

COMMUNICARE

revista

ISSN 2415-2102

año 01 / nro. 01

Ene - Mar 2016



Debates políticos ausentes
**COMUNICACIÓN, CULTURA
Y DESARROLLO**

Artesanía ayacuchana (Perú)



ASOCIACIÓN DE
COMUNICADORES
SOCIALES



Communicare
Comunicación para el desarrollo humano y social

COMMUNICARE

revista

ISSN 2415-2102

año 01 / nro. 01

Ene - Mar 2016

Director

César Mariano Beltrán Gutiérrez

Asistente de Editor

Cynthia Ayala Aybar

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. 01 (enero - marzo 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, 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	06-07
<i>El espíritu Communicare: compartir</i>	
Experiencias / Buenas prácticas / Entrevistas	
César Mariano Beltrán Gutiérrez	08-13
<i>Programa de pasantía en Comunicación en salud (I)</i>	
Cynthia Ayala Aybar	
<i>Mujer, candidata y medios de comunicación</i>	14-23
iCom	
César Mariano Beltrán Gutiérrez	24-31
<i>'Periodismo' y 'medios masivos' al servicio de la corrupción</i>	
César Mariano Beltrán Gutiérrez	32-41
<i>Debates políticos ausentes</i>	
<i>Comunicación, cultura y desarrollo</i>	
Vida universitaria	
Cynthia Ayala Aybar	42-49
<i>Movimiento y música... y altruismo: El amor por la danza y el prójimo</i>	

Editorial

El espíritu Communicare: compartir

En un entorno en constante cambio, alta competencia y demanda de profesionales que viven en principios y valores universales, respetuosos de los Derechos Humanos y la naturaleza, compartir conocimientos, experiencias, aprendizajes y reflexiones nos está permitiendo actualizar, desarrollar y fortalecer competencias básicas para gestionar la comunicación con eficacia, eficiencia y efectividad en los programas, proyectos, estrategias y/o actividades de desarrollo humano, social e institucional, y administrar los medios masivos y/o programas con transparencia, independencia, pluralidad y objetividad en favor del bienestar social; pero... sin descuidar la familia, la vecindad, el desarrollo personal, profesional y espiritual.

Por lo tanto, a partir de la experiencia durante estos últimos tres años con el boletín *Communicare* (2013-2015), la Asociación de Comunicadores Sociales COMMUNICARE —continuando con su filosofía de compartir— emprende este 2016 un nuevo proyecto editorial con la **revista *Communicare***, publicación trimestral dirigida a estudiantes y egresados en Ciencias de la

Comunicación, así como a quienes gestionan programas y proyectos de desarrollo humano, social y sostenible, y corporativo.

La finalidad de la revista *Communicare* es confrontar la formación científica, tecnológica y humanística en Ciencias de la Comunicación con la realidad social e institucional para generar conocimientos pertinentes y contribuir al desarrollo humano, social y sostenible e institucional. Los objetivos: compartir conocimientos, experiencias, aprendizajes y reflexiones sobre los aportes de las Ciencias de Comunicación; reconocer y valorar la aplicación de las perspectivas teóricas y metodológicas en el ejercicio profesional e institucional; y generar discusiones y debates —a través de la cuenta de la ACS *Communicare* en Facebook (/Communicare Perú)— para hacer efectivas las intervenciones de los programas y proyectos orientados al desarrollo humano, social y sostenible, así como al desarrollo de la identidad y dirección corporativa responsable.

De la misma manera, 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; la sensibilidad humana y las diferentes facetas del Comunicador(a) social; asimismo, reflexionar sobre la importancia de vivir en principios y valores universales, el respeto a los Derechos Humanos, a la naturaleza, etc.

Para ello, la revista *Communicare* propone las siguientes secciones: Experiencias / Buenas prácticas / Entrevistas, otras facetas, iCom, Reseñas, Vida universitaria, etc. La sección **Experiencias / Buenas prácticas / Entrevistas** permitirá compartir experiencias de intervenciones y buenas prácticas del componente comunicacional en los programas, proyectos y/o estrategias de comunicación para el desarrollo humano, social y sostenible, institucional y corporativo; asimismo, entrevistas relacionadas la comunicación y áreas afines.

iCom permitirá compartir estudios, investigaciones, lecturas, perspectivas teóricas y metodológicas de las Ciencias de la Comunicación y áreas afines respecto a la realidad social, económica, política y cultural. **Reseñas** permitirá compartir comentarios, reflexiones o lecturas de un libro relacionado a las Ciencias de la Comunicación y áreas afines. **Otras facetas** permitirá conocer y valorar el multifacético

ejercicio profesional y artístico de los comunicadores(as) sociales, y como la comunicación facilita el desempeño de la misma.

Igualmente, la sección **Vida universitaria** será un espacio para reconocer y valorar el entusiasmo, la dedicación, el esfuerzo, el sacrificio, la pasión y la responsabilidad de las y los estudiantes de Ciencias de la Comunicación en el proceso de formación profesional, así como la importancia del valor de la familia y la amistad. Además, para quienes ejercen docencia, identificar y reconocer aquellas limitaciones, debilidades, sentimientos y emociones, fortalezas, talentos, habilidades y destrezas, aspiraciones y expectativas de las y los estudiantes del s. XXI.

Finalmente, agradecer a la comunidad virtual de la ACS *Communicare* por su compañía y su participación permanente en la red social y web institucional, e invitarlos a ser parte de la revista *Communicare*; asimismo, expresar nuestro reconocimiento y gratitud a las y los colaboradores —estudiantes y egresados de Ciencias de la Comunicación de universidades públicas y privadas del país— por sus valiosos aportes; asimismo, al Consejo Editorial y a nuestra asistente de Editor —asociada cofundadora de la Asociación de *Communicare* Sociales COMMUNICARE— quienes hacen posible la publicación de la revista *Communicare*.

EXPERIENCIA DE PASANTÍA

Programa de pasantía

Comunicación EN SALUD^(I)

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



“ (...) para acceder al programa de pasantías fue necesario reunir ciertos requisitos (...) no fue fácil (...) Es complicado cuando no se cuenta con el apoyo de los docentes de la universidad (...) No obstante, era una oportunidad que no debía dejar pasar —aún con el gasto y el tiempo que significaba el ‘papeleo’— para desarrollar y fortalecer aquella competencia en Gestión de la Comunicación en salud (...) competencias que algunas facultades y escuelas ignoran, descuidan u omiten por centrar su atención en un periodismo mecánico e instrumental y en una comunicación difusionista”.

Uno de los espacios ‘reales’ para poner en práctica los ‘conocimientos teóricos y sus ejemplos’ apprehendidos durante los cinco años de ‘formación académica’ —erróneamente entendida como capacitación técnica y mecánica por algunas universidades— y/o adquirir una experiencia laboral en el campo de interés (hacia la especialización) son las prácticas pre-profesionales, conocido también como prácticas profesionales o pasantías; no obstante, también existen otros espacios extracurriculares como los programas de pasantías promovidas

por organizaciones académicas privadas, programas que deberían contar con la asistencia de un profesional competente de la institución y el acompañamiento de un tutor del área académica. Al respecto, el presente artículo aborda una experiencia de pasantía, en el marco del Programa de pasantía de Comunicación en salud, para compartir algunas lecciones y reflexiones a tomar en cuenta durante el proceso de formación, en el ejercicio profesional o en la programación de espacios similares.

Cómo acceder al Programa de pasantías

En el caso particular, para acceder al programa de pasantías fue necesario reunir ciertos requisitos (Pertener al tercio superior, cursar los últimos ciclos académicos, certificado y constancia de estudios, carta de presentación, un breve ensayo, etc.) y tramitar la solicitud de una beca.

Obtener una de las becas nacionales para participar del Programa de pasantías en Comunicación en salud —como estudiante del último año académico— no fue fácil, más aún cuando se tiene a profesores —‘catedráticos’— desinformados o interesados en desinformar, como aquel ‘argumento’ de que “desconozco”, “no tengo idea”, “la inscripción fue hasta ayer”, etc.; sin embargo, restaban tres días para la fecha límite de presentación de los expedientes. Es complicado cuando no se cuenta con el apoyo de los docentes de la universidad de origen, entre ellos, apoyo para la orientación en la preparación del expediente, agilizar los trámites administrativos para la constancia de estudio, la constancia de pertenecer al tercio superior —que normalmente demoran semanas—, la carta de compromiso para acceder a la beca, la carta de presentación, el uso del fax de la universidad para reducir costos, ganar tiempo y remitir el expediente oportunamente, etc.

No obstante, era una oportunidad que no debía dejar pasar —aún con el gasto y el tiempo que significaba el ‘papeleo’— para desarrollar y fortalecer aquella competencia en Gestión de la Comunicación en salud, así como

adquirir experiencia práctica en algunas de las fases (diseño, implementación y evaluación) de un proyecto de Comunicación, competencias que algunas facultades y escuelas ignoran, descuidan u omiten por centrar su atención en un periodismo mecánico e instrumental y en una comunicación difusionista.

PRIMERA LECCIÓN: recabar información de fuente primaria (institucional) y perseverar.

Programa de pasantías en Comunicación en salud

El Programa de pasantías en Comunicación en salud (2004), dirigido a estudiantes del último año en las carreras de Ciencias de la Comunicación, Educación, Salud, etc., era parte de una de las líneas de acción de un proyecto de fortalecimiento de las capacidades nacionales de comunicación en salud y que pretendía contribuir a la construcción de una sociedad saludable, mediante el fortalecimiento de las capacidades existentes en comunicación en salud en Perú. El programa ofrecía entonces una pasantía de cuatro meses —con una dedicación de 20 horas semanales— en instituciones relacionadas al sector salud, organismos no gubernamentales (ONG’s) y medios masivos.

Proyecto de comunicación en salud en una ONG

En mi caso, la pasantía lo hice en una ONG que tenía varias líneas de intervención, una de ellas el proyecto de Comunicación en salud en la fase de implementación, a cargo de un bachiller en Ciencias de la Comunicación. Este

“**Componentes del proyecto** (...) se tenía el fortalecimiento de las capacidades sobre comunicación en salud (...) a través de estrategias de educación y comunicación para el cambio de comportamiento —Enfoque de mediados del siglo XX— (...).”

proyecto, en la cual hice la pasantía, tenía como zonas de intervención las provincias de Huamanga y Huanta (Ayacucho).

Además de los componentes generales del proyecto orientado a organizaciones de la sociedad civil, también hubieron actividades programadas —con un sector de la sociedad civil organizada— para la intervención secundaria en una de las comunidades en pobreza extrema de la provincia de Huanta. La comunidad en referencia se encuentra a una hora de distancia en camioneta desde la sede regional de la ONG en la provincia de Huamanga.

En cuanto a problemas de salud, 8 de cada 10 niños y niñas de la comunidad tenía desnutrición crónica; es decir, el índice de desnutrición crónica infantil era más del 80%. Por lo tanto, de acuerdo a los componentes del proyecto y actividades de intervención para la comunidad en extrema pobreza, el objetivo de esta intervención secundaria pretendía promover en las familias de la comunidad el consumo de los productos típicos de la región (Trigo, maíz, habas, alverjas, papa, carne de animales menores, etc.) a partir de actividades de comunicación impulsadas por la sociedad civil organizada, para este caso de una coordinadora regional en tema de salud.

Componentes del proyecto

Entre los componentes generales del proyecto —expediente al cual no accedí y las cuales se puede deducir a partir de mi limitada experiencia en Comunicación para el desarrollo— se tenía el fortalecimiento de las capacidades sobre

comunicación en salud, la generación de capacidades de gestión de un colectivo para continuar el proceso de promoción de la salud, así como la implementación de políticas regionales de comunicación en salud, a través de estrategias de educación y comunicación para el cambio de comportamiento —Enfoque de mediados del siglo XX—, una red de vigilancia social e incidencia política, respectivamente.

SEGUNDA LECCIÓN: a) FACULTAD Y/O UNIVERSIDAD.- El análisis, la discusión, la comprensión y aplicación de las perspectivas teóricas y metodológicas en las Ciencias de la Comunicación y áreas afines —durante el proceso de formación profesional—, deberían desarrollarse a partir de problemas reales y su resolución a través de propuestas pertinentes y viables. b) PASANTE: Solicitar a la institución donde se viene desarrollando la pasantía y/o responsable del proyecto, la autorización correspondiente para acceder a los pormenores del proyecto, caso contrario el resumen ejecutivo.

a) Fortalecimiento de capacidades sobre comunicación en salud

Haciendo memoria —porque se trata de una pasantía de hace años... y la intervención se hallaba en la fase de implementación—, el proyecto se encontraba en el proceso de fortalecimiento de capacidades sobre comunicación en salud a miembros de organizaciones de la sociedad civil y su constitución en una Coordinadora regional en el tema de salud, al cual denominaremos colectivo. Esta organización —que tuvo aproximadamente dos años de vida

institucional— estuvo integrada por docentes de Ciencias de la Comunicación, personal de un establecimiento de salud, entre otros miembros de la sociedad civil de la provincia de Huamanga.

Entre las actividades que desarrollé para este componente, recuerdo haber participado semanalmente de las sesiones ordinarias y extraordinarias de este colectivo —en alguna de ellas actué como secretario de actas—; asimismo, haber producido aproximadamente diez microprogramas en el tema de salud y gestionado su emisión semanal gratuita en una radio de mayor sintonía en la región; igualmente, elaborado banderolas para informar a la sociedad en general las actividades programadas por la ONG y el colectivo.

b) Generación de capacidades de gestión de un colectivo

Además del fortalecimiento de capacidades sobre comunicación en salud en la organización en referencia y su constitución como una organización colegiada, también era necesaria la generación de capacidades de gestión para que el colectivo asumiera acciones de promoción de la salud. Parte de esas capacidades de gestión se puso en práctica para la intervención de la comunidad en pobreza extrema.

En este caso, mi participación fue acompañar y apoyar las actividades programadas por la ONG y el colectivo. Entre ellas, una primera reunión de presentación de la iniciativa, promovida por la ONG y el colectivo, donde participaron las autoridades del gobierno local (Alcalde, regidores y funcionarios),

personal del establecimiento de salud, profesores y profesoras de instituciones educativas y padres de familia —todos miembros de la comunidad—, el equipo de trabajo de la ONG y miembros del colectivo.

De esta primera reunión, debo resaltar la percepción negativa que tenían —y tienen— las comunidades contra las ONG's. Por ejemplo, aquella mañana uno de los participantes de esta reunión —un profesor de educación secundaria— señaló que las ONG's que intervenían en la comunidad (y comunidades vecinas) acostumbraban manipular a las mamás y a sus hijos e hijas (adolescentes, niños y niñas), condicionando su participación en reuniones y actividades para las fotos —institucionales— y el registro de asistencia (número de DNI, firma, etc.) a cambio de un kilo de arroz, azúcar, etc. Por lo tanto, el profesor demandaba a la ONG (intervención secundaria del proyecto) que no se repitiera lo mismo con esta intervención.

TERCERA LECCIÓN: Respetar la dignidad humana de las personas y las familias de las comunidades; asimismo, actuar con honestidad en todos los procesos de intervención.

La segunda reunión y siguientes fueron coordinaciones, conjuntamente con la comunidad (autoridades y vecinos), de actividades para una primera feria de platos típicos y el desarrollo de la misma. Para esta actividad me encargaron la producción de un spot radial y la elaboración de un pasacalle para anunciar la feria en la comunidad, igualmente la producción de un afiche-

calendario, entre otras actividades que describiré más adelante.

c) Implementación de políticas regionales de comunicación en salud

Sobre este punto... no recuerdo haber participado en actividad alguna, menos de conocer un marco normativo (ordenanza regional, municipal o distrital) a favor de la salud pública en la región de Ayacucho.

Tareas encargadas al pasante:

Producción de afiche-calendario, microprogramas radiales, spots informativos y otros (asistencia de producción audiovisual).

Empezaré describiendo las tareas más sencillas: la elaboración de banderolas, pasacalles, spots informativos, microprogramas radiales y el afiche-calendario.

Elaboración de banderolas y pasacalle.-

Para las banderolas el proyecto —de la ONG— contaba con una tela aproximada de 5m x 2m que se reciclaba para informar las actividades del proyecto y el colectivo. Se recortaba letras y números, a partir de plantillas de diferentes tamaños, para organizar enunciados e informar las diversas actividades. Una de ellas fue para informar un taller sobre Comunicación en salud dirigido a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. La banderola se colocó en el tercer piso del local central donde funcionaba la escuela de formación profesional en referencia (Huamanga).

PARTE II (PRÓXIMA EDICIÓN)

“ Nací en el distrito de Cayara, provincia de Fajardo [Ayacucho]. Crecí y estudié en Huamanga [provincia capital de Ayacucho], debido a que mis padres migraron durante la violencia política (1988 en Cayara). Pasé mi niñez y adolescencia entre mi pueblo y Huamanga. Mamá nos llevaba a Cayara para ayudar a mis abuelos en el pastoreo de los animales en la chacra y los quehaceres cotidianos.”

MUJER, CANDIDATA Y MEDIOS DE COMUN

Cynthia
Ayala Aybar



Según el artículo 116° de la Ley Orgánica de Elecciones, en las listas de candidatos al Congreso en cada Distrito Electoral se debe incluir un número no menor del 30% de mujeres o de varones (Congreso de la República, 1997; 2000); es decir, en las circunscripciones en que se inscriban listas con tres candidatos por lo menos uno debe ser varón o mujer. Para las presentes elecciones al congreso, en la

región de Ayacucho continúan en el proceso electoral 17 partidos políticos (JNE, 2016); el 65% de candidatos son varones y sólo el 35 % son mujeres; pareciera que la participación de la mujer esta sujeta únicamente al cumplimiento de la Ley y no al legítimo derecho de reconocer la participación política de la mujer en el Estado ‘democrático’.

En cuanto al acceso a los medios



ICACIÓN

masivos, en los últimos años el empoderamiento de la mujer en el espacio político ha permitido también su participación en los medios masivos y en general en los espacios públicos; sin embargo, según Alfaro (CIESPAL, 2015) a pesar de la presencia protagónica de la mujer en los medios “(...) que habla más, que ingresa más a los medios, que plantea soluciones, etc.(...) le falta más ordenamiento; es decir, su participación no esta organizada. Este problema se agudiza aún más cuando los medios de comunicación invisibilizan la participación de la mujer joven. Tania Pariona Tarqui, joven candidata al Congreso de la Republica comparte los retos que le toca vivir en esta faceta.

RAÍCES

¿Dónde nació y vivió Tania durante su niñez y adolescencia?

Nací en el distrito de Cayara, provincia de Fajardo [Ayacucho]. Crecí y estudié en Huamanga [provincia capital de Ayacucho], debido a que mis padres migraron durante la violencia política (1988 en Cayara). Pasé mi niñez y adolescencia entre mi pueblo y Huamanga. Mamá nos llevaba a Cayara para ayudar a mis abuelos en el pastoreo de los animales en la chacra y los quehaceres cotidianos.

ESTUDIOS

¿Dónde cursaste los estudios universitarios y en qué carrera profesional?

En la Universidad Nacional de San Cristobal de Huamanga (UNSCH). La carrera de Trabajo Social.

¿Cuáles son las competencias profesionales de una Trabajadora Social?

Las Trabajadoras sociales facilitamos procesos conjuntamente con los actores, por tanto, las personas no son meros beneficiarios sino sujetos con capacidades.

Desarrollamos propuestas (programas, proyectos y planes) orientados al desarrollo Humano, considerando los enfoques de derechos humanos, género, generacional, interculturalidad, enfoque territorial y otros que aportan a desarrollo integral de las personas.

¿Cómo se complementa tus estudios de posgrado en Desarrollo Humano: Enfoques y Políticas con tu carrera profesional?

La Maestría de Desarrollo Humano está íntimamente relacionado con la filosofía de intervención del Trabajo Social, ambos abordan aspectos sociales. por ejemplo: la pobreza multidimensional y no solamente la renta o el PBI, la inversión en la capacidades, las libertades para elegir la vida que queremos llevar y tenemos razones para valorarla, la integralidad de los derechos y que éstas se plasmen en las políticas sociales.

PARTICIPACIÓN POLITICA, UNA DECISIÓN CON RETOS

¿Cómo llegas a ser candidata para el Congreso de la República? ¿Estaba entre tus planes ser autoridad en tu pueblo o región, e incluso congresista?

No me hubiera animado a encaminarme en la política partidaria sino tendría el respaldo social y el soporte de jóvenes, mujeres y comunidades que creen y confían en mi capacidad. Sin embargo, debo decir que todo lo que he venido haciendo desde mi militancia social y compromiso con mi pueblo, las mujeres, los jóvenes y los niños, especialmente indígenas, no los hice porque tenía intención de ser “candidata”, ante todo siempre creí que eso se daría en su momento oportuno y solo si la gente creía en mi apuesta y mi convicción.

Al margen de llegar o no al congreso, mi trabajo por la cultura, la identidad, la igualdad de género, los derechos de los pueblos originarios, desarrollo

comunitario, soberanía alimentaria, derechos humanos y reparación, entre otros, siguen su curso y seguiré incidiendo y posicionando en la agenda local, nacional e internacional, desde donde me encuentre y espacio donde esté.

Quiero mencionar también que no concuerdo con aquellos candidatos que dicen que “los jóvenes deben meterse a cualquier partido político, y que lo importante es que participen”. No se trata de estar en “cualquier partido político”. Considero que los jóvenes debemos revisar y analizar primero los principios y las bases ideológicas con las que se ha creado el partido, si éstas están acorde o no a nuestras formas de pensar. Yo no me veo en un partido que no vaya con mi visión de país, mis ideales, mis sueños y aspiraciones.

¿Qué factores determinaron tu decisión de ir como candidata por un partido político?

Decidimos ir con el Frente Amplio porque recoge las demandas históricas, la agenda de los pueblos originarios con apuesta real, por el programa político

Existe un estereotipo y racismo entre nosotros los ayacuchanos y andinos, pues se duda más de alguien que es de tierra dentro y hay mayor aceptación a quién se muestra diferente a nosotros “del piel blanca”, “mejor vestido”, “mayor grados y títulos”. Normalmente cuando ven a una mujer con vestimenta de su pueblo se la relaciona con ideas como “la ignorancia”, “no profesional, por ende no capaz”. Actitudes de este tipo no nos ayudan a crecer y a florecer en la verdadera inclusión. Necesitamos deconstruir imaginarios racistas y clasistas.

que proyecta. Por el enfoque inclusivo que practica y la escucha a las propuesta de los movimientos sociales. Esto es una construcción colectiva en la que todos somos parte importante del engranaje, y el Frente Amplio decididamente la viene impulsando, y si no somos consecuente con ello, es probable que tomará más años y más procesos. Todo depende de cada uno de nosotros.

MUJER Y JOVEN: OBSTÁCULOS Y/O BARRERAS HACIA EL CONGRESO

¿Cuáles son los problemas que encuentra una mujer y joven candidata al Congreso de la República?

Tenemos limitaciones económicas, pero no ha sido barrera para emprender una campaña honesta y desde otras estrategias y creatividades. Nuestra campaña a nivel nacional y local es de persona a persona, de boca a boca, pues se trata de reorientar la política tradicional, aquella que se han valido de regalos a la gente, de promesas y discursos que muchas veces son inconcordantes a las funciones que tiene el/la congresista en el caso de llegar a este puesto.

Es verdad, estamos en desventaja en cuanto a las propangadas, las pintas en las paredes y gigantografías lujosas, pero nuestra fortaleza es el compromiso verdadero, la convicción y sentimiento por nuestros pueblos. Hace falta recuperar nuestra autoestima y dignidad, hasta eso nos lo han dañado.

Ser candidata mujer y joven es exponerse a una doble discriminación y

en mi caso podría decir que hay una triple discriminación por ser de una comunidad, por reivindicar nuestra vestimenta y los derechos de los pueblos originarios y hablar de la importancia de la identidad y la cultura. En más de dos oportunidades he oído frases como: “Esta chola que va hacer en el congreso”, “¿Esa mama oculo quiere ir al congreso?”.

Existe un estereotipo y racismo entre nosotros los ayacuchanos y andinos, pues se duda más de alguien que es de tierra dentro y hay mayor aceptación a quién se muestra diferente a nosotros “del piel blanca”, “mejor vestido”, “mayor grados y títulos”. Normalmente cuando ven a una mujer con vestimenta de su pueblo se la relaciona con ideas como “la ignorancia”, “no profesional, por ende no capaz”. Actitudes de este tipo no nos ayudan a crecer y a florecer en la verdadera inclusión. Necesitamos deconstruir imaginarios racistas y clasistas.

DEMOCRACIA, POLITICA Y MEDIOS MASIVOS

¿Cuál es el nivel de acceso que tienes a los medios de comunicación masiva (y programas informativos) en esta coyuntura electoral?

Los medios masivos, sabemos, que no sólo no son accesibles sino también no son democráticos. La invisibilidad al Frente Amplio y la falta de cobertura a nuestra hermana Verónica Mendoza se debe a ciertos intereses de poder político y económico en el país. Las propuestas que plantea el Frente Amplio, a muchos no gusta porque atentaría con sus intereses y modos de ejercer poder y decisión en la vida del

país.

¿Qué piensas de la cobertura que hacen los medios de comunicación a nivel nacional a los partidos y alianzas políticas que están participando en las contiendas electorales?

La mayoría, es evidente, tienen su línea o tendencia política. Por tanto la cobertura no es democrática, hay quienes ocupan mayor tiempo y otros ni siquiera aparecen. De otro lado, sabemos que si no tenemos recursos para pagar una propaganda televisiva o radial simplemente no es posible.

¿Cuáles es tu opinión sobre la gestión de la información en el ámbito local de las y los candidatos al congreso?

En cuanto a la gestión de la información sobre los candidatos, considero que hay una homogenización sobre el perfil de los candidatos, basado en calificativos sobre todo negativos. Se nos asigna la carencia de capacidades, se emiten mensajes como “no hay ninguno que valga la pena”, “están perdidos, no saben su función”, entre otros.

No podemos poner en un saco a todos, así como exigimos a la ciudadanía el voto informado y conocer a sus candidatos, los periodistas también están en el deber de conocer los antecedentes de cada uno, su perfil y demás, para evitar caer en generalizaciones o parcializaciones con uno o determinado candidato. Hace falta que desde los medios se promueva educación ciudadana, visión crítica y reflexiva e información que permita a la ciudadanía emitir su propio análisis y

evitar generar una réplica de información muchas veces sin argumentos.

¿Existe una cobertura plural, reflexiva y veraz en la gestión de la información electoral (hoja de vida, propuestas y su relación con los planes de gobierno, etc.)?

Realmente son estas las cosas del que se carece o es débil en los medios, una información plural, reflexiva, veraz, que la población ayacuchana conozca a los candidatos, sus propuestas como congresista y los planes de gobierno que su partido está proponiendo al país.

¿Qué opinas sobre el acceso y/o barreras a los medios de comunicación en esta coyuntura electoral?

Los medios locales a diferencia de las nacionales, son más accesibles, excepto si es una propaganda pagada y no cuentas con los recursos necesarios para ello. Los medios televisivos tienen alcance local, pero en las provincias, distritos y aún más en las comunidades no se cuenta con medios televisivos que lleguen a sus hogares y puedan tener igual de acceso a la información que todos los que vivimos en Huamanga. La radio, sin embargo, es la que mayor alcance geográfico tiene y ahora más que antes se emiten programas bilingües, castellano y quechua.

¿Cómo percibes el uso de las redes sociales de las y los candidatos en este proceso electoral? ¿Es válido/viable el uso de las redes sociales para acercar tus propuestas a las y los jóvenes del interior de las provincias de la región Ayacucho?

La mayoría por no decir todos los

candidatos sin excepción tienen una cuenta de Facebook dirigida a su campaña política, algunas de ellas son administradas por terceros, expertos en redes sociales “remunerados”. Al margen de ello, el uso de las redes son potencialmente importantes, el sector más cercano a este medio son los jóvenes, y actualmente los candidatos hacen uso de ello con diversas formas de atraer votos, imágenes que emitan mensaje, fotos que lleguen a la sensibilidad humana, dando cuenta del avance de su campaña, sus visitas, etcétera. Todo es válido en términos de campaña, pero me pregunto cuánto de todo lo que se difunde es sólo parte de la estrategia y no es lo que realmente somos, hacemos y hemos hecho antes de ser candidatos.

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son fundamentales en la sociedad de información. ¿Cuál es tu análisis sobre el contenido y uso de las redes sociales? ¿Cuál es tu análisis sobre el uso de las redes sociales y el contenido de la misma? Facebook, Twitter, Youtube, etc., e incluso, el uso del WhatsApp, etc.

Las redes sociales, diría especialmente el Facebook y Youtube, han cobrado una importancia tal que hoy las generaciones actuales están cada vez más conectados y es accesible hasta desde los celulares móviles. En las capitales de provincia donde hay acceso a Internet la juventud tiene acceso a estos medios, en distritos y comunidades esto todavía es una dificultad. Es importante hacer la reflexión sobre que tipo de mensajes es la que atrae al sector juvenil, y por lo general son imágenes con mensajes

cortos y lenguaje directo, coloquial (memes). No hay cultura de lectura e investigación profunda, por tanto poco o nada se explora a fondo sobre algún determinado tema, creo que teniendo todo la gama de información accesible en la Internet debiéramos tener un mínimo de interés por explorarla, leerla, construir opinión crítica y difundirla.

Por la particularidad de la región ayacuchana, ¿Cuál es la estrategia de comunicación que viene implementando tu equipo de campaña para informar los diferentes segmentos de la población electoral ayacuchana (varones y mujeres, las juventudes, la ciudad y distritos de cercado, los asentamientos humanos y los conos, las comunidades andinas, el VRAEM, las comunidades del sur, etc.)?

Para las zonas especialmente rurales hemos optado por spots radiales en quechua, a través de música originaria Chimaycha y Pumpín, dos géneros que son apreciados por la gente de las comunidades. Los spots tipo sociodrama para remarcar nuestra propuesta respecto a la importancia de proteger las cabeceras de cuenca, el agua y los recursos naturales.

Calendarios con imágenes que dan cuenta de nuestra trayectoria de liderazgo, una manera de visibilizar la candidatura, material que se difunde tanto en campo como en ciudad. Para la zona urbana, los spots en castellano.

Los banderines y banner que son visuales sobre todo para posicionar el símbolo del partido y el número de la candidatura, el mismo que se usa en

diferentes contextos.

Para el diálogo y cercanía con los jóvenes nuestra incidencia se ha centrado a través del Facebook (Jóvenes con Tania por ejemplo) una plataforma abierta y plural con lenguaje juvenil.

A través de los medios de alcance nacional, se es testigo de los ‘ataques’ entre los candidatos, tanto a la presidencia como al congreso, denuncias, insultos, etc. Ni que decir a través de las redes sociales, tras el anonimato militantes y simpatizantes defienden a sus candidatos y atacan a la oposición. En la región ¿Cuál es el nivel de desarrollo de la campaña política?

Desde mi percepción, diría que se replica el mismo síntoma en la región, unos más que otros, sobre todo en redes sociales, en donde leemos opiniones de toda índole. Y aunque todo ciudadano es libre de opinar y vertir lo que piensa, considero que ante todo debe primar el respeto por las personas.

GÉNERO Y ACCESO A LOS MEDIOS

A los problemas descritos se suma otro problema, la invisibilidad de las mujeres en los medios de comunicación ¿Cuál es tu opinión sobre el género y acceso a los medios de comunicación?

Sabemos de las grandes brechas de género en diferentes esferas y aspectos, en cuanto al acceso a medios de comunicación, es algo que se debe fortalecer para que más mujeres sean conductoras de programas, asuman roles de comunicadoras, reporteras

comunales, entre otros. No creo que sean porque carecen de capacidades sino de herramientas y oportunidades para desarrollarla y emprender iniciativas comunicacionales.

La situación se complejiza aún más si son mujeres de comunidades, quechuahablantes, con escasas oportunidades para su empoderamiento sus derechos y liderazgo.

Reflexiones

Ser mujer, joven y de las entrañas del Perú profundo, pese a tener formación profesional y continuar estudios de posgrado no es sencillo; implican retos y desafíos, más aún cuando se es discriminada, subvalorada en cuanto a la identidad cultural, y subestimada por personas que tienen sus raíces en las comunidades del interior de la región. No es sencillo, en un espacio político partidario controlado por los hombres; en un desigual acceso a los medios masivos y/o programas informativos; en un ejercicio parcializado y en una 'lectura' reduccionista de algunos periodistas que subvaloran la competencia política, la gobernabilidad y la vocación de servicio a la nación de una mujer peruana.

A ello se suma una tercera parte de la población que viven en regiones de pobreza y pobreza extrema; adormecidas, discapacitadas y mantenidas en la ignorancia por el asistencialismo de los 'programas sociales'; recordada de su existencia, de sus necesidades y demandas en los procesos electorales; con carencias de servicios básicos vitales y elementales, donde la sociedad de la información, de

las NTIC, las redes sociales, el Internet, etc. se reducen a la información parcializada que viaja a través de las ondas de radio o a la posesión de un celular 'no inteligente' que lo hace, según el gobierno de turno, no pobre.

La democratización de los medios de comunicación es una agenda pendiente en nuestro país, porque se trata del derecho fundamental al acceso de información, información plural, veraz e imparcial que todo ciudadano merece tener para tomar decisiones. Está democratización debe estar marcada por un legítimo reconocimiento a las mujeres como sujetos de comunicación.

Si bien las redes sociales, Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp etc, son herramientas que movilizan en tiempo real opiniones y puntos de vista, más aún en estos procesos electorales, su uso debe ser ponderado, en el marco del respeto y de los Derechos Humanos. En cuanto a las actitudes discriminatorias, machistas y racistas, el Estado y la sociedad peruana deben iniciar a debatir y legislar en esta materia.

Referencias:

CIESPAL (2015). Jornada Académica: Mujer y medios de comunicación. [Videograbación]. Ciespal. Consulta: 12 de marzo de 2016
<https://www.youtube.com/watch?v=Xu96fjTtkcA>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA (1997). LEY N° 26859. Ley Orgánica de Elecciones. Lima 01 de octubre de 1997. Consulta: 12 de marzo de 2016.
<http://portal.jne.gob.pe/procesoselectorales/Documentos%20%20Procesos%20el>

Imagen capturada de la cuenta en Facebook de Tania Pariona, con autorización de Tania



ectorales/Elecciones%20Regionales%20y%20municipales%202014/Leyes%20Org%C3%A1nicas/LEY-ORGANICA%20-DE-ELECCIONES%20.pdf

CONGRESO DE LA REPÚBLICA (2000). LEY N° 27387. Ley que modifica la Ley No. 26859, Ley Orgánica de Elecciones, entre ellos el artículo 116°. Lima 29 de diciembre de 2000. Consulta:

12 de marzo de 2016.

<https://www.web.onpe.gob.pe/modMarco-Legal/Proyecto-Ley/LeyN-27387.pdf>

JNE (2016). Voto informado: Candidatos al congreso. Ayacucho. Consulta: 12 de marzo de 2016.

http://www.votoinformado.pe/voto/congresistas_partidos.aspx?o=DYQ45knDZ11A1JKjYPI5bg==



‘Periodismo’ y ‘medios masivos’ al servicio de la corrupción (*)

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



Para comprender la corrupción institucionalizada en el Estado y los gobiernos de turno, con mayor incidencia en gobiernos regionales y locales, basta con leer los diarios y revistas, escuchar los informativos radiales, observar los noticieros televisivos o seguir las redes sociales y concluir por sentido común que también hay un ‘periodismo’ y ‘medios masivos’ que se encuentran al servicio de la corrupción. No obstante, si en el pasado fue necesaria la difusión de un ‘vladivideo’, en la actualidad fue necesaria la detención de autoridades y funcionarios, como en el caso de la región Ancash y otras regiones, para tener evidencias objetivas sobre el nivel de



participación y/o complicidad de algunos los propietarios y/o administradores de los medios masivos (prensa, radio, televisión, etc.), periodistas y comunicadores(as) sociales en estas redes de la corrupción.

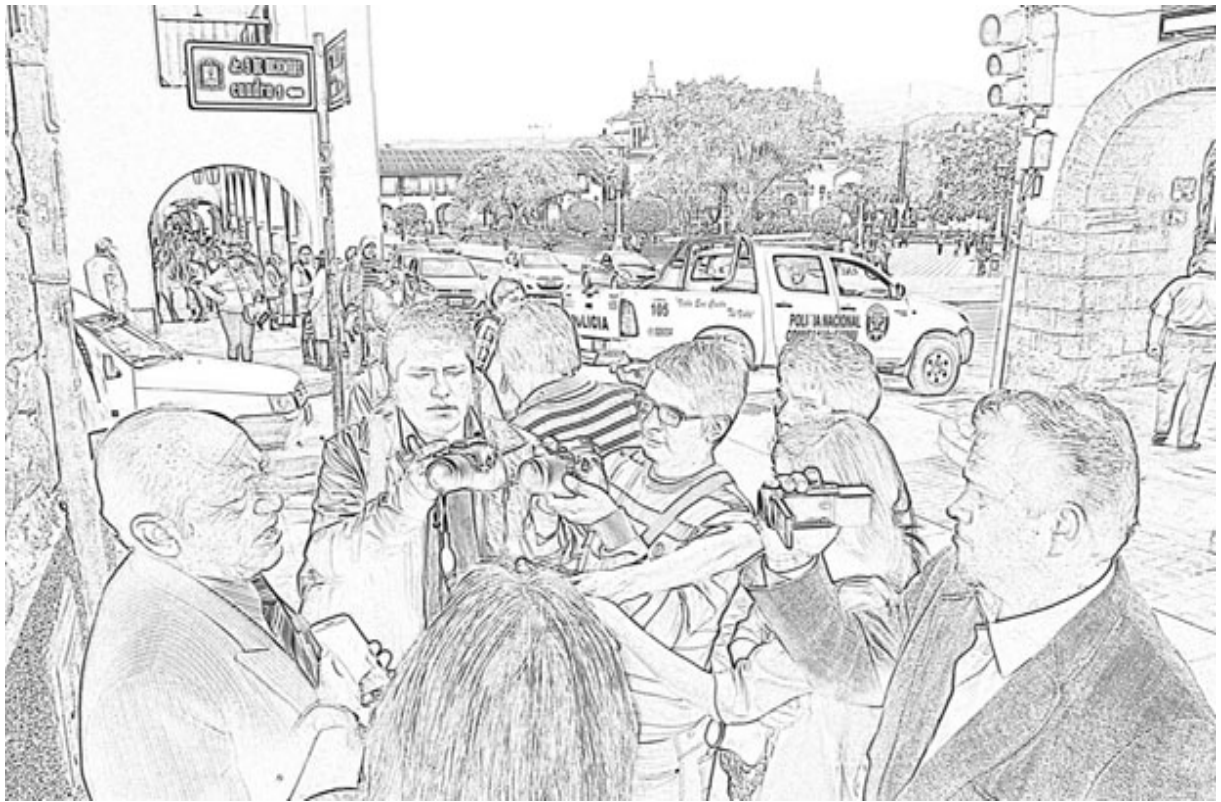
Según la VIII Encuesta Nacional sobre Percepciones de la Corrupción en el Perú 2013 (IPSOS, 2013: 5), el 44% de los peruanos señala que la corrupción es uno de los principales problemas que enfrenta el país.

Antecedentes de casos de corrupción

14 de setiembre de 2000, se difunde uno de los 'vladivideos' que muestra el grado de corrupción que se extendía a todos los niveles e instituciones del Estado, y que a pocos días de su difusión motivó la renuncia del presidente Alberto Fujimori. Las siguientes difusiones de videos ratificaron la red de corrupción del gobierno, "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, estuvieron coludidos o fueron cómplices (Cameron y Maxwell, 2002; Degregori, 2000)" (PCM, 2012: 6).

Estos hechos motivaron, durante el Gobierno de Transición de Valentín Paniagua (noviembre de 2000 a julio de 2001), iniciativas de políticas públicas contra la corrupción institucionalizada, así como en materia de transparencia y rendición

“ (...) los corruptos de hoy implementaron algunas estrategias de similar coloratura: el uso de medios de prensa y periodistas asalariados como armas arrojadas para el chantaje y el agravio intimidante; manipulación del aparato de justicia para garantizarse impunidad y perseguir a sus enemigos (...)”
(Ugaz, 2015)



de cuentas, y vigilancia ciudadana.

Entre otras acciones, en el 2010 se crea la Comisión de Alto Nivel Anticorrupción (CAN), espacio de coordinación entre el Poder Ejecutivo, el Poder Judicial, entre otros organismos autónomos y representantes de instituciones y sociedad civil, “para prevenir y combatir la corrupción en el país” (PCM, 2012: 480376); sin embargo, desde entonces han transcurrido 5 años y en la mayoría de los casos la corrupción se mantiene impune.

Recientemente, a fines de mayo de 2014, medios nacionales como La República informaban que de los 25 presidentes de gobiernos regionales en actividad 19 debían responder por

150 casos de corrupción. No está por demás señalar que muchas de estas regiones gastaron durante el 2013 y 2014 presupuestos de miles de millones de soles y otras cientos de millones de soles; no obstante, estas regiones continúan en pobreza y pobreza extrema.

El 24 de setiembre de 2014, durante la inauguración de la V Conferencia Anual Anticorrupción Internacional – CAAI 2014 “Nueva Generación de Estrategias Anticorrupción”, la premier Ana Jara resaltaba que 22 de los 25 presidentes regionales venían siendo investigados por el Ministerio Público, 4 de ellos con prisión preventiva por presuntos delitos contra la administración pública; asimismo, advertía que la

“ ¿Qué se necesita para revertir esta complicidad del 'periodismo' con la corrupción? (...) A nivel personal y profesional, una autoevaluación y autocrítica sobre el ejercicio ciudadano y como Comunicador(a) social, más aún sobre el ejercicio del periodismo.

corrupción estaba ocasionando al país una pérdida de casi 10 mil millones de soles al año (CAN, 2014), es decir, aproximadamente 3 mil millones de dólares americanos.

“(...) medios de prensa y periodistas asalariados”

En cuanto a la prensa, el 04 agosto de 2014 el ex procurador anticorrupción José Ugaz Sánchez Moreno –actual presidente de Transparencia Internacional– señalaba en un artículo de opinión que “(...) los corruptos de hoy implementaron algunas estrategias de similar coloratura: el uso de medios de prensa y periodistas asalariados como armas arrojadas para el chantaje y el agravio

intimidante; manipulación del aparato de justicia para garantizarse impunidad y perseguir a sus enemigos; digitación de congresistas para obtener cobertura política (...)”.

Por su parte, la segunda semana de setiembre de 2014, Perú 21 informaba la acusación de la Fiscalía a un periodista por “presuntos delitos de peculado doloso y asociación ilícita para delinquir por haber puesto su línea periodística al servicio de la red de corrupción que se instaló en esa región”.

¿Qué se aprendió desde entonces?
15 años después, al parecer nada. Estas prácticas delictivas de quienes ejercen un periodismo negativo



continúan impunes al interior de las regiones del país. Un periodismo que se sostiene con 'sueldos' y 'publicidad' pagada con los recursos del Estado o con la 'bolsa' de los famosos 'diezmos' obtenidos de los irregulares procesos de licitación y ejecución de estudios, expedientes y obras millonarias.

Un periodismo mediocre y distractor para defender la posición del gobierno de turno o para abordar temas irrelevantes y subjetivos, ajenos a la realidad y problemática nacional, regional, etc.; un periodismo para silenciar las

denuncias y/o evidencias de los presuntos casos de corrupción de las autoridades, funcionarios y asesores de los gobiernos regionales y municipales; un periodismo para atacar, difamar y/o calumniar a periodistas, programas y/o medios impresos independientes.

¿Qué se necesita para revertir esta complicidad del 'periodismo' con la corrupción?

De parte del Estado y del gobierno, voluntad política y recursos para implementar medidas contra la corrupción y articulación con las instancias afines; investigar y

sancionar oportuna y eficazmente la corrupción en el ámbito administrativo y judicial; “Institucionalizar en la administración pública las prácticas de buen gobierno, la ética, la transparencia y la lucha contra la corrupción” (Decreto Supremo N° 119-2012-PCM); asimismo, participar activamente de la Alianza para el Gobierno Abierto para promover la transparencia sobre las actividades del Estado, empoderamiento de la ciudadanía, etc. (PCM, 2012-2013). Desde las universidades, la formación científica, tecnológica y humanística en sus estudiantes para un ejercicio profesional ético y competente al servicio del desarrollo humano, social y sostenible.

De la educación básica, tanto primaria como secundaria, generar una cultura de la integridad en principios y valores para que los niños, niñas y adolescentes identifiquen a la corrupción como una práctica delincuencial, y a los corruptos(as) como delincuentes que se apropian de los cientos de millones de soles que tienen como presupuesto los gobiernos regionales y locales, y cómo esta práctica posterga el desarrollo de los pueblos, comunidades, distritos, provincias y regiones del país.

A nivel personal y profesional, una autoevaluación y autocrítica sobre el ejercicio ciudadano y como Comunicador(a) social, más aún sobre el ejercicio del periodismo.

Reflexiones finales

La corrupción es una práctica delincuencial ejecutada por autoridades, funcionarios y personal de confianza en complicidad con jueces, fiscales, propietarios de medios masivos, periodistas, etc. que no sólo afecta a la economía del país, a través de la desviación y/o apropiación de los recursos públicos, afecta también la gobernabilidad, la confianza en las instituciones públicas y privadas; afecta, los derechos de las personas, como el acceso a los servicios básicos y elementales para la existencia humana, etc.

Por lo expuesto, en el marco del Plan Nacional de Lucha Contra la Corrupción 2012-2016, la prevención y lucha contra la gran corrupción y pequeña corrupción en el Perú no sólo es responsabilidad del Estado, del gobierno de turno, entre otras instituciones y sociedad civil organizada, es también responsabilidad ética y profesional de quienes ejercen el periodismo, así como de aquellos propietarios y administradores de medios masivos promover al interior de su organización una cultura de principios y valores humanos, valores corporativos, cumplimiento del Código de Ética y la responsabilidad social.

REFERENCIAS:

COMISIÓN DE ALTO NIVEL ANTICORRUPCIÓN (CAN) (2014). “Ana Jara: Flagelo de la corrupción

/ 'PERIODISMO' Y 'MEDIOS MASIVOS' (...)

ocasiona pérdidas de casi s/. 10 mil millones al año”. Consulta: 19 de marzo de 2015,

<<http://can.pcm.gob.pe/ana-jara-flagelo-de-la-corrupcion-ocasiona-perdidas-de-casi-s-10-mil-millones-al-ano/>>

IPSOS (2013). “Resultados de la VIII Encuesta Nacional sobre percepciones de la corrupción en el Perú 2013”. En Proética, Capítulo Peruano de Transparencia Internacional. Consulta: 20 de marzo de 2015,

<<http://www.proetica.org.pe/viii-encuesta-nacional-sobre-percepciones-de-la-corrupcion-en-el-peru-2013/>>

MUÑOZ, Lupe (2014). “19 presidentes de gobiernos regionales deben responder por 158 casos de corrupción”. Diario La República. Lima, miércoles 28 de mayo de 2014 | 7:47 am. Consulta: 15 de marzo de 2015,

<<http://www.larepublica.pe/28-05-2014/19-presidentes-de-gobiernos-regionales-deben-responder-por-158-casos-de-corrupcion>>

PERÚ21 (2014). “Periodista implicado en caso ‘La Centralita’ fue detenido en Chimbote”. Diario Perú21. Lima, jueves 11 de septiembre del 2014 | 00:05. Consulta: 14 de marzo de 2015, <<http://peru21.pe/politica/caso-centralita-periodista-policia-chimbote-2198134>

<http://www.larepublica.pe/28-05-2014/19-presidentes-de-gobiernos->

[regionales-deben-responder-por-158-casos-de-corrupcion](http://www.larepublica.pe/28-05-2014/19-presidentes-de-gobiernos-regionales-deben-responder-por-158-casos-de-corrupcion)>

PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS (PCM) (2012 – 2013). “Alianza para una Sociedad de Gobierno Abierto. PLAN DE ACCIÓN DEL PERÚ. 2012 – 2013”. Perú Gobierno Abierto. Consulta: 19 de marzo de 2015, <http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2013/12/Plan_de_Accion_de_Gobierno_Abierto_Peru.pdf>

PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS (PCM) (2012). Decreto Supremo N° 119-2012-PCM. “Plan Nacional de Lucha Contra la Corrupción 2012 – 2016”. Diario El Peruano, Lima, domingo 9 de diciembre de 2012. Consulta: 17 de marzo de 2015, <<http://can.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2013/02/Plan-Nacional-Anticorrupcion-2012-2016-DS-119-2012-PCM.pdf>>

UGAZ, José (2014). “La corrupción de ahora, por José Ugaz: La voluntad política contra la corrupción no pasa de la retórica de plazuela”. Diario El Comercio, lunes 04 de agosto del 2014 | 07:38. Consulta: 15 de marzo de 2015, <<http://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/corrupcion-ahora-jose-ugaz-noticia-1747336>>

(*) Publicado en: <http://blog.felafacs.org/periodismo-y-medios-masivos-al-servicio-de-la-corrupcion/>

Debates políticos ausentes

COMUNICACIÓN, CULTURA

En el marco de las Elecciones Generales 2016



“(...) la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo (...) y crea obras que lo trascienden” (UNESCO, 1982).

A Y DESARROLLO



A tres semanas de la jornada electoral es posible constatar en las y los electores —así como periodistas, comunicadores(as) sociales, analistas, etc. — el desconocimiento de

las propuestas y el contenido de los planes de gobierno, entre ellos la subvaloración del componente cultural en las políticas de desarrollo del país. Por lo expuesto, amerita una reflexión

LA CULTURA
Es “(...) el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (UNESCO, 1982).

general sobre la importancia de la cultura y su ausencia en muchos planes de gobierno, la revisión de herramientas para un análisis comparativo de la misma e incorporación en la agenda de los medios masivos y programas informativos para que la ciudadanía en general —con un elemento de juicio más— emita un voto responsable; asimismo, que las reflexiones sean un punto de partida para continuar con su análisis cuando se hable de desarrollo desde la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación.

Las gotas que derramaron el vaso
El desconocimiento del contenido de los planes de gobierno no es exclusivo en las y los electores, algunos candidatos(as) de los partidos y alianzas políticas desconocen también el contenido de la misma; basta recordar los plagios en los planes de gobierno y las declaraciones contradictorias. Sin embargo, las gotas que derramaron el vaso y permitieron abordar el presente tema fueron la mediatización de hechos intrascendentes e irrelevantes de la coyuntura electoral por los medios masivos de alcance nacional, mayor aún en las regiones; el pensamiento centralista de los organizadores de un seminario sobre la artesanía (segunda semana de marzo), pensamiento que se reduce en continuar pensando que Lima es el Perú o viceversa, toda vez que el evento tuvo como público objetivo a Lima capital; y la ausencia del 80% de las y los representantes de los partidos y alianzas políticas en la última mesa redonda sobre la cultura, organizada la tercera semana de marzo por una universidad privada del país.

¿Cultura?

Pero, qué es la cultura. Según la Conferencia mundial sobre las políticas culturales (UNESCO, 1982), la cultura “(...) puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”, definición suscrita y refrendada por los siguientes eventos internacionales hasta la actualidad; no obstante, pese a ser elemento base del desarrollo humano ésta se encuentra ausente en la mayoría de los planes de gobierno de los partidos y alianzas políticas, y en los pocos... han sido abordados de manera general, sin explicar el cómo ni señalar el presupuesto correspondiente.

¡Compara ya!

Para sustentar lo expuesto se recurrirá a la aplicación Compara ya, una herramienta generada por Transparencia (2016) —asociación civil que tiene por misión trabajar por el fortalecimiento de la democracia y la calidad de la representación política—, en cuya base de datos se encuentran los siguientes temas: Ambiente, cambio climático y gestión de riesgos; descentralización; educación; Inversión y crecimiento económico; justicia y reconciliación; LGTBI; mujeres; narcotráfico; niñez y adolescencia; personas con discapacidad; pobreza e inclusión social; pueblos indígenas y afroperuanos; reforma del sistema judicial; reforma electoral y del Congreso de la República;

El Perú es un país plurilingüe y multicultural, con un valioso Patrimonio cultural (material e inmaterial),

que demanda del Estado y la empresa privada competencias y normas para la eficiente, eficaz y efectiva gestión cultural e industrias culturales;

sin embargo, revisando el tema “Inversión y crecimiento económico” (...) se puede concluir lo siguiente: a) son escasas las propuestas que uno puede hallar en los planes de gobierno en materia de cultura, b) no existen propuestas explícitas en el tema cultural, y c) el tema cultura se reduce al turismo.

relaciones internacionales e integración; salud; seguridad ciudadana; trabajo y promoción del empleo; y Transparencia y lucha contra la corrupción. ¡19 temas!

Este aplicativo presenta la posibilidad de comparar cada uno de los 19 temas con cada una de las propuestas contenidas en los planes de gobierno de los partidos y alianzas políticas. Por otra parte, lo más probable es que el lector perspicaz haya notado entre estos 19 temas la omisión de muchos otros temas importantes, con la salvedad de que podría estar contenida en alguno de los temas generales descritos. Para el caso particular, el análisis estará centrado en el tema cultural.

Inversión y crecimiento económico y la dimensión cultural

El Perú es un país plurilingüe y multicultural, con un valioso Patrimonio cultural (material e inmaterial), que demanda del Estado y la empresa privada competencias y normas para la eficiente, eficaz y efectiva gestión cultural e industrias culturales; sin embargo, revisando el tema “Inversión y crecimiento económico” de aquellos partidos políticos que vienen liderando las encuestas (hasta la presentación del presente artículo, 17 de marzo de 2016) se puede concluir lo siguiente: a) son escasas las propuestas que uno puede hallar en los planes de gobierno en materia de cultura, b) no existen propuestas explícitas en el tema cultural, y c) el tema cultura se reduce al turismo.

De manera general, Fuerza Popular, propone impulsar «(...) estrategias de comunicación masivas empleando diferentes canales (Facebook, Youtube,

minería
petróleo
y gas

Twitter, Spots de Televisión, entre otros) para posicionar la “Marca Perú”»; Acción Popular, “Turismo y Ecoturismo - Planificar y mejorar la infraestructura turística peruana de modo que permita atraer un flujo masivo de turistas, en ambientes cómodos y seguros y debidamente organizados”; y Peruanos por el Cambio, “Hacer del turismo una actividad competitiva, segura y sostenible, de calidad global, que fomenta la interculturalidad y beneficia a la población nacional a través de la generación de trabajo y oportunidades de emprendimiento (TRANSPARENCIA, 2016).

Es decir, en el tema de Inversión y crecimiento económico, la mayoría de los planes de gobierno están centrados en la minería, el petróleo y el gas; la inversión en infraestructura pública; la

Inversión y crecimiento económico

importación y exportación

exportación, la importación; desarrollo inmobiliario, la agricultura, la ganadería, la diversificación productiva, etc.; impulsar la participación de las universidades e institutos; la coparticipación de las comunidades donde se encuentran estos y otros recursos, cadena de valor, Responsabilidad social empresarial, etc.

De la misma manera, una lectura general al artículo "¿Qué lugar ocupa la cultura en los planes de gobierno?" publicado en El Dominical (El Comercio, 2016) se desprende que a nivel individual los candidatos habrían propuesto un "carnet joven" para acceder a actividades artísticas, que podrían ser obras de teatro, festivales, etc.; incentivar una "cultura turística", "circuitos turísticos", incorporar "actividades vinculadas al arte y la

infraestructura pública

cultura" en las instituciones educativas, impulsar "el folclore nacional y la alimentación saludable", promover la cultura y el turismo nacional", fortalecer el "sistema de museos" y propiciar "programas de intercambio estudiantil", promover una televisión cultural y la promoción de talentos "en el arte, la cultura y el deporte"; otros, anuncian "la creación de un fondo nacional de cultura", "una superintendencia del patrimonio cultural", "un fondo concursable para promover los emprendimientos culturales"; por ahí, un candidato habría prometido construir complejos culturales en las 25 ciudades capitales del país para ofrecer clases de música, computación y manualidades, y "emerotecas" (El Comercio, 2016). Atención a esta última propuesta... "emerotecas" sin H, o es novedosa e innovadora esta propuesta o... una más

LA COMUNIDAD INTERNACIONAL RECONOCE

(...) que “La diversidad cultural es una fuerza motriz del desarrollo, no sólo en lo que respecta al crecimiento económico, sino como medio de tener una vida intelectual, afectiva, moral y espiritual más enriquecedora”

de las promesas demagógicas que improvisan algunos candidatos. Otra candidata habría planteado una "ley general de culturas" y “un programa nacional de fondos para la promoción, difusión y circulación de proyectos artísticos y culturales”; asimismo, "ampliar el presupuesto del sector al 1 % del PBI, según las recomendaciones de la Unesco" (El Comercio, 2016).

Mientras la comunidad internacional reconoce que “La diversidad cultural es una fuerza motriz del desarrollo, no sólo en lo que respecta al crecimiento económico, sino como medio de tener una vida intelectual, afectiva, moral y espiritual más enriquecedora” y que esta diversidad “(...) es un componente indispensable para reducir la pobreza y

y que esta diversidad “(...) es un componente indispensable para reducir la pobreza y alcanzar la meta del desarrollo sostenible (...)” (UNESCO, 2016), para muchos de las y los candidatos del país el tema cultural es irrelevante y/o sólo se reduce al turismo.

alcanzar la meta del desarrollo sostenible (...)” (UNESCO, 2016), para muchos de las y los candidatos del país el tema cultural es irrelevante y/o sólo se reduce al turismo.

Para muchas regiones del país, entre ellas, regiones como Lambayeque, Amazonas, Cuzco, Ayacucho, Ica, Arequipa, Puno, entre otras ciudades del interior del país, si sería importante hallar en los planes de gobierno propuestas orientadas a la implementación de políticas públicas en el tema de Patrimonio cultural, industrias culturales, interculturalidad, etc.

Interrogantes

¿Cuál ha sido el compromiso de los últimos gobiernos con respecto al tema

“Qué queremos de aquí al Bicentenario”

cultural? ¿Fue suficiente la creación del Ministerio de Cultura? Con los resultados descritos, obviamente que no. Ni la adscripción de los ex Institutos Nacionales de Cultura de las regiones del país, ni la definición de lineamientos de política cultural del Ministerio de Cultura —Impulsar una perspectiva intercultural, Promover la ciudadanía, Fortalecer la institucionalidad, Alentar la creación, Defensa y apropiación social del patrimonio, Apoyar a las industrias culturales, Promover y difundir las artes (Ministerio de Cultura, 2016)—, etc. han permitido la valoración de la cultura.

¿Cuál fue el aporte del actual gobierno? ¿Son suficientes la declaración de las políticas públicas descritas? ¿Cuál es la relación del Ministerio de Cultura con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo? ¿Por qué las políticas en materia de patrimonio cultural se reducen a la preservación y conservación de patrimonios elitistas?, etc.

La agenda de los medios masivos y

de los programas informativos

Si bien existen intereses políticos, económicos e ideológicos en los medios de comunicación masiva, al igual que en los programas informativos, debe primar el interés superior de la nación, el desarrollo integral sostenible de las regiones y el bienestar social; por lo tanto, urge una agenda mediática plural, independiente, crítica, propositiva, constructiva y democrática para la construcción de una nación. Una población electoral informada con las características descritas podrá emitir un voto responsable el próximo 10 de abril.

Finalmente, recogiendo la pregunta del cineasta Fernando Vílchez, citado en este artículo de El Dominical (El Comercio, 2016), “Qué queremos de aquí al Bicentenario”; y esta otra pregunta “¿Seguimos creyendo que la cultura es solo una herramienta para impulsar el turismo o queremos devolverle su espíritu creativo y crítico, convirtiéndola en un sector sostenible y autónomo?” o «(...) seguiremos

confundidos... escribiendo “emeroteca”» sin H.

Reflexiones:

La cultura es la base fundamental de la identidad de los pueblos, así como del proceso de desarrollo integral de las regiones y las naciones del mundo; consecuentemente, el medio para humanizar el desarrollo.

Existe una concepción limitada en sostener el desarrollo en términos cuantitativos, como los índices de crecimiento económico, subvalorando los componentes cualitativos: la diversidad cultural, el patrimonio cultural inmaterial, los principios y valores universales, las cosmovisiones locales, las aspiraciones de bienestar y desarrollo humano local, etc.

En cuanto a los medios de comunicación, es responsabilidad de los propietarios de la prensa, radio y televisión el tratamiento plural de la información, de los contenidos culturales, espacios para la expresión de los pensamientos, etc. en el marco de los Derechos Humanos y de los principios y valores universales. Respecto a la comunicación, entenderla como un proceso de diálogo público y privado, a través del cual las personas y las comunidades construyen en conjunto instituciones promotoras del desarrollo integral sostenible y el bienestar de la sociedad.

A nivel internacional, preocupa que nuevamente se haya excluido en esta oportunidad el componente cultural en los Objetivos de Desarrollo Sostenible aún a sabiendas que es la base

precisamente del desarrollo sostenible.

No sólo es responsabilidad de la comunidad internacional —pese a sus incoherencias— velar por la preservación y la defensa de la identidad cultural de cada pueblo; es responsabilidad también de los gobiernos de turno, de las organizaciones de la sociedad civil organizada y ciudadanía en general; en cuando a la generación de espacios de discusión y debate, mayor responsabilidad de las y los comunicadores sociales.

Respecto a las Ciencias de la Comunicación, que las presentes reflexiones sean un punto de partida para continuar con el análisis de las Ciencias de la Comunicación y su relación con la cultura, el desarrollo, los Derechos Humanos, entre otros pilares de la constitución de la Humanidad.

REFERENCIAS:

EL COMERCIO (2016). “¿Qué lugar ocupa la cultura en los planes de gobierno?”. El Dominical: letras, artes e ideas; diario El Comercio, domingo 24 de enero del 2016 | 15:52. Consulta: 29 de enero de 2016 <<http://elcomercio.pe/eldominical/actualidad/que-lugar-ocupa-cultura-planes-gobierno-noticia-1873223>>

MINISTERIO DE CULTURA (2016). Lineamientos de Política Cultural. Consulta: 29 de enero de 2016 <<http://www.cultura.gob.pe/es/informacion/institucional/lineamientos>>

TRANSPARENCIA (2016). Elecciones 2016: Herramientas para la observación

ciudadana. Compara ya. Asociación Civil Transparencia. Consulta: 17 de marzo de 2016

<http://elecciones2016.transparencia.org.pe/compara-ya-iframe?field_act_polit_org_target_id=153&field_act_polit_org_target_id_1=151&field_act_polit_org_target_id_2=498&field_tema_target_id=100>

UNESCO (1982). DECLARACIÓN DE MÉXICO SOBRE LAS POLÍTICAS CULTURALES. Consulta: 29 de enero de 2016

<http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf>

UNESCO (2016). Diversidad cultural. Consulta: 29 de enero de 2016

<<http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>>

César Mariano
Beltrán Gutiérrez



Cynthia
Ayala Aybar



Las sorpresas continúan. En esta oportunidad nos llamó la atención su amor por la danza; no obstante, fue mayor la sensibilidad humana de Danitza Rubio, estudiante de Ciencias de la Comunicación, que este año cursará el tercer ciclo en una de las universidades del norte del país.

1. ¿Cuál es tu ciudad natal?
Trujillo.

2. ¿Cómo te describirías?
Como una chica tenaz, sociable,



Movimiento, música... y altruismo

El amor por la danza y el prójimo

confiable, extrovertida, bastante loca a ratos y sobre todo decidida a lograr las cosas que me propongo.

3. ¿Qué talentos, habilidades y/o cualidades tienes?

Amo la danza, tengo buena memoria y soy bastante hábil para la tecnología.

4. ¿Cómo nace tu pasión por la danza? ¿Es una cualidad natural o tienes formación artística en la danza?

Según cuentan mis padres, desde

pequeña yo bailaba pero cuando tuve cierta edad me inscribieron en una academia de marinera, luego practicaba danza en el colegio y participaba en las actuaciones. Ahora danzo porque amo hacerlo.

5. ¿Cuál es la danza característica de tu región?

La Marinera es la danza típica. Cada vez que puedo asisto al concurso que se organiza en El Coliseo Gran Chimú.

6. ¿Qué buscas expresar a través

“ A un año de estudio ¿contenta con la decisión de haber elegido la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación? (...)

Estoy contentísima por la decisión que tomé, las asignaturas y el plan de estudio se basan en la práctica (...). Los profesores no solo son docentes también se han convertido en nuestros amigos.

de la danza?

Busco expresar mis sentimientos ya que muchos piensan que estos solo se pueden expresar en la poesía o en el teatro pero no es así, lo que tú sientes se expresa a través de lo que más disfrutas haciendo y en mi caso sería mediante la danza.

7. Háblanos de tu participación en algún evento académico o cultural

Cuando estaba en primaria participaba en diferentes concursos interescolares de comunicación y matemáticas.

Hace 2 años tuve una presentación de baile moderno a nivel de Trujillo.

8. Háblanos del voluntariado de jóvenes

Actualmente nos encontramos en una sociedad llena de cosas banales donde los jóvenes prefieren salir a divertirse –no digo que eso sea malo pero siempre debe ser con moderación– y no se dan cuenta de cómo está desarrollándose el mundo en el cual viven. El voluntariado es una forma de conocer la realidad de otras personas y tratar de ayudarlas.

9. ¿Qué te anima a ser parte del voluntariado de jóvenes?

El poder ayudar a las personas que más lo necesitan.

10. ¿Qué tiempo llevas en el voluntariado?

Decidí unirme al voluntariado desde que estuve asistiendo a catequesis, es decir, desde el año 2014.

11. ¿Qué actividades suelen organizar?

Visitar el asilo de ancianos, ir a los centros poblados, recolectar víveres y donarlos.

12. ¿Quién o qué factores (personales, familiares, hechos y/o eventos, entre otras experiencias) te motivaron a estudiar Ciencias de la Comunicación? ¿Algunas experiencias directas e indirectas que compartir?

La participación activa en los proyectos que tenía mi colegio me ayudó a darme cuenta que en verdad Ciencias de la Comunicación es para mí. Siempre era la designada para entrevistar, conducir programas de radio, editar los videos y cosas afines a las Comunicaciones, y por eso fue que decidí estudiar esta carrera.

13. ¿Cuáles fueron los miedos iniciales a la universidad y cómo los superaste?

Mi principal miedo fue que mis padres no me apoyaran en mi decisión, ellos estaban convencidos de que yo iba a estudiar Derecho. Primero lo conversé con mis profesores, ellos me aconsejaron y logré comunicarles mi elección.

14. A un año de estudio ¿contenta con la decisión de haber elegido la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación? ¿Alguna especialidad en particular a desarrollar (Comunicación para el desarrollo, Comunicación Corporativa, Marketing y publicidad, Producción de medios,



Artes escénicas, Periodismo, etc.)?

Estoy contentísima por la decisión que tomé, las asignaturas y el plan de estudio se basan en la práctica, cada uno de mis compañeros es distinto al otro y eso los hace especiales porque así interactuó con diversas personalidades. Los profesores no solo son docentes también se han convertido en nuestros amigos. En cuanto a la escuela me sorprendió bastante que se esté implementando.

El curso que más me llