

COMMUNICARE

revista

ISSN 2415-2102

año 01 / nro. 03

Jul - Set 2016



**INVESTIGACIÓN,
ARTÍCULO Y REVISTA
CIENTÍFICA(II)**



ASOCIACIÓN DE
COMUNICADORES
SOCIALES



Communicare
Comunicación para el desarrollo humano y social

COMMUNICARE

revista

ISSN 2415-2102

año 01 / nro. 03

Jul - Set 2016

Director

César Mariano Beltrán Gutiérrez

Asistente de Editor

Cynthia Ayala Aybar

Colaboradores:

Efraín Quispe Zarate

Marco Segovia Guzmán

Diseño y diagramación/
Fotografía e ilustración:
César M. Beltrán Gutiérrez

Contacto:

comunicador_social@yahoo.es

 /Communicare Perú

© **ACS Communicare, 2016**

La revista Communicare, Año 01/No. 03 (julio - setiembre de 2016), es una publicación trimestral, editada y publicada por las áreas de Investigación y Producción de medios de la Asociación de Comunicadores Sociales COMMUNICARE (ACS Communicare), con sede en Perú.

El contenido de los artículos publicados es responsabilidad de cada autor(a) y no necesariamente representa el punto de vista de la ACS Communicare.

La ACS Communicare es una asociación civil sin fines de lucro, inscrita en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos con Partida N° 275-2010.

El acceso a la revista es gratuita a través de la web institucional de la ACS Communicare: <www.communicare.jimdo.com>

Contenido

Editorial

*Excelencia versus mediocridad
en la formación y ejercicio profesional
del comunicador(a) social* 06-11

Hechos

César Mariano Beltrán Gutiérrez 12-19
*Comunicadores(as) en ‘negociazos’ con plazas CAS
AUSENCIA DE INTEGRIDAD MORAL (I)
Repensar la formación humanística en las universidades*

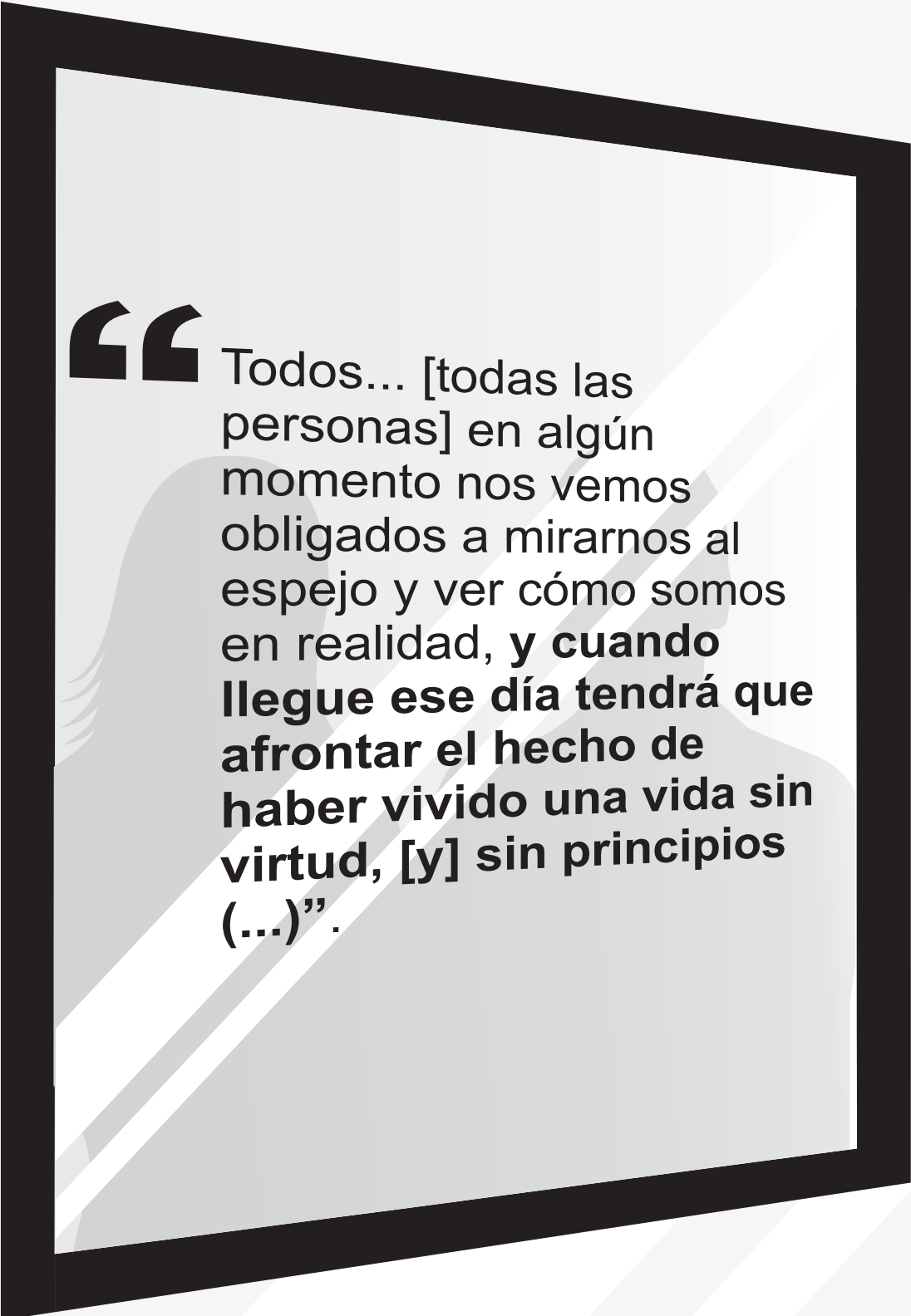
Experiencias / Buenas prácticas / Entrevistas

Efraín Quispe Zarate 20-25
*Radio comunitaria Santillana:
Una radio para la salud y el desarrollo*

iCom

Marco Segovia Guzmán 26-31
El valor Comunicacional y la gestión de la RSE

César Mariano Beltrán Gutiérrez 32-37
*Buenas prácticas de comunicación científica
INVESTIGACIÓN, ARTÍCULO Y REVISTA CIENTÍFICA (II)
ESTRATEGIAS PARA PUBLICAR UN ARTÍCULO CIENTÍFICO*



“ Todos... [todas las personas] en algún momento nos vemos obligados a mirarnos al espejo y ver cómo somos en realidad, **y cuando llegue ese día tendrá que afrontar el hecho de haber vivido una vida sin virtud, [y] sin principios (...)**” .

Editorial

Excelencia versus mediocridad en la formación y ejercicio profesional del comunicador(a) social

Los editoriales de la revista *Communicare* están enmarcados en sus siguientes objetivos: compartir conocimientos, aprendizajes y reflexiones sobre los aportes de las Ciencias de Comunicación y de quienes la ejercen; compartir experiencias a favor del desarrollo humano, social y sostenible del país; compartir experiencias sobre el fortalecimiento de la identidad y dirección corporativa de las organizaciones; compartir experiencias de desarrollo profesional, formación humanística y desarrollo del pensamiento crítico; asimismo, reconocer y valorar el desempeño ético y competitivo, el aprendizaje reflexivo, el liderazgo, la creatividad, la innovación, la visión integral y estratégica, y el análisis crítico para el diseño, la implementación y la evaluación del componente comunicacional; reflexionar sobre la sensibilidad humana y las diferentes facetas del Comunicador(a) social, y la importancia de vivir en principios y valores universales, el respeto por los

Derechos Humanos, el respeto por la naturaleza, etc.; es decir, encaminados hacia la excelencia profesional, mejora continua, identificación, compromiso, vocación y responsabilidad; por lo tanto, el presente editorial debería continuar encaminado a los objetivos descritos; sin embargo, esta última semana del mes de setiembre (2016), un hecho en particular de un grupo de comunicadores(as) sociales ensombrece el desempeño de quienes ejercen la profesión con dignidad humana, de quienes viven en principios y valores universales, respetuosos de los Derechos Humanos y la Naturaleza, entre otras cualidades humanas. ¿Habrá que añadir un objetivo más como exponer indicios y/o evidencias de presuntas prácticas deshonestas, faltas administrativas y/o delitos de corrupción de comunicadores(as)?

El hecho particular se describe en uno de los artículos contenidos en la presente edición; no obstante, amerita en esta oportunidad una

autocrítica introductoria sobre el ejercicio profesional de los comunicadores(as) sociales.

¿Por qué hemos elegido la carrera Ciencias de la Comunicación?

Además de las respuestas personal y social de cada uno(a), hemos elegido Ciencias de la Comunicación —en sus diversas especialidades: Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa, Marketing y Publicidad, Producción Audiovisual y Diseño Gráfico, Artes Escénicas, Periodismo, etc.— para diseñar, implementar y evaluar planes y/o estrategias de comunicación; para gestionar con transparencia, honestidad y efectividad una comunicación participativa en los programas y proyectos sociales, así como gestionar la identidad y dirección corporativa en un entorno cambiante y competitivo, en el marco de una vida en principios y valores universales (Justicia, paz, honestidad, coherencia, magnanimidad, responsabilidad, compromiso, respeto, bondad, servicio, etc.), respetuosos de los Derechos Humanos y la Naturaleza, y demás cualidades humanas; elegimos Ciencias de la Comunicación para generar conocimiento científico ético a favor del desarrollo humano, social y sostenible de las regiones y el país; establecer sinergias multisectoriales para la consecución efectiva de los objetivos y resultados institucionales; asimismo, para un pertinente y oportuno ejercicio de ciudadanía y Responsabilidad social

con dignidad humana, integridad moral, competencia y excelencia profesional y ética.

¿Cómo explicar el desempeño individual y grupal de algunos comunicadores(as) sociales al margen de la ética profesional y/o estar inmersos en prácticas deshonestas, faltas administrativas y/o delitos de corrupción?

Como se ha podido observar, las competencias (capacidades y habilidades) del comunicador(a) social las hemos recibido de las universidades y demás espacios académicos (talleres, especializaciones, diplomados, maestrías, etc.), una que otra institución académica probablemente se haya ocupado también de la formación humanística. Entonces, ¿Cómo explicar el desempeño individual y grupal de algunos comunicadores(as) sociales al margen de la ética profesional y/o estar inmersos en prácticas deshonestas, faltas administrativas y/o delitos de corrupción? Muchas serían también las respuestas, empezando por la carencia de una educación en valores (Honestidad, coherencia, magnanimidad, compromiso, servicio, responsabilidad, vocación, etc.) en el entorno familiar, una ausente o débil formación humanística en las universidades y/o carencia de docentes referentes en competencia profesional y solvencia moral, el alto nivel de corrupción generalizada en las

¿Qué ‘valores’ o antivalores guían a estos comunicadores(as) sociales carentes de competencia profesional y solvencia moral?

A quienes han ensombrecido el ejercicio profesional de los comunicadores(as) sociales, al parecer, ningún valor; pero sí se puede deducir que los guía la ambición y la codicia por lo material sin importar dañar y/o ‘atropellar’ la dignidad humana de las personas con el único objetivo egocéntrico de satisfacer su megalomanía, buscar un reconocimiento social, prestigio y avanzar un escalón más en el mundo laboral.

instituciones públicas, la naturalización de las prácticas deshonestas y delictivas en los centros laborales, la ‘viveza’, etc.

Al respecto, basta un análisis general para determinar cómo algunos comunicadores(as) estarían incurriendo en presuntas faltas administrativas, e incluso delitos contra la administración pública, la cual se podrá concluir a partir de la lectura de uno de los artículos contenidos en la presente edición; a ello se suman los silencios, las indiferencias y/o complicidades de algunos comunicadores(as) ante estos hechos.

Se podría comprender la incompetencia, la ineficiencia, la ineficacia, la carencia de experiencia profesional, la carencia de sustentos y/o fundamentos teóricos, etc. en el diseño, implementación y evaluación de las estrategias de comunicación; no obstante, se debe rechazar todo ejercicio profesional al margen de la ética profesional, al margen de Ley del Código de Ética de la Función Pública y al margen de las normas jurídicas; asimismo, exponer aquellas evidencias de presuntas faltas administrativas y/o delitos contra la administración pública, lo contrario es ser cómplice.

¿Qué ‘valores’ o antivalores guían a estos comunicadores(as) sociales carentes de competencia profesional y solvencia moral?

A quienes han ensombrecido el ejercicio profesional de los

comunicadores(as) sociales, al parecer, ningún valor; pero sí se puede deducir que los guía la ambición y la codicia por lo material sin importar dañar y/o ‘atropellar’ la dignidad humana de las personas con el único objetivo egocéntrico de satisfacer su megalomanía, buscar un reconocimiento social, prestigio y avanzar un escalón más en el mundo laboral.

¿Cuáles son los principios y valores que deberían guiar a un comunicador(a) social con competencia profesional y solvencia moral?

Primero: llevar una vida con dignidad humana; es decir, respetar los Derechos Humanos de todas las personas, en el marco del derecho a la igualdad; respetar la autonomía e independencia personal y de las personas en general; vivir con integridad moral, etc.

Segundo: Vivir en principios y valores universales (Justicia, paz, honestidad, coherencia, magnanimidad, compromiso, decencia, sana diversión, fidelidad, gratitud, servicio, etc.).

Tercero: Ejercer ciudadanía y Responsabilidad social.

**Una lección final:
HONESTIDAD E INTEGRIDAD**

“Todos... [todas las personas] en algún momento nos vemos obligados a mirarnos al espejo y ver cómo somos en realidad, y cuando llegue ese día tendrá[n] que afrontar el

hecho de haber vivido una vida sin virtud, [y] sin principios (...)” (Lección de honor, 2012).

Integridad

Lección de honor

«**PROFESOR:**

¿Quién era el 'pobre individuo' que le decía las respuestas?

ESTUDIANTE:

Un 'pobre individuo' que le di 'algunos billetes' y un buen filete. Confío [profesor] en que esto quede entre nosotros como siempre. Confío que así será.

PROFESOR:

Quiere decir [usted] que no salga y... lo acuse de mentiroso y tramposo. No, no... Soy tu profesor..., [a usted] le he fallado... como profesor.

Pero si me permite voy a darle... una lección.

Todos... [todas las personas] en algún momento nos vemos obligados a mirarnos al espejo y ver cómo somos en realidad, y cuando llegue ese día tendrá que afrontar el hecho de haber vivido una vida sin virtud, sin principios. Y le compadezco por ello. Fin de la clase.

ESTUDIANTE:

Que quiere que le diga profesor... **Sinceramente, a quién de afuera... le importa sus principios y virtudes. Por ejemplo, usted ¿Qué ha conseguido en la vida?. Yo vivo en el mundo real, el de la gente que sabe cómo conseguir lo que quiere, y si hay que mentir y engañar no importa**, de modo que voy a salir ahí y voy a ganar... (...) Quizá luego me preocupe por contribuir en algo» (Lección de Honor, 2002).

Des

Deshonor

Comunicadores(as)

AUSENCIA DE

S/.

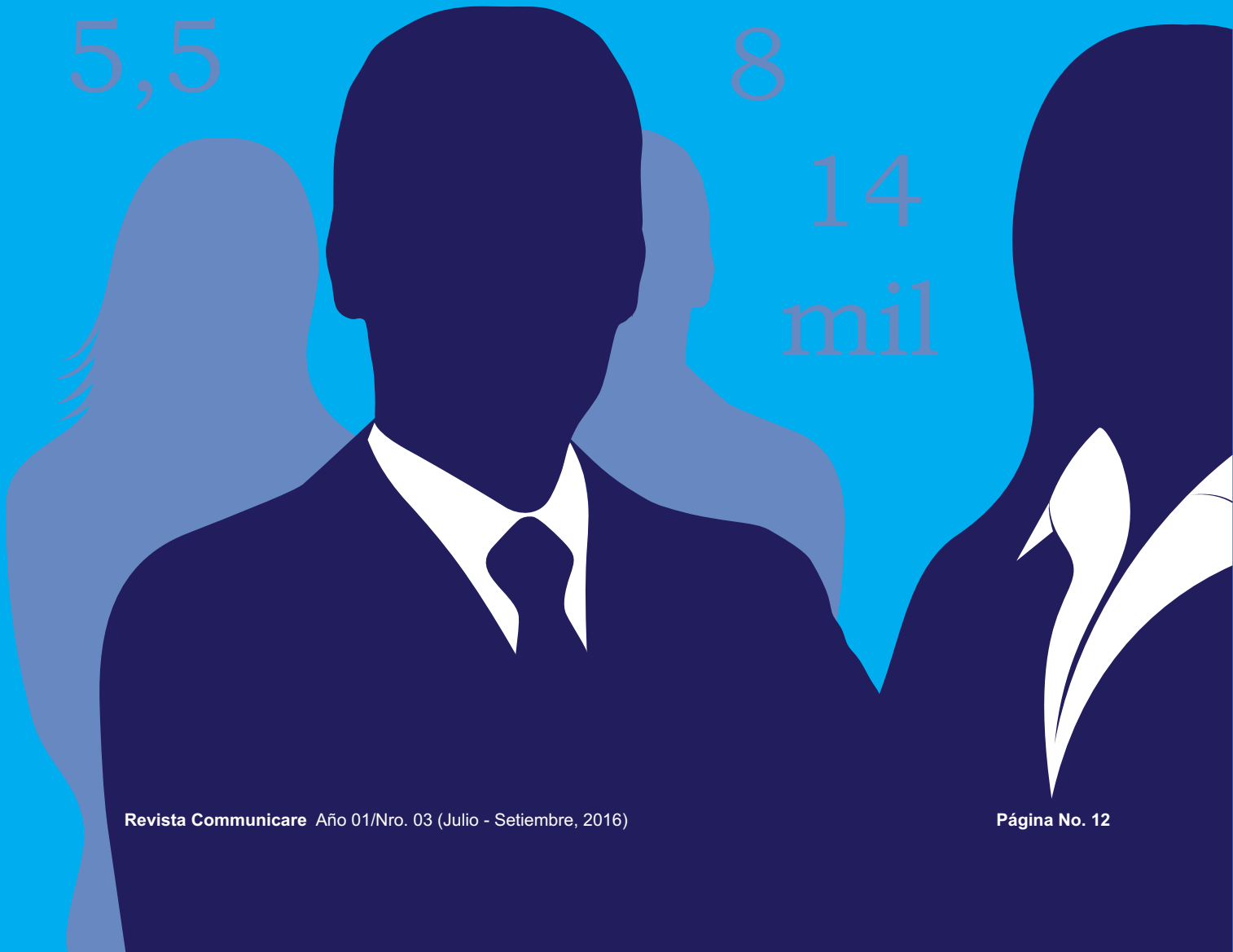
Repensar la forma

5,5

8

14

mil



s) en 'negociazos' con plazas CAS

INTEGRIDAD MORAL (I)

ción humanística en las universidades

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



Si en la década del noventa los 'vladivideos' mostraban el nivel de corrupción del gobierno, en complicidad con "Representantes del Congreso de la República, miembros del Poder Judicial, del Jurado Nacional de Elecciones, de las Fuerzas Armadas y Policiales, jefes de medios de comunicación (...) (Cameron y Maxwell, 2002; Degregori, 2000)" (PCM, 2012: 6); y en el 2005, los 'petroaudios'; actualmente, son los 'morenoaudios' que dejan entrever el 'negociazo' con la salud pública de millones de peruanos, en perjuicio de niños,

niñas, mujeres y ancianos que viven en pobreza y pobreza extrema al interior de las regiones y comunidades del país.

¿Por qué esta introducción de análisis comparativo general sobre la corrupción de los gobiernos de turno? Porque generalmente la atención de la prensa y la opinión pública se han enfocado y se enfocan en la gran corrupción de las altas esferas del gobierno de turno, donde se encuentran inmersos presidentes, asesores, primera dama, congresistas, lobistas, y otros, hasta los gobiernos regionales y locales, e institucionales; y se ha minimizado a la pequeña corrupción donde se encuentran inmersos funcionarios

y/o servidores públicos, entre ellos comunicadores(as) sociales con formación académica.

La pequeña y gran corrupción

Primero ¿Qué es la corrupción? Para la Comisión de Alto Nivel Anticorrupción (CAN, 2013: 7), la corrupción “(...) es la desviación del ejercicio de la función pública hacia el interés particular”. Para los fines del Plan de Nacional de Lucha Contra la Corrupción 2012 – 2016, es el “uso indebido del poder para la obtención de un beneficio irregular (...) a través de la violación de un deber de cumplimiento, en desmedro de la legitimidad de la autoridad y de los derechos fundamentales de la persona” (PCM, 2012: 4). Desde la perspectiva internacional, es el “abuso de un cargo público en beneficio de un interés privado” (OECD, 2009; Anwar, 2007; Dye, 2007 UNODC, 2004; en PCM, 2012: 13). En síntesis, la corrupción se podría definir como el uso y abuso del poder del Estado y/o de la función pública para beneficios personales o intereses de grupos; asimismo, debido al carácter heterogéneo y complejo de la corrupción, y para facilitar la elaboración de mecanismos de fiscalización y tipificación de los delitos, la corrupción se divide en pequeña y gran corrupción.

Segundo, generalmente la gran corrupción está relacionado con los “(...) grandes abusos de poder, violación sistemática de la legalidad, inestabilidad económica y desconfianza en la institucionalidad

formal del gobierno” (PCM, 2012: 13), es decir, la captura del Estado; mientras que la pequeña corrupción o “corrupción administrativa” está concentrada en las “esferas locales de la administración pública, en el acceso a servicios, en la relación con los ciudadanos” (Mujica, 2011; 2009; en PCM, 2012: 15), en las oficinas y/o dependencias, donde están involucrados “(...) personal administrativo y funcionarios de mediano y bajo rango (Anwar, 2006; UNODC, 2004; en PCM, 2012: 14); es decir, está enfocado en la actuación procedimental de los servidores públicos, entre ellos comunicadores(as) sociales con formación académica.

Comunicadores(as) en ‘negociazos’ CAS

El ‘negociazo’ conocido a través de los ‘morenoaudios’ traen a la memoria, a quienes viven en principios y valores universales (Justicia, honestidad, coherencia, servicio, etc.), los niveles de corrupción en los gobiernos de turno y la administración pública, y generan indignación.

Pero en esta oportunidad, la indignación debería ser mayor para las y los egresados en Ciencias de la Comunicación, Comunicación Social, Comunicación para el Desarrollo y/o áreas afines —de las regiones del país— porque los ‘negociazos’ se estarían dando también en los Contratos Administrativos de Servicios (CAS), Locación de servicios, entre otras modalidades, para la selección de

¿Quiénes formarían parte de esta red?

Comunicadores(as) sociales que estarían trabajando bajo las modalidades CAS, Locación de servicios, etc., —y entorno de compañeros(as) de estudios, amigos(as) y conocidos— que habrían capturado y estarían copando las diferentes dependencias, oficinas y/o áreas de Comunicación del Estado, desde la Presidencia del Consejo de Ministros hasta los ministerios.

“ (...) desde la perspectiva deontológica y axiológica, un comunicador(a) social con dignidad humana, principios y valores universales y solvencia moral se abstendría de participar como miembro de una Comisión de evaluación; e igualmente, las y los postulantes, incluso en el marco de la amistad y/o compañerismo laboral recomendarían a la comisión transparencia, independencia, honestidad, etc. en el proceso en general.”

comunicadores(as). Sí, ‘negociazos’ pero no necesariamente por asesores de gobierno ni en perjuicio de las poblaciones vulnerables del país, sino por un ‘grupo’ de comunicadores(as) sociales que carecen de dignidad humana, principios y valores universales, y solvencia moral.

¿Quiénes formarían parte de esta red?

Comunicadores(as) sociales que estarían trabajando bajo las modalidades CAS, Locación de servicios, etc., —y entorno de compañeros(as) de estudios, amigos(as) y conocidos— que habrían capturado y estarían copando las diferentes dependencias, oficinas y/o áreas de Comunicación del Estado, desde la Presidencia del Consejo de Ministros hasta los ministerios.

Por otra parte, desde la perspectiva deontológica y axiológica, un comunicador(a) social con dignidad humana, principios y valores universales y solvencia moral se abstendría de participar como miembro de una Comisión de evaluación; e igualmente, las y los postulantes, incluso en el marco de la amistad y/o compañerismo laboral recomendarían a la comisión transparencia, independencia, honestidad, etc. en el proceso en general.

¿Cómo se estarían dando estos ‘negociazos’ CAS?

Hipótesis 1: Estos ‘negociazos’ CAS

se estarían dando a través de la (auto) selección de comunicadores(as) que forman parte de este ‘grupo’ de comunicadores(as) que habrían capturado y estarían copando las diferentes dependencias, oficinas y/o áreas de Comunicación del Estado, desde la Presidencia del Consejo de Ministros hasta los ministerios.

Hipótesis 2: Estos ‘negociazos’ CAS se estarían dando a través del direccionamiento en la selección de comunicadores(as) que forman parte de este ‘grupo’ de comunicadores(as) que habrían capturado y estarían copando las diferentes dependencias, oficinas y/o áreas de Comunicación del Estado, desde la Presidencia del Consejo de Ministros hasta los ministerios.

Hipótesis 3: Estos ‘negociazos’ CAS se estarían dando a través de la declaración de desierta las plazas para futuras (auto) selecciones o direccionamientos en la selección de comunicadores(as) que forman parte de este ‘grupo’ de comunicadores(as) que habrían capturado y estarían copando las diferentes dependencias, oficinas y/o áreas de Comunicación del Estado, desde la Presidencia del Consejo de Ministros hasta los ministerios.

Hipótesis 4: Estos ‘negociazos’ CAS se estarían dando a través de la declaración de desierta las plazas para generar la contratación por Locación de Servicios y designar a quienes forman parte de este ‘grupo’ de comunicadores(as) que habrían

/ COMUNICADORES(AS) EN 'NEGOCIAZOS' CON PLAZAS CAS

capturado y estarían copando las diferentes dependencias, oficinas y/o áreas de Comunicación del Estado, desde la Presidencia del Consejo de Ministros hasta los ministerios.

Hipótesis 5: Estos 'negociazos' CAS se estarían dando a través del direccionamiento o declarando la convocatoria desierta para la selección de 'comunicadores(as)' del entorno de compañeros(as) de estudios, amigos(as) y/o conocidos de este 'grupo' de comunicadores(as) que habrían capturado y estarían copando las diferentes dependencias, oficinas y/o áreas de Comunicación del Estado, desde la Presidencia del Consejo de Ministros hasta los ministerios.

¿Cuál es la garantía de la transparencia, honestidad, objetividad e independencia de éstos y los próximos procesos CAS?

De acuerdo a los hechos recientes... ninguna.

Pruebas al canto
[Próxima edición]

REFERENCIAS:

ACS COMMUNICARE (2016). "Cambios a los modelos ineficientes de las instituciones del Estado". Comunicare. Perú, año 1, número 2. Publicado el 27 de julio de 2016. Consulta: 30 de setiembre de 2016. <[http://communicare.jimdo.com/2016/07/27/cambios-a-los-modelos-](http://communicare.jimdo.com/2016/07/27/cambios-a-los-modelos-ineficientes-de-las-instituciones-del-estado/)

[ineficientes-de-las-instituciones-del-estado/](http://communicare.jimdo.com/2016/07/27/cambios-a-los-modelos-ineficientes-de-las-instituciones-del-estado/)>

CAN (2013). Manual del denunciante. Empoderando al ciudadano. Comisión de Alto Nivel Anticorrupción. Consulta: 30 de setiembre de 2016. <[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/35182E8DACC673BC05257D71006E1BA0/\\$FILE/1_pdfsam_Manual_del_Denunciante_CAN.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/35182E8DACC673BC05257D71006E1BA0/$FILE/1_pdfsam_Manual_del_Denunciante_CAN.pdf)>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA (2002). Ley N° 27815. Ley del Código de Ética de la Función Pública. Comisión Permanente del Congreso de la República. Consulta: 30 de setiembre de 2016. <https://www.migraciones.gob.pe/informacion/ley_codigo_etica_funcion_publica.pdf>

COMISIÓN DE ALTO NIVEL ANTICORRUPCIÓN (CAN ANTICORRUPCIÓN) (2013). Manual del Denunciante. Empoderando al ciudadano. Comisión de Alto Nivel Anticorrupción. Coordinación General de la CAN Anticorrupción. Consulta: 30 de setiembre de 2016. <[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/35182E8DACC673BC05257D71006E1BA0/\\$FILE/1_pdfsam_Manual_del_Denunciante_CAN.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/35182E8DACC673BC05257D71006E1BA0/$FILE/1_pdfsam_Manual_del_Denunciante_CAN.pdf)>

LA REPÚBLICA (2016). «PCM aclara convocatoria CAS acusada de ser "dirigida"». Publicado el 29 de setiembre de 2016 | 16:20 h. Consulta: 29 de setiembre de 2016. <<http://larepublica.pe/sociedad/80>

/ COMUNICADORES(AS) EN 'NEGOCIAZOS' CON PLAZAS CAS

7426-pcm-aclara-convocatoria-cas-
acusada-de-ser-dirigida>

PCM (1991). DECRETO
LEGISLATIVO N° 635. Código Penal.
Consulta: 60 de setiembre de 2016.
<<http://spij.minjus.gob.pe/CLP/contenidos.dll?f=templates&fn=default-codpenal.htm&vid=Ciclope:CLPdemo>
>

PCM (2012). DECRETO SUPREMO
N° 119-2012-PCM. Aprueban Plan
Nacional de Lucha Contra la
Corrupción 2012-2016. Publicado en
el diario "El Peruano". Lima, domingo
9 de diciembre de 2012. Consulta:
30 de setiembre de 2016.
<<http://www.pcm.gob.pe/normaslegales/2012/DS-119-2012-PCM.pdf>>

PCM (2016). Proceso CAS N° 072-
CAS-2016-PCM-ORH. Secretaría
General. Oficina General de
Administración. Consulta: 29 de
setiembre de 2016.
<<http://www2.pcm.gob.pe/convocatoriaAdm/procesos/S952016.pdf>>

PCM (2016b). COMUNICADO.
Proceso CAS N° 072-CAS-2016-PCM-
ORH. Secretaría General. Oficina
General de Administración.
Consulta: 29 de setiembre de 2016.
<<http://www2.pcm.gob.pe/convocatoriaAdm/procesos/C952016.pdf>>

Radio comunitaria Santillana
Una radio para la salud
y el desarrollo

Efraín
Quispe Zarate



Testimonios



El principal problema que tiene Santillana en los niños es la anemia y la desnutrición eso es lo que nos está atacando demasiado, entonces a través de esta radio combatiremos esas enfermedades...”. (Rafael Calixto Cabezas – Presidente de la Asociación de Promotores de Salud del Distrito de Santillana).

“Referido a jóvenes uno de los problemas es el embarazo adolescente. Creo que los jóvenes como yo no están muy orientados para una sexualidad saludable y por eso se dan muchos embarazos, también hay alcoholismo, drogadicción más que nada en los jóvenes. Si tuviera un programa tocaría los temas y siendo jóvenes tenemos que informarnos sobre los problemas que hay para no cometer los errores”. (Estudiante del 4to año de la Institución Educativa José Santos Figueroa).”

En agosto del 2015, el consorcio conformado por Prisma ONG, Álicorp, Fondo de las Américas y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias – AMARC dieron inicio a la implementación del Proyecto Radio Comunitaria Santillana en Acción (Agosto 2015 – Mayo 2016) para mejorar el conocimiento de las familias en temas de salud y nutrición de los niños, niñas del distrito, para ello, se ha empleado la radio con el fin de promover una comunicación participativa y articulada con instituciones públicas, privadas y la sociedad civil.

Según el Sistema de Información del Estado Nutricional de niños menores de

cinco años que acceden al establecimiento de salud, el Instituto Nacional de Salud (INS) señala que durante el 2014, en el distrito de Santillana un 42% Niños menores de 5 años presentaron Desnutrición Crónica y el 84% niños(as) menores de 3 años presentaron Anemia (DIRESA, s.f.).

El proyecto a través de la implementación del plan comunicacional ha contemplado entre otras actividades, la creación y fortalecimiento del Comité de Gestión de Radio Comunitaria Santillana; la elaboración del expediente técnico de la radio para su gestión ante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones - MTC; Radio Santillana

equipada e instalada; Colectivo de Comunicadores Comunitarios conformado y produciendo programas radiales.

En este sentido luego de una serie de procesos de asistencia técnica mediante Resolución de Alcaldía N° 246-2015-MDS/A con fecha 23 de Setiembre del 2015 se aprueba la necesidad de declarar de prioridad la creación de una Radio Comunitaria en el distrito de Santillana – Huanta – Ayacucho para contribuir a la salud y el desarrollo humano y el cambio social.

Asimismo mediante Resolución de Alcaldía N°255-2015-MDS/A se conforma la Junta Directiva del Comité de Gestión de Radio Comunitaria en el distrito de Santillana 2015- 2017, integrado de la siguiente manera: Presidente: Alcalde de la Municipalidad distrital de Santillana; Vicepresidente: Presidente de la Asociación de Promotores de Salud del distrito de Santillana; Secretario Actas: Director de la Institución Educativa José Santos Figueroa; Tesorero: Jefe del Centro de Salud San José de Secce y como Fiscal el Gobernador del distrito de Santillana.

Por otro lado, la asistencia técnica brindado al Colectivo de Comunicadores Comunitarios por parte de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias – AMARC ha sido fundamental para desarrollar capacidades, habilidades y destrezas en producción y emisión radial a los equipos de producción de la Municipalidad distrital de Santillana; Centro de Salud; Promotores de Salud; Club de madres, Adolescentes, jóvenes, adultos, etc.; con énfasis en temas de



“ (...) es una radio comunitaria que promueve la expresión intercultural bilingüe con información, participación, entretenimiento y la concertación, apoyando a través de la producción y emisión de productos comunicacionales contextualizados con énfasis en hábitos saludables para que los niños y niñas estén bien alimentados, nutridos y tengan las mismas oportunidades”.



Celia Cisneros y Leocadia Palomino Guerra en plena práctica en el estudio de Radio Santillana, programa *Apafam Willarikamun*.

salud (Nutrición y alimentación saludable).

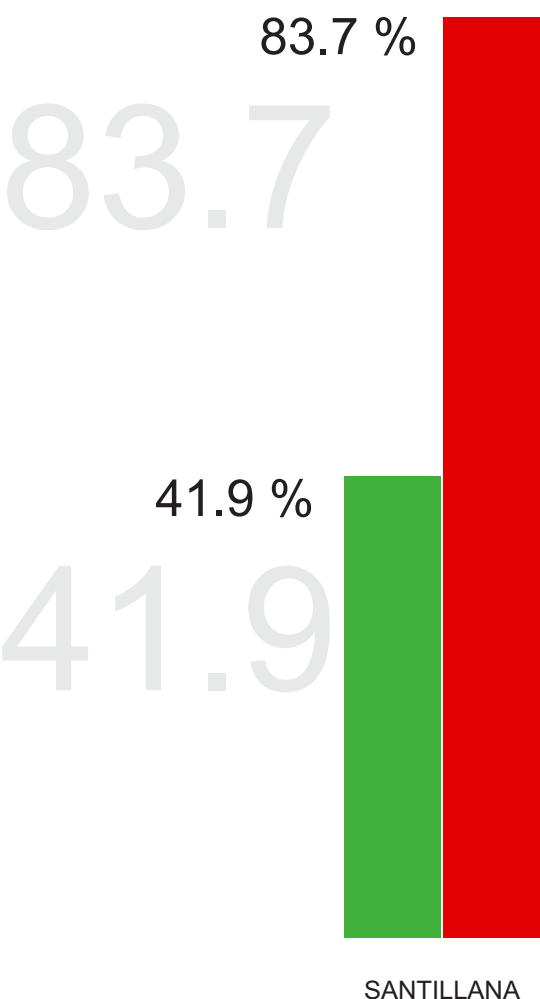
Para la Asociación Mundial de Radios Comunitarias - AMARC la radio comunitaria es definida a partir de tres aspectos: no tiene como objetivo ganar dinero (pero necesita dinero para sostenerse), la comunidad tiene el control de la emisora y está caracterizada por la participación de toda la comunidad.

Bajo esta lógica Radio Santillana es una radio comunitaria que promueve la expresión intercultural bilingüe con información, participación, entretenimiento y la concertación, apoyando a través de la producción y emisión de productos comunicacionales contextualizados con énfasis en hábitos saludables para que los niños y niñas estén bien alimentados, nutridos y

tengan las mismas oportunidades.

Para ello se ha venido generando las condiciones y alianzas estratégicas con la Unidad de Gestión Educativa Local Huanta, la Municipalidad distrital de Santillana; Centro Salud Santillana; Asociación de Promotores de Salud Santillana – APROMSA Santillana; Institución Educativa José Santos Figueroa y por intermedio de la Asociación Benéfica Prisma se ha realizado la gestión ante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones para su incorporación de San José de Secce al Plan de Canalización y Asignación de Frecuencias del Servicio de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada (Viceministerio de Comunicaciones, 2016).

Según la Ley de Formalización y promoción de empresas de radiodifusión



El 42% de niños menores de 5 años del distrito de Santillana (Huanta, Ayacucho) presentaron desnutrición crónica; mientras que el 84% niños(as) menores de 3 años presentaron anemia (INS, 2014; en DIRESA, s.f.).

comunitaria de radio y televisión, Ley N° 30216 la Radiodifusión Comunitaria.- Es aquella cuyas estaciones están ubicadas en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de preferente interés social. Su programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integración nacional.

El estudio de Radio Santillana se encuentra ubicado en el local de la Asociación de Promotores de Salud – APROMSA Santillana y la planta de transmisión en propiedad de la UGEL Huanta donde viene funcionando la institución educativa José Santos Figueroa en San José de Secce capital del distrito de Santillana – Huanta-Ayacucho.

El trámite ante el MTC para contar con la licencia de funcionamiento de radio Santillana se ha iniciado con el apoyo de Prisma ONG (MTC, 2016).

Asimismo, la Municipalidad distrital de Santillana en el Presupuesto participativo 2016 ha aprobado la incorporación en el Presupuesto Inicial de Apertura del 2017 la implementación del Proyecto: promoviendo el tratamiento adecuado de las prácticas y entornos saludables para el cuidado infantil en las comunidades del distrito de Santillana a través de Radio Comunitaria Santillana.

La necesidad de contar con una radio comunitaria para integrar y articular con las instituciones públicas, privadas, organizaciones y la sociedad civil bajo un enfoque territorial es fundamental para reducir los índices de desnutrición y

anemia en las gestantes, niños, niñas menores de cinco años y de esta manera lograr el bienestar integral de las familias y la comunidad del distrito de Santillana.

Actualmente las autoridades y la población de Santillana está a la espera de que el Ministerio de Transportes y Comunicaciones emita la resolución correspondiente para que radio Santillana pueda emitir su señal en prueba y finalmente asignar mediante Resolución Vice Ministerial el otorgamiento de la autorización a la Asociación de Promotores de Salud del distrito de Santillana, para prestar el servicio de radiodifusión sonora comunitaria en frecuencia modulada en la localidad de San José de Secce distrito Santillana, Provincia Huanta, departamento Ayacucho y de esta manera ser la cuarta radio con finalidad comunitaria; pues según el Consejo Consultivo de Radio y Televisión: Estadística de la radio y televisión en el Perú 2016, a febrero 2016 existen tres radios con finalidad comunitaria ubicados en los departamentos de Lambayeque, Lima y Piura.

REFERENCIAS:

DIRECCIÓN REGIONAL DE SALUD AYACUCHO (DIRESA) (s.f.). Sistema de Información del Estado Nutricional de niños menores de cinco años que acceden al establecimiento de salud. Instituto Nacional de Salud/Centro Nacional de Alimentación y Nutrición/Dirección Ejecutiva de Vigilancia Alimentaria y Nutricional.

CONGRESO DE LA REPÚBLICA (2014). LEY N° 30216. LEY DE

FORMALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE EMPRESAS DE RADIODIFUSIÓN COMUNITARIA, DE RADIO Y TELEVISIÓN, EN ZONAS RURALES Y LUGARES DE PREFERENTE INTERÉS SOCIAL Y MODIFICATORIA DE LA LEY 28278, LEY DE RADIO Y TELEVISIÓN. Lima, 2 de Julio de 2014. Consulta 26 de setiembre de 2016.

<<https://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/documentos/Ley30216.pdf>>

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y TELECOMUNICACIONES (MTC)(2016). DIRECCIÓN NACIONAL DE FRECUENCIA. Consulta 26 de setiembre de 2016.

<<http://comunicaciones.mtc.gob.pe/frecuencias/Radiodifusion.aspx>>

VICEMINISTERIO DE COMUNICACIONES (2016). Resolución Viceministerial N° 1049-2016-MTC/03, que modifica la R.V.M. N° 086-2004-MTC/03 que aprueba los Planes de Canalización y Asignación de Frecuencias del Servicio de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada (FM) de diversas localidades del departamento de Ayacucho. Lima, 08 de julio del 2016. Consulta 26 de setiembre de 2016.

<<http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/autorizaciones/radiodifusion/documentos/RVM%201049-2016%20%20fm%20ayacucho.pdf>>

<<http://www.perutvradios.com/index.php/655-nuevas-autorizaciones-renovaciones-y-transferencias-de-radio-y-television-3>>





EL VALOR COMUNICACIONAL Y LA GESTIÓN DE LA RSE

Marco
Segovia Guzmán (*)



La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), según el portal Perú 2021: “Es una forma ética de gestión que implica la inclusión de las expectativas de todos los grupos de interés (accionistas, colaboradores y sus familias, comunidad, clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno, etc.) alrededor de la empresa, para lograr el desarrollo sostenible”. También podríamos definirlo en palabras de Fernández (2010) como “(...) una filosofía y una actitud que adopta la empresa hacia los negocios y que se refleja en la incorporación voluntaria en su gestión de las preocupaciones y expectativas de sus distintos grupos de interés (stakeholders)”. Estos planteamientos conceptuales implican la

existencia de una política más allá de acciones empresariales aisladas (Ramírez, Morales, 2012), y que con el pasar de los años se vienen fortaleciendo significativamente en las empresas de la capital y las regiones del país, y hace décadas en las corporaciones internacionales.

En la actualidad, la responsabilidad social es parte de la construcción de cultura, identidad e imagen corporativa, por lo que constituye una variable fundamental en el desarrollo de los activos intangibles de la empresa, generando una mayor reputación y confianza para favorecer sus objetivos de negocio (Briceño, Mejías y Moreno, 2009).

La función comunicacional gestionando la RSE

La comunicación, en sus diferentes formas, ha obtenido un gran impacto en la gestión de la RSE, donde tiene la tarea de mantener un diálogo constante y fluido con los diferentes grupos de interés. De esta manera, la comunicación ha permitido desarrollar estrategias adecuadas para adaptar rápidamente la estructura de las organizaciones hacia los nuevos cambios que exige el entorno.

Desde el punto de vista actual, la comunicación deberá ser el pilar y organizador de los impactos comunicacionales que generen las acciones de RSE; sin embargo, esto no quiere decir que la empresa utilizará la comunicación de la RSE como una forma de relaciones públicas que gestione directamente la imagen y la reputación (Orozco, Ferré, 2013).

Como se mencionó, la comunicación en la gestión de la RSE no es sólo crear mensajes para generar una mejor imagen de las empresas; sino, se trata de planificar estrategias que contemplen la construcción de una conciencia social en base a las acciones que vienen desarrollando las empresas. Se trata de asumir el valor de la transparencia en la comunicación para una mejor relación entre los diferentes grupos de interés. De esta forma, Orjuela (2011) nos recuerda que los cambios culturales, políticos y sociales han hecho que la empresa se dé cuenta de que su objetivo ya no es tan "simple" y su función va más allá: no es sólo generar riqueza, ya que tiene una relación bidireccional imposible de romper con su entorno.

Nuevas expectativas de comunicar la RSE en las empresas

Los retos de comunicar la RSE no pasan por redefinir los conceptos actuales de comunicación, sino de incluir a la mayor parte de los grupos de interés en la planificación de las estrategias comunicativas. Se trata de mantener una relación bidireccional entre las empresas y los grupos de interés de forma fluida, generando confianza a través de la comunicación transparente y coherente.

Esta propuesta significa que la empresa entienda que la apertura al diálogo le permite conocer mejor su entorno, los diferentes grupos existentes y sus necesidades particulares. A partir de este conocimiento podrá, a través de los medios y canales específicos para cada grupo, planificar la mejor forma de comunicar. Es por eso que para Pizzolante (2006), citado por Briceño, Mejías y Moreno (2010), la Comunicación Organizacional se convierte en una herramienta administrativa, de competitividad, de posicionamiento y dinamizadora:

- Administrativa, que mejora y aclara los flujos de información, la toma de decisiones estratégicas, la conformación de grupos de trabajo y la resolución de conflictos.
- De competitividad, pues incrementa la confianza en los clientes, los proveedores y los inversionistas, al presentar una administración transparente que reduce los riesgos de conflictos internos o problemas en el comportamiento de la empresa.
- De posicionamiento publicitario y valorización de marca, al mostrar una organización con valor agregado en

“ “ (...) el valor comunicacional en la gestión de la RSE debe ser entendida como punto de apoyo para generar mayor confianza en los diferentes grupos de interés, satisfaciendo sus expectativas sobre el compromiso que tiene la empresa en la generación del valor compartido.



cuanto a su aporte a la comunidad.
- Dinamizadora de la actividad empresarial en un ambiente de responsabilidad social, al mejorar las condiciones de vida de los trabajadores y de los grupos de interés de la comunidad.

Entonces, el valor comunicacional en la gestión de la RSE debe ser entendida como punto de apoyo para generar mayor confianza en los diferentes grupos de interés, satisfaciendo sus expectativas sobre el compromiso que tiene la empresa en la generación del valor compartido.

Esto generará, en forma tangible, mayores inversiones, mejor clima laboral, involucramiento social y, por qué no, mayores ventas reflejadas en la reputación de la empresa que ha generado la confianza de sus consumidores y sostenibilidad del negocio.

(*) Comunicador Social de la UNMSM, egresado de la Maestría de Política Social de la UNMSM, con diplomados en Comunicación Corporativa de la Universidad ESAN e Inversión Social del Instituto Politécnico de Monterrey y RedEAmérica.

REFERENCIAS:

Briceño, S., Mejías, I. & Moreno, f. (2010). La Comunicación Corporativa y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Revista Daena (International Journal of Good Conscience), 5, pp 37-46. Disponible en: [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)37-46.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)37-46.pdf)

Cajiga, J. (2001). El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial. México: CEMEFI. Disponible en: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. Madrid: Ecu. Disponible en: <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/3247.pdf>

Olcese, A; Rodríguez, M. & Alfaro, J. (2008). Manual de la Empresa Responsable y Sostenible. Madrid: Mc Graw-Hill. Disponible en: <http://femp.femp.es/files/566-100-archivo/Manual%20RSE.pdf>

Orjuela S. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. Correspondencias & Análisis, N° 1, Año 2011, pp. 137-156. Disponible en: http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/rp/comunicacion_gestion.pdf

Orozco J. & Ferré, C. (2013). La Comunicación Estratégica de la Responsabilidad Social Corporativa. Revista Razón y Palabra, N° 83, Año 2013, pp. 706-726. Disponible en: http://oldversion.razonypalabra.org.mx/N/N83/V83/20_OrozcoFerre_V83.pdf

PERÚ2021 (s.f.). Responsabilidad Social Empresarial - Principios. RED DE PERIODISTAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. Disponible en: http://periodistasrs.peru2021.org/index.php?option=com_content&view=article&id=146&Itemid=119



La comunicación, en sus diferentes formas, ha obtenido un gran impacto en la gestión de la RSE, donde tiene la tarea de mantener un diálogo constante y fluido con los diferentes grupos de interés. De esta manera, la comunicación ha permitido desarrollar estrategias adecuadas para adaptar rápidamente la estructura de las organizaciones hacia los nuevos cambios que exige el entorno.



INVESTIGACIÓN Y RESPONSABILIDAD

**"INVESTIGAR
es una tarea social. [y]
Se hace en equipo"**

Asimismo, se sugiere investigar
en colaboración; es decir, el
trabajo de investigación puede
ser en colaboración con otro
investigador(a).

Buenas prácticas de comunicación científica

INVESTIGACIÓN, ARTÍCULO REVISTA CIENTÍFICA (II)

ESTRATEGIAS PARA PUBLICAR UN ARTÍCULO CIENTÍFICO

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



PARTE II ESTRATEGIAS PARA PUBLICAR UN ARTÍCULO CIENTÍFICO

A partir de un texto titulado “Cómo escribir un artículo académico en 12 semanas” (Wendy Laura Belcher, 2010) se propone lo siguiente:

- Desarrollar hábitos productivos.
- Organizar de forma lógica el tiempo.
- Generar una agenda compatible con la vida académica y familiar.
- Buscar reducir los pantanos [sic].
- Evitar que el proyecto se diluya en el camino.
- Etc.

Estos hábitos permitirían producir hasta 4 ó 5 artículos por año. Planificar una hora por día para escribir, con el mismo nivel de compromiso que las clases académicas, ayudará a generar los espacios para escribir.

"Investigar es una tarea social. [y] Se hace en equipos"
Asimismo, se sugiere investigar en colaboración; es decir, el trabajo de investigación puede ser en colaboración con otro investigador(a). Publicar lo investigado. Publicar temas de investigación. Las y los autores exitosos

escriben, no copian ni pegan.

NO COPIAR NI PEGAR

Aplicando programas antiplagio, como Turnity, estos sería los hallazgos: a) más que copiar a otros, los autores se autocopian en un 65%. b) Vuelven a 'reciclar' párrafos publicados; es decir, vuelven a usar párrafos usados. c) Reciclan los aparatos bibliográficos y/o referenciales, siendo un indicador de pobreza en la citación de fuentes.

Reciclar cinco veces la misma bibliografía para cinco artículos distintos es una carencia de herramientas de consulta.

Consejos por Mark Costello:

- Publicar en las revistas más visibles del campo
- Iniciar colaboración activa con co-autores
- Generar colaboraciones con investigadores(as) líderes del campo, de los cuales se puede aprender

PARTE III

ELECCIÓN DE LA REVISTA DE PUBLICACIÓN

Sobre la elección de la revista de publicación se debe elegir un medio donde se discute la temática del campo disciplinar; recomendable, del más alto cuartil posible (Q1).

¿Cómo identificar las mejores revistas dónde publicar en el campo de las Ciencias de la Comunicación?

Buscar en Scopus. El 'argumento' de que no existe dónde publicar es una excusa mediocre. En todos los campos del conocimiento científico existen, según el conferencista, revistas en español e inglés suficientes para

publicar.

Evitar publicar en una revista indocumentada. Se recomienda publicar en una revista con visibilidad internacional. No se pueden enviar artículos a más de una revista a la vez, porque es una práctica no ética.

¿Cuáles son los objetivos al publicar un artículo?

- Publicar un artículo en una revista reconocida a nivel mundial.
- Comunicar un hallazgo a una audiencia particular.
- Publicar en una revista relevante.
- Completar rápido el requisito de publicación doctoral.
- Contar con un fondo de investigación.
- Etc.

Revistas preferibles

- Revistas Q1 ó Q2.
- Revistas nacionales de nivel internacional, indizadas en Scopus, SciElo, etc.
- Revistas especializadas en un campo o disciplina.
- Revistas multidisciplinarias.

¿Existen revistas pocas recomendables?

- Revistas nuevas
- Revistas de amigos(as)
- Revistas de la casa académica > no son recomendables.
- Periódicos.
- Revistas comerciales.
- Revistas noticiosas, boletines, etc.
- Revistas gremiales o profesionales.
- Anales o memorias de asociaciones.
- Revistas institucionales no acreditadas.
- Conferencias.
- Capítulos de libros, invitaciones por

¿Cómo identificar las mejores revistas dónde publicar en el campo de las Ciencias de la Comunicación? Buscar en Scopus. El ‘argumento’ de que no existe dónde publicar es una excusa mediocre. En todos los campos del conocimiento científico existen, según el conferencista, revistas en español e inglés suficientes para publicar.

email.

- Revistas académicas no arbitradas.
- Revistas de estudiantes de posgrado o grado.

Por lo tanto, se recomienda revistas con revisión de pares, revistas de las mejores del mundo.

PARTE IV CÓMO ENFRENTAR CON ÉXITO LA REVISIÓN DE PARES

- Esperar pacientemente la decisión de la revista.
- Manejar los rechazos.
- Es un proceso de mejora continua.
- Estar preparado para tener tres interacciones.
- Leer con cuidado la decisión del editor.
- Etc.

PARTE V FOMENTAR LA LECTURA CIENTÍFICA EN LAS Y LOS ESTUDIANTES

Al respecto, Bustos-González recomienda a las y los docentes a hacer "acciones positivas" para que las y los estudiantes universitarios aprendan a saber cuándo recurrir a los artículos de revistas científicas, saber elegir las revistas, conocer las herramientas de búsqueda, ser capaces de seleccionar los artículos a leer, y transformar eso en conocimiento; asimismo, ser capaces de encontrar respuestas nuevas a problemas nuevos, habilidades que las universidades no están enseñando a resolver.

Desarrollar habilidades blandas en las y los estudiantes. La capacidad de acceder al conocimiento científico y en transformar conocimiento científico en soluciones prácticas para la vida

profesional y/o científica.

El desarrollo de hábitos en la gestión de la producción del conocimiento científico en las y los estudiantes de pregrado y posgrado depende del docente.

PROPUESTAS: TIPOS DE MEDIACIONES PEDAGÓGICAS

- Incluir artículos científicos en la bibliografía del programa y/o sílabos de las asignaturas.
- Utilizar artículos científicos en la preparación de clases.
- Realizar controles de lectura de artículos científicos.
- Realizar discusiones con las y los estudiantes con base en artículos científicos.
- Inducir el uso de bases de datos comprensivas a las y los estudiantes.
- Comentar con las y los estudiantes los artículos publicados por el profesor(a).
- Enseñar a las y los estudiantes a evaluar la calidad de las fuentes.
- Enseñar a las y los estudiantes a comunicar los resultados de la investigación en formato de artículo científico.
- Aprender a citar e identificar fuentes.

Enseñar en la universidad a aprender. "Existe un mundo científico al cual todos podemos pertenecer". Para ser un profesional vigente hay que investigar.

Autocrítica

La producción científica peruana no es co-citada por la comunidad científica; ello, implica generar innovaciones en las diversas ciencias y disciplinas. En una economía del conocimiento se necesita capital humano avanzado, no sólo para hacer ciencia, sino para conducir el país.

Eso se resuelve con la educación, capital intelectual y habilidades blandas para dar el primer paso.

Invitación final

- "Generar estudiantes que sepan usar el conocimiento científico para la tarea que tengan que enfrentar".
- Ser autores productivos.
- Transformar a las y los estudiantes en ávidos consumidores de investigación científica.
- La calidad de la educación universitaria depende de las habilidades blandas.
- Incorporar en las prácticas docentes el trabajo con las investigaciones científicas.

Finalmente, se debe renovar las políticas nacionales de desarrollo de la ciencia, tecnología e innovación tecnológica, tanto por la entidad rectora como por las universidades.

REFERENCIA:

BUSTOS-GONZÁLEZ, Atilio (2016). "De la Investigación al Artículo Publicado en una Revista Científica de Alto Impacto". [Video]. Conferencia organizada por el CONCYTEC del Perú, 9 de junio de 2016. Perú. Consulta: 9 de junio de 2016.

<<https://www.youtube.com/watch?v=I2-q2pUSVfk>>



ASOCIACIÓN DE
COMUNICADORES
SOCIALES



Communicare
Comunicación para el desarrollo humano y social

www.communicare.jimdo.com

 /Communicare Perú