

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **DE LA PRODUCCION DE TV A LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Comunicación

**Eduardo Guillermo Beingolea Delgado**

**Código 19830588**

**Asesor**

**Percy Subauste Villanueva**

Lima – Perú  
noviembre de 2021





**DE LA PRODUCCION DE TV A LA  
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	5
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	6
<b>1. EXPERIENCIA PROFESIONAL.</b> .....	8
<b>2. COMPETENCIAS PROFESIONALES</b> .....	10
2.1 Primer Hito: Red Global.....	10
2.1.1 Objetivos .....	10
2.1.2 Descripción de caso: Goles en Acción.....	11
2.1.3 Descripción del caso: Pura Aventura.....	11
2.2 Segundo Hito: Selva Ganadora.....	13
2.2.1 Descripción del caso.....	13
2.2.2 Objetivos.....	13
2.2.3 Resultados.....	14
2.3 Tercer Hito: Instituto Peruano del Deporte.....	16
2.3.1 Descripción del caso.....	16
2.3.2 Objetivos.....	17
2.3.3 Resultados.....	18
<b>3. REFLEXIONES PROFESIONALES</b> .....	19
3.1 Consecuentes con nosotros mismos en las decisiones difíciles.....	19
3.2 Confía en ti y en tus conocimientos ¡Atrévete!.....	20
3.3 Disfruta de lo que haces siempre .....	20
3.4 Comunicaciones y tecnología galopante.....	21
<b>REFERENCIAS</b> .....	22
<b>ANEXOS</b> .....	23
<b>PRENSA</b> .....	24
Diario El Comercio, Los Nuevos Chaskis.....	24
Diario El Comercio, Los Nuevos Chaskis.....	25
Diario La República, Los Nuevos Chaskis.....	26
Revista Somos, N°1303. Selva Ganadora.....	27
Revista Somos, N°1415. Selva Ganadora.....	29

## **RESUMEN**

El presente informe es el resultado de una retrospectiva profesional de más de 30 años de constantes experiencias por las que el destino me llevo a través de amplios campos de la comunicación, desde la producción para medios, el desarrollo de exitosos proyectos televisivos nacionales e internacionales, la realización de eventos de alto impacto mediático, el desarrollo de las comunicaciones de proyectos sociales para la mejora económicas de comunidades rurales amazónicas hasta la coordinación comunicacional para un proyecto para la cooperación internacional con la comunidad migrante.

Las experiencias laborales que describo me hicieron a conocer todo el país y me llevaron más allá de nuestras fronteras y muestran el éxito logrado en los diferentes programas, proyectos y trabajos que ejecute y diseñe, pudiendo con criterio, utilizar lo aprendido en mi paso por la universidad.

Estoy muy agradecido y me considero afortunado al haber podido conocer de cerca nuestra realidad y haber servido a muchos compatriotas y comunidades de ese Perú profundo que necesitamos llegar.

**Palabras clave: Producción, Televisión, Proyectos, Desarrollo, Amazonía, Andes, Comunidades rurales**

## **ABSTRACT**

This report is the result of a professional retrospective of more than 30 years of constant experiences through which destiny wide fields of communication, from production for the media, the development of successful national and international television projects, the realization of events with high media impact, the development of the communications from social projects for the economic improvement of rural Amazonian communities to the communicational coordination for a project for international cooperation with the migrant community.

The work experiences that I describe made me know the whole country and took me beyond our borders and showed the success achieved in the different programs, projects and jobs that I execute and design, being able to use what I learned in my time at university with criteria.

I am very grateful and I consider myself fortunate to have been able to get to know our reality closely and have to served many compatriots and communities of that deep Peru that we need to reach.

**Keywords: Production, Television, Projects, Communication, Development, Amazonia, Andes, Rural Communities**

## INTRODUCCIÓN

La elección de una carrera universitaria, que de alguna manera debería regir nuestro destino laboral en el futuro, es una decisión importante en la vida de cada persona que elige seguir estudios superiores.

No siempre será fácil, hay muchos factores que circulan en nuestras cabezas para tratar de no equivocarnos y aun así nada nos garantiza que nuestra decisión será la mejor o la única.

Para mí ha sido un camino de constantes aprendizajes donde entendí que después de 200 años de independencia de la corona española, se hacen evidentes los pocos avances que hemos dado como país. Pienso que hasta ahora no somos capaces de entender que nuestra mayor riqueza era, ha sido y será siempre nuestra compleja diversidad geográfica y cultural.

Mi ejercicio profesional se ha enmarcado principalmente en el campo de la producción de programas de televisión y el desarrollo de proyectos comunicacionales en varias regiones del país. Desde la producción de exitosos programas y conducción de espacios propios, la concesión de Red Global TV y administración de Panamericana Televisión en Iquitos la capital amazónica del país, hasta la ejecución de programas en beneficio de niñas, niños, jóvenes e inclusive, para comunidades enteras de emprendedores de las regiones andinas y amazónicas.

Existen múltiples formas de ejercer la comunicación profesionalmente, pues tenemos amplios campos para el desarrollo de la misma en diferentes niveles, tanto en el sector privado como en el sector público. Y es en el sector público donde encontraremos mayores brechas comunicacionales, las que por falta de atención y nada o casi nada articulación comunicacional suelen terminando en conflictos sociales.

Encontraremos siempre que no solo podemos hacer nuestra labor en la posición encomendada en nuestro trabajo, sino que siempre podremos aportar con ideas y propuestas que puedan mejorar, ampliar o proponer, para que desde una perspectiva comunicacional mejoremos los procesos en los cuales nos involucramos.

Entonces es muy claro que en el Perú aún queda mucho que hacer, gracias a mi profesión he conocido todo el país y sigo conociendo, viajando, aprendiendo y colaborando para que de alguna manera podamos ir cerrando brechas, dando mejores oportunidades, llevar mensajes positivos que alienten a las personas, a través de empresas e instituciones públicas y/o privadas.

Creo que eso ha sido y es lo que significa para mí ser comunicador, siempre con un soporte ético pues todo ser pensante es capaz de discernir entre lo bueno y lo malo, apoyándome en valores como la honestidad, el respeto, la justicia, la solidaridad y sobre todo el amor, que es la fuerza que me mueve y la que debería mover al mundo a pesar de todo lo negativo que existe en él. Nunca perdamos la esperanza que cada buena acción que hagamos sea siempre lo necesario para llevar un mensaje positivo a los demás.

Tuve la suerte de iniciar con lo que siempre fue una pasión, una forma de vida para mí: el deporte. También pude llevar un mensaje de esperanza para miles de niñas, niños y jóvenes escolares de zonas alejadas y olvidadas en nuestros andes y tuve la oportunidad

de llevar capacitación y reconocimiento, para impulsar el esfuerzo y trabajo de cientos de comunidades amazónicas.

La producción internacional no fue esquivada y fui productor de varios capítulos completos para el programa de televisión “Conexión Latina”, que se emite a través de Univisión Washington DC en USA y para el programa History Travel con Mark Powell de History Channel. (Ver Anexo 1)

Hoy me desempeño como coordinador de comunicaciones de Chance para Sumar, donde nuestra misión es insertar a técnicos y profesionales migrantes venezolanos en sus respectivas profesiones, que ahora, están desempeñando labores menores en Lima, Arequipa y Trujillo que nada tienen que ver con su formación profesional, y reubicarlos en las regiones donde los profesionales peruanos no quieren ir a trabajar (alto andinos y amazónicas sobretodo) articulando con gobiernos locales, regionales y empresas privadas. Un proyecto de USAID ejecutado a través de CEDRO, reconocida ONG con más de 30 años de experiencia, desarrollando proyectos en bien de la población.

El tránsito de la experiencia de la Producción de Televisión a la Comunicación para el Desarrollo fue gradual, después de los programas deportivos el mundo televisivo me dio otras oportunidades, y casualmente me acerco al desarrollo. Fue un camino de conexión y se comenzó a abrir un vínculo, la gente de USAID interesadas en experiencias de este tipo nos dio la oportunidad para desarrollar un proyecto medianamente grande.

Agradezco todo lo que viví y vivo en mi profesional: lo bueno, lo malo, lo bonito, lo feo, las alegrías y tristezas, los acuerdos y desacuerdos, los triunfos y los fracasos también, porque todo siempre deja una enseñanza, un aprendizaje por procesar y enriquecer nuestras propias experiencias.

## **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

Desde temprana edad me incline por temas relacionados al lado humano, social, hasta artístico podría decir. El interés por los viajes siempre llamó mucho mi atención. De niño cuando no tendría aproximadamente 10 años, mi padre nos llevó a mi hermano mayor y a mí a un viaje de trabajo a la ciudad del Cusco, y realizamos nuestra primera visita Machu Picchu, quedando esa experiencia impresa en mi memoria por siempre.

Viví toda mi infancia en el distrito de Barranco y casualmente bastante cerca de un conocido centro de formación turística, ese fue mi primer interés real por seguir estudios superiores, pero la equivocada percepción de mis padres hacia dicha institución (que no era una universidad propiamente dicha), el limitado interés de la época por el desarrollo turístico en el país (eran los años 80) y la presión por el ingreso de mi hermano mayor a la universidad (Católica), me impulsaron a escoger la carrera de Ciencias de la Comunicación para especializarme en publicidad.

La publicidad era un tema que también me gustaba mucho, poder diseñar, crear ideas y campañas nuevas para vender diferentes cosas despertaba mi interés, sumado a mi gusto por la pintura y el dibujo. Podría decir que tenía un lado “artístico” que ya existía en mi familia, pues mi hermano mayor ya había incursionado con relativo éxito en la televisión. Esto tomará sentido más adelante en relación a mi segunda experiencia laboral remunerada, como comunicador, en la televisión.

