

# Revista de Ciencias Sociales



Revista de Ciencias Sociales (RCS)  
Vol. XXVII, Número Especial 3, 2021. 100-110 pp.  
FCES - LUZ • ISSN: 1315-9518 • ISSN-E: 2477-9431

Como citar APA: Cusihumán Sisa, G. N., Chalco Cutire, H., y Sucasara Escarcena, L. Y. (2021). Estrategias de comunicación rural en la pandemia covid-19 en la Municipalidad de Langui, Cusco-Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(Número Especial 3), 100-110.

# Estrategias de comunicación rural en la pandemia covid-19 en la Municipalidad de Langui, Cusco-Perú

Cusihumán Sisa, Gregorio Nicolás\*  
Chalco Cutire, Hermelinda\*\*  
Sucasara Escarcena, Lucero Yenifer\*\*\*

## Resumen

En este periodo de pandemia se han evidenciado deficiencias en los sistemas de comunicación, más aun en sectores rurales, las normatividades nacionales y locales no han cumplido sus objetivos, la presente investigación, identifica las deficiencias en las estrategias de comunicación en la municipalidad distrital rural de Langui, en la provincia de Canas región del Cusco en el sur del Perú, la comunicación pública en los años recientes ha logrado avances importantes en la participación ciudadana, sin embargo, en el sector rural las deficiencias aún se manifiestan, tanto desde el análisis teórico como en la aplicación misma. En su metodología, se trata de una investigación descriptiva cuali-cuantitativa no experimental transversal, el estudio se circunscribe al distrito de Langui y sus centros poblados. Entre lo destacable se percibe un distrito con características multiétnicas, en sus diversas identidades con propuestas comunicacionales convencionales urbanas, tanto en el mensaje como en los canales y medios utilizados, generando debilidades en la dirección del mensaje; por lo que las disposiciones de la municipalidad, del gobierno regional y nacional, llega con mucha deficiencia. Se concluye, que es necesario replantear las estrategias de comunicación rural, dentro de un esquema democrático y participativo con una perspectiva innovativa.

**Palabras clave:** Estrategias; comunicación pública; comunicación rural; democracia participativa; desarrollo rural.

---

\* Doctor en Ciencias Sociales. Maestro en Gestión de Empresas. Docente Investigador de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú. E-mail: [gusihuan@unsa.edu.pe](mailto:gusihuan@unsa.edu.pe)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0568-8065>

\*\* Investigadora en Comunicación Social de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú. E-mail: [hchallco@unsa.edu.pe](mailto:hchallco@unsa.edu.pe)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9216-4154>

\*\*\* Investigadora en Comunicación Social de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de San Agustín De Arequipa, Perú. E-mail: [lsucasara@unsa.edu.pe](mailto:lsucasara@unsa.edu.pe)  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8668-302X>

Recibido: 2021-02-27 · Aceptado: 2021-05-17

Disponible en: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/index>

# Rural communication strategies in the covid-19 pandemic in the Municipality of Langui, Cusco-Peru

## Abstract

In this pandemic period, deficiencies in communication systems have been evidenced, even more so in rural sectors, national and local regulations have not met their objectives, this research identifies deficiencies in communication strategies in the rural district municipality of Langui, in the province of Canas, Cusco region in southern Peru, public communication in recent years has made important advances in citizen participation, however, in the rural sector the deficiencies are still manifested, both from the theoretical analysis as in the application itself. In its methodology, it is a cross-sectional non-experimental qualitative-quantitative descriptive research, the study is limited to the Langui district and its populated centers. Among the highlights is a district with multi-ethnic characteristics, in its various identities with conventional urban communicational proposals, both in the message and in the channels and means used, generating weaknesses in the direction of the message; Therefore, the provisions of the municipality, the regional and national government, arrive with a lot of deficiency. It is concluded that it is necessary to rethink rural communication strategies, within a democratic and participatory scheme with an innovative perspective.

**Keywords:** Strategies; public communication; rural communication; participatory democracy; rural development.

## Introducción

La comunicación pública teóricamente ha logrado avances importantes en los años recientes, sin embargo, las investigaciones se sitúan en sectores urbanos, los mismos que por sus características están globalizados, como señala Castells e Himanen (2016), en su libro de reconceptualización del desarrollo en la era global de la información, tipifica expresamente el informacionismo, como una nueva forma de organización socio-tecnológica; más adelante subraya, que también potencia el procesamiento de la información y de la comunicación digital, viabilizando la expansión de la base de conocimientos, convencionalizando estrategias comunicativas que incentivan la participación ciudadana en un esquema democrático, cuyas características globales asumen criterios únicos, con características monotemáticas.

Bauman (2013), por su parte, manifiesta: “Nos están “globalizando” a todos; y ser globalizado significa más o menos lo mismo

para todos los que están sometidos a este proceso” (p.7). En la revista Encuentros, se publica un interesante análisis al respecto, en el cual, Cuadros, Arias y Valencia (2015) señalan que “la comunicación pública ha adquirido mayor importancia debido a la complejidad de los procesos sociales, siendo necesario gestionar la participación ciudadana desde estrategias que estimulen a las comunidades hacia la participación en los procesos de desarrollo local” (p.112).

La comunicación estratégica propuesta en la municipalidad de Langui, parte de este análisis comunicacional global, pues es el espacio teórico vigente, sin embargo, las características propias de la zona difieren de manera sustancial al esquema propuesto, por lo que, se hace necesario replantear las alternativas teóricas a partir de las experiencias singulares, más aun tratándose de una pandemia sin precedentes en el mundo.

Las bondades de la comunicación como estrategia para el desarrollo social, fue largamente debatida, y se considera como una herramienta para la incidencia social

y política. Promueve la participación y el cambio social, con los métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, los medios comunitarios y las modernas tecnologías de la información (Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación [COSUDE], 2016, p.10).

Un aspecto que se debe reconocer es que los análisis teóricos han sido insatisfactorios en el sector rural; al respecto, Chigbu (2015) señala que, a diferencia de la noción de urbanización en los estudios urbanos, el término ruralización raras veces aparece como concepto en las investigaciones relativas al ámbito rural, mostrando así un sector que continúa siendo una idea poco examinada. Al margen que, en países latinoamericanos, en unos más que en otros, todos los sectores están insuficientemente analizados e investigados, por lo que las propuestas requieren un mayor trabajo académico.

Dado lo anterior, la presente investigación, identifica las deficiencias en las estrategias de comunicación en la municipalidad distrital rural de Langui, en la provincia de Canas región del Cusco en el sur del Perú. En ese sentido, el enfoque metodológico tiene perspectiva de interacción humana, con percepción etnográfica (Angrosino, 2012), y como dijera, Morente, Ferrás y Zizlavsky (2020), es una panoplia de diferentes propuestas culturales. En la mirada de Bernal (2016), se trata de una investigación de tipo descriptiva con diseño metodológico mixto.

En el estudio se precisa diferentes instrumentos, tanto en el análisis documental como en el trabajo de campo, tomando en cuenta el grado de interacción de información entre el gobierno local y la ciudadanía (Catalá y Penalva, 2020). Los instrumentos utilizados, tanto las encuestas, las entrevistas focalizadas semiestructuradas y la observación misma, tanto a través de guía de observación como las evidencias fotográficas del lugar, permiten proponer alternativas que coadyuven a la mejor convivencia democrática y pacífica en los diferentes sectores rurales.

## **1. La comunicación pública y rural**

La comunicación pública en la perspectiva de la cátedra UNESCO, se sustenta en que la comunicación es dinámica, por lo que los cambios políticos y sociales de este nuevo milenio obligan a los líderes y dirigentes políticos, -a su vez a quienes dirigen las estrategias comunicativas- a comprender y asumir que los procesos de la comunicación e información han dejado de ser unidireccionales y jerárquicos, pasando a campos de acción dinámicos y multidireccionales (Bohórquez y García, 2017). A su vez la comunicación es protagonista en la formación de la imagen corporativa de las organizaciones públicas, pues proyectan a la sociedad los servicios que ofertan a la ciudadanía (Cuadros, et al., 2015). Las empresas de comunicación empresarial, fortaleciendo los criterios de planificación y participación ciudadana, han reconocido que:

La comunicación pública es la planificación estratégica y operativa de las interacciones entre la ciudadanía y una entidad pública, con el objetivo de mantener informado a sus colaboradores, entidades de control y ciudadanía en general brindando acceso fácil a la información, a las relaciones, transparencia y satisfacción de los ciudadanos. (Sánchez, 2020, p.112)

Por otra parte, Campillo-Alhama (2016), conceptualizando la comunicación pública señalan que está referida a:

Toda aquella actividad que se manifiesta como interacción comunicativa-relacional bidireccional, establecida entre la Administración y los ciudadanos mediante mensajes dotados de significados heterogéneos (objeto de la comunicación) a través de diferentes medios (interpersonales, colectivos, colectivos de masas, telemáticos, redes sociales y plataformas multimedia). (p.304)

A su vez, la comunicación rural ha sido un tema recurrente en los diferentes espacios académicos, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), en su manual de comunicación para el

desarrollo rural, señala que entre las brechas institucionales y sociales que afectan el desarrollo rural, esta la falta de acceso a la información por parte de comunidades rurales remotas o aisladas que les permita enfrentarse adecuadamente a cualquier eventualidad (FAO, 2016). Asimismo, una publicación reciente de García, Aldape y Esquivel (2020) en la Revista de Ciencias Sociales (Ve), señala que los altos índices de pobreza (superior al 55%) en sectores rurales, “hace necesario la apertura de líneas de investigación (...) que colaboren en proporcionar información a organizaciones sociales, educativas y gubernamentales sobre la realidad del contexto, con el objetivo de identificar necesidades estructurales” (p.53).

Del mismo modo, el Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola (2020), señala que, “en total, un 32% de la población de América Latina y el Caribe, o 244 millones de personas, no accede a servicios de internet” (p.1). En este sentido, en el sector rural habitan aproximadamente siete millones de pobladores con un índice de conectividad virtual que no llega al 0,1% del sector (Bossio, et al., 2005). Quince años después, los indicadores para el sector no se han modificado de manera sustancial, en los resultados de la investigación se detallan tales diferencias. En la perspectiva de la “nueva ruralidad”, el aspecto estratégico de la comunicación se engarza significativamente en una perspectiva integral, así aseguran que:

La multiplicación de actores y sujetos que desde su cotidianeidad interconectan con espacios no tradicionalmente rurales, que transforman la política en lo político, porque construyen, deciden y ejecutan desde el ámbito social y desde el territorio, sumando prácticas democráticas con el ejercicio de espacios de autodeterminación. (Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria [CEDRSSA], 2006, p.25)

En el largo proceso de implementación de la comunicación para el desarrollo, la orientación de la FAO se centra principalmente en: “Sistemas de comunicación rurales y tecnologías de la información y la

comunicación para apoyar la innovación agrícola” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2011, p.76), más aún en la coyuntura actual de la pandemia, la necesidad de la conexión virtual resulta vinculante.

## 2. Las estrategias de comunicación

En la comunicación, se reconocen a las estrategias como elemento indispensable en el desarrollo, Scheinsohn (2009), señala que: “La estrategia es un plan de acción global que opera en el campo especulativo, con decisiones no estructuradas mediante el método de prueba y error” (p.93). A su vez, se considera que cada estrategia es el procesado de la información de inteligencia, que facilita saber a dónde se está yendo. Por su parte, Fernández (2005) propone que una estrategia en comunicación, “es el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento en todo el proceso regulable” (p.45). De manera similar, plantea que no hay estrategia sin objetivo, por lo que se hace necesario todo un proceso de planificación rigurosamente ordenado. Un aspecto realmente significativo con relación a la dinámica de la estrategia en general, lo esboza Contreras (2013), al señalar que:

Debe entenderse que una estrategia no es perdurable y que la competencia de una u otra forma va a lograr permear la estructura y sabrá lo que se está haciendo y copiar las ideas. Por eso es necesario estar en constante movimiento en lo que tiene que ver con las ideas o pensamientos para elaborar las estrategias. (p.156)

Y es que los procesos sociales, en la medida de su complejidad resultan siendo más o menos dinámicos, por lo que las estrategias deben adaptarse conforme se modifican los contextos. Coutinho y Penha (2017), manifiestan que “en un mundo tan complejo la mente abierta que nos permite estar atentos y flexibles para captar las oportunidades tecnológicas, políticas, sociales y competitivas” (p.11), resulta fundamental,

haciendo énfasis en la capacidad de empatía que se deben desarrollar en todos los procesos estratégicos.

Un aporte sustantivo en la comunicación estratégica en los asuntos públicos, lo propone Venturino (2011), al señalar tres aspectos estratégicos: a) El mapeo de actores e influenciadores, b) la planificación de escenarios, y c) el *Issue Management*. El primero, referido a comprender los actores relevantes en un determinado campo o problema, así también las relaciones que se establecen entre ellos y cómo ellas se pueden modelar o modificar. En el segundo caso, se refiere a comprender situaciones y entender cómo interactúan esos elementos con los actores; y finalmente, se refiere a la gestión de asuntos críticos; consiste estrictamente a identificar estratégicamente cuales son los hitos críticos del proceso y gestionar la temporalidad del plan.

Teniendo en cuenta los aspectos culturales y estratégicos en un contexto difícil de la pandemia COVI-19, se hace necesario recomponer las perspectivas de análisis, una publicación reciente de Golob, Makarovi y Rek (2021), propone la capacidad de la audiencia de comprender la información, sobre todo en situaciones críticas por lo que se hace necesario la alfabetización mediática a través de la meta-reflexibilidad, “demostrando que aumenta significativamente la probabilidad de una verificación de hechos consistentes incluso cuando se controlan los efectos del género, la edad y la educación” (p.114). Si bien el análisis es en otro contexto, se debe tener en cuenta en sectores rurales adaptando su requerimiento. Considerando la crisis sanitaria actual, se hace necesario plantear la comunicación estratégica en crisis, en función a coyuntura crítica, en tal sentido, la misma:

(...) es definida como un pilar fundamental ante una coyuntura de transformación organizacional, en el cual los medios de comunicación, se convierten en un instrumento fundamental por el seguimiento y difusión de la información que realizan bajo los criterios convenidos entre los sujetos que se vinculan con un objetivo

establecido. (Hernández, Cogco y Gómez, 2020, p.118)

### **3. La democracia participativa**

Desde la perspectiva de Santori (1988), cuando señala que, en la democracia participativa, el participacionista, es algo real, es auténtico y pleno de significado solo del ámbito de grupos reducidos, a su vez, este menosprecia la participación electoral, puesto que una participación de uno a decenas de miles se convierte en una participación ilusoria. Además, subraya que el papel más importante está en colocar el acento en los grupos pequeños e intensos.

Asimismo, Contreras y Montecinos (2019), señalan que “la participación ciudadana se ha instalado transversalmente en el discurso de los actores políticos, fundamentalmente por la crisis de legitimidad que afecta a las instituciones de la democracia representativa” (p.179); por ello, en la actualidad el contexto social es absorbente, no se puede estar al margen del desarrollo global, sin embargo, tampoco se puede perder la identidad; al respecto, Castells (2009) señala que, “las comunidades de todo el mundo luchan para preservar la importancia de la localidad y para afirmar el espacio de los lugares basado en la experiencia” (p.65).

Por ello, lo anterior expuesto les permite mantener identidad sobre todo si se enfocan en la perspectiva de una identidad cultural, pero a su vez, los desconecta de la situación pandémica global, que curiosamente está más enraizada que la misma información, la pandemia llegó antes que la misma información a los sectores rurales del Perú.

La participación ciudadana en el Perú es aun incipiente, la perspectiva histórica es hereditariamente autoritaria. En ese sentido, por un lado, López (1997) sostiene que “la dominación oligárquica se basaba en la exclusión de las clases populares, especialmente de las campesinas, tanto cholos como indígenas del conjunto de sus derechos con tendencia a la exclusión total” (p.128).

Por otro lado, el antropólogo Degregori (2013), tiene un aporte sustancial en este traste histórico de la democracia, pues señala que “si las libertades individuales son ajenas a la comunidad tradicional, lo que hay es una democracia social que funciona por mecanismos como el consenso y la persuasión” (p.245).

En este análisis, se hace necesario el papel de la comunicación en este proceso democrático y ciudadano, Waisbord y Amado (2017), señalan que “cuando la comunicación es contraria a la civilidad y el dialogo en la diferencia, las identidades segmentadas y las facciones de la comunicación potencian la expresión pública, pero también la hostilidad y la intolerancia hacia múltiples Otros” (p.7). Es decir, la influencia de la comunicación en el quehacer democrático, es fundamental para el desarrollo de una cultura participativa, puesto que si eres participe rápidamente visualizas, analizas e interpretas el contexto para reconocer la problemática que afecta y repercute en las zonas rurales en donde no se recurre frecuentemente.

En opinión de Touraine (2014), en América Latina aun se percibe regímenes predemocráticos, en razón a que no solo debería juzgarse por ser autoritarios o democráticos (elegidos en elecciones), sobre todo cuando las desigualdades sociales aumentan, los derechos del hombre son violados a menudo, la conciencia de ciudadanía esta ausente. Sumado a esto, la ausencia de cultura participativa de grandes sectores de la población, a su vez el autor concluye esta parte del análisis señalando que el éxito está en el funcionamiento de un sistema político. En tal sentido, la apuesta por una democracia participativa es una deuda del sistema político en países como el Perú.

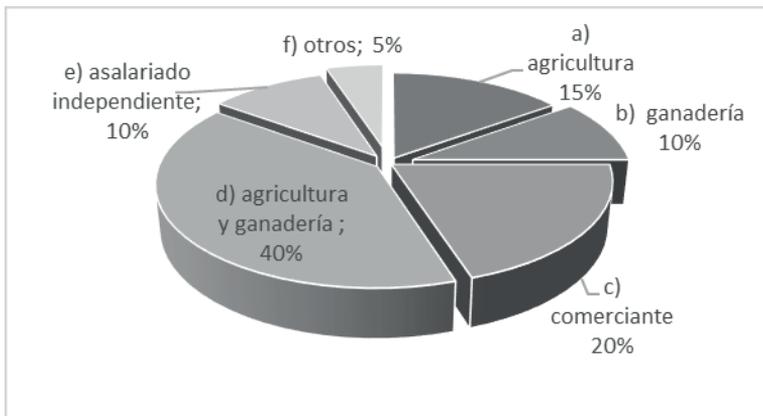
El desarrollo rural en sus diversas manifestaciones es aún incipiente, Pérez(2004),

describe al mundo rural en Latinoamérica con grandes concentraciones urbanas y baja densidad rural, con consecuencias negativas, tanto para el mundo urbano como rural, a su vez la baja calidad de infraestructura y escasa conectividad; por otra parte, la concentración de la riqueza e incremento de la pobreza; sumado a la desigualdad en la tenencia de acceso a la tierra; y completa el panorama, considerando el gran peso de la agricultura en la economía general. Demostrar esta lectura no es difícil, solo basta con visitar los sectores rurales para evidenciar esa realidad.

#### **4. Estrategias de comunicación rural en la Municipalidad de Langui, Cusco-Perú**

Langui, es un distrito considerado rural, con índice de crecimiento poblacional del -0,2; es decir, que el despoblamiento es lento pero muy consistente, con una extensión de 187 Km<sup>2</sup>, con 2.626 habitantes, un índice de pobreza antes de la pandemia del 35%, así como un índice de analfabetismo del 16%, donde el 92% de las viviendas tiene piso de tierra (Plataforma Nacional de Datos Georreferenciados [Geo Perú], 2021).

Algunas características básicas, que permiten elaborar el diagnostico actual y generar estrategias sólidas en la información, se aprecian en el Gráfico I, en el cual, entre comerciantes, artesanos y otros oficios llegan al 25%, lo que indica que un 65% se dedica a la agricultura y ganadería; solo un 10% es asalariado, los demás son propietarios de pequeñas extensiones menores a 5 has; el 90% lo dedican al autoconsumo y la venta minorista, lo que hace notar la baja productividad.

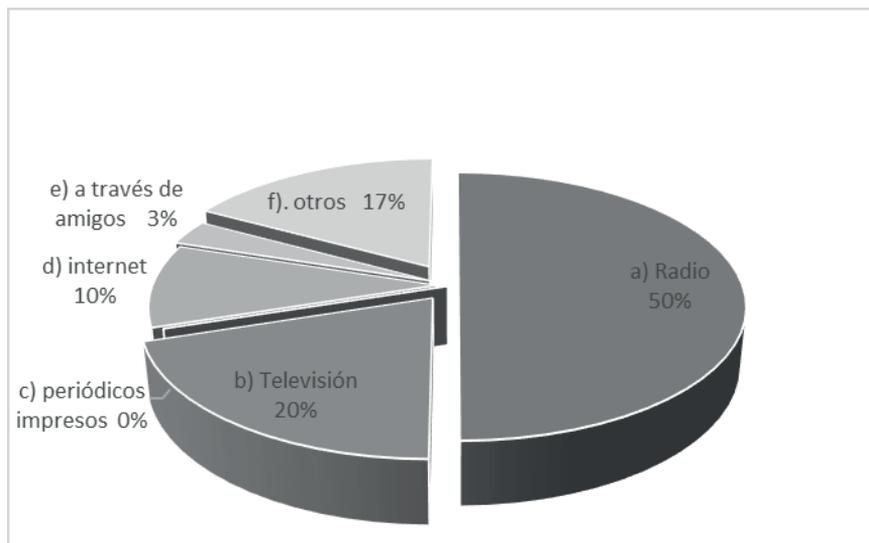


Fuente: Elaboración propia, 2021.

**Gráfico I: Actividad económica en el distrito de Langui**

De igual manera, el 50% recibió la información de la pandemia por radio (ver Gráfico II), considerando que oficialmente en el distrito se sintonizan con meridiana fidelidad una cadena nacional, puede entenderse que

el mensaje no fue elaborado para un distrito rural, considerando que el 88% habla entre el *quechua*, y el castellano y *quechua*; y solo el 12% habla solamente el castellano.

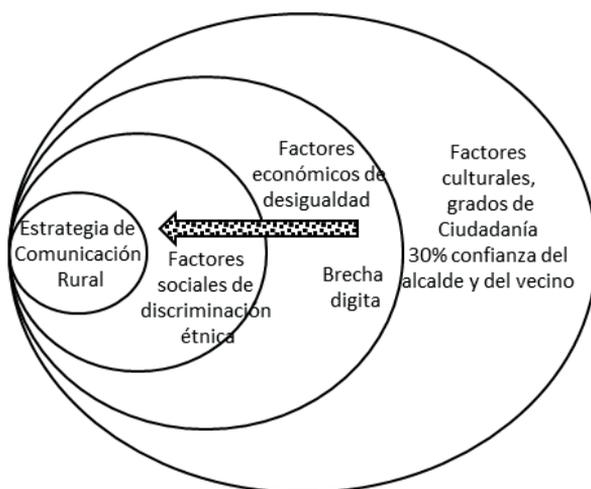


Fuente: Elaboración propia, 2021.

**Gráfico II: Información de la pandemia**

Ahí puede colegirse una barrera evidente, más aun si hay centros poblados donde exclusivamente hablan el *quechua* por su contexto, puesto que se evidencia la longevidad de sus habitantes. A propósito, Rodríguez (2014) señala que “el ejercicio de la libertad de expresión se da a través de la discusión y el debate, involucrando a la gente” (p.1), por lo cual, en este caso queda imposibilitada de generar ese debate.

En términos culturales, se evidencia en la Figura I, que predomina los niveles de confianza en autoridades locales y líderes vecinales, en detrimento de autoridades nacionales; es notoria la brecha digital, puesto que el 99% de hogares no tiene conexión a *internet*, así como el 34% no tiene celular, la discriminación social no es exhibida, pero en las entrevistas ésta se dejó mostrar, por el trato de las autoridades regionales y nacionales.



Fuente: Elaboración propia, 2021.

**Figura I: Propuesta de diseño estratégico para Langui**

Sin duda que después de revisar los planteamientos teóricos del presente artículo y los resultados de la investigación, se pueden plantear algunos conceptos, como señala Pérez (2018), es necesario realizar un diagnóstico estratégico, el mismo que comprende factores tanto a nivel de la localidad como a nivel externo; complementa tal afirmación Montañés (2012), señalando que sin un buen diagnóstico situacional actual es poco lo que se puede hacer, a su vez afirma que no hay estrategias buenas o malas, sino más bien oportunas e inoportunas. En tal sentido, se hace imperioso

revisar el estado del arte planteado.

Por un lado, se encuentra el análisis cultural, entremezclado con la política, la economía y la democracia, con lo cual, López (1997) afirma que la sociedad actual, es la herencia social no superada de la colonia, reconoce ciudadanos de primera y segunda clase, así, “la contraparte del latifundio en el Perú y en América Latina ha sido el minifundio que coexistía en general subordinado al primero” (p.172). Esta lectura cultural, tiene varias connotaciones, si no esta constitucionalizado ni formalizado es real y se

experimenta en distritos como Langui, donde, los niveles de confianza de las autoridades locales superan largamente a las regionales y nacionales.

Otro aspecto recurrente, tiene que ver con la proliferación abundante de información de manera indiscriminada, entre la verdad y la falsedad, por lo que se hace necesario la alfabetización informativa, sin ella la resiliencia social puede terminar en la anarquía informativa. Freedman, Hoogensen y Tahinjanahary (2021), aseguran que resulta evidente “que las sociedades que son más iguales, tienen menos disparidades basadas en género, raza, clase, etnia, nacionalidad, etc. y tienen más solidaridad entre los ciudadanos, son más difíciles de desestabilizar de esta manera y, por lo tanto, más resilientes” (p.67).

Notoriamente, el distrito de Langui, padece de todos los factores dispares, una discriminación corresponsable de género, la desigualdad económica y social, tiene un índice de pobreza del 35%, sin acceso a saneamiento del 59% y con desnutrición crónica de niños menores de 5 años del 7,4% (Plataforma Nacional de Datos Georreferenciados - Geo Perú, 2021). Es evidente que el planteamiento de estrategias de comunicación que no tengan en consideración esos detalles, no cumplirá los objetivos propuestos.

## **Conclusiones**

Reconocer que la preocupación política no percibe a los sectores rurales como los emergentes, por el contrario, los considera una carga, al margen de sus aportes en sectores como la agricultura y ganadería; las estrategias de comunicación, no contemplan un diagnóstico real en todas sus dimensiones, tanto de su cultura democrática y la participación ciudadana, las brechas digitales notoriamente altas, los niveles de confianza de sus líderes, muestran una evidente percepción distinta de la realidad. Las estrategias comunicativas, parten de la información brindada y de su cobertura, sin embargo, las consideraciones culturales superan los niveles de credibilidad

de los mensajes, por lo que, resultan insulsos y no cumplen sus objetivos de comunicación efectiva.

Es necesario replantear las políticas estratégicas de comunicación sobre todo a los sectores rurales, teniendo en cuenta las estructuras históricas desde una perspectiva cultural, política, económica y social. Parte de su comunicación, no solo por pandemia, se evidenció por los llamados megáfonos andantes, puesto que el ATM del distrito de Langui en conjunto con la posta en motocicletas, recorrían las diferentes comunidades.

Finalmente, las zonas rurales carecen de material informativo necesario, y los medios de comunicación tradicionales a los que recurren únicamente, es a la radio, porque hay un mayor alcance en su amplitud modulada, por lo cual, se debe buscar una estrategia focalizada según la necesidad de cada centro poblado.

## **Referencias bibliográficas**

- Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación - COSUDE (2016). *Comunicación para el desarrollo: Una guía práctica*. Cooperación Suiza (COSUDE). [http://antezanacc.com/docs/Guia\\_Comunicacion\\_para\\_el\\_Desarrollo.pdf](http://antezanacc.com/docs/Guia_Comunicacion_para_el_Desarrollo.pdf)
- Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa*. Ediciones Morata S.L.
- Bauman, Z. (2013). *La globalización: Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A.
- Bernal, C. A. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Bohórquez, G., y García, C. I. (2017). Comunicación pública, aliada estratégica de la gobernabilidad en una administración local. Pautas clave para lograrlo desde lo digital. *Humanidades*

- Digitales, dialogo de saberes y prácticas colaborativas en red: Cátedra UNESCO de comunicación.* [https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV\\_65.html](https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_65.html)
- Bossio, J. F., López, J., Saravia, M., y Wolf, P. (2005). *Desarrollo rural y tecnologías de la información y comunicación.* Stampa Gráfica S.A.C.
- Campillo-Alhama, C. (2016). La comunicación pública: Una delimitación conceptual a partir de su objeto. *Opción*, 32(7), 291-312.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder.* Alianza Editorial.
- Castells, M., y Himanen, P. (Eds.) (2016). *Reconceptualización del desarrollo en la era global de la información.* Fondo de Cultura Económica de Chile S.A.
- Català, L., y Penalva, C. (2020). El desarrollo del e-gobierno en los pequeños municipios de la Comunidad Valenciana (España): Más espejo que cristal. *Ager: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, (29), 39-77. <http://doi.org/10.4422/ager.2020.02>
- Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria - CEDRSSA (2006). *Nueva ruralidad. Enfoques y propuestas para América Latina.* CEDRSSA. [http://www.cedrssa.gob.mx/post\\_nueva\\_ruralidad-n\\_enfoques\\_y\\_propuestas\\_para\\_amn-rica\\_latina.htm](http://www.cedrssa.gob.mx/post_nueva_ruralidad-n_enfoques_y_propuestas_para_amn-rica_latina.htm)
- Chigbu, U. E. (2015). Ruralisation: A tool for rural transformation. *Development in Practice*, 25(7), 1067-1073. <http://dx.doi.org/10.1080/09614524.2015.1071783>
- Contreras, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, (35), 152-181.
- Contreras, P., y Montecinos, E. (2019). Democracia y participación ciudadana: Tipología y mecanismos para la implementación. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(2), 178-191.
- Coutinho, A., y Penha, A. (2017). *Diseño estratégico: Caminos creativos para un mundo cambiante.* Editorial Temas S.R.L.
- Cuadros, J. A., Arias, S., y Valencia, A. (2015). La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes. *Encuentros*, 13(1), 111-122.
- Degregori, C. (2013). *Del mito del Inkarrí al mito del progreso.* Instituto de Estudios Peruanos.
- Fernández, J. (2005). La comunicación aplicada a las organizaciones desde las ciencias de la información. En J. I. Bel (Coord.), *Comunicar para crear valor: La dirección de comunicación en las organizaciones* (pp. 35-54). Ediciones Universidad de Navarra S.A.
- Freedman, J., Hoogensen, G., y Tahinjanahary, V. (2021). Identidad, estabilidad, amenazas híbridas y desinformación. *ICONO14, Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 19(1), 38-69. <https://doi.org/10.7195/ri14.v19i1.1618>
- García, J. R., Aldape, L. A., y Esquivel, F. A. (2020). Perspectivas del desarrollo social y rural en México. *Revista de Ciencias Sociales (RSC)*, XXVI(3), 45-55. <https://doi.org/10.31876/rsc.v26i3.33230>
- Golob, T., Makarovi, M., y Rek, M. (2021). Meta-reflexividad para la resiliencia contra la desinformación. *Comunicar*, XXIX(66), 107-118. <https://doi.org/10.3916/C66-2021-09>
- Hernández, M. D. J., Cogco, A. R., y Gómez, M. D. C. (2020). Comunicación de crisis ante la precariedad laboral en las

- organizaciones. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(4), 115-123. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34652>
- Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola – IICA (29 de octubre de 2020). Al menos 77 millones de personas sin acceso a internet de calidad en áreas rurales de América Latina y el Caribe. *IICA*. <https://www.ica.int/es/prensa/noticias/al-menos-77-millones-de-personas-sin-acceso-internet-de-calidad-en-areas-rurales-de>
- López, S. (1997). *Ciudadanos reales e imaginarios: Concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú*. Instituto de Diálogo y Propuestas.
- Montañés, P. (2012). *Inteligencia política: El poder creador en las organizaciones*. Pearson Educación S.A.
- Morente, F., Ferràs, X., y Zizlavsky, O. (2020). Ideocultura de la gestión de la innovación en organizaciones españolas: Una mirada fineana. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(4), 36-51. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34648>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO (2016). *Manual de Comunicación para el Desarrollo Rural*. FAO. <http://www.fao.org/3/a-i3492s.pdf>
- Pérez, E. (2004). El mundo rural latinoamericano y la nueva ruralidad. *Nómadas*, (20), 180-193. [http://nomadas.ucentral.edu.co/nomadas/pdf/nomadas\\_20/20\\_16P\\_Elmundorurallatinoamericano.pdf](http://nomadas.ucentral.edu.co/nomadas/pdf/nomadas_20/20_16P_Elmundorurallatinoamericano.pdf)
- Pérez, R. I. (2018). *Gerencia estrategica corporativa*. ECOE EDICIONES.
- Plataforma Nacional de Datos Georreferenciados - Geo Perú (2021). *Langui es un distrito de la Provincia de Canas en el departamento de Cusco*. Geo Perú. <https://visor.geoperu.gob.pe/reporte/080504>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD (2011). *Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. PNUD. [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication\\_form\\_development\\_oslo\\_c4d\\_pda\\_es.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf)
- Rodríguez, A. (7 de enero de 2014). ¿Qué es comunicación pública? [Mensaje en un blog]. <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para-que-es-comunicacion-publica/>
- Sánchez, D. (22 de febrero de 2020). Qué es comunicación pública y cuál es su importancia. <https://www.duviansanchez.com/comunicacion-corporativa/que-es-comunicacion-publica/>
- Santori, G. (1988). *Teoria de la democracia*. Alianza Editorial S.A.
- Scheinsohn, D. (2009). *Comunicación estrategica*. Ediciones Gránica S. A.
- Touraine, A. (2014). *¿Que es la democracia?* Fondo de Cultura Económica de España.
- Venturino, P. (2011). *Relaciones públicas y comunicación estratégica*. Universidad del Pacífico.
- Waisbord, S., y Amado, A. (2017). La comunicación pública: mutaciones e interrogantes. *Nueva Sociedad*, (269), 8. <https://nuso.org/articulo/la-comunicacion-publica-mutaciones-e-interrogantes/>