimismo **se practica la rotación de funciones**, que servirá cuando asuman cargos de conducción.

Todo está centrado en servir de la mejor manera a pobladores del campo, quienes son los excluidos en época de economía neoliberal y sociedad globalizada.

Se realizaron evaluaciones en grupo y auto evaluaciones al final de cada trabajo práctico. Las medidas correctivas del proceso de formación se tomaron al momento de las evaluaciones grupales.

Evaluación de toda la participación fue con valores numéricos del 0 al 10, donde la diferencia representa lo aprendido:

	Nombres	Evaluación Inicial	Evaluación final	Diferencia
1	Rosmery Ollero	2	7	5
2	Yerson Ingaruca	2	10	8
3	Alfredo Cosme	1	7	6
4	Jhoana Vento	3	7	4
5	Miguel Cochachi	2	8	7
6	Rocio Pucahuayla	2	8	6
7	Mónica García	2	7	5
8	Danitza Tuncar	4	10	6
9	David Espinoza	2	10	8
10	Rocío Medina	3	9	6
11	Joel Hurtado	4	10	6
12	Keiler	3	7	4
13	Carmen Bravo	3	9	5
14	Josué Tinoco	4	9	5
15	Ana Huaman	4	8	4
16	Carlos León	4	9	5

Se formaron 8 mujeres y 8 varones.

Este curso – taller se propuso en 3 meses pero fue necesario ampliarlo 1 mes más porque se veía que las participantes requerían internalizar y aprender el manejo

adecuado de todo el proceso por estar vinculado a una producción permanente y auto sostenido por contratos con empresas que confiarán en poner sus anuncios publicitarios.

4. PRODUCCION DE PROGRAMAS Y DIFUSION

Una de las mayores satisfacciones del proyecto es que las y los jóvenes que ingresaron sin saber producir, con desconocimiento del manejo de equipos en la producción y de post producción de programas de video, terminaron sabiendo manejar estos equipos con intencionalidad pedagógica, para lograr los objetivos propuestos por cada programa. Todos tienen la inquietud Con la inquietud de mejorar en la calidad a medida del avance en la producción.

Durante las etapas de diagnósticos y producción vimos que los aportes de las mujeres abarcaban todos los bloques del programa FORTALEZAS TV (SALUD TV, SABER TV, NIÑEZ TV, y CULTURA TV) y que no sería adecuado que solo se ajustaran para el tiempo del bloque MUJER TV, por ello decidimos optimizar el concepto de equidad de género en todo el programa.

Los títulos de los programas producidos por las y los participantes y difundidos por el programa FORTALEZAS TV de la Red de TV Rural son:

SECUENCIA		TEMA
Saber TV		
	1	Crianza de Cuyes
	2	Cultivo de Gladiolos
	3	Despulgar de Cuyes con ceniza
	4	Mermelada de membrillo
	5	Mermelada de calabaza
	6	Manjar blanco
	7	Mermelada de Zanahoria
	8	Estiercol para siembra de papas nativas
	9	Cultivo de Olluco
Mujer TV		
	10	Comercialización de Hierbas Medicinales
	11	Tejido a mano para exportación
	12	Comercialización de Quesos
	13	Mujer Dirigente provincial
	14	Comercialización de lacteos: mujeres Ayas
	15	Embarque de flores para comercialización
	16	Cocinas mejoradas
	17	Derechos y deberes de las mujeres
Salud TV		
	18	Mullaca con Leche para mejorar los bronquios
	19	Alfalfa con leche para mejorar la anemia
	20	Prevención con lavado de manos
	21	Ortiga Colorada para los bronquios
	22	Susto y Nervios: Agua cordial
	23	Plantas para inflamación de Próstata y Ovarios
	24	Para el hígado: Verbena con Limón
	25	Para el sistema viliar: Chicoria
	26	Muña mejorar el estomago
	27	Malva con Manzanilla

	28	Rosas Blancas
	29	Paico, pelo de choclo para el estomago
	30	Ortiga y eucalipto para los bronquios
	31	Eucalipto y Marco para tos
	32	Experiencia de Carmen
Cultura TV		
	33	Historia de la Catedral Santa Ana
	34	El Tambo de los chasquis
	35	Pinturas Rupestres
	36	Museo de Huaricolca
	37	Conociendo Huasahuasi
	38	Cultura de Calca 1
	39	Cultura de calca 2
	40	Cultura de Picoy
	41	Actividades de Huaricolca
	42	Semana Santa en Picoy
	43	Salvemos la laguna de Cocón
Niñez TV		
	44	Estimulación temprana
	45	Adiós al castigo

9.1 Si el proyecto consistió en un taller, seminario o consulta, adjunten la lista de participantes, los temas de sus presentaciones, y cualquier declaración o libro publicados.

El proyecto fue: formación de comunicadoras rurales para la producción de programas en video/TV de la **Red de TV Rural** donde se incorporó el concepto de igualdad de género en actividades diarias de 10 mil campesinas y 10 mil campesinos de 7 comunidades rurales de la provincia de Tarma.

Lista de participantes por lugares de procedencia:

	Participantes	Lugar de procedencia
1	Rosmery Oflero	Huaricolca
2	Yerson Ingaruca	Huaricolca
3	Alfredo Cosme	Huaricolca
4	Jhoana Vento	Huasahuasi
5	Miguel Cochachi	Huasahuasi
6	Rocio Pucahuayla	San Pedro de Cajas
7	Mónica García	Palca
8	Danitza Tuncar	Picoy
9	David Espinoza	Picoy
10	Rocío Medina	Calca
11	Joel Hurtado	Calca
12	Keiler Quinto	Calca
13	Carmen Bravo	Canal 8 de Palcamayo
14	Josué Tinoco	Palcamayo
15	Ana Huaman	Parroquia Santa Ana de Tarma
16	Carlos León	Parroquia Santa Ana de Tarma

Los participantes de la Parroquia Santa Ana se han incorporado parcialmente a la RTVR.

Temática del curso - taller

TEMAS **PARTE TEORICA**

1. ¿QUIENES SOMOS?
 - Misión de NEXO
 - Experiencias a nivel nacional
 - Experiencias en la provincial de Tarma
2. ¿QUE IDEAS MOVILIZAN NUESTROS TRABAJOS?
 - a. Comunicación para el desarrollo
 - b. Mujer e información
 - c. Modelo de Comunicación IMI
3. ¿QUE ES LA RED DE TV RURAL?
 - a. El programa FORTALEZA TV
 1. Sus secuencias
 2. Los contenidos transversales: Genero y ecología.

PARTE PRACTICA - ACADEMICA

4. ¿COMO PRODUCIMOS LOS PROGRAMAS DE VIDEO Y TV?
 - a. Definición del tema
 - i. Por necesidad de las productoras y productores, según diagnostico o por una emergencia comunicativa.
 - ii. Por necesidad de la RTVR
 - iii. Por encargo
 - b. Definición de objetivos del programa con las interlocutoras o interlocutores.
 - c. Definición de la estructura de contenidos y coordinaciones de grabación.
 - d. Cámara y lenguaje audiovisual
 - i. Percepción y discriminación: iji humano y cámara de video
 - ii. Programa:
 1. Unidad temática
 2. Secuencias
 3. Planos
 4. Ángulos
 5. Movimientos:
 - a. De lente
 - b. De cámara
 - iii. Ejes de acción y continuidad
 1. Dirección del movimiento
 2. Dirección de la mirada
 - e. Grabación / tratamiento audiovisual – edición: del proceso narrado.
 - i. Grabación de imagen y sonido al mismo tiempo según etapas del proceso o la historia.
 - ii. Grabación de imágenes para insertos según la estructura acordada.
 - iii. Grabación de imágenes de refuerzo.
 - f. Grabación de la voz y el sonido de ambiente.

- g. Guión convencional
 - i. Criterios para la elaboración del guión
 - ii. Como trabajar con la interlocutora o el interlocutor
 - iii. Formato de guión
- h. Grabación de testimonios
- i. Grabación de la entrevista
- j. Grabación de programas: musical , danzas y teatro
- k. Grabación en estudio a dos cámaras
- l. La iluminación
 - i. Equipos
 - ii. Forma de iluminación básica.
- m. Visionado: relación de imágenes grabadas Pulso de Huella
- n. Edición
 - i. Selección de Imágenes en el documento de archivo de imágenes.
 - ii. Como "subir" las imágenes y sonidos a la computadora.
 - iii. Como poner en la línea de tiempo
 - iv. Efectos de unión entre imágenes
 - v. Como oscurecer o aclarar imágenes
 - vi. Como mejorar el sonido
 - vii. Normas de edición
 - viii. Como grabar en DVD para control de calidad
 - ix. Control de calidad:
 - 1. Revisión de todo el programa editado
 - 2. Observaciones y mejoras
 - 3. Revisión final
 - x. Grabación final a DVD de difusión: 1º original, 2º original
 - xi. Como copiar la matriz a una cinta digital
- o. La difusión
 - i. Convocatoria a la población con avisos síntesis
 - ii. Revisión del DVD
 - iii. Normas de difusión
- p. Videoteca
 - i. Clasificación DVDs, cintas, fotografías y grabaciones sonora por temas, lugares y por actividades
 - ii. Pautas para poder alimentar el catalogo con futuro material audiovisual.
 - iii. Diseño y construcción de un mueble para guardar los DVDs

5. LA ORGANIZACIÓN ES VIDA

- a. Valores y ética
- b. Organización con enfoque empresarial
- c. Gerencia
- d. Gestión para la búsqueda de financiamiento
- e. Autosostenimiento

<p>PARTE PRACTICA EN LA REALIDAD DEL CAMPO Y EL UNIVERSO CIENTIFICO - ACADEMICO</p>
--

Cada tema se compartió con mucho énfasis en las prácticas que fueron de 70 a 100%

9.2 Si el proyecto incluyó la compra de equipo, describan el impacto o cambio que conlleva para con sus beneficiarios.

Se compraron equipos para grabación, los mejores dentro del nivel domestico: cuando se formuló el proyecto se encontró cámaras de video con menores ventajas que cuando se compró, esto implicó un incremento mayor en su costo. Tienen mandos para manejo manual de audio, iris y foco, para tomas de noche, conectores para audifono y micrófono externo, soporte para poner un reflector, las tres (3) marca **Sony fabricadas en Japón**. La mayoría de cámaras en mercado peruano son de fabricación China. Igualmente entraron al mercado mejores trípodes.

Los equipos de edición en el nivel sub profesional y DVDs para difusión. Son una parte muy importante del proyecto:

- A) El impacto en los **beneficiarios directos: los equipos han determinado el aprendizaje** de la metodología de producción al realizar las diferentes prácticas hasta producir un primer programa, luego han facilitado la internalización de una buena cantidad de nuevos saberes para los que no tenían conocimientos previos. Son prácticamente dueños de estos equipos y **NEXO** solo administra y realiza mantenimiento. En la actualidad ellos se llevan los equipos los días de la semana que programen cada lunes.

Los equipos de **edición** permiten ver realizados sus programas. Se ha armado un **estudio de TV** (con swicher, mezcladora de audio, luces, escenografía, 3 micrófonos) para los noticieros y entrevistas educativas, ellas y ellos entrevistan a especialistas y autoridades que vienen al estudio de la **RTVR**. Se sienten con presencia real en la TV, con voz para cuestionar y dar sus opiniones.

Antes de este proyecto el 98% de los participantes no habían tenido experiencia de registro en video y menos de producción, actualmente el 100% de ellos produce sus propios programas.

- B) El impacto en los **beneficiarios Indirectos:**

- a. Cuando los pobladores de los distintos ámbitos del proyecto ven a las jóvenes **grabando con cámaras de video, genera mayor** expectativa para ver el programa y mayor comunicación directa entre la población y la RTVR representada por las jóvenes grabando, que al mismo tiempo promocionan vivencialmente el programa FORTALEZAS TV y su bloque MUJER TV *"Diferentes pero iguales"* con enfoque de género.
- b. **Los reproductores de DVD** entregados a las participantes formadas en presencia de sus autoridades locales, en el marco del convenio, **aseguran la difusión** y que los contenidos útiles de todos los programas lleguen a los interlocutores priorizados, mujeres y hombres campesinos. Mensualmente llega a más de 220 mil campesinas y campesinos en 10 TV comunitarias.
- c. Todos los equipos están contribuyendo a que entreguen metodologías, en cada programa producido, a la 12 mil campesinas y 12 mil campesinos de 10 comunidades rurales de la provincia de Tarma.

10. ¿Tuvo éxito el proyecto? (Si es posible, den indicadores mensurables.)

En un contexto donde las mujeres, y mas las rurales, no son respetadas en sus derechos, hicimos visibles sus aportes a la sociedad. Se a iniciado un dialogo sobre equidad de género poniendo sus imágenes y experiencias ejemplares en la TV de sus localidades. El proyecto tiene éxito porque:

1. Comprometimos 7 ámbitos pero terminamos con 10 lugares, 5 distritos rurales y 5 comunidades campesinas, en esos lugares establecimos relaciones directas que se han profundizado con las autoridades de Gobiernos Locales.
2. Debíamos formar a 15 participantes y formamos a 16 con enfoque de género.
3. Se propuso difundir el bloque MUJER TV "*Diferentes pero iguales*" en el programa **FORTALEZAS TV**, de la RTVR, una **(1) vez por semana** en 7 TV comunitarias adheridas a la RTVR. Pero **en cada convenio se aumento una hora más para repetir el programa y pasar dos (2) veces por semana** y ahora en 10 lugares.
4. Desde Agosto de 2007 a Abril de 2008, nos propusimos **tener 392 difusiones**, pero se llegaron hasta el **9 de mayo de 2008 a 554 difusiones** en 10 ámbitos de la RTVR.
5. Debíamos llegar a **10 mil campesinas y 10 mil campesinos**, pero terminamos llegando a **12 mil campesinas y 12 mil campesinos**. Mensualmente más de 220 mil interlocutoras e interlocutores.
6. Un documento de **metodología de producción** en versión adecuada al lenguaje y nivel de los beneficiarios directos.
7. Un proyecto de ley presentado a la presidencia de la Comisión de la Mujer del Congreso de la República para producir programas educativos en las TV Comunitarias **con enfoque de género**.
8. Una **Red de TV Rural** de NEXO y Gobiernos Locales **con enfoque de género funcionando** en todas sus etapas **en la zona centro del país**.
9. Hace un mes que iniciamos la búsqueda de auspiciadores en la provincia. Un primer resultado es el acuerdo de anuncios publicitarios con un banco orientado a la micro empresa: MiBanco Agencia Tarma y 4 potenciales auspiciadores con tarifas muy bajas (\$ 100 mensuales) de acuerdo a la TV local de la provincia y dos en gestión en la capital. Nos propusimos que **la RTVR zona centro**, tenga vida propia en función de auspiciadores locales porque en la gestión que realice el grupo de jóvenes formados, podrán relacionarse directamente con los gerentes de las empresas comerciales locales **por estar mas cerca de sus comunidades**. Un siguiente paso será buscar financiamiento en la cooperación internacional.
10. Tenemos previsto, en reuniones con los y las jóvenes integrantes, que **la Red de TV Rural** se convierta en una asociación que pueda generar sus propios ingresos. El costo de la inscripción en los registros públicos es de \$ 300 dólares.
11. Cuando informamos a las diferentes ONGs a las cuales asesoramos desde NEXO Lima para el Perú muestran su interés en conocer **la RTVR** y de participar, lo estamos haciendo con el MNNATSOP, movimiento de niñas, niños y adolescentes trabajadores de más de 30 años.
12. **La FAO en Lima** ve con mucha expectativa este proyecto y han iniciado su apoyo con diferentes contactos.

11. Beneficiarios

Describan a los beneficiarios directos del proyecto, indicando el número de mujeres y hombres. Favor de mencionar cualesquieres beneficiarios indirectos.

Las y los beneficiarios directos son campesinas y campesinos que cultivan hortalizas, tubérculos y flores.

Algunos terminaron sus estudios escolares. Todos ven en este proyecto una posibilidad de empleo al hacer una empresa social propia, donde ellos, actualmente, tienen capacidad de decisión, adquirida desde la formación; están empoderados para que ellas y ellos puedan a su vez empoderar.

Los beneficiarios directos son: 8 mujeres y 8 hombres. Son jóvenes de 16 a 26 años. Su participación ha contribuido a elevar su autoestima. Las autoridades y madres de familia reconocen el cambio en ellas y ellos porque los ven grabando con interés en sus comunidades. Sus familiares nos agradecen por la formación recibida.

En sus comunidades son más reconocidas por que están cumpliendo con difundir información útil y reconociendo las experiencias de las mujeres.

Los y las beneficiarias indirectas son más de 24 mil productoras y productores, quienes ya han empezado un diálogo masivo sobre los derechos de las mujeres, debido a la cantidad de aportes que hemos visibilizado. Se ha movilizó a la sociedad para que tome interés en los derechos de la mujer.

12. ¿Cómo reaccionaron los beneficiarios a las actividades mencionadas? ¿Cómo impactaron a las mujeres y los hombres involucrados en el proyecto?

Una primera reacción al conocerlos en sus comunidades fue de incredulidad, no creían que se les iba a pagar por un curso – taller con las características de éste: los pasajes, refrigerios, entregar documentos y formación con la metodología propuesta y facilitar todos los equipos, para su formación y posterior producción.

Al inicio de la etapa de formación las y los participantes se ubicaron en una posición, de los que ven de abajo, a los asesores hacia arriba, nos costó buen trabajo, hacer saber que la relación de este equipo es de forma horizontal.

A medida que fueron aprendiendo tomaron mayor confianza. Lo más importante es que todos veían los ejercicios de todos y el grupo veía como poco a poco crecía en el conocimiento y su aplicación inmediata en los videos de prácticas.

Las mujeres estuvieron muy interesadas, pero han tenido una crianza con aprendizajes machistas, durante la formación hemos resaltado esto para que hagan conciencia y puedan superarlo.

Cuando produjeron y vieron su primer programa hubo un salto cualitativo muy importante. Tanto que decidimos presentarlo a profesionales que ya nos estaban apoyando con el sustento científico, a las autoridades y al Párroco que asistieron a nuestro local.

Los hombres difícilmente fueron aceptando que las mujeres son iguales en derechos y posibilidades de participación ciudadana, algunos aun no han podido superar, pero el tema ya forma parte de las agendas comunitarias.

13. Resultados del proyecto: ¿Qué logró el proyecto y qué cambios se efectuaron?

Si el proyecto produjo medios, favor de enviarnos ejemplares de casetes, CD, VCD o DVD con etiqueta indicando duración, lenguaje, fecha de producción. Si posible, favor de enviarnos fotos digitales con leyendas informativas, recortes de prensa/radio, enlaces a páginas web, etc.

No existía una Red de TV Rural, ahora existe y tiene presencia, prácticamente en un 70% de la provincia y está interrelacionada y trabajando con las organizaciones de mujeres, como el Comité Multisectorial de Desarrollo de la Mujer, COMUDEMU, con organizaciones de desarrollo, con sectores del Estado como Unidad Agraria, Unidad de Salud, Unidad de Educación, ONGs y empresas privadas.

La Red de TV Rural no tenía vida organizada, ahora está organizada con un equipo que responde a las grandes necesidades, no tenía equipos, ahora tiene equipos digitales para producción en campo y tiene un “pequeño – gran” estudio de TV para noticieros, entrevistas, debates; etc. Tiene una dinámica de relación positiva entre sus integrantes: hemos puesto durante la formación la tolerancia, solidaridad, armonía en el grupo, capacidad de ganar los retos.

El reconocimiento a los aportes de la mujeres y reconocimiento a sus derechos eran invisibles, ahora están en la agenda de las autoridades, en el dialogo familiar y comunal en alto grado.

Realizamos una investigación operativa, la sistematizamos y aplicamos: **la relación tarifas-anunciantes, para un proyecto como la Red de TV Rural.** No existe referente (Los productos de consumo masivo no están dirigidos al interlocutor e interlocutora que se dirige la Red de TV Rural),

Hemos realizado incidencia al haber hecho partícipes con apoyos logísticos y científicos de especialistas de diversos generadores de opinión, como Autoridades Municipales y Comunitarias, Unidad Agraria, PRONAMACHCS, Educación, Salud, Región, Organizaciones de Productores, Organizaciones de Mujeres y a Empresas Comerciales.

Una de las comunidades campesinas (Calca) tenía interés en adherirse a la RTVR pero su estación de TV no funcionaba desde un año y medio atrás, en una asamblea nos comprometimos a llevar de Lima a Tarma un especialista, con gastos de viaje cubierto por nosotros. Con la condición que la Comunidad pagara el costo del arreglo. El técnico hizo funcionar la TV Comunitaria de esta comunidad.

Tenemos mayor relación con la iglesia ya que el Párroco, al saber de éste proyecto, se motivó a poner un canal de la iglesia y a solicitar y entregar orientación comunicacional por nuestro lado. Asimismo esta motivación ha hecho que les ayudemos a formular un proyecto para presentarlo a la WACC.

Se ha empoderado tanto a mujeres como a hombres de las comunidades en equidad de género. Hemos contribuido a que las mujeres se valoren más y sean más dignas.

Este proyecto a contribuido a hacer justicia de género medios de comunicación como la TV comunitaria y asambleas.

14. Evaluación

14.1 ¿Cuáles fueron los resultados de la evaluación del proyecto?

Selección de participantes: En un 98% se inició con buena aceptación de las autoridades, a tal punto que ellos se comprometieron a realizar las

El principal reto es formar la RED de TV Rural otra zona del país, orientando a la Red Nacional de TV Rural. Entre tanto en la RTVR zona centro haremos las gestiones para alcanzar a 18 TVs comunitarias de la provincia.

Hacer una TV comunitaria propia de la RED de TV Rural, en la provincia porque vemos que se ha ruralizado y que muchos productores ahora viven en la capital de la provincia y van a trabajar al campo durante el día.

La música que se ha puesto de fondo en los programas son de Boliviana de otros lugares del Perú. Tenemos previsto convocar a autores y ejecutores musicales de todos los ámbitos del proyecto para que puedan grabar música creada especialmente para cada programa pero con melodías propias de esta zona.

Seguir avanzando en el diseño de la página Web donde están los programas produciendo los y las jóvenes formadas.

15. Cualquier otro comentario que deseen hacer

- En los convenios se puso una cláusula que menciona como obligación de las Municipalidades Rurales, facilitar para que este proyecto ingresar a los presupuestos participativos que se hacen en cada lugar para fondos que el Ministerio de Economía asigna anualmente.

Ya estamos coordinando con los alcaldes de 3 lugares para formular un proyecto que permita ingreso a la RTVR zona centro.

- Una de las conclusiones es que al avance que a tenido NEXO con este proyecto es más fácil encaminar a un canal de TV comunitaria educativo de la RED de TV Rural, en la capital de la provincia porque tenemos todo excepto 3 recursos: el transmisor, la antena y la compra del terreno donde se pondrá la antena. Lo haremos por los y las jóvenes que han confiado en esta propuesta.

16. Nombre de la persona que presenta este informe:

Nombre: Ernesto Girbau Florez

Cargo: Presidente de NEXO

Fecha: 12 de Mayo de 2008

Firma:

