

A PROPÓSITO DEL DÍA DEL PERIODISTA

DIFERENCIAS ENTRE UN LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y UN(A) PERIODISTA

La presente inquietud expuesta a manera de pregunta por uno de los contactos de la cuenta del Facebook de la Asociación de Comunicadores Sociales Comunicare nos ha permitido describir la formación académica y las competencias de un Licenciado en Ciencias de la Comunicación y un periodista.

A nivel nacional, las universidades de reconocimiento académico forman Licenciados en Ciencias de la comunicación en las especialidades de Comunicación para el desarrollo, Marketing y publicidad, Comunicación audiovisual, Artes escénicas, Comunicación organizacional, Periodismo, entre otras carreras afines, o particularmente Licenciados en Periodismo; sin embargo, si bien estas especialidades forman parte de la Comunicación social, las competencias de las especialidades se definen en los dos últimos años y a través de la investigación científica para la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Entre las competencias (Capacidades, habilidades y actitudes) de un Licenciado en Ciencias de la

comunicación, específicamente de la especialidad de Comunicación para el desarrollo, tenemos la capacidad para la formulación, ejecución y sustentación de una investigación científica en el campo de la comunicación; la capacidad de diseñar y sistematizar proyectos de comunicación para programas de desarrollo humano, social y sostenible; la capacidad para diseñar proyectos de comunicación organizacional, comercial, política, etc.; la capacidad para la producción de medios (Prensa, radio, TV, cine y multimedia) y productos comunicacionales (Spot audiovisuales, editorial, afiches, cartillas, etc.).

Asimismo, la capacidad para el tratamiento y presentación de la información, capacidad de análisis de la realidad social, actitud crítica, conciencia social,

elevado sentido de la ética, etc. –Es decir, aquella capacidad que nos permite ejercer como Periodistas–; entre otras competencias.

En cuanto a las habilidades, el uso de equipos (Computadoras, cámaras fotográficas y filmadoras, accesorios, etc.) y manejo de softwares (Programas de edición audiovisual, diseño gráfico, etc.), administración y/o gestión de TICs, Internet, redes sociales, etc.

Una actitud crítica, dialógica, reflexiva y asertiva, iniciativa y disposición para el trabajo cooperativo y en equipo, todo ello en el marco de los Derechos Humanos, principios y valores, enfoques de equidad y género, interculturalidad, intergeneracional, etc.

Mientras que un Licenciado en Periodismo tiene las siguientes competencias: la capacidad para el tratamiento (Investigación, análisis y redacción de artículos periodísticos) y presentación (En medios masivos como la radio, TV y prensa; conducción y/o presentación de un programa radial y televisivo) de la información; capacidad de análisis de la realidad social

(Analista social); actitud crítica, conciencia social, elevado sentido de la ética, etc.; asimismo, las habilidades y actitudes generales descritas en un Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Sin embargo, desde 1998 la Ley No. 26937, sustentado en el Derecho de libre expresión del pensamiento, contempla el libre ejercicio de la actividad periodística; es decir, toda persona puede ejercer libremente la actividad periodística, por tanto ser Periodista.

Marco normativo que ha motivado la existencia de miles de personas, entre profesionales de las diversas áreas y ciudadanos, ejerciendo como periodistas pero carentes de la formación académica universitaria del Licenciado en Ciencias de la Comunicación o del Licenciado en Periodismo.

Finalmente, siendo la comunicación una facultad humana, muchos periodistas y afines (Locutores, conductores, etc.) se autodenominan “**comunicadores sociales**” porque transmiten información a través de los medios de comunicación masiva (Prensa, radio y televisión).



diferenciados en salud sexual y reproductiva para adolescentes y la Dirección Regional de Educación cumpla la implementación de Educación Sexual Integral en las instituciones educativas del nivel inicial, primario y secundaria.