Ya propiamente dicho, mis inicios en la actividad profesional fueron en el diario La República, donde colaboré haciendo prácticas como reportero gráfico. Posteriormente a eso, realicé otras prácticas pre profesionales en la agencia de noticias y publicidad del estado Andina, como redactor y luego obtuve mi primer trabajo oficial como redactor creativo en una ya desaparecida agencia de publicidad que se llamó Tempus.

Todo daría un giro, cuando en el año 1990 ingresé como asistente de producción en el Canal 13, para los programas deportivos.

Teniendo un real interés por aprender realice desde las labores más simples hasta las más complejas dentro de un canal de televisión, ser hermano del director de deportes del canal nunca significo ningún privilegio para mí.

Me esforcé, aprendí y trabajé duro y después de unos años pude presentar mi primer proyecto de programa de televisivo propio.

Fue un espacio vinculado al turismo, los deportes llamados de “aventura” y la conservación del medio ambiente. Este proyecto vio la luz en abril de 1994, el programa se llamó Pura Aventura y se emitió semanalmente a nivel nacional por la señal de Red Global por casi 3 años.

Asumí la dirección y producción, pero luego por los constantes viajes que demandaba el estilo del programa tuvimos que hacer también la conducción del mismo conjuntamente con el principal asistente de producción y camarógrafo, mi amigo Jorge “El Chino” Alva. Esta maravillosa experiencia nos llevó a conocer no solo las 24 regiones del país, sino también un poco de su gente más profunda, pues éramos y representábamos a “mochileros” con bajo presupuesto dispuestos a la aventura y con muchas ganas de mostrar las cosas como son a través de una cámara.

El destino me llevaría después a otros varios campos de la comunicación, ya había ganado buena experiencia en la producción y dirección de programas televisivos



durante 12 años, pasando además por otros canales como ATV y Frecuencia Latina, para luego asumir un difícil reto como concesionario de Red Global, Canal 13 en la ciudad de Iquitos, estación que había estado desactivada en esa ciudad por más de 3 años.

Llegué en agosto del año 2002, con casi una tonelada de equipos que incluían principalmente el transmisor y las antenas. Había estado un par de meses antes en esa ciudad haciendo un análisis de la oferta televisiva y del mercado local.

No encontré nada rescatable, o al menos que me gustara un poco dentro de lo que producían los otros dos canales que transmitían en la ciudad en ese momento.

Decidí ir a las facultades de comunicaciones de dos de las universidades más reconocidas para reclutar jóvenes estudiantes, para ofrecerles prácticas inicialmente, y poco a poco se fueron convirtiendo en camarógrafos, editores y reporteros de los espacios noticiosos que fuimos implementando, haciendo más atractiva la oferta publicitaria para los clientes que ahora encontraban una nueva y fresca opción para anunciar. Diversos problemas sobre todo con la administración en Lima, hicieron que me aleje de esta gran experiencia después de 4 años.

En el año 2009 regreso a la producción de programas de televisión, esta vez para desarrollar versiones regionales de un ya exitoso programa de promoción a los emprendedores del país. “Somos Empresa” fue un programa que se emitía en esos momentos por Frecuencia Latina.

Ya poseía cierta experiencia en temas del interior del país, fue por tal motivo que mi encargo fue de desarrollar versiones regionales del programa en Huancayo Arequipa, Iquitos y Trujillo. Haciendo alianzas y comprando espacios con canales locales para las emisiones de los mismos y con conductores de cada lugar, producíamos con relativo éxito estas versiones regionales, que promovían los emprendimientos de la zona.

En medio de esa experiencia, estando en la ciudad de Arequipa, acudí a un CADE empresarial, donde tomé contacto con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) donde se abrió la posibilidad de asumir un nuevo proyecto comunicacional que la agencia ya estaba implementando en la Amazonía. Luego de varias reuniones en Lima nos hicimos del proyecto Selva Ganadora, del cual fui jefe de proyecto por 4 años.

Más adelante en el año 2013 fui convocado por el ente rector del deporte nacional para darle visibilidad a los novedosos programas que venían implementando y así articular un exitoso proyecto de difusión deportiva y comunicación durante 4 años, llegando a recorrer 6 regiones alto andinas del país.

En el año 2017 pase por la subdirección de Promoción de la institución ligada a la sustitución de los sembríos ilegales de coca por el desarrollo alternativo DEVIDA. A finales de ese mismo año retorno a la televisión esta vez a través de la señal de Willax TV con Goles en Acción por la campaña del mundial de fútbol de Rusia 2018. A inicios del año siguiente soy convocado para Los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos de Lima 2019 coordinando las acciones con los comités de autoridades de las regiones para el paso y celebraciones de la Antorcha Panamericana.

Hoy en día vengo coordinando para CEDRO toda la parte de comunicaciones de un importante proyecto que busca integrar y reubicar lo mejor de la fuerza productiva migrante en el interior del país.

## 2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

Mi primera experiencia profesional fue en el año 1988, han sido 33 años de camino que fueron dejando diversas experiencias que enriquecieron mis conocimientos adquiridos en las aulas universitarias y que fueron desarrolladas en diferentes contextos sociales. A continuación, desarrollaré lo que considero fueron las 3 experiencias más relevantes, aunque debo decir que cada una de las otras experiencias laborales también han sido importantes, con sus singularidades y enseñanzas.

### 2.1 **Primer Hito: Red Global.**

Producción de TV Programas Deportivos, Goles en Acción y Pura Aventura

Ha inicios del año 1990 llegue a Red Global Canal 13, novel canal de TV, gracias a la incorporación del componente periodístico deportivo liderado por mi hermano Alberto Beingolea. Fueron casi 9 años que trabajamos en esta empresa donde aprendí y desarrollé habilidades profesionales en paralelo a mis estudios en la universidad, aún estaba por terminar los últimos cursos pendientes del 9vo y 10mo ciclo, especializándome en Publicidad.

Llegue a Red Global cuando me encontraba trabajando como redactor creativo en una agencia de Publicidad que se llamaba Tempus. En ese entonces sostuve una reunión con Alberto donde me pidió que lo acompañara en este nuevo y muy prometedor proyecto haciendo que dejara la agencia a pesar de que mi especialización era la Publicidad.

#### 2.1.1 **Objetivos**

Desde un inicio tuvimos el reto de asumir la producción de 2 programas deportivos del fin de semana (sábados y domingos) que ya existían en el canal, me refiero a los programas polideportivos “Acción”, adicionalmente tuvimos la tarea de producir las secuencias deportivas de los noticieros diarios que emitía el canal de lunes a viernes en horario estelar.

El principal objetivo para estos programas en particular fue la realización de reportajes locales y nacionales de los principales deportes que se practicaban en el país, así como entrevistas a los principales referentes del deporte y la actualidad deportiva nacional. Además de cubrir los entrenamientos y novedades de los equipos de futbol profesional.

Más adelante cuando lanzamos el programa Goles en Acción, el objetivo fue ofrecer un espacio novedoso que compita con los programas de los bloques estelares de películas y de los domingos, con la oferta futbolística completa tanto nacional como internacional.

Pero viendo en perspectiva personal, mi principal objetivo fue inicialmente aprender todo lo de TV, nunca quise ser solo el “hermano de Alberto”, fue por eso que decidí empezar de abajo a aprender todo sobre la producción de televisión.

Todavía no había llevado los talleres de TV de la facultad, lo que hizo que prestara mucha atención a cómo es que se hacía televisión de verdad. Inicie como asistente de producción en estudio, tendiendo cables de audio y cámaras, armando escenografías, ayudando con la iluminación y todo lo que fuese necesario.

Luego pasé a los controles de estudio como asistente de vtr, aprendí a editar y así poco a poco fui conociendo todo el proceso de lo que implicaba hacer un programa de TV, en las reuniones de coordinación y planificación de los programas y secuencias diarias de deportes de los noticieros.

Así llego el tercer objetivo del que nos ocuparemos en esta parte: la producción y realización de un nuevo espacio en la televisión peruana, una propuesta singular, propia, con un concepto de Ecoturismo y deportes de Aventura “Pura Aventura” fue el programa que ofrecía la oportunidad de mostrar las posibilidades de practicar deportes diferentes en medio de escenarios naturales y con respeto y cuidado al medio ambiente.

### **2.1.2 Descripción del caso: “Goles en Acción” (Ver Anexo 2)**

Surgieron nuevas propuestas televisivas que empezamos a desarrollar con el equipo de producción de deportes, así entonces germinó un el proyecto que llegaría a marcar un antes y un después en los programas deportivos nacionales, ese fue el programa de domingos por la noche que llevaba el resumen de todos los partidos de la fecha nacional, entrevistas, estadísticas; más los resúmenes de las principales ligas internacionales y se llamó “Goles en Acción” que nació en septiembre del año 1990.

El programa se esforzó en cubrir todos los partidos de futbol profesional que se programaban a nivel nacional, ya sea con nuestros propios reporteros y camarógrafos o con el valioso aporte de los colaboradores de las entonces filiales del canal en provincias donde se programaban partidos, haciéndonos llegar los respectivos resúmenes lo más rápido posible el mismo día de su realización vía satélite. Se trabajó mucho para llevar un resumen completo de la jornada de los diferentes estadios del país el mismo día que terminaba la fecha futbolística. Tradicionalmente los resúmenes de los partidos se veían en los espacios deportivos de los diferentes noticieros en los días siguientes.

Se complementó el programa con los resúmenes de los principales campeonatos del futbol internacional, que captábamos a través de los receptores de satélite de los torneos de Brasil, Argentina, Colombia, México, España, Inglaterra e Italia.

Adicionalmente a través del mismo canal se logró un contrato con la Asociación Deportiva de Futbol Profesional (ADFP), mediante el cual se adquirieron los derechos de transmisión en vivo de varios equipos del campeonato nacional.

Esta nueva propuesta cautivo inmediatamente a los televidentes futboleros, publico mayormente masculino, aunque hay que reconocer que teníamos una interesante sintonía femenina también, que encontraron un espacio para ver a su medida. Mis conceptos se reforzaron académicamente con los talleres de TV de 9º y 10º ciclo, lo que me dio la confianza necesaria para dar los siguientes pasos profesionales.

### **2.1.3 Descripción de caso: “Pura Aventura”. (Ver Anexo 3)**

Este proyecto fue la consecuencia por el esfuerzo y dedicación a realizar una serie de reportajes para los programas de Acción de fin de semana de corte de “deporte de

aventura”, con la aparición de “Goles en Acción” la producción periodística deportiva se enfocó en un 90% en fútbol. A pesar de ello nos llegaban a la redacción invitaciones para festivales deportivos como “La semana del Andinismo” y decidí atender este tipo de invitaciones. Viajábamos, y encontramos variedad de disciplinas como el canotaje, el parapente y ala delta, la bicicleta de montaña, escalada en roca, deportes que grabábamos y editábamos, teniendo las notas y reportajes una muy buena aceptación en el público televidente, al punto que otra producción del mismo canal me pidió que en base a esos reportajes reeditáramos para incluir en el programa “Zona de Impacto”.

La demanda sostenida por estos contenidos, me llevó a elaborar un nuevo proyecto televisivo de corte ecoturístico y de deportes de aventura, pues en los viajes que realizábamos para producir los reportajes, había un constante desplazamiento a regiones y estos deportes se practicaban en escenarios naturales como nevados, ríos, montañas, etc. donde había una explícita acción turística y ya por ese entonces reflexione acerca de la inclusión de difundir mensajes para preservar el medio ambiente.

El proyecto fue aprobado el año 1994 en el mismo canal donde ya venía trabajando en la producción de programas deportivos, “Red Global” canal 13, emitiéndose una vez a la semana, los sábados a las 11:00 am y se llamó “Pura Aventura”.

“Pura Aventura” me permitió conocer todo el país, al inicio escogíamos los destinos y la producción era un poco más costosa por la logística de los desplazamientos, pero rápidamente una línea aérea nos empezó a auspiciar y comenzamos a recibir innumerables invitaciones de muchos municipios provinciales y distritales que hicieron más viable las producciones, reduciendo considerablemente los gastos logísticos.

Así, los auspiciadores nos acompañaron desde el principio, empresas como Backus, Chiclets Adams, Americana de Aviación son un ejemplo del interés de los anunciantes en este nuevo espacio.

La producción terminó a finales del año 1996, lamentablemente el canal fue adquirido en parte por el grupo de medios del empresario Genaro Delgado Parker (dueño de Panamericana TV) y se encargaron de la administración a mediados del año 1996, dejando de cumplir con las obligaciones de pago por el ingreso de publicidad y sueldos, lo que hizo insostenible la continuidad.

Al terminar “Pura Aventura” regresé a la producción de Deportes, esta vez como Productor y al poco tiempo asumí la Producción General de Deportes del canal.

En el año 1998, después de una exitosa temporada de los programas deportivos en la cual habíamos dado una gran cobertura el mundial de Francia 98, gracias al respaldo de nuestros dos más grandes auspiciadores (Cerveza Cusqueña, en ese entonces Cervesur y Pepsi de Pepsico Internacional) y por lo que diseñamos una estrategia particular que nos llevó a topes de sintonía con un equipo de 07 personas destacadas para ese mundial fue que nos tocó despedirnos de Red Global.

Múltiples problemas originados por la pésima administración y mal manejo del canal y una oportuna oferta que nos llegó de ATV canal 9, motivo el cambio para todo el equipo completo de nuestros profesionales a esa casa televisora.

Esa experiencia se tradujo en los programas “El Equipo” (programas de fin de semana) y “El Equipo de Goles” (programa estelar de los días domingos por la noche).

## 2.2 **Segundo Hito: Selva Ganadora.** (Ver Anexo 4) Campaña de Comunicación para el desarrollo de Comunidades rurales en la amazonia peruana.

Selva Ganadora fue una campaña que promovió el desarrollo de emprendimientos comunales en las regiones de Huánuco, San Martín, Ucayali y Loreto en nuestra amazonia.

### 2.2.1 **Descripción del caso**

El proyecto Selva Ganadora nació en el año 2008 como una iniciativa del Programa de Desarrollo Alternativo (PDA), financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional- USAID, con el fin de apoyar y promover la generación de cultivos productivos con una sana competencia entre las comunidades amazónicas peruanas afiliadas al programa.

En el año 2009 Selva Ganadora fue ejecutada por el operador internacional Chemonics Desarrollo Sucursal Perú y financiada íntegramente por el Programa de Desarrollo Alternativo (PDA) de USAID. En esa oportunidad se logró convocar a 281 comunidades, de las 800 que intervenía el PDA, ubicadas en las regiones de Huánuco, San Martín y Ucayali.

En ese su primer año, el concurso Selva Ganadora enfocó la convocatoria solo en las comunidades vinculadas al Programa de Desarrollo Alternativo (PDA). Sus objetivos se centraron en la competencia, el refuerzo de la identidad comunal y la motivación para la generación de cultivos productivos. Así, la experiencia se concentró en evidenciar el esfuerzo colectivo para lograr cambios sociales, económicos y ambientales, a partir del desarrollo de esta clase de proyectos.

Para el año 2010, luego de 4 meses de enfocada gestión logramos que, Selva Ganadora fuera organizada por USAID y el Grupo ACP, Corporación peruana con misión social y con presencia en 10 países de Latinoamérica.

Esta vez, Chemonics Desarrollo Sucursal Perú participó como entidad supervisora, pero el diseño y ejecución de la campaña fueron asumidos por Somos Empresa S.A., empresa de comunicaciones y de divulgación de cultura empresarial y emprendedora del Grupo ACP con la cual yo colaboraba como consultor, desarrollando versiones regionales de su programa de televisión, Somos Empresa, con producciones locales a través de cadenas regionales de televisión en Huancayo, Trujillo, Arequipa e Iquitos.

Fue precisamente cuando me encontraba en la ciudad de Arequipa que tomé contacto con ejecutivos de USAID y comienza el interés y la posterior gestión para captar el proyecto de Selva Ganadora.

### 2.2.2 **Objetivos**

A través de una competencia entre comunidades emprendedoras y la creación de espacios de encuentro y conocimiento, se buscó generar oportunidades empresariales sostenibles, para mejorar la calidad de vida de las comunidades de la selva peruana.

Parte importante del éxito de la nueva versión de Selva Ganadora fue el enfoque comunicacional diferente que se aplicó con relación a la primera versión del año 2010. Gracias a la experiencia adquirida, los conocimientos profesionales y el aporte conjunto inyectado a través de Somos Empresa, usando criterios de innovación, calidad y viabilidad, así como indicadores ambientales, de género e inclusión.

La intención siempre fue que Selva Ganadora se convierta en un proyecto integral, multisectorial, sostenible y en un referente de calidad empresarial.

### 2.2.3 Resultados

Con la incorporación del Grupo ACP y Somos Empresa, Selva Ganadora 2010, adquirió un nuevo enfoque centrado en el conocimiento empresarial, como una manera de darle mayor sostenibilidad a los proyectos inscritos. Además, se amplió el radio de acción a otras comunidades que no necesariamente fueran parte del PDA, para superar el número de proyectos participantes.

De esta manera, se logró ampliar la convocatoria del año anterior, con 416 comunidades que inscribieron un total de 459 emprendimientos económicos y sociales, desarrollados en las regiones de San Martín, Ucayali, Huánuco. Estas comunidades tuvieron la oportunidad de recibir, por primera vez, asesoría y conocimiento en temas de cultura emprendedora, gestión empresarial y marketing.

En los llamados “Eventos Empresariales de Selección” del 2010 se logró la participación de más de 2,000 pobladores de las tres regiones amazónicas. El resultado final de la campaña fue la premiación de 10 ganadores zonales y 3 a nivel nacional.

Para promover este circuito de negocios en expansión, la tercera edición de Selva Ganadora 2011 se dedicó a buscar nuevas y diversas opciones de emprendimientos económicos y sociales en las regiones de San Martín, Ucayali y Huánuco. Esta vez se centró la convocatoria en la calidad de las iniciativas comunales participantes, más que en la cantidad de comunidades convocadas.

Para ello se implementó una metodología de selección que comenzó desde la etapa de convocatoria e inscripción y tomó en cuenta criterios como la calidad, potencialidad y localización de los emprendimientos comunales en marcha, así como los indicadores en las bases de la competencia.

Bajo este enfoque se convocó a 500 comunidades; 238 de ellas lograron escribir un total de 246 emprendimientos, después de comprobarse la calidad y viabilidad de sus proyectos.

Además, se realizaron 6 eventos empresariales de selección donde participaron 1400 pobladores de 162 comunidades de la región.

Aquí se evaluaron un total de 170 emprendimientos y a 54 postulantes a la categoría Héroe Emprendedor. Solo 30 emprendimientos y 15 héroes quedaron como semifinalistas y fueron visitados y registrados en sus propias comunidades.

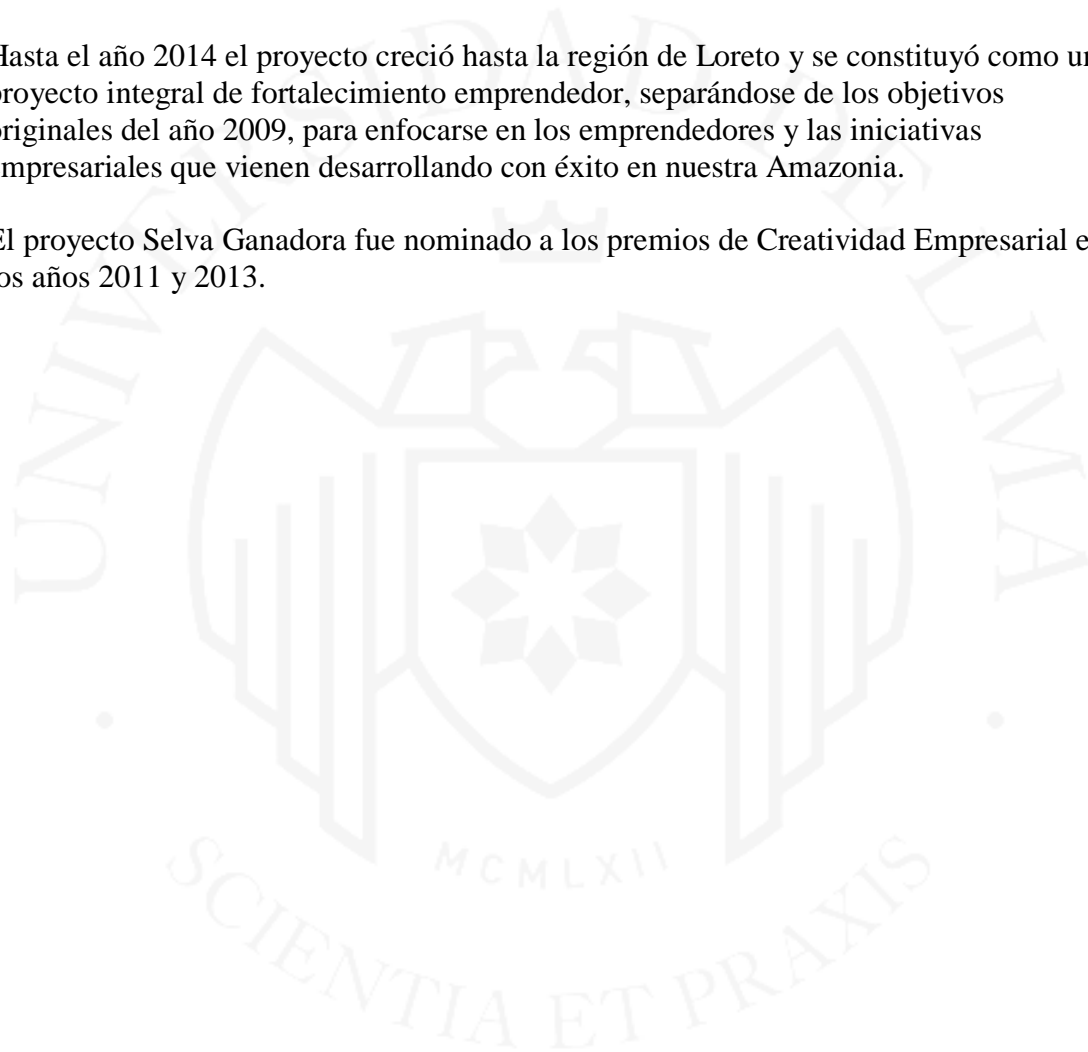
Se firmaron formalmente 15 alianzas y el resto se fue incorporado voluntariamente a la campaña

Selva Ganadora 2011 cerró con la premiación de 5 emprendimientos comunales, reconocidos con 150,000 soles y 5 héroes emprendedores premiados con un total de 25,000 soles en recursos de capacitación.

La campaña se implementó con un aporte de USAID de \$300,000 y fondos obtenidos por la empresa ejecutora Somos Empresa que ascendieron a la suma de \$155,000 dólares en recursos financieros y no financieros gracias a las 23 alianzas implementadas con entidades del sector público y privado. Selva Ganadora se fue convirtiendo en un proyecto donde confluían conocimiento, competencia, innovación, mercado, accesos y oportunidades reales y sostenibles de desarrollo empresarial y de mejora de la calidad de vida en la región.

Hasta el año 2014 el proyecto creció hasta la región de Loreto y se constituyó como un proyecto integral de fortalecimiento emprendedor, separándose de los objetivos originales del año 2009, para enfocarse en los emprendedores y las iniciativas empresariales que vienen desarrollando con éxito en nuestra Amazonia.

El proyecto Selva Ganadora fue nominado a los premios de Creatividad Empresarial en los años 2011 y 2013.



2.3 **Tercer Hito: Instituto Peruano del Deporte.** (Ver Anexo 5)  
Proyecto Los Nuevos Chaskis del Perú. Asesor de Comunicaciones de la Dirección Nacional de Deportes.

Los Nuevos Chaskis del Perú, fue un exitoso proyecto de evento deportivo, diseñado a medida, cuando recibí la invitación del señor Akio Tamashiro Noborikawa, en ese entonces director nacional de Deportes Afiliados (DINADAF) del Instituto Peruano del Deporte.

A la cabeza de la institución estaba el señor Francisco Boza Dibos (medallista olímpico y panamericano) que buen criterio descentralizó la gestión deportiva y le daba importancia al desarrollo de los atletas en las regiones, tratando de aprovechar las ventajas comparativas que por la situación geográfica se podían desarrollar.

Los Nuevos Chaskis del Perú, se convirtió en una hermosa fiesta que llevo a los lugares más alejados de las zonas alto andinas un mensaje integrador, vinculado con nuestra propia historia que promovía la vida sana a través de la práctica del deporte, en este caso las carreras de fondo.

2.3.1 **Descripción del caso:**

El 1ro de enero del año 2013 comencé a trabajar como Asesor de Comunicaciones de la DINADAF y entre lo más destacado de mi labor, sin duda alguna fue la promoción del Programa Nacional de Maratonistas, que en ese entonces se había descentralizado a 6 regiones alto andinas del país. Huancayo, Pasco, Puno, Arequipa, Cusco y Huaraz fueron las ciudades elegidas para potenciar a los atletas en pruebas de fondo. Con ese insumo presenté a finales del mes de febrero de ese año el proyecto “Los Nuevos Chaskis del Perú”.

El primer año se planeó y realizó muy rápidamente, fue como una prueba para lo que vendría luego. La idea era que, como los antiguos Chaskis, se lleve en postas un mensaje de esperanza y buenas prácticas deportivas, destacando los valores de constancia, esfuerzo y disciplina para obtener logros en las metas que nos proponíamos.

La meta original fue que este mensaje llegara a manos del presidente señor Ollanta Humala Tasso, que además por ese entonces era conocido como activo corredor por ciudad donde llegaba. Esta idea fue desestimada pues era muy difícil agendar este tipo de evento para el presidente, además que la institución me pidió que el evento se desarrollara entre ciudades del programa nacional de Maratonistas.

Ya que los corredores no podrían entregarle el mensaje al presidente. Lo que quedaba era que se lo entreguen al mismísimo Inca, el cual solo es visible una vez al año en la celebración del Inti Raymi en la ciudad del Cusco.

Para el año 2013 se trazó una ruta que partía de la Plaza de Armas de Arequipa, llegaría a Puno y seguiría a Cusco, donde el mensaje sería entregado en la Plaza de Armas de esa ciudad al Gobernador Regional, en el marco de las celebraciones del Inti Raymi, el evento deportivo se haría en 6 días recorriendo 655 km.



El diseño del evento deportivo contemplaba que cada ciudad donde se partía y se llegaba se convertiría en un Tambo, recreando así los descansos de los corredores donde eran relevados y los escolares podían ver en vivo el paso de los corredores. Se gestionó con todos los colegios y las Ugeles de las regiones por donde pasarían los corredores, con días precisos y horas aproximadas, logrando una gran recepción por parte de los escolares que participaban alegremente viendo el paso de los corredores.

La logística que se diseñó fue parte vital para que el evento sea seguro sobre todo para todos los corredores y todo el equipo que conformaba la comitiva diaria que era alrededor de 50 personas.

Logramos el apoyo de la Policía Nacional y de Carreteras durante todo el recorrido, abriendo la comitiva iban 2 motorizados con un bus que iba sembrando a los corredores de las siguientes postas y delante de los corredores en primer lugar un patrullero, seguido de una camioneta del IPD y una camioneta de prensa, y detrás de los corredores teníamos en todo el recorrido una ambulancia de Essalud y los buses de logística. Para ese año se logró el apoyo de las empresas Backus y Herbalife.

El éxito del primer año fue tal, que para el segundo año se pidió que la partida se haga desde la base principal del programa de maratonistas, la ciudad de Huancayo, siguiendo el recorrido por Huancavelica, Ayacucho, Apurímac y se llegó a Cusco para las mismas fechas de la anterior versión. Se sumaron además de las empresas Backus y Herbalife las marcas Nike y Powerade (de Coca Cola). Además, el recorrido se incrementó a 800 kilómetros y se necesitaron 9 días para ello.

Para el tercer año (2015), el evento ya se estaba consolidando. Se decidió ampliar la ruta, incluyendo a la región de Pasco, y también recibimos apoyos adicionales, donde se sumaron: Radioprogramas del Perú (RPP), que hizo enlaces en vivo de las partidas diarias y las llegadas a los Tambos (ciudades), Promperú a través de la marca Perú, se integró con la condición de que en el trazado de la ruta se incluyeran los atractivos turísticos cercanos, así también DEVIDA se incorporó al saber que estábamos trabajando con un público objetivo sobretodo escolar y vio la oportunidad de utilizar la vida sana a través del deporte como un medio disuasivo contra el consumo de drogas y por último, el Ministerio del Ambiente también decidió participar a partir de ese año con sus campañas y activaciones para el reciclaje de las botellas plásticas, en las partidas y llegadas de las plazas de los distritos donde diariamente nos esperaban cientos de personas en su mayoría colegios convocados previamente para estas actividades.

Para el año 2016 se desarrolló la cuarta versión del evento, partiendo nuevamente de Pasco, pero esta vez de la zona arqueológica de Huarautambo y llegando como todas las versiones anteriores a la Plaza de Armas del Cusco en el marco de las celebraciones del Inti Raymi, recorriendo cerca de 1,500 kilómetros en 15 días de recorrido.

### **2.3.2 Objetivos**

La idea era promover la práctica de las carreras de fondo y medio fondo (maratones) en niñas, niños y jóvenes escolares de las zonas andinas altas, de donde han salido nuestros mejores exponentes de este deporte, a través de un concepto que apelaba a la identidad

nacional representada por la herencia histórica de corredores andinos del imperio incaico, resaltando la inclusión de género y la inclusión con atletas discapacitados.

Para este caso se planteó como objetivos resaltar conceptos y valores en los escolares:

- Identidad nacional
- Inclusión de género
- Inclusión con discapacitados

### 2.3.3 Resultados:

Este gran evento tuvo un corte inclusivo, social, cultural y deportivo, que se inició en el año 2013 y al año 2016 se desarrollaron 04 ediciones exitosas bajo los siguientes itinerarios:

2013: Arequipa Puno y Cusco (600 km de recorrido aprox.). 06 días.

2014: Junín, Huancavelica, Ayacucho, Apurímac y Cusco (900 km de recorrido aprox.). 09 días.

2015: Cerro de Pasco, Junín, Huancavelica, Ayacucho, Apurímac y Cusco (1300 km de recorrido aprox.) 11 días.

2016: Cerro de Pasco (zona arqueológica de Huarautambo), Junín, Huancavelica, Ayacucho, Apurímac y Cusco (1500 km de recorrido aprox.). 15 días.

Los Nuevos Chaskis del Perú se realizó en formato de postas y a lo largo del tiempo logró impactar a más de 15,000 escolares niños y niñas de las diferentes zonas alto andinas del Perú creando en ellos expectativas y deseos de conectarse con la práctica deportiva, puesto que sus referentes directos son nuestros actuales créditos nacionales del área de fondo y medio fondo (los olímpicos Gladys Tejeda, Inés Melchor, Raúl Pacheco, entre otros).

Se estima que cerca de 600,000 personas interactuaron con el evento de alguna forma a su paso por todas las regiones en los 4 años.

Y cerca de 4'000,000 de personas fueron impactados a través de los medios a nivel nacional.

La llegada de una nueva gestión al IPD, trunco este proyecto, el afán de no reconocer lo bueno de gestiones precedentes es una mala práctica muy común en la gestión pública. Muy por el contrario, este evento ya había sido nominado el año 2015 a los premios de Buenas Practicas Gubernamentales.

En todas las ediciones tuvimos mucha cobertura periodística, regional y nacional. Se lograron primeras planas de diarios con foto principal (El Comercio), 5 páginas en la revista Somos, artículos en la revista Caretas, Especial de la página central del Dominical de la Republica, reportajes televisivos en CMD, transmisiones diarias por RPP, por solo mencionar los más importantes a nivel nacional.

### 3. REFLEXIONES PROFESIONALES

Todos somos comunicadores por naturaleza y la comunicación es un proceso social que articula todos los procesos de vida. Impulsar una Comunicación para el desarrollo de nuestro país es un asunto participativo, que involucra capacitar, acompañar y progresar conjuntamente, muy necesario en nuestra realidad donde encontramos grandes brechas por cubrir.

Han sido muchos años de recorrido profesional, con experiencias realmente gratificantes, mi especialización en Publicidad, por ejemplo, me sirvió mucho en mi labor profesional en la televisión y en los proyectos que hice, aportando en la redacción de guiones para informes y reportajes por un lado y por el otro diseñando propuestas creativas, innovadoras y potentes pues tenía una formación que respaldaba mis pasos, dándome esa confianza que siempre debemos tener.

Entendí que cada persona vive su vida y crea un propio mundo diferente a los demás, que como comunicadores podemos elegir un universo de posibilidades para llegar a una o millones de personas de diversas maneras.

#### 3.1 Consecuentes con nosotros mismos en las decisiones difíciles

Dentro de todo considero que la formación universitaria nos da una mirada diferente desde el punto de vista de lo que son las comunicaciones y su alcance, una perspectiva que te hace reflexionar en los momentos más necesarios y poder tomar decisiones con criterio, pensando en los demás.

En el año 1999, estábamos en ATV y nos tocó vivir la época de los “vladivideos” (destapes periodísticos de videos grabados con cámaras ocultas en una sala del Servicio de Inteligencia nacional SIN liderado en ese entonces por el asesor presidencial Vladimiro Montesinos, donde se veía de manera muy gráfica el pago de coimas, compra de medios de comunicación y sobornos a empresarios y políticos) justamente cuando estábamos la cumbre de sintonía de los programas deportivos.

Esto significó que prácticamente todo el mundo televisivo se vino abajo cuando se hicieron públicos esta serie de videos donde los dueños y gerentes de los principales medios televisivos recibían montañas de dinero por la compra de líneas periodísticas, coimas y pagos ilegales.

A pesar de ser una producción periodística deportiva, optamos por tomar una posición inmediata cuando salió a la luz un video que implicaba al canal.

Nuestra decisión fue la renuncia de todo el equipo del canal cuestionado, ATV y su dueño Julio Vera que aparecía en uno de los videos en la sala del SIN recibiendo \$50,000 de Montesinos el 12 de octubre de 1999.

Decidimos de manera unánime todo el equipo, renunciar. Nos quedamos en la calle de la noche a la mañana, éramos 26 personas, muchas de ellas jefes y jefas de familia, pero hasta el día de hoy no nos arrepentimos de esa decisión.

### **3.2 Confía en ti y en tus conocimientos, ¡atrévete!**

La preparación que recibimos en la universidad nos prepara para entender mejor el rol que deberemos desempeñar. Y ese recorrido nos da la confianza y seguridad para atrevernos a plantear y proponer propuestas nuevas y diferentes a las que los propios “clientes” nos entregan o sugieren ya que podemos considerar que no es lo mejor para lograr los objetivos deseados.

Este es el caso que nos tocó vivir en la propuesta del proyecto Selva Ganadora para la cooperación internacional (USAID). Recibimos un proyecto que en su primer año de ejecución eligió llegar a un público objetivo eminentemente rural de comunidades amazónicas a través de programas de televisión que solo tenían alcance dentro de un radio de 2 o 3 kilómetros en las ciudades donde se emitían, Tarapoto, Tingo María y Pucallpa.

Como comunicadores sabíamos que esos canales televisivos locales no estaban llegando a las comunidades rurales, distantes muchos kilómetros más allá del alcance de esas señales televisivas, se estaban desperdiciando recursos pues los resultados no acompañaban las pomposas y onerosas producciones televisivas.

El público era rural, estaba diseminado en el campo y la manera más efectiva según nuestra propuesta era una combinación de campañas radiales, que incluían pautas publicitarias de avisos, entrevistas a organizadores y promotores en cada distrito de intervención del proyecto, con presencia en las bocinas comunales que son mucho más efectivas para efectos de convocatorias y anuncios.

Todo esto junto era mucho más económico, mucho más seguro.

Así mismo, la primera edición del proyecto trabajó solo con las comunidades que habían firmado el convenio marco de erradicación de los cultivos de hoja de coca, contra lo cual nuestra propuesta fue que sea una convocatoria abierta a las zonas de intervención del proyecto, para generar legítimo interés en las comunidades que tenían intención de desarrollarse.

Los resultados evidenciaron que estos aportes fueron acertados y el incremento de comunidades inscritas solo de la primera edición a la segunda fue de más del 60%.

### **3.3 Disfruta de lo que haces siempre**

Valores como la honestidad, la ética profesional, el servicio a los demás, siempre estarán presentes y serán en algún momento necesarios de aplicar. Para ello debemos estar dispuestos y listos para generar las reflexiones y manejar un criterio adecuado para cada situación.

Este es el caso que afronté cuando propuse el proyecto Los Nuevos Chaskis del Perú en el Instituto Peruano del deporte (IPD). Al inicio y durante el primer año hubo muchas dudas de parte de la vice presidencia de esta institución con respecto al éxito de este proyecto, al punto que de alguna manera calo en altos funcionarios del IPD.

El recorrido fue, desde la plaza de armas de Arequipa, pasando por Puno y llegando a la plaza de Armas de Cusco un día antes del día central del Inti Raymi. Para esa llegada en Cusco, tenía que asistir en director nacional de deportes que reemplazaba al presidente de la institución que para esa fecha ya tenía agendado un viaje internacional. Pero nunca llego.

Cuando regresamos a Lima y mostramos los videos y fotos, los recortes de prensa locales del paso del evento por las 3 regiones y la llegada a Cusco, no tuvieron nada que objetar y por el contrario me dieron su total respaldo solicitando que el siguiente año, el evento ya no parta de Arequipa, sino de Huancayo y recorra 5 regiones.

Para la segunda versión, arribó para el día de la llegada a Cusco una delegación encabezada por el presidente del IPD con una comitiva de directores y altos funcionarios compuesta por 8 personas.

### **3.4 Comunicaciones y tecnología galopante**

La televisión trabaja a la vanguardia tecnológica siempre y los cambios han sido constantes y sorprendentes. En los últimos 20 años se redujeron los equipos se multiplicaron las capacidades y posibilidades ofreciendo oportunidades impensables.

Cuando empecé en el campo de la televisión las cámaras eran equipos más grandes y pesados, compuestos por la cámara misma y una video grabadora aparte de tamaño y peso considerable, que limitaba no solo las maniobras y facilidad del trabajo, sino también el tiempo de grabación por el mismo sistema que incluía el uso de cintas o cassettes que solo permitían 20 minutos de grabación.

Y si hablamos de los equipos de transmisión en vivo la cosa era más compleja aun, no solo por las grandes dimensiones de las antenas tipo plato o parabólicas que eran utilizadas sino porque también requerían de conexiones, cableados y un staff de personal técnico no menor de 2 personas que enviaban la señal a otros puntos de retransmisión o en otros casos vía satélite, sin mencionar sus altos costos. Ahora las nuevas tendencias son claras, el mayor consumo de contenidos audiovisuales es a través de plataformas pagas y de la internet. Y es esa misma internet es la que ha aniquilado las anteriores formas de transmisión de datos que eran vía satélite o microondas.

Para inicios del año 2018 cuando hacíamos los programas deportivos para Willax TV, nos tocó seguir a la selección peruana de futbol para un par de partidos de preparatoria en las ciudades de Orlando y Nueva Jersey en Estados Unidos para el Mundial de Rusia 2018, e hicimos transmisiones diarias en vivo para Lima y todo el Perú desde la misma cámara con que grababa, un equipo JVC compacto con capacidad de transmitir con Streaming vía wi fi que permite la captura simultánea de HD para distribución web, lo que hace todo muy sencillo a través de un modem portátil no más grande que una tarjeta personal de presentación que llevaba en mi bolsillo.

## **REFERENCIAS**

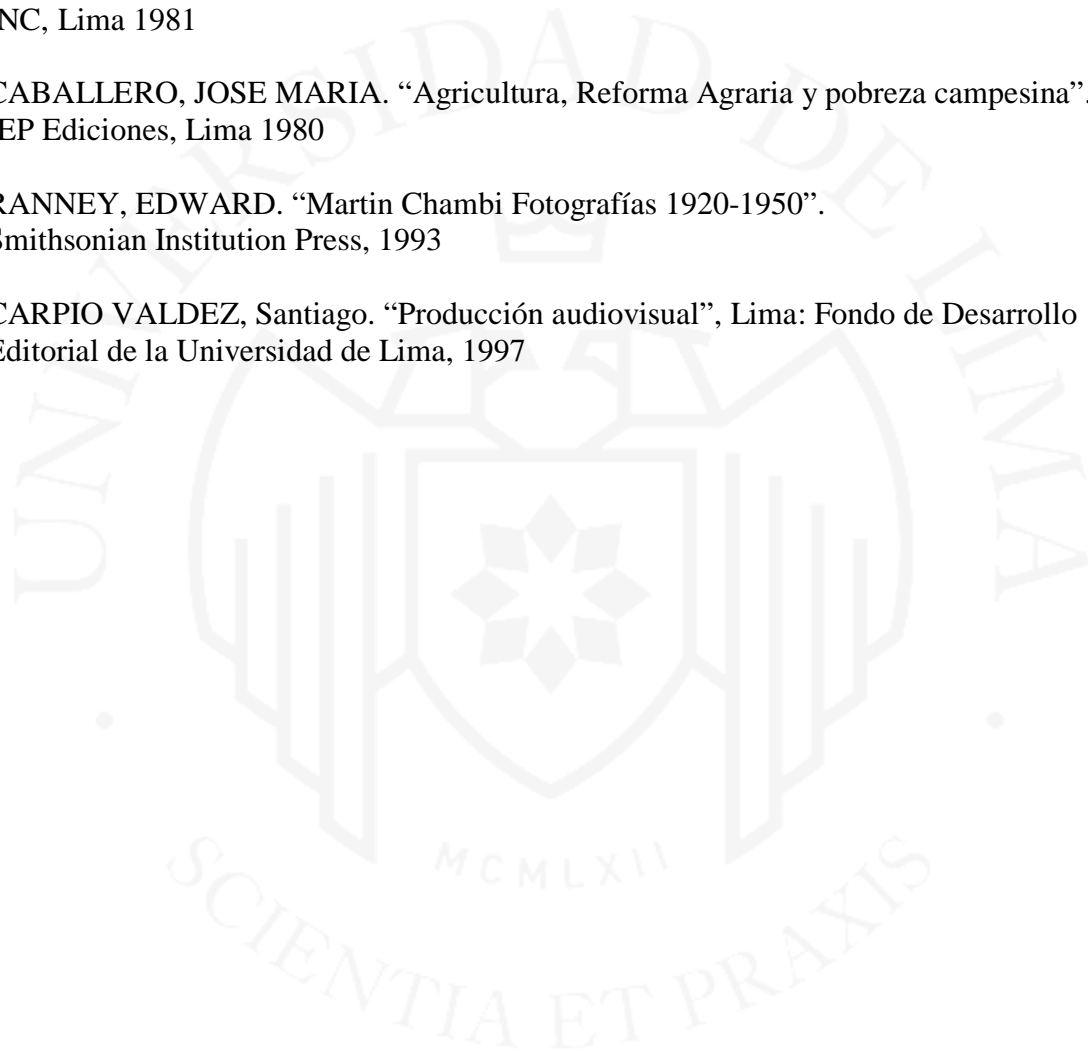
NIEUWLAND VENERO, BERNARDO. “El Gran Camino Inca del Perú”.  
Ediciones Acuedi, 2020 p

PULGAR VIDAL, J. “Las ocho regiones naturales del Perú”.  
INC, Lima 1981

CABALLERO, JOSE MARIA. “Agricultura, Reforma Agraria y pobreza campesina”.  
IEP Ediciones, Lima 1980

RANNEY, EDWARD. “Martin Chambi Fotografías 1920-1950”.  
Smithsonian Institution Press, 1993

CARPIO VALDEZ, Santiago. “Producción audiovisual”, Lima: Fondo de Desarrollo  
Editorial de la Universidad de Lima, 1997



## ANEXOS

1. History Travel con Mark Powell. History Channel 2012  
<https://www.youtube.com/watch?v=-WgDqpqGT2I>
2. Goles en Acción:  
<https://www.youtube.com/watch?v=dbWtRBKcDDk> (Red Global)  
<https://www.youtube.com/watch?v=WoyiJwMqJsc&t=5s> (Willax TV)
3. Pura Aventura  
<https://www.youtube.com/watch?v=piGmF83TKx8>  
<https://www.youtube.com/watch?v=IHznWKD8QNg>
4. Selva Ganadora  
<https://www.youtube.com/watch?v=l57HogSndsE&t=51s>  
<https://www.youtube.com/watch?v=Fy6NIDTdWws&t=2s>
5. IPD. Instituto Peruano del Deporte  
<https://www.youtube.com/watch?v=07sXkljYXko&t=17s>  
<https://www.youtube.com/watch?v=zrP7fgtlpPk&t=286s>







16 DOMINGO DOMINGO

La República La República  
Domingo, 28 de junio del 2012 Domingo, 28 de junio del 2012 | 17-

**EN FOCO**

**1** Chasquis involucrados recorren Cerro de Pasco. Foto: M. G. / Contraste

**2** Los chasquis recorren el camino que los lleva a la zona de Pasco. Foto: M. G. / Contraste

**3** Los chasquis recorren el camino que los lleva a la zona de Pasco. Foto: M. G. / Contraste

**4** Los chasquis recorren el camino que los lleva a la zona de Pasco. Foto: M. G. / Contraste

**5** Los chasquis recorren el camino que los lleva a la zona de Pasco. Foto: M. G. / Contraste

**6** Los chasquis recorren el camino que los lleva a la zona de Pasco. Foto: M. G. / Contraste

**7** Los chasquis recorren el camino que los lleva a la zona de Pasco. Foto: M. G. / Contraste

**8** Los chasquis recorren el camino que los lleva a la zona de Pasco. Foto: M. G. / Contraste

**9** Los chasquis recorren el camino que los lleva a la zona de Pasco. Foto: M. G. / Contraste

**10** Los chasquis recorren el camino que los lleva a la zona de Pasco. Foto: M. G. / Contraste





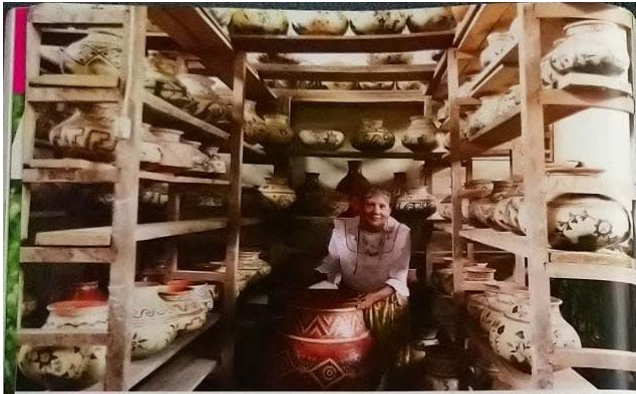
**CHASQUIS DE ESTE TIEMPO**

Por tercer año consecutivo, el IPD organizó el evento 'Nuevos Chasquis del Perú'. Se recorrieron 1,400 Kilómetros -entre Cerro de Pasco y Cusco- en 13 días. Corrieron niños de 10 años, sexagenarios, invidentes y discapacitados. Corrió el Perú.









DE COLECCIÓN. DOÑA LOURDES VILLANUEVA NOS MUESTRA LOS TESOROS DEL MUSEO QUE TIENEN EN EL TALLER DE CERÁMICA. SON MUESTRAS DE LAS PIEZAS QUE HAN ELABORADO DURANTE LOS ÚLTIMOS 30 AÑOS.

**L**as mujeres de Tarapoto y alrededores se han puesto las pilas. Lo padrimos ver en cuatro de los proyectos de la zona que este año se animaron a participar en el concurso Selva Ganadora y que resultaron finalistas. Se trata de gente—más del 90% son mujeres—que vive en sus tradiciones artesanales y en la materia prima que producen una vía para salir adelante.

En Chazuta, un grupo de señoras hace chocolates artesanales, mientras otro trabaja y resaca la cerámica de sus ancestros. En San Antonio del Río Mayo, dos generaciones de hilanderas y tejedoras se han unido para que sus prendas de algodón puedan tener más presencia en el mercado. Y en el distrito de Saucay, miembros de un club de madres fabrican papel orgánico con una planta que crece a orillas de la conocida Laguna Azul, uno

de los principales atractivos de la provincia de San Martín. Hasta allí viajamos.

**Pura dulzura**

Alegres jovencitas con amplias fallidas de flores multicolores nos dan la bienvenida. Son las hijas de las señoras de Mishky Cacao, quienes nos esperan en la puerta de su rústico local. Estramos en Chazuta, a una hora y media de la ciudad de Tarapoto.

El himno que entonan orgulloosamente nos resume su historia: A finales del 2009, estas 19 mujeres se animaron a formalizar la elaboración de chocolates artesanales con el objetivo de mejorar sus canastas familiares. Crearon una asociación y la llamaron Mishky, "rico y sabroso" en quechua.

Al inicio no contaban con la ayuda de máquinas. Los granos de cacao eran tostados en tinas de carbón, pelados a mano y molidos, al igual que el azúcar, en un batán. La receta, aunque sencilla,



SARAH PACENCIA, ENTHY LOZANO (74) ALINA SATAYALA (85) Y ENTHY CISNEROS (77) EMPEZARON A HILAR ANTES DE CUMPLIR LOS 10 AÑOS. ABAJO, DESPUÉS DE QUE SUS MAMAS HAN FABRICADO EL PAPEL ORGÁNICO, ESTOS PEQUEÑOS VUELAN SU CREATIVIDAD PARA DECORAR EL PRODUCTO FINAL.



MANOS DE ARCILLA. SUS OBRAS DE ARTE SE LUCEN HECHAS DE FLORES SOBRE SUS CABEZAS. SON VASIJOS DE CERÁMICA DE COLORES VIVOS. EN ESTE CASO, LAS SEÑORAS DE MISHKY CACAO USAN LOS FLORES PARA DECORAR EL PRODUCTO FINAL.



OTRO FINALISTA, TURISMO RITUAL EN SAN ROQUE DE OCHOBABA

**Pura voluntad**

Esta comunidad de la provincia de Lamas está decidida a vivir de sus atractivos turísticos y recursos naturales. Por eso, la municipalidad, el Comité de Gestión Turística (Cogetur), el colegio y el club de madres se han unido para, primero, concientizar a los niños, mantener las áreas verdes y poder tener hospedaje, alimentación y brindadores circulares que ofrecen a los visitantes. ¿Qué se puede conocer en San Roque? La Isla del Amor, la Posada del Monzón, la

Asociación de Ceramistas de Chazuta son las guardianas de una tradición artesanal heredada por los antiguos chazutinos.

"Entre el año 1980 y 1990, la cerámica perdió su identidad cultural por el ingreso del cemento, el Boco y el terrorismo. La gente prefería sembrar o cosechar coca", dice William Quiñana, miembro fiscal de la asociación. Para revertir este declive, cuatro mujeres—Consuelo Panajño, Lourdes Villanueva, María Loe Genepo y María Emma Panajño—se unieron. Hoy, 19 años después, en su taller no solo se elaboran bellas piezas, que se venden y exhiben en el extranjero, también se enseña a las jóvenes generaciones.

"Nuestro trabajo rescató dos aspectos de la artesanía: el proceso de elaboración tradicional y su iconografía", señala William. Las hermanas, mientras que usan sus naturales—por ejemplo, pináculos hechos con sus propios cabellos o cáscaras duras de plátano—y su principal material es la arcilla. "Nos vamos personalmente a traer la arcilla en bote. Por el río, en un pequeño bote, nos vamos a pagar el transporte. La decoración es una de las características más notorias de la cerámica de Chazuta. "Nuestras manitas y nuestras tías nos hacían ver sus decoraciones y nunca nos daban que significaban", recuerda Consuelo Panajño, y cuenta que, años después, se dieron cuenta de que la inspiración provino de la naturaleza. Esta iconografía—entre 300 y 400 diseños florales y geométricos—está patentada. Y eso no es todo. "Somos conscientes de que nuestra pieza de cerámica es única. Estamos en el proceso de obtener la denominación de origen", dice William Quiñana.

**Entre hilos y telares**

Los personajes de una de las canciones más populares de huancayo, y su Combo cobran vida en el Centro Poblado San Antonio del Río Mayo, a 30 minutos de Tarapoto. Ahí, las mujeres dedican su tiempo entre los quehaceres del hogar, el hilado y el tejido. Es un oficio que ha pasado de generación en generación y que ahora se materializa en la oferta de productos de la Organización Artesanal Warmi Awinkilla ("mujer tejedora" en quechua). Con el algodón que se cultiva en los campos de la comunidad, las señoras confeccionan carteras, cangurros, hamacas, chalecos, faldas y hasta tiras de sandalias.

¿Cómo se ellos convierten las motas de algodón, blanco y negro, en hilo? Olga Rodríguez señala a tres veteranas hilanderas que trabajan en silencio, y nos explican: retiran las pequeñas pepas del algodón, lo retiran y arman bollos alargados de donde empiezan a afinar la hebra.

Este último paso, el hilado en sí, se puede hacer con los dedos utilizando un pañillo llamado 'shughu' o con un mano y pedaleo.

En esta comunidad se ha creado una cadena económica: de los algodonneros a las hilanderas y, de ahí, a las tejedoras, que trabajan en telares de acuerdo al diseño de la prenda que van a armar para vender.

Ellos comparten una motivación con las ceramistas de Chazuta: "Queremos que desde el niño de inicial hasta el último anciano que vive en el pueblo forme parte de este trabajo. Queremos que nuestros hijos nos reemplacen y así no dejen morir este arte", dice Leonel Rodríguez Lozano, presidente de la organización.

**De la laguna, su papel**

Mache en mano, dos mujeres se suben a bordo de una rudimentaria canoa a orillas de la Laguna Azul. Su misión: extraer



CORAZÓN DE CHOCOLATE. LAS MUJERES DE MISHKY CACAO CONTAGIAN ENTUSIASMO. ABAJO, LA MANERA ARTESANAL EN LA QUE MOLAN EL CACAO

**SELVA GANADORA CIFRAS**

- 3 años cumple, con esta edición, el concurso Selva Ganadora, que premia las mejores iniciativas emprendedoras de las regiones San Martín, Ucayali y Huánuco.
- 246 emprendimientos sociales y económicos participaron este año.
- 5 especialistas conforman el jurado.
- 30 finalistas fueron seleccionados y sus proyectos se evaluaron in situ.
- 60 mil soles recibirá el primer puesto.
- 30 mil soles recibirán el segundo y tercer puesto.
- 15 mil soles se destinarán al cuarto y quinto lugares.



yacu bombonaje. Con esta planta generalmente se tejen sombreros y canastas, pero estas decididas señoras las usarán para fabricar papel. Y con ese papel harán cuadernos, tarjetas y marcadores de libros, los que vendrán a los turistas después de que sus pequeños hijos e hijas los hayan decorado con pinturas de flores y animales. "Para que tengan un recuerdo bonito de su visita",

porque no teníamos luz, enfocábamos con linternas. A veces sacábamos mal (...). Hemos seguido avanzando, aprendiendo poco a poco", cuenta Soledad Angulo Izuiza, una energética señora de 50 años que también se dedica a vender plátano con queso a la parrilla en el puerto.

Además de vivir en esta zona del departamento de San Martín, todas estas personas tienen algo en común: en este momento están esperando los resultados del concurso Selva Ganadora, organizado por el Grupo A21 y Usaid Perú, y se están preguntando si recibirán uno de los cinco premios en efectivo que les permitirá seguir creciendo. Pronto lo sabremos.

**Más información**



**PURO PUNCHE.**  
Mañes Vázquez (el  
centro), es la presidenta  
del proyecto Ciroso  
Platano. Para ofrecer su  
producto, estas mujeres  
de la comunidad de  
Dco de Mayo deben  
trasladarse siete  
horas por día.

**SOMOS**

**HOY MEJOR**

SOMOS visitó en  
las regiones de  
Ucayali, Huánuco  
y San Martín a  
las comunidades  
finalistas del  
concurso **Selva  
Ganadora** que  
premia las mejores  
iniciativas de  
desarrollo rural.

**S**on maravillosas destina-  
ciones. Aquí Quata  
renas, presidenta de  
Machay Cuzco en  
el pueblo de Chica-  
renas, al borde del Huallaga, va  
de frente al granito "Nos damos  
cuenta de que el transcurrir no  
está ningún beneficio, de modo  
que erradicamos los cultivos de  
caña y sembramos cañazo. Los  
beneficiosos dicen: "¿de qué va-  
mos a vivir?" Entonces que con-  
vencidos!" Mañes Catalajuma  
el segundo premio en el concur-  
so Selva Ganadora 2011. Y Agla  
Ulate, entre ellas, "he firmado dando  
cambio a manera empresa".

Y es que siempre los organiza-  
dores de Selva Ganadora -Unidad  
Perú, Decana y el Grupo ICFE-  
no lo olvidaron de este momen-  
to y señalaron que este concurso  
busca promover la capacidad  
empresarial de las comuni-  
dades amazónicas. Lo cierto es  
que el resultado apunta a una re-  
conversión productiva de culti-

**BOSQUE DE  
EMPREENDEDORES**

PROYECTO  
SOMOS  
HOY MEJOR  
ALTERNATIVAS  
RURALES

24 **OPINIÓN**  
18 de mayo de 2014

vos de coca por otras iniciativas que apunten por el desarrollo sustentable.

Precisamente, un representante de Shalit, Loren Sotolongo, que entonces era el jefe del programa de desarrollo alternativo, se presentó en Chazuta el 2009 para probar el chocolate elaborado por un grupo de mujeres que acababan de crear Mishky Cacao. Quedó rendido por el sabor y por el imperio de esta señora. Medio en bromo, medio en serio, les dijo: "Tráiganme chocolates, yo soy uno de los señores al chocolate, esto es turismo, esto es nutrición". Desde esa época, el crecimiento de Mishky Cacao ha sido impresionante. Solo en Maturra 2013 se levantaron 12 mil soles. Con la plata de Selva Ganadora iniciaron una pequeña fábrica, que ahora piensan ampliar y modernizar con un préstamo de Agroideas que supera los 400 mil soles.

**BELLACO DE AGUAYTÍA**  
Es increíble la cantidad de socios y proyectos que salen de la cabeza de Miguel Vargas, tomando en cuenta que charlamos en una planta de chifiles en una humilde casita que no tiene más de 40 metros cuadrados donde producen máximo 100 kilos diarios de chifiles, usando como principal insumo el plátano bellaco harón. Pero Miguel no ve una humilde casita, sino el génesis de un imperio corporativo.

Miguel vivió en Lima trabajando en una empresa que exportaba desde espárragos hasta alcachofas. Eso le abrió los ojos. El 2010, después de 35 años, regresó a Aguaytía. Inicialmente elaboraban chifiles en una chiflería ubicada a 40 minutos por río de esta ciudad.

La evolución fue rápida, al punto que han comprado dos hectáreas para erigir una factoría que estiman funcionará a mediados de 2014, con una producción de tres toneladas diarias. Piensan exportar, pues



**DIVERSO Y ORIGINAL.** Los comercios de Hualcayo, en la ciudad de Bellavista, muestran la versatilidad del cacao para crear infinidad de productos. Abajo: Mardonio Quiñones, encargado de turismo de la comunidad Alto El Sol, corta leña para los visitantes a mitad de año.



**CIFRAS DE SELVA GANADORA 2013**

- 120 mil soles fue el monto destinado para premiar a las mejores iniciativas rurales.
- 112 comunidades se inscribieron en el concurso.
- 75 emprendimientos y 11 personas emprendedoras fueron evaluadas.
- 10 mil soles recibió Clorisa Aliana Ramos, heroína emprendedora de la comunidad Insi (Tingo María).
- 5 alianzas se realizaron con entidades del sector público y privado.
- 4 concursos de Selva Ganadora se han desarrollado hasta la fecha.

ya se han acercado varios interesados, especialmente ristos. ADEX los está capacitando en gestión. "Nuestro fuerte es la materia prima, nada iguala el sabor de nuestros plátanos, y eso lo saben todos los chifleros: los bellacos de Aguaytía valen el doble que los de Pacalpa o el Hualcayo".

**CUYES CHARAPAS**  
En el corazón del Boquerón Padre de Abad se encuentra la comunidad Alto Oriental, que participa con un emprendimiento de reciclaje (obtienen el tercer puesto, ganando 20 mil soles). Vladimir Tolentino, coordinador del proyecto, dice que la sinopsis es fue la clave para tomar conciencia: "había basura por todas partes". Empezaron a separar lodos, vidrios, plásticos, papeles y residuos orgánicos en recipientes diferentes. Lo que se inició como una cuestión de orgullo terminó evitando la contaminación y generó ingresos económicos, pues el plástico reciclado lo venden los acopiadores que lo llevan a Lima.

EN LA MEJOR ZONA DE SALAVERRY  
TECHOS ALTOS 2,85M

**vivace**

**ÚLTIMOS DEPARTAMENTOS ENTREGA INMEDIATA**

PREGUNTA POR NUESTROS AMPLIOS Y EXCELENTE DEPARTAMENTOS CON ÁREAS HASTA 285M<sup>2</sup>

Desarrolla y Construye:

**GALENA ALBAMAR**

Av. Salaverry N° 3261, Sin tráfico  
Of. 637 8261 / Cel. 946 478 774  
www.vivace.com.pe

26 **OPINIÓN**  
18 de mayo de 2014

Abandonamos la región Ucayali y nos internamos en Hualcayo, por el extenso valle del Hualcayo. Medio oculto por la foresta se encuentran las casas del poblado de 7 de Octubre y sus galpones rebosantes de cuyes. Ante nuestra extrañeza de ver tanto cuy en la selva, Armando Espinosa, presidente de la asociación de 29 socios, nos explica que la mayoría son migrantes de Abashash, aunque totalmente adaptados a su nuevo entorno geográfico. Prueba de ello es que han introducido en los restaurantes de Tingo María y Aucayacu platos como cuy a la parilla y hasta huancas de cuy, sin dejar de lado los tradicionales chacharados y picantes.

Tienen cinco razas de cuyes, siendo la variedad Peru la más prolífica: puede parir hasta seis crías. La crianza implicó un cambio radical respecto a sus ancestros: los cuyes confinados a la cocina, corriendo de un lado a otro. Ahora ya nadie los cría en el suelo, pues todos están en jaulas y tabulados; madres con sus progenie, adolescentes, muchos listos para procrear. Esta separación evita la consanguinidad, la endogamia, que trae al mundo individuos débiles, ya sea en la realidad británica o en estos tendones.

La renovación es relativamente rápida. A los dos meses los cuyes muchos pesan entre 600 gramos y 1 kilo y, sin mayor trámite, terminan en una sartén. La cuy hembra tiene un poco más de suerte, pues la dejan vivir un año, con cinco paros encima, y un peso de 2 kilos, antes de beneficiarla. Acapero proyectan contar con 20 mil para junio de este año. Cada uno lo venden a 15 soles, pero la idea es bajar los costos de producción para poder ofertarlo a 12 soles. "Se que estoy soñando, pero si logramos triunfar en



**Ahora ya nadie cría cuyes en el suelo, todos están en jaulas y tabulados, listos para procrear.**

**PEQUEÑO GIGANTE.** Los pobladores de 7 de Octubre (primer lugar de Selva Ganadora) han hecho convenio con la Universidad Agraria de Tingo María y piensan vender sus cuyes refrigerados y al vacío.

**La opinión**  
Michael J. FITZPATRICK  
ENCARGADO DE NEGOCIOS DE LA EMBAJADA DE ESTADOS UNIDOS

USAID tenía la visión de trabajar con café y cacao en esta zona, y a mí me pareció una buena idea. Yo me encontraba en la época de los 90 diseñables que estaban equivocados. Como piensan emprender en esta parte del país con productos tan complicados y el tipo de Perú es ahora en el mundo el número uno en la producción de cacao orgánico y número dos en café orgánico.

El negociador se combate con información, con educación y con

Selva Ganadora, y obtener esos 60 mil soles, lo inventamos en un molino, una picadora y una mezcladora. Con estas tres aplicaciones tecnológicas se reducirían los costos y podrían bajar los precios de los cuyes". Bueno, los sueños a veces se hacen realidad. 7 de Octubre se llevó el máximo galardón de Selva Ganadora 2013 y exportamos que cumplen su promesa.

**BAÑO DE CACAO**  
Al día siguiente, ya en San Martín, asistimos a un evento en Bellavista, a nos impresionó, entre todos, la propuesta de la comunidad de Hualcayo, que luego ocuparía el segundo lugar de Selva Ganadora, obteniendo 30 mil soles por su esfuerzo. Su proyecto era sobre la variedad de derivados del cacao: no solo macerados, mantecas, cacao en taza, mermeladas, sino artículos más inusuales como jabón, infusiones, aceites y chocolates que contienen más de 70% de cacao. "Hasta 1995 sembrábamos para coca, pero ahora nada, cero", nos confesó John Soria, asesor de la asociación. Igual que en Chazuta, quisimos hacerle un seguimiento a la comunidad Alto El Sol, que fue el vencedor de Selva Ganadora 2011. Su emprendimiento es turístico y se denomina La Ruta del Cacao, porque este poblado, a orillas de río Huayabamba, no solo tiene un hermoso paisaje, sino que poseen un cacao de excelente calidad (que exportan a Francia). Mientras tanto levantan las cabañas para recibir a los viajeros (500 el año pasado), ponen a punto el puerto y establecen un centro de interpretación.

El último día tomamos un desfilado en el puerto de Juan de los Rios, Hualcayo, luego el Hualcayo y tres horas después arribamos a la comunidad Das de Mayo, cuya iniciativa es el Choco Plátano (mezcla de batuta de cacao y plátano). Dos de Mayo también tiene, desde

el 2010 y por 40 años, una convención de conservación. El libro (Aprodoc). Sin embargo, ya han firmado un convenio REED (registro de carbono) con una institución francesa que culminará en 80 años. No nos extraña que la bienvenida estuviera compuesta por un grupo de niños portando carteles referentes al cuidado del medio ambiente. Precisamente, Aprodoc creó el emprendimiento del Choco Plátano para evitar la tala, ayudar a la conservación forestal de cacao se combinan con árboles de caoba, cedro y cece) y mejorar la alimentación. "En la zona todavía no acostumbraban comer cacao. Para Navidad compran chocolate del Cusco o conca conca", explica Angel. Al despedirnos los niños entonan una canción alusiva al Choco Plátano: "Si estás pobrecito (Gabi) ven a tomar, si estás enano te ayudará".

**EVOLUCIÓN.** Antes, la asociación agroindustrias Progreso de Aguaytía vendía sus plátanos a granel, sin procesar. Ahora están construyendo una gran fábrica que procesará tres toneladas de chifiles por día.



**TEATRO LA PLAZA**

**ÚLTIMAS 10 FUNCIONES**

**RICARDO III**  
de William Shakespeare

dirigida por Chela De Ferrari

Teatro La Plaza  
Av. Los Andes 440  
Lima - Perú

TEL: 471 1111

www.teatroplaza.com