

5 años de constancia, perseverancia y sacrificio de quienes se mantienen firmes en su compromiso pese a los obstáculos, dificultades y factores externos; asimismo, una oportunidad para reflexionar sobre nuestros logros, actividades pendientes y objetivos estratégicos —necesarios para asumir los desafíos de la sociedad— y para expresar nuestro reconocimiento y gratitud a los asociados(as), colaboradores(as) y contactos de la Asociación de Comunicadores Sociales Communicare (ACS Communicare).



¡V Aniversario de la ACS Communicare! ... y lo queremos celebrar con ustedes ¡Gracias por vuestra compañía!

Antecedentes

Fue a finales del 2009, hace seis años, cuando producíamos el magazine televisivo "Agenda al día" en TVSAT canal 33 e inicios del 2010 —durante las vacaciones— cuando un grupo de estudiantes y egresados en Ciencias de la Comunicación decidimos dar vida a una asociación de comunicadores(as) sociales con el propósito de contribuir al desarrollo humano y al bienestar de la comunidad, a través de la investigación, producción de medios, capacitación y gestión de proyectos en Comunicación para el desarrollo con énfasis en los sectores más necesitados y en el marco de los derechos humanos.

Magazine TV "Agenda al Día"

Desde entonces, del 2010 al 2013, hemos producido y emitido el sabatino magazine

televisivo "Agenda al día"; sin embargo, luego de años de emisión en vivo, decidimos dejar de producir el programa debido a que tres de los cuatro miembros del equipo de producción del programa se animó a continuar los estudios de Maestría; no obstante, continuamos con las demás actividades, en el marco de los objetivos estratégicos de la ACS Communicare.

Boletín Communicare

Del 2013 al 2015, la producción y publicación trimestral del Boletín Communicare. En el marco del objetivo estratégico de promover la investigación desde la Comunicación, hemos creado el Boletín Communicare para confrontar la formación científica, tecnológica y humanística recibida en las universidades públicas y privadas con la realidad social; socializar experiencias, aprendizajes,

conocimientos y opiniones sobre los aportes de la Comunicación; asimismo, generar discusión y debate, a través de la plataforma del Facebook de Communicare, para enriquecer las intervenciones —desde el componente comunicacional— en los programas y proyectos orientados al desarrollo humano, social y sostenible, instituciones públicas y organizaciones del mundo empresarial.

Responsabilidad social

En el marco de la Responsabilidad social, desde el primer año de vida institucional a la fecha, hemos gestionado programas de formación sobre Habilidades para la Vida, talleres afines al desarrollo humano y los medios masivos, conversatorios sobre prensa, comunicación y desarrollo, etc.; asimismo, desde la perspectiva de la Comunicación, hemos tenido la oportunidad de participar —en eventos de nivel nacional y regional— en aquellos espacios consultivos, académicos, políticos y culturales que ameritaban el aporte de la Comunicación.

Balance: ¡Sólo sé que nada sé!

Haciendo un balance de estos 5 años de vida institucional, queremos señalar que... estamos en permanente proceso de aprendizaje; parafraseando a Sócrates... ¡Sólo sé que nada sé! Más aún para quienes hemos cursado estudios en universidades donde la carrera de Ciencias

de la Comunicación es reducida al Periodismo o donde la 'formación profesional' se reduce a la repetición memorística de revisiones históricas de las 'Ciencias de la comunicación', a la capacitación e instrucción técnica de las nuevas tecnologías en información y comunicación (NTIC), etc., y consecuentemente a la aplicación acrítica y mecánica de las mismas en el 'ejercicio profesional'.

Pese a todo ello los aprendizajes son significativos y gratificantes, producto del quehacer en el día a día, del estudio, de la reflexión, de las experiencias, de los errores y fracasos, de las discusiones y los debates, de los aportes de nuestras y nuestros colaboradores, contactos, etc.; aprendizajes que se convierten en conocimientos para compartir con ustedes y ponerlos al servicio de la sociedad.

Reconocimiento y gratitud

Queremos reiterar nuestro reconocimiento y gratitud por la constancia, perseverancia, compromiso, identificación y el sacrificio de aquellos(as) asociados(as) que pese a las tareas académicas y laborales, responsabilidades al interior de la familia y la postergación de actividades personales, continúan con el mayor entusiasmo...

ahora con experiencias significativas que contribuyen al desarrollo personal, familiar, profesional y espiritual.

Espíritu Communicare ;) Compartir

Igualmente, sea ocasión para renovar nuestros compromisos iniciales que dieron vida a la asociación, y que el espíritu de Communicare: el compartir... se mantenga presente en cada uno de nosotros y nosotras.

Finalmente, expresar también nuestro reconocimiento y gratitud a Jackie, Evelyn, Yamilé y Cristina por sus colaboraciones, a través de artículos referentes a la comunicación, para el Boletín Communicare y que nos permiten una mayor comprensión de la Comunicación para el desarrollo.

Igualmente, al celebrar el V Aniversario de la ACS Communicare queremos agradecer a nuestros(as) contactos, por sus clics en 'Me gusta', comentarios, publicaciones, etc. que nos animan a continuar compartiendo vuestros conocimientos, experiencias, aprendizajes, etc. acerca del campo de la Comunicación, áreas y especializaciones afines.

¡Feliz Aniversario!



ASOCIACIÓN DE
COMUNICADORES
SOCIALES

communicare
Comunicación para el desarrollo humano y social



La comunicación y el clima laboral

Para mejorar la calidad de vida del personal y la productividad

Cynthia
Ayala Aybar

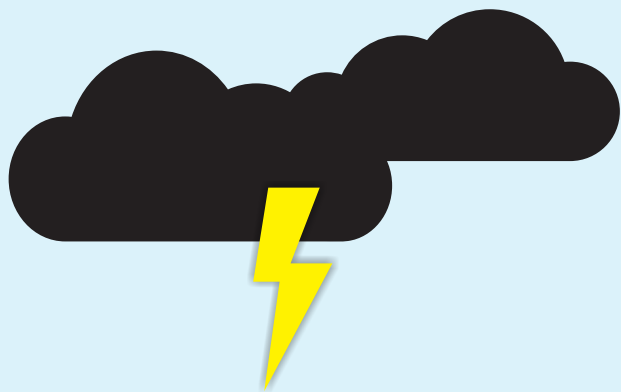


Después de la familia y la escuela, el centro laboral es otro espacio de socialización, aprendizajes, desarrollo personal, profesional y espiritual, y muchas alegrías; no obstante, también es un espacio de conflicto para quienes inician una primera experiencia de trabajo, muchas veces generado por la inexperiencia o limitaciones personales, por el individualismo y egoísmo de los compañeros(as) de trabajo o la carencia de un sistema de comunicación interna que afectan tanto a la persona como a la institución.

La comunicación: fundamento de la sociedad humana

La comunicación, como fundamento de la sociedad humana y según Jürgen Habermas (1987), es un proceso de interacción social donde los participantes establecen una relación interpersonal continua, basado en convicciones comunes, alcanzados racional y comunicativamente.

Asimismo, señala que en este proceso el lenguaje es el medio de comunicación que



“ Sin embargo, pese a las habilidades de comunicación, asertividad y empatía que uno(a) haya logrado desarrollar, se presentan situaciones de conflicto generados por la inmadurez personal y/o profesional de los compañeros(as) de trabajo

sirve al entendimiento, conducente al consenso, en muchos casos previo disenso; por lo tanto, la comunicación es una habilidad necesaria para establecer relaciones interpersonales saludables en todos los ámbitos y/o niveles sociales e institucionales, donde muchas veces se enfrentan ciertos conflictos generados por las diferencias, discusiones, desacuerdos, etc.

El clima laboral

El clima laboral es el medio ambiente (físico, técnico, estructural, social, personal y organizacional) generado por las emociones de los miembros de una organización donde se desarrolla el trabajo cotidiano, y que influye sobre la conducta humana y la productividad. Por ejemplo, la forma en que las personas perciben e interpretan su entorno laboral influye significativamente en el estado emocional personal y colectivo, la identidad, la satisfacción, la motivación, las relaciones interpersonales, la productividad, etc.

Inexperiencia laboral o limitaciones personales

La inexperiencia laboral, así como las limitaciones personales en cuanto a las habilidades de comunicación, son en algunos casos los responsables de los conflictos, muchas veces generados por las diferencias personales y/o percepciones subjetivas. Lo que se debe

tener presente es que una adecuada comunicación y comprensión facilitaría las relaciones interpersonales e institucionales con los compañeros(as) de trabajo, con los jefes inmediatos, proveedores, etc., por ello se hace vital que el personal desarrolle un adecuado nivel de comunicación, asertividad y empatía para mantener un clima laboral saludable y facilitar la organización hacia el logro de las metas y objetivos.

Egoísmos de los compañeros(as) de trabajo

Sin embargo, pese a las habilidades de comunicación, asertividad y empatía que uno(a) haya logrado desarrollar, se presentan situaciones de conflicto generados por la inmadurez personal y/o profesional de los compañeros(as) de trabajo, donde las miradas fijas, el individualismo, los comentarios negativos y las diferencias generan tensiones, discusiones y desacuerdos en perjuicio del desempeño personal, más aún cuando se ha logrado la plaza a través de un concurso de méritos.

Carencia de un sistema de comunicación interna

Otro factor para un clima de conflictos es la carencia de un sistema de comunicación interna, entre ellas las políticas institucionales, que genera incertidumbre en las relaciones interpersonales, en

consecuencia costos innecesarios a la institución.

La comunicación interna y el liderazgo, bases de la cultura organizacional, influyen directamente en el clima organizacional, por lo tanto, las instituciones necesitan crear y gestionar un clima laboral saludable para fomentar la motivación, participación, integración, pertenencia y satisfacción del personal, y compromiso, en consecuencia mejora de la productividad.

Reflexiones finales

La comunicación es un elemento vital para mantener buenas relaciones y cultivar relaciones personales cordiales y empáticas que ayuden a desarrollar un clima laboral favorable.

En un centro laboral las personas tienen diferentes intereses, aspiraciones y sueños —así como carencia de valores, prácticas deshonestas y estilos de vida no saludables— que muchas veces éstas no son compartidas con los demás miembros de la organización; sin embargo, es importante identificar puntos en común entre los miembros de un equipo de trabajo para hacer de la oficina y el trabajo un espacio agradable, que invite al desarrollo personal y profesional; asimismo, cuidar los hábitos alimenticios y llevar un estilo de vida saludable, escuchar

música con un nivel de volumen adecuado —preferentemente usar audífonos—, en el marco del respeto... hacer uso de un lenguaje adecuado y hablar moderadamente al momento de establecer comunicación —más aún cuando se usa el celular—, respetar la vida privada de los demás —evitar hablar mal, evitar los chismes, rumores, chistes, etc.; es decir, evitar entrometerse en la vida personal de los demás—, mantener una decoración discreta de la oficina, cuidar el aseo personal, etc.

Por lo expuesto, además de desarrollar competencias en Comunicación corporativa, gestión de recursos humanos, gestión estratégica de las relaciones humanas y laborales para asumir una alta dirección (gerencia, direcciones, jefaturas y asesorías), a nivel personal se deben desarrollar capacidades y habilidades en relación al 'otro' u otros, toda vez que se trata de lograr una armonía en los ambientes de trabajo que facilite el diálogo y un mejor nivel de productividad que lleve al logro del objetivo personal e institucional.

Muchas veces se piensa que comunicar es sólo decir, hablar, informar y erróneamente imponer; la comunicación es también entender a la persona, reconocerlas como sujetos de comunicación, que tienen una cultura, sueños y experiencias; es decir, es

comprendernos.

Como sugiere uno de los artículos de encuentra.com, la comunicación busca el enriquecimiento personal de ambas partes en un espacio cordial y afectuoso, donde escuchar es una característica importante en proceso comunicativo. Al respecto, propone prestar atención a los siguientes elementos para lograr una comunicativa eficaz:

- Interés por la persona, prestar atención e interés a escuchar a los demás.
- Saber preguntar, para estar seguros del mensaje y aclarar algo que nos parece incorrecto, equivocado o agresivo.
- Aprender a ceder, tener una actitud condescendiente y conciliadora.
- Sinceridad ante todo, expresar lo que pensamos y sentimos "sobre todo si sabemos que es lo correcto".

Estos son algunos elementos que pueden hacer la diferencia para construir relaciones cordiales entre los compañeros(as) de trabajo y demás espacios de interacción.

La responsabilidad empieza con nosotros(as)

Si bien la mayor responsabilidad en la

gestión de un buen ambiente en el trabajo es tarea de la alta dirección, como la Dirección de Recursos Humanos, Dirección en Comunicación y/o dependencias afines, es también responsabilidad de cada uno de los miembros de la organización desarrollar una comunicación eficaz para mejorar la calidad de vida en el entorno laboral.

El cambio es un proceso complejo y difícil —más aún a nivel organizacional—, pero no imposible si empezamos hoy... con la confianza en nosotros(as) y en los demás.

Referencia:
ENCUENTRA.COM (2008).
"Comunicación". Consulta: 7 de marzo de 2015, <http://encuentra.com/valores_explicados/comunicacion__14191/>



“ (...) el actual tsunami tecnológico y sus refinados controles y espionajes están liquidando los últimos vestigios de la privacidad. Un drama para este mundo hiperindividualistas".
Antonio Pascuali (2014)

INVESTIGACIONES EN COMUNICACIÓN

Evento académico de nivel internacional

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



En el marco de su misión de impulsar el desarrollo de la investigación en comunicación en América Latina y consolidar una comunidad académica que produzca en condiciones de libertad, calidad y colaboración permanente, la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC) y la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) organizaron el 2014 el **XII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación**.

"(...) un espacio plural y dinámico institucional dedicado al desarrollo crítico del conocimiento científico, así como a la producción, la discusión y la difusión del pensamiento sobre la

comunicación en y sobre América Latina" (ALAIIC, 2014); no obstante a encontrar algunas ponencias en la web institucional de los organizadores, muchos(as) estamos esperando la documentación, relatoría y/o sistematización del evento internacional para conocer las lecturas críticas a los diversos aportes de los investigadores(as) que participaron del evento.

Mientras tanto, a continuación se comparte —en líneas generales— el tema central, los ejes temáticos, grupos temáticos y grupos de interés del evento para motivar a los estudiantes y egresados en Ciencias de la Comunicación —y ciencias afines— a continuar apostando por emprender estudios y/o investigaciones en el campo de la Comunicación.

Tema central

El tema central estuvo dedicado al "**Pensamiento crítico latinoamericano y los desafíos de la contemporaneidad**", que tiene sus bases a partir de los siglos XVIII y XIX, como respuesta al pensamiento de las "viejas teorías" de la dependencia y del imperialismo cultural.

La conferencia inaugural del congreso estuvo a cargo de Antonio Pascuali,



“

En 1978, aún nos la ingeniábamos con máquina de escribir, papel carbón (...) y no existían —tomen buena nota... los jóvenes que me escuchan— no existían ni computadoras, ni impresoras, ni faxes, ni telefonía celular o inteligente, ni scanner, ni Internet" (Pascuali, 2014), sin el cual se dice que hoy sería difícil vivir.

sociedad? (Pascuali, 2014).

Asimismo, reflexiones sobre el desarrollo cuantitativo y cualitativo de la comunicación que viene aportando a la “nueva praxis de la intersubjetividad que vienen transfigurando nuestra manera de practicar el humanismo” y la vigencia del tema central.

Retos y desafíos para los jóvenes

"En 1978, aún nos la ingeniábamos con máquina de escribir, papel carbón (...) y no existían —tomen buena nota... los jóvenes que me escuchan— no existían ni computadoras, ni impresoras, ni faxes, ni telefonía celular o inteligente, ni scanner, ni Internet" (Pascuali, 2014), sin el cual se dice que hoy sería difícil vivir.

Por lo tanto, según Pascuali, investigar

cuyas primeras palabras fueron de emplazamiento a los investigadores de la región a enfrentar los desafíos de la contemporaneidad de la comunicación y atención a la pregunta ¿Qué

realidades y transformaciones del mundo contemporáneo nos plantean nuevas interrogantes y reclaman enfoques que permitan comprender la relación entre comunicación, cultura y

El poder de la comunicación y los medios masivos

“Ese poder genera sobre nosotros directa e indirectamente presiones destinadas a condicionarnos, a amansarnos o a silenciarnos” (Pascuali, 2014).

en comunicaciones significa hoy mucho más que ayer; entre otros, incursionar en tres factores sensibles: incursionar en un sector de la economía y sus gastos en las comunicaciones; incursionar en la función de control social, más apetecida por políticos y servicios de inteligencia; e incursionar en un coexistir del hombre, siempre menos presencial, y siempre más mediatizado, y por consiguiente intermedible.

“Ese poder genera sobre nosotros directa e indirectamente presiones destinadas a condicionarnos, a amansarnos o a silenciarnos” (Pascuali, 2014).

Ejes temáticos

Entre los ejes temáticos abordados se tiene:

a) Integración latinoamericana y cambios en la Hegemonía, un tema para determinar la nueva hegemonía desde la perspectiva de la geopolítica, economía-mundo-capitalista, etc.; para identificar los reacomodos en las relaciones interestatales tanto políticas como económicas, entre otros determinantes emergentes.

b) Lo cotidiano, expresión humana de la comunicación, proceso presente en

la vida cotidiana; “sin embargo, su estudio fue confinado a un lugar secundario debido a que la agenda investigativa fue capitalizada por los grandes medios y sus repercusiones sociales” (ALAIC, 2014) y que muchas instituciones públicas y privadas, entre ellas las académicas e incluso profesionales de la Comunicación, reducen su definición y práctica a la instrumentalización de la Comunicación, desconociendo a las personas y comunidades como sujetos de comunicación; por lo tanto, agentes de cambio.

c) Procesos de democratización de la comunicación en América Latina, democratización de los medios masivos, para discutir sobre la disputa hegemónica y redistribución equitativa de la propiedad de los medios masivos, recursos, información, producción cultural, etc.; asimismo, el acceso a los mismos.

Grupos temáticos

Entre los grupos temáticos, sobre el cual se enmarcaron la presentación de las ponencias, se tiene la Comunicación Intercultural y Folkcomunicación, Comunicación organizacional y relaciones públicas, Comunicación política y medios, Comunicación y educación,

Comunicación y salud, Economía política de las comunicaciones, Estudios de recepción (socio-discursivos y socioculturales), Comunicación popular, comunitaria y ciudadanía, Teoría y metodología de investigación en comunicación, Comunicación, tecnología y desarrollo, Comunicación y estudios socioculturales, Comunicación para el cambio social, Comunicación publicitaria, Discurso y comunicación, Comunicación y ciudad, Estudios sobre periodismo, Historia de la comunicación, Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación.

Grupos de interés

Igualmente, para este grupo, las ponencias estuvieron centradas en la Comunicación Digital, Redes y Procesos; la Comunicación y cultura en medio de la violencia: Poderes contra hegemónicos; la Ficción televisiva y narrativa transmedia; las imágenes visuales y audiovisuales en América Latina; la Comunicación y los medios en contextos de conflictividad socio-ambiental e industrias extractivas.

Respecto a los medios masivos y el medio ambiente se puede acceder a información acerca del desarrollo de la COP20, para definir el papel particular

que asumieron los informativos de los medios masivos (prensa, radio, televisión, etc.) y las redes sociales; asimismo, determinar si la comunicación fue concebida como proceso de diálogo, que reconoce a las personas y comunidades como sujetos de comunicación o la comunicación como instrumento de difusión, de carácter vertical, autoritario y unidireccional, concepción que desconoce a las personas y comunidades como sujetos de comunicación.

Talleres

Entre los talleres se tiene la democratización de las comunicaciones en América Latina, usos y aplicaciones de la web 2.0 en el contexto de la comunicación organizacional, y sobre vídeo popular y movimientos sociales.

Reflexiones y tareas pendientes

Finalmente, estamos seguros que reflexionar acerca del tema central, ejes temáticos y otras perspectivas, será motivo para poner en agenda y abrir espacios de discusión para enriquecer o cuestionar definiciones, enfoques, etc. que son prácticas comunes o ausentes en el ejercicio profesional del comunicador(a) social.

Ahora, no debería haber pretextos para

mantener abierto el diálogo y la reflexión sobre el componente comunicacional y los nuevos escenarios que viene afectando el día a día de las personas, familias, instituciones, sociedad, regiones y países en el mundo.

Referencias:

PASCUALI, A. (2014). Pensamiento crítico latinoamericano y los desafíos de la contemporaneidad [Grabación de audio]. Conferencia magistral presentada en el XII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, organizado por la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, Pontificia Universidad Católica del Perú.

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN (ALAIC) (2014). XII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Lima: Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación. Pontificia Universidad Católica del Perú. Consulta: 23 de setiembre de 2014 <<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/>>

TEORÍA VS PRÁCTICA

Los profesionales de la comunicación y los desafíos que afrontan ⁽¹⁾

Yamilé Yaranga *
Cristina Sánchez **



“Lo que muchos olvidan —inclusive aquellos que se desempeñan en este rubro— es que la comunicación posee una base teórica que la sustenta, pero que a menudo es dejada de lado”

Más que una necesidad, comunicar es algo innato. Todos los seres humanos tenemos la capacidad de hacerlo y hemos aprendido, desde muy pequeños, algunos códigos sociales que nos lo facilitan. Lo que muchos olvidan —inclusive aquellos que se desempeñan en este rubro— es que la comunicación posee una base teórica que la sustenta, pero que a menudo es dejada de lado. Entonces, es relevante detenernos un momento y analizar si realmente tomamos en cuenta las teorías y modelos de comunicación en la labor que realizamos diariamente. En este artículo pretendemos

abordar los nuevos desafíos del trabajo de un comunicador y su relación con las teorías de la comunicación; buscamos, también, posicionar este tema como un punto de partida para futuras investigaciones sobre la relación entre la teoría y la práctica en las comunicaciones.

Los comunicadores

El ejercicio de las ciencias de la comunicación posee un perfil que ha ido evolucionando y variando en función de las necesidades que la sociedad ha requerido. Al respecto, el comunicador Venegas Linguithy menciona que existen tres

aspectos importantes cuando pensamos en el perfil profesional: lo que ofrece la universidad, lo que la sociedad y el mercado laboral demandan, y lo que el estudiante considera necesario e imperativo para su posterior desempeño profesional (2).

En Lima Metropolitana existen alrededor de 15 universidades que brindan formación en Ciencias de la Comunicación. Año tras año los centros de estudios modifican su malla curricular actualizando los cursos necesarios para los futuros comunicadores; pese a ello, consideramos que muy pocas

(*) Licenciada en Comunicación para el Desarrollo de la PUCP y Especialista en Comunicaciones del Proyecto de Modernización de la Gestión de los Recursos Hídricos - Autoridad Nacional del Agua.

(**) Estudiante del Máster en Dirección de la Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona - España). Consultora de comunicaciones en la Fundación Pau Casals.

universidades le dan el peso necesario a los cursos relacionados a las teorías o historia de la comunicación. Entonces, si las universidades no ofrecen la formación necesaria en estas materias ¿realmente las teorías son necesarias en el mercado laboral? o ¿acaso los centros de estudios no son conscientes de la importancia de este sustento teórico en el desempeño profesional?

Desde nuestro punto de vista —no hay ningún estudio de gran envergadura que lo diga—, existen dos hipótesis por las que las bases teóricas o científicas de la comunicación se ven distantes del ejercicio de un comunicador en su labor diaria.

En primer lugar, se ha dado una ruptura entre lo que se considera teórico y práctico; los comunicadores crean recursos o estrategias, pero pocas veces asumen que su rol funciona bajo paradigmas que los teóricos de la comunicación han estudiado. Es el día a día y el ritmo vertiginoso, el que los obliga a pensar rápido y trabajar de un modo pragmático y casi automáticamente.

En segundo lugar, debemos señalar que al menos en Lima no existe una

responsabilidad compartida entre los centros de estudios, la sociedad y el mercado laboral en lo que respecta a alinear lo que se estudia con lo que demanda el ejercicio profesional. Muchas veces la leve teoría que se ve en las universidades no sirve o no se aplica en los centros de labores. A ello hay que sumarle el constante cambio por el que atraviesa esta ciencia del que muchos parecen no darse cuenta o no importarles.

Los desafíos de cara al futuro

En la actualidad, las universidades de Lima desarrollan su plan curricular buscando un punto medio y conciliador entre lo que la disciplina debe ofrecer y lo que el mercado demanda. Pero consideramos imprescindible que las casas de estudio realicen investigaciones periódicas sobre el campo laboral para un comunicador y el perfil de los profesionales que se desempeñan en el mismo. Asimismo, con el fin de ajustar el perfil de un comunicador y brindar una enseñanza responsable, también es pertinente conocer qué formaciones están ofreciendo el resto de facultades de Ciencias de la Comunicación. Es la manera más viable de equilibrar lo que se ofrece y lo que se necesita, lo

“ (...) consideramos imprescindible que las casas de estudio realicen investigaciones periódicas sobre el campo laboral para un comunicador y el perfil de los profesionales que se desempeñan en el mismo (...) con el fin de ajustar el perfil de un comunicador y brindar una enseñanza responsable”

UNIVERSIDAD SOCIEDAD MERCADOLABORAL

teórico y lo práctico.

Por otro lado, si bien el mercado es el que dicta qué características deben tener los comunicadores, los profesionales tienen la capacidad de moldear este espacio, revalorizando y reposicionando las comunicaciones. Ello requiere que el comunicador fundamente la labor que realiza y organice sus acciones con una visión estratégica de la comunicación. Como mencionamos líneas arriba, los comunicadores no sustentan su labor de

forma científica e, inclusive, muchos de ellos ni siquiera conocen las teorías bajo las cuales se rige su profesión.

A fin de cuentas, lo que consideramos pertinente analizar es por qué ocurre esto y cómo afecta al trabajo de un comunicador. A la fecha, no hemos encontrado investigaciones sobre el rol de los comunicadores en su sociedad (nos referimos a ellos como agentes de cambio), y menos aún sobre la relación entre lo teórico y lo práctico en esta rama.

Investigar sobre esto podría aportar y potenciar los productos comunicacionales desarrollados por los profesionales de esta ciencia, ya sea un recurso o proceso. Es de suma importancia reflexionar sobre este tema y crear nuevos espacios en donde los comunicadores puedan aportar y aprender sobre su carrera para revalorizarla y reposicionarla como una ciencia, pero sobre todo, siendo ampliamente conscientes de su aporte profesional a la sociedad.

“ Ello requiere que el comunicador fundamente la labor que realiza y organice sus acciones con una visión estratégica de la comunicación. Como mencionamos líneas arriba, los comunicadores no sustentan su labor de forma científica e,

inclusive, muchos de ellos ni siquiera conocen las teorías bajo las cuales se rige su profesión”

(1) El título es un producto del módulo 1, sesión 1, denominado “Teorías de la Comunicación” de Aprendes comunicaciones, 2013.

(2) “Nuevo perfil del comunicador social en el Perú de cara a los desafíos del nuevo milenio”. Lima, Perú. 2001. Disponible en http://www.calandria.org.pe/rec_descarga.php?id_rec=218

EN PREGRADO Y POSGRADO

PLAGIOS ACADÉMICOS

Sanciones estrictas para el plagio deben estar contempladas en Estatuto y reglamento universitario

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



"Nunca antes me había topado con tal cantidad de plagio, desde trabajos completos extraídos de monografías.com (que recibieron, por supuesto, la nota cero) hasta otros con breves párrafos copiados literalmente de alguna página web que no se incluye en las referencias y cuyo autor no se menciona" (Frisancho, 2006).

Quienes tuvieron la oportunidad de cursar estudios de pregrado y posgrado –y quienes ejercen la docencia, como en el testimonio en referencia– son testigos de excepción de aquellos estudiantes que recurren al plagio para supuestamente mostrar “responsabilidad académica” y “cumplir” con la presentación de monografías, informes, ensayos, estudios e investigaciones; igualmente, mayor gravedad es para aquellos egresados y profesionales que recurren al plagio para la elaboración de los proyectos de

investigación y la tesis, la producción de textos, etc.

¿Qué es el plagio académico?

Según el Diccionario de la Lengua Española (2012), el plagio es la “Acción y efecto de plagiar” y plagiar es “Copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias”.

Por lo tanto, el plagio académico es la acción intencional de copiar y/o transcribir trabajos académicos e intelectuales ajenos y hacerlas pasar como si fueran propias; es decir, es una práctica deshonesta de algunos estudiantes y/o profesionales que recurren al uso de estudios, investigaciones, trabajos, ideas, palabras, audiovisuales, fotografías, ilustraciones, etc. de otras personas y organizaciones como si fueran propias, omitiendo la fuente correspondiente.

Asimismo, "El plagio también incluye las ideas expresadas gráficamente (fotografías, películas, cuadros, caricaturas) o en obras escultóricas o en obras musicales. Siempre que usamos una idea de otro como nuestra, cometeremos plagio" (PUCP, 2014).

Si bien es limitado el material bibliográfico para determinadas ciencias, disciplinas o campos de investigación, existe la posibilidad de acceder a millones de estudios, investigaciones y materiales bibliográficos a través del Internet para realizar estudios y/o investigaciones científicas, citando oportunamente la fuente correspondiente; sin embargo, extraña que algunos estudiantes y docentes de pregrado y posgrado recurran al plagio. Otros, tienen el cinismo de comentar su plagio en las aulas y en los pasillos como un logro de su viveza, cuando deberían saber que el plagio es un delito contra los derechos de autor y derechos conexos.

¿Cómo detectar el plagio?

Para detectar el plagio académico basta con ingresar un texto en particular a uno de los programas gratuitos, creados con esta finalidad, para encontrar una relación de documentos existentes en el Internet con el contenido total o parcial del texto; o sencillamente, usar un

buscador para identificar una cadena de palabras, que previa evaluación, se determinaría un probable plagio.

¿Cómo evitar el plagio académico?

Sencillo. Implementar políticas institucionales para evitar el plagio y/o promover investigaciones académicas, promover campañas de sensibilización para los estudiantes de pregrado y posgrado sobre la importancia de la producción intelectual, programas de prevención, cómo citar a los autores originales, cómo elaborar la bibliografía, etc.; asimismo, guía de citación de fuentes, protocolos para la redacción de monografías, ensayos, informes, proyectos de investigación, informe de tesis, textos, etc.

Este bajo nivel académico reflejado en el plagio académico es responsabilidad también de los docentes, quienes deben acompañar al estudiante en todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Sobre el particular, tomarse la molestia de revisar la totalidad del documento académico, calificar honestamente, señalar e informar oportunamente los aciertos y desaciertos del informe.

En cuanto a los estudiantes, frente a docentes que desconocen los protocolos para estudios y/o investigaciones, tienen la oportunidad de recurrir a guías, protocolos, etc. de

universidades referentes en el país y/o el mundo para tomar como referencia en la elaboración de sus trabajos académicos.

¿Estarán tomando en cuenta, las universidades, autoridades, docentes y estudiantes, las sanciones para detener el plagio y otras prácticas académicas deshonestas en el nuevo Estatuto y reglamento?

Referencias:

FRISANCHO, Susana (2006). "Un comentario sobre los trabajos de fin de año". Blog de Susana Frisancho. Desarrollo humano, constructivismo y educación. Consulta: 20 de octubre de 2014, <<http://blog.pucp.edu.pe/item/6816/un-comentario-sobre-los-trabajos-de-fin-de-ano#more>>

DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA (DRAE) (2012). Versión electrónica de la 22.ª edición de 2012. Consulta: 20 de octubre de 2014, <<http://lema.rae.es/drae/?val=plagio>>

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (PUCP) (2014). Por qué y cómo debemos combatir el plagio. Vicerrectorado Académico. Pontificia Universidad Católica del Perú. Consulta: 20 de octubre de 2014, <<http://www.pucp.edu.pe/documento/pucp/plagio.pdf>>

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



La ‘apropiación’ de los proyectos en Comunicación para el desarrollo

«Yo llegaba muchas veces a una comunidad, veía una bomba de agua... de estas de palanca... que no funcionaba, que no había agua, preguntaba qué es lo que pasa con esta bomba y me decían... —falta una goma o falta una tuerca y por eso no funcionan.

Yo decía pero eso no cuesta nada y porque no le ponen. Y me decían —Ah... es que no es nuestra bomba, es (...) [de la agencia cooperante u ONG].

Esa falta de noción de apropiación de que el desarrollo es de ellos es lo que puede resolver la Comunicación para el desarrollo, haciendo que la gente participe y se apropie de estos elementos que nosotros sembramos sin saber qué va a pasar», (Alfonso Gumucio Dagon; BTC BELGIAN DEVELOPMENT AGENCY, 2012)



Mientras algunas instituciones y consultores(as) pelean entre sí... para apropiarse del problema y la resolución de la misma, para apropiarse de la población beneficiaria (como objetos para el supuesto cambio), así como para apropiarse del supuesto proyecto inédito (descubridores de la pólvora) y la socialización de una experiencia 'exitosa', con la finalidad de 'marcar su territorio' y no perder el financiamiento; otras instituciones, con políticas de Comunicación para el desarrollo –en realidad pocas– identifican, recrean y/o facilitan, en el marco de los Derechos Humanos, espacios de comunicación para que las personas y/o comunidades reconozcan sus potencialidades individuales y colectivas, y se apropien desde la formulación del proyecto y logren la sostenibilidad de la misma, es decir, se reconozcan como sujetos de cambio... y que son ellos(as) quienes harán posible el cambio en su comunidad.

Prácticas paternalistas de algunas agencias cooperantes y contrapartes

Sin embargo, ¿quién no ha participado de la presentación de proyectos, a cargo de las agencias cooperantes y sus contrapartes, ante las autoridades, sociedad civil organizada y prensa? Espacios donde las autoridades, consultores y asistentes recién toman conocimiento del proyecto formulado e

implementación, problemas, objetivos, estrategias, población beneficiaria, aliados, etc. ¿Presupuesto? y que además pretenden legitimar la planificación y/o diseño de los proyectos con el registro de 'asistencia' de los participantes.

Estas características descritas corresponden a proyectos conocidos como de 'escritorio' o 'gabinete', elaborados en oficina por algunos(as) profesionales que asumen acríticamente la propuesta de intervención de las agencias y contrapartes, donde se observan procesos autoritarios, verticales y unidireccionales, para quienes la comunicación se reduce la transmisión de información, es decir, para la visibilidad institucional, producción de medios radiales, televisivos, etc. y/o elaboración de productos comunicacionales (banners, spots radiales y televisivos, videos institucionales, gigantografías, afiches, cartillas, etc.), predominantemente de carácter instrumental.

Para muestra algunos botones

Hace dos años, tuve la oportunidad de participar de la firma de convenio entre una dirección regional de salud y una ONG que tenían como objetivo trabajar el tema de la salud pública a través de los medios masivos; incluso ese día conversé con las responsables del componente comunicacional del sector salud y la ONG

para hacer incidencia de los problemas y resoluciones que proponía el proyecto desde el Magazine TV "Agenda al día"; sin embargo, pese a escribirle a su correo electrónico y tratar de establecer una comunicación a través del celular, jamás atendieron el correo ni el celular.

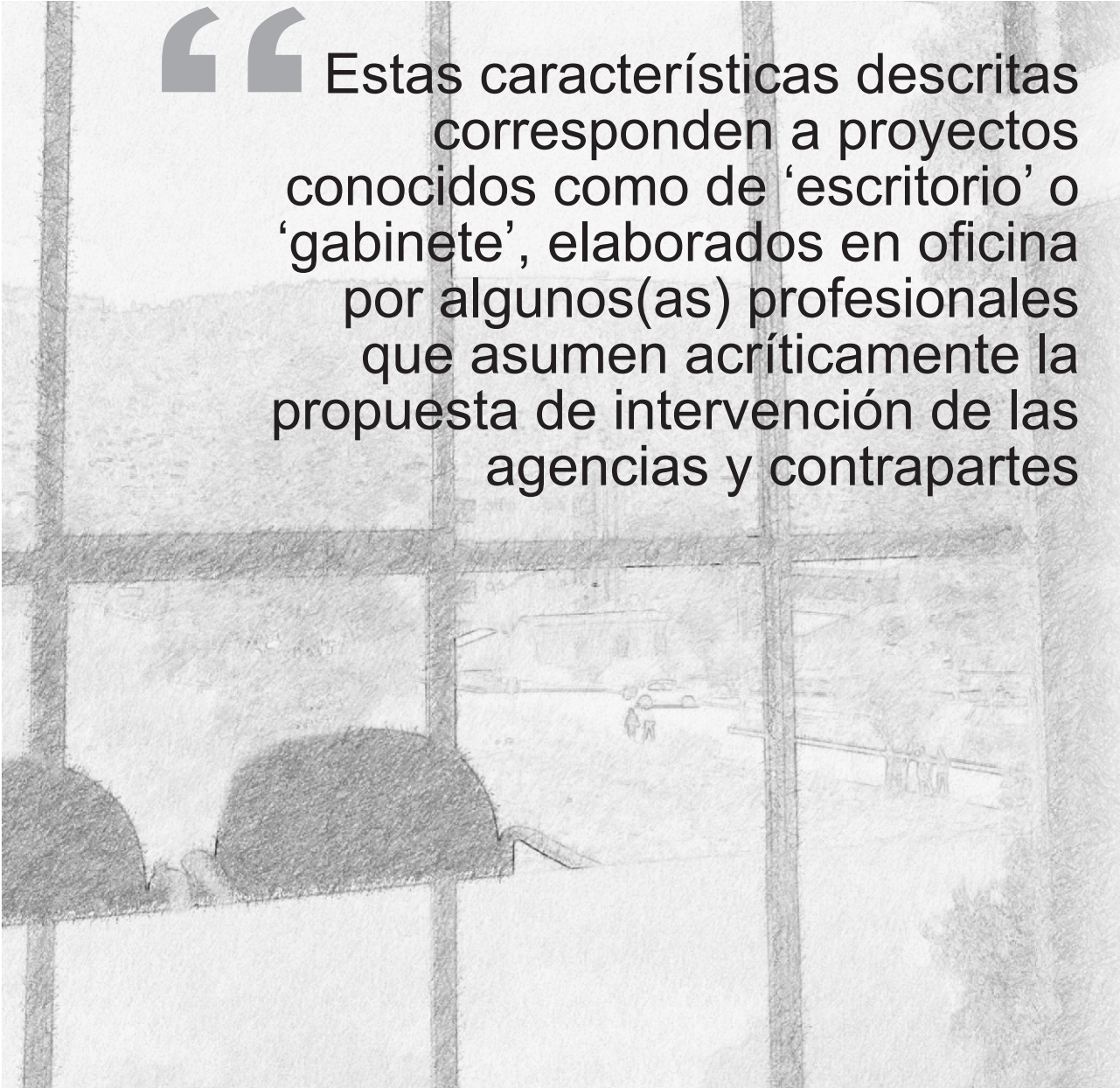
A inicios del año 2014 participé como asistente a la presentación de un proyecto sobre escuela de liderazgo juvenil, e incluso alcancé algunas recomendaciones a la agencia cooperante y contrapartes para que se comprenda a la comunicación como un proceso de diálogo y no así como un instrumento difusionista. Asimismo, debido a mi formación y experiencia profesional, y como ciudadano, estaba atento a los espacios de comunicación, prensa y similares para tomar conocimiento de sus actividades y aportar con el acostumbrado granito de arena; sin embargo, no tuve la oportunidad de tomar conocimiento de acciones afines al proyecto. Sólo hace tres semanas (después de un año) me enteré que el proyecto está siendo sistematizado para su socialización y abogacía ante 'actores claves', seguramente... con la finalidad de que la comunidad ahora sí apoye, asuma como suyo o recién se 'apropie' del proyecto, la refinance alguna cooperante o entidad regional y se retome la ejecución del proyecto.

Igualmente, hace dos semanas tomé conocimiento, a través de un informativo radial local, de un proyecto para el fortalecimiento de la gestión educativa, proyecto que tiene programado intervenir en algunas instituciones educativas de la provincia. Al día siguiente de la emisión solicité a la ONG implementadora la información referente al proyecto. A la fecha, no he recibido respuesta.

Por lo expuesto, en el marco del ejercicio ciudadano, he solicitado a las instituciones correspondientes conocer y/o acceder al proyecto en referencia para una mayor comprensión del problema y la resolución que han propuesto; asimismo, contribuir con un granito de arena a los objetivos de los proyectos, sea como ciudadano, profesional e institucional (Asociación de Comunicadores Sociales Communicare); no obstante, en algunos casos, han transcurrido años, meses, semanas, días y aún estoy esperando una respuesta, desatención que ha motivado la redacción del presente artículo.

¿Quiénes identifican, recrean y/o facilitan espacios de comunicación para que las personas y/o comunidades se apropien de los proyectos y/o programas?

Dependiendo de la naturaleza e intereses de las agencias cooperantes, al igual que de las contrapartes, y la formación



“ Estas características descritas corresponden a proyectos conocidos como de ‘escritorio’ o ‘gabinete’, elaborados en oficina por algunos(as) profesionales que asumen acríticamente la propuesta de intervención de las agencias y contrapartes

profesional de los comunicadores(as) sociales tendremos a aquellas instituciones y/o comunicadores(as) sociales con intervenciones, formación, investigación y/o experiencias en Comunicación para el desarrollo, respectivamente.

Instituciones y/o profesionales que aprendieron de la experiencia, de los aciertos y desaciertos, de los errores y fracasos, particularmente aquellos que intervienen con honestidad, aquellos que perseveraron en la resolución de los problemas, aquellos que tienen la convicción de que si es posible construir conjuntamente una sociedad donde prime el bienestar social.

Profesionales que diseñan, implementan y evalúan los proyectos conjuntamente con la comunidad, proceso que permite a la comunidad y/o población beneficiaria apropiarse del proyecto, reconocer que la identificación del problema y la resolución de la misma se deben a ellos y ellas.

Políticas de comunicación para el desarrollo

Desde la perspectiva de la Comunicación para el desarrollo y/o enfoque de Derechos Humanos, en los proyectos descritos y afines, la comunidad (provincia, distrito, etc.) y la población beneficiaria (niños, niñas, adolescentes, jóvenes, etc.) deben tomar conocimiento oportunamente y

participar (directa e indirectamente) de esta intervención, desde la identificación del problema, diseño, implementación y evaluación del proyecto. A este proceso Alfonso Gumucio Dagron, experto en Comunicación para el desarrollo, lo denomina 'apropiación' del desarrollo.

Por lo tanto, la misma concepción debe estar clara para las agencias cooperantes y contrapartes. Como refiere Gabriela Malo, World Food Programme, la Comunicación para el desarrollo permite "(...) entender más allá de lo que es la simple información, entender las necesidades de las personas para las que trabajamos, entender las formas en se comunican, entender cómo a través de la comunicación podemos aportar a los resultados de nuestro programa" (BTC BELGIAN DEVELOPMENT AGENCY, 2012).

Una comunicación vinculada con los modelos de desarrollo vigente

"(...) articulador de encuentros y procesos de diálogo, a través del cual es posible generar confianza, disensos y consensos, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir, aprender y planear acciones de cambio para promover el desarrollo humano. (...) Esto es posible incorporando en los proyectos de desarrollo un componente comunicacional que reconozca la participación de las personas y

comunidades como agentes de cambio y al diálogo democrático como elementos fundamentales para el desarrollo humano; es decir, una comunicación vinculada con los modelos de desarrollo vigente" (Ayala, 2014).

Referencia:

BTC BELGIAN DEVELOPMENT AGENCY (2012). Comunicación para el desarrollo - Taller C4D - Quito, Ecuador. [Videograbación]. Quito, Ecuador: productora CTB. Consulta: 26 de marzo de 2015. <<https://www.youtube.com/watch?v=uc5Mp qfnZvA>>

AYALA, Cynthia (2014). LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN EL PLAN DE INCIDENCIA POLÍTICA Y PROGRAMA MI COMUNIDAD IMPLEMENTADO POR EL CRAJPEA DURANTE LOS AÑOS 2011 Y 2012 EN LA CIUDAD DE AYACUCHO. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Perú: Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación.

ASOCIACIÓN DE
COMUNICADORES
SOCIALES



communicare
Comunicación para el desarrollo humano y social