Antecedentes

La aprobación de la Ordenanza Regional 029-2011 es producto del trabajo desarrollado por el Colectivo Regional de Adolescentes y Jóvenes para la Prevención del Embarazo Adolescente de la región Ayacucho CRAJPEA - Ayacucho durante el 2011 gracias al acompañamiento y la asistencia técnica brindada por Health

El embarazo adolescente es un problema de salud pública que amerita que los decisores y funcionarios implementen programas, planes y proyectos para reducir el índice de embarazo en la región Ayacucho. Como es de conocimiento público Ayacucho cuenta con la Ordenanza Regional 029-2011 en la que se menciona el trabajo concertado entre el Gobierno Regional de Ayacucho, la Dirección Regional de Salud Ayacucho y la Dirección Regional de Educación Ayacucho para implementar políticas públicas en la prevención del embarazo adolescente; Asimismo la ordenanza en mención encarga a la Gerencia Regional de Desarrollo Social del Gobierno Regional de Ayacucho propiciar y vigilar la asignación presupuestal para que la Dirección Regional de Salud Ayacucho implemente servicios

“**Ante el problema del embarazo adolescente en la región Ayacucho, la Comunicación es un proceso clave para incidir en los decisores.**”

Poverty Action, Salud Sin Límites Perú, PCI Media Impact y el apoyo financiero del Fondo de Población de las Naciones Unidas.

Acciones fundamentales

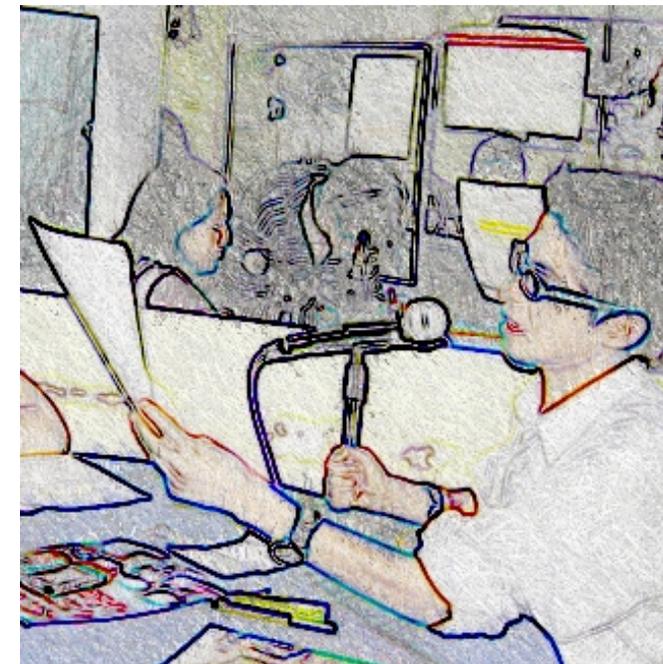
Entre las acciones resaltantes que se implementaron en el marco del Proyecto de Sensibilización pública Mi Comunidad y que coadyuvaron a la aprobación de la propuesta de la ordenanza regional se encuentran el taller de capacitación y planificación

comunicación e incidencia

Por Efraín Quispe Zarate

en comunicación y edutrenimiento, la Preproducción, Producción y Post Producción de la radionovela “Cuando el Amor Agarra” (12 capítulos) y la Radiorevista “ZonAdolescentes” (14 programas) difundido en Radio Las Vegas 106.1 fm; Ferias Informativas en las instituciones educativas; Festifera Informativa y el Foro Regional que tuvieron como objetivos generar corrientes de opinión favorable para la prevención del embarazo adolescente, recopilar firmas para la aprobación de la propuesta de Ordenanza Regional para la Prevención del Embarazo Adolescente, socializar la propuesta de la ordenanza a las autoridades y funcionarios, contando para ello con la activa participación de los integrantes del Colectivo Regional de Adolescentes y Jóvenes para la Prevención del Embarazo Adolescente CRAJPEA – Ayacucho. Para mayor información el proceso de la ejecución del plan fue sistematizado: Plan de Incidencia Política y Programa Mi Comunidad del CRAJPEA – Ayacucho el cual se puede descargar a través del internet.

Tercer Informe Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)
Según el documento del Programa de



las Naciones Unidas para el Desarrollo en su tercer informe nacional de cumplimiento de los objetivos de desarrollo del milenio en el Perú, específicamente en el departamento de Ayacucho el embarazo adolescente ha disminuido entre 8 y 10 puntos en la última década, es importante que las decisores, autoridades y funcionarios implementen experiencias que tengan buenos resultados e involucren a los adolescentes y jóvenes con enfoque intercultural, equidad de género y derechos humanos para reducir el índice de embarazo en nuestra región de Ayacucho.



Cynthia
Ayala Aybar

(...) la experiencia directa e indirecta nos ha demostrado del fracaso de estas estrategias mal utilizadas. Específicamente en el logro de los objetivos. Por ejemplo, si el objetivo para la puesta en escena de una obra teatral educativa es “Sensibilizar a los niños, adolescentes y jóvenes sobre la importancia de la Convivencia escolar” (...) ”

TEATRO & COMUNICACIÓN

La comunicación como proceso social tiene múltiples enfoques y su valor puede ser perfectamente aplicado en las diversas actividades, estrategias, programas y proyectos de desarrollo humano, tomando en cuenta los aportes teóricos de la comunicación humana y estudios de impacto.

Uno de esas actividades es el teatro en sus diversas formas. Una rama del arte escénico relacionada con la actuación,

que nos permite representar historias (Problemas sociales, propuestas y soluciones) frente a una audiencia (Niños, adolescentes y jóvenes), en el patio de un ‘cole’ o en una calle transitada, usando una combinación de discursos, gestos, escenografía, música, sonido y espectáculo.

Es decir, una estrategia educativa divertida para promover la participación de los niños, niñas y adolescentes en temas de medio ambiente,

trabajo infantil, bullying. etc.

En la breve y general definición del teatro podemos identificar los elementos básicos de la comunicación que también forman parte del teatro. Por ejemplo, el modelo básico de la comunicación teatral cuenta con un emisor que emite un mensaje codificado a través de un canal para que un receptor lo decodifique.

Al igual que el emisor del proceso de la comunicación, el emisor teatral es múltiple y se puede estudiar desde dos perspectivas.

La primera sería viendo el binomio actor-personaje (Estudiante-personaje), y segundo, los responsables

(Institución pública privada y estudiantes en el marco de una campaña) del montaje de la obra teatral; mientras que el receptor es un auditorio heterogéneo conformado por los demás estudiantes, profesores, padres de familia, etc.

El código teatral estaría representado por las diversas expresiones y manifestaciones (Por ejemplo, ‘cole’, ‘quino’, actitudes y comportamientos, uso del peinado o corte de pelo, color de ropa, etc.) que usan los niños, niñas y adolescentes (Público objetivo), establecidas y definidas en su interacción diaria.

El canal en la comunicación teatral correspondería a los cinco

Representación teatral de los chic@s del AARLE en la I.E. "San Juan", en el marco de la Campaña "Alto al bullying", 2013.



TEATRO & COMUNICACIÓN

Como refiere Nuñez, tomando en cuenta el modelo de la comunicación teatral, “en este modelo el espectador sí entra en comunicación con el actor desde el instante en que decide ir al teatro”. Para nuestro caso, desde el momento en que nosotros decidimos llevar el teatro a los espacios públicos y hacemos partícipes a nuestra audiencia.



sentidos, el auditivo, visual, gustativo, táctil y olfativo. De ahí, la necesidad de la música, el sonido, el silencio, etc.; el uso de colores fuertes; la interacción con la audiencia, etc.

El espacio también es variado.

Desde el uso del patio de un ‘cole’ durante la formación o el recreo, la plaza, el parque, las calles, etc., podemos complementar el espacio para el desarrollo de la acción dramática. De esta manera, logramos hacer partícipes al público y ejercer su ciudadanía en la identificación de un problema social, propuesta y resolución de la misma.

Sin embargo, la experiencia directa e indirecta nos ha demostrado del fracaso de estas estrategias mal utilizadas. Específicamente en el logro de los objetivos. Por ejemplo, si el objetivo para la puesta en escena de una obra teatral educativa es

“Sensibilizar a los niños, adolescentes y jóvenes sobre la

importancia de la Convivencia escolar”, entonces debemos prestar mayor atención en la elección de nuestros actores-personaje y conocer a nuestros receptores. Según Barlund (1970), citado por Fran Nuñez Alonso (La Ratonera, 2007) ambos son los responsables de la “construcción del significado”, por lo tanto, de interpretar y comunicar idóneamente su papel e interpretar los mensajes, respectivamente.

Asimismo, reconoce que la comprensión del proceso de la comunicación y el teatro se debe al aporte importante del conocimiento del campo de la Comunicación, que nos muestra que en la comunicación teatral tiene que existir un proceso activo de comprensión entre emisores y receptores; es decir, “Para que la comunicación sea efectiva tiene que haber, en parte, un significado compartido”.

Igualmente, debemos tener cuidado con un cuarto

elemento, la retroalimentación.

Tanto los actores para una ‘medir’ en cuestión de segundos la percepción de su público, así como de los responsables del montaje de la obra teatral para corregir inmediatamente o tomar en cuenta en próximas intervenciones. Estar atentos a las expresiones o numerosos gestos que manifiestan nuestra audiencia para una oportuna intervención de parte de los actores u organizadores de la actividad teatral.

Como refiere Nuñez, tomando en cuenta el modelo de la comunicación teatral, “en este modelo el espectador sí entra en comunicación con el actor desde el instante en que decide ir al teatro”. Para nuestro caso, desde el momento en que nosotros decidimos llevar el teatro a los espacios públicos y hacemos partícipes a nuestra audiencia.

Cynthia
Ayala Aybar



Del vínculo emocional e intelectual AL MURO DE LAS LAMENTACIONES (I)



A partir de una consultoría para la producción de una radiorevista y la naturaleza de comunicación entre los adolescentes y jóvenes llevo más de un año haciendo uso del Facebook. Esta breve experiencia me ha motivado a gestionar una de las plataformas sociales de una organización para socializar experiencias, aprendizajes, conocimientos y opiniones sobre los aportes de la comunicación; asimismo, generar discusión y debate para enriquecer las intervenciones de los proyectos orientados al desarrollo humano, social y sostenible.

Si bien en la primera experiencia la plataforma nos permitía establecer una comunicación y evaluar el nivel

de audiencia, también nos permitía –al equipo de producción radial– estar informados sobre las actividades afines al proyecto y nos facilitaba realizar las coordinaciones correspondientes.

Sin embargo, la naturaleza de los objetivos de la organización complicaba el logro de las metas de la administración de la plataforma. No obstante, me permitió identificar aquellos factores que limitaban la interacción y/o dinamización del contenido, usos del Facebook y conocer los ‘intereses’ de los contactos.

Inicialmente Facebook (En su concepto de perfiles, 2004) tuvo como

usuario a centenares de jóvenes universitarios norteamericanos para establecer nueva forma de relacionarse o crear comunidades, como las hermandades universitarias. Luego fue ‘invadido’ por los adolescentes y jóvenes en general para recrear una nueva personalidad ‘digital’ y relación virtual.

Es partir de esta ‘reconfiguración digital’ de la personalidad que los adolescentes y jóvenes, dependiendo del estado emocional y si no tiene contactos en el ‘chat’, se animan a escribir –en algunos casos confesar– en el muro y comentar las publicaciones (relaciones, comentarios, imágenes, música, etc.), publicar y ver fotografías, actualizar su “estado de vigencia” con un ‘Me gusta’, ver videos, buscar información, sumarse a grupos, compartir enlaces, etc.

El muro de las lamentaciones

Y si tienen contactos en el ‘chat’, establecer una interacción a través de códigos y ‘emoticons’ juveniles que generalmente denotan una necesidad afectiva, necesidad de socializar y ser aceptados entre los demás, que puede terminar en una depresión. Ello se manifiesta en el ‘muro de las lamentaciones’ con expresiones relacionadas a la ruptura de relaciones sentimentales, decepciones, la soledad, las

Es partir de esta ‘reconfiguración digital’ de la personalidad que los adolescentes y jóvenes, dependiendo del estado emocional y si no tiene contactos en el ‘chat’, se animan a escribir –en algunos casos confesar– en el muro y comentar las publicaciones (...)

agresiones, etc. Preocupante. Sí. Más aún cuando no aceptan como contactos a los padres y/o familiares con la intención de ocultar sus sentimientos, emociones y negar su percepción del mundo externo.

Esta naturaleza camaleónica de la red social para construir una falsa identidad es usada por los delincuentes para engañar y ‘seducir’ a las adolescentes y comprometerlos a realizar acciones que afectan su dignidad e integridad personal.

Vínculo intelectual

Pero también tenemos –afortunadamente– adolescentes y jóvenes que hacen uso de la plataforma y sus recursos para interactuar (Opinar, debatir, aportar, ejercer ciudadanía, etc.) con información productiva que nos brindan elementos de juicio para el análisis integral de un fenómeno, que nos invitan a reflexionar y a través del cual contribuyen al crecimiento personal, profesional y espiritual, y en consecuencia al bienestar social y organizacional. Pocos, pero son.

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



I CONFERENCIA NACIONAL DE COMUNICADORES(AS) SOCIALES

Impulsada por las asociaciones y/o egresados en Comunicación social para la creación del COLEGIO DE COMUNICADORES SOCIALES DEL PERÚ (CCOMSPERÚ)

Para ejercer como profesionales en el país es obligatoria la colegiación profesional correspondiente de lo contrario las hojas de vida no serán recepcionadas o tomadas en cuenta en un proceso de selección, lo cual significa la pérdida de una oportunidad laboral y de servicio a la sociedad; sin embargo, para el Comunicador social de formación académica no

existe un Colegio de Comunicadores sociales.

Por otra parte, ‘comunicadores sociales’ y profesionales de otras áreas vienen desacreditando el ejercicio profesional de los Comunicadores sociales, en consecuencia ejerciendo un profesión en perjuicio de la sociedad; asimismo, las instituciones públicas y privadas, organizaciones

sociales y población en general tienen un limitado conocimiento de las competencias de un Comunicador(a) social de formación académica.

Estos problemas demandan una pronta solución. Una de ellas es la creación de un Colegio de Comunicadores Sociales del Perú (CCOMSPERÚ).

Naturaleza del CCOMSPERÚ

Una institución autónoma con personería jurídica de derecho público interno representativo de la profesión de Comunicación social en el Perú, integrado por los profesionales de las distintas especialidades de comunicación social creadas o por crearse, graduados en universidades oficialmente autorizadas para otorgar o revalidar a nombre de la nación, el título de Comunicador social.

Misión del CCOMSPERÚ

Que tenga la misión de promover el desarrollo humano, social y

sostenible del país, generando espacios de diálogo para contribuir al bienestar social a través de la investigación científica, producción de medios, programas de formación y/o capacitación y gestión de proyectos en Comunicación para el desarrollo en el marco de los Derechos Humanos, enfoques de interculturalidad, equidad y género, intergeneracional, entre otros; asimismo, garantizar una formación y ejercicio profesional científica y humanista, basada en los principios deontológicos de la profesión.

Fines del CCOMSPERÚ

Cuyos fines sean a) Velar para que el ejercicio profesional del Comunicador social se cumpla de acuerdo con las normas deontológicas contenidas en el Código de Ética Profesional del Colegio; b) Promover el desarrollo humano y social reconociendo a las personas y/o comunidades como sujetos de comunicación, primordialmente en la formulación, ejecución y evaluación de los proyectos de desarrollo humano, social y sostenible; c) Contribuir al desarrollo de la comunicación social, cooperar con las instituciones universitarias y científicas, y garantizar la organización de certámenes científicos de carácter nacional e internacional con la participación de todos los profesionales hábiles que deseen participar.

I CONFERENCIA NACIONAL DE COMUNICADORES(AS) SOCIALES

“Ahora está en manos de las asociaciones y/o egresados en Comunicación social promover e impulsar la creación del Colegio de Comunicadores Sociales del Perú (CCOMSPERÚ).

Asimismo, d) Absolver las consultas sobre asuntos científicos y deontológicos en el campo de la comunicación formulada por el Estado, asociaciones profesionales, entidades particulares o miembros de instituciones; e) Mantener vinculación con las entidades científicas del país y análogas del extranjero; f) Representar oficialmente a los Comunicadores sociales en los organismos que las leyes señalen y en aquellos que por naturaleza de sus funciones así lo requieran.

Ahora está en manos de las asociaciones y/o egresados en Comunicación social promover e impulsar la creación del Colegio de Comunicadores Sociales del Perú (CCOMSPERÚ). Primero a nivel regional para la movilización de los egresados y segundo una I Conferencia Nacional de Comunicadores(as) sociales para fundamentar la creación del CCOMSPERÚ, lineamientos estatutarios, tareas a nivel regional, documentación y



preparación del Proyecto de Ley. Aprobada y promulgada la Ley seguirá la instalación del primer Consejo Nacional de Comunicadores Sociales presidido por un Decano o una Decana.

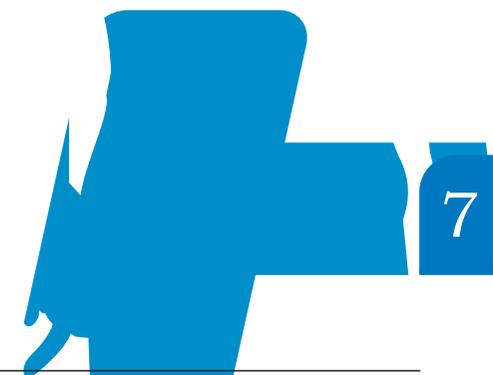
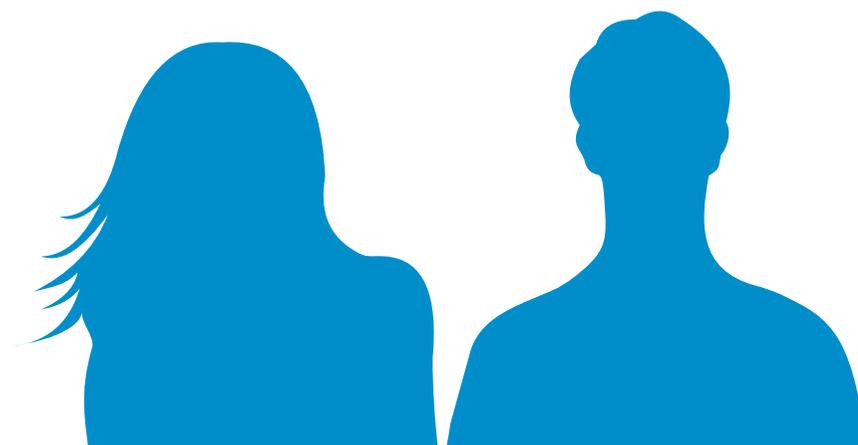
Con lo cual, la Colegiación será un requisito indispensable para el ejercicio profesional del Comunicador(a) social, como agente del desarrollo humano, social y sostenible de las regiones del país.



Por César Mariano Beltrán Gutiérrez

CCOMSPERÚ

I CONFERENCIA NACIONAL



ASOCIACIÓN DE
COMUNICADORES
SOCIALES



communicare
Comunicación para el desarrollo humano y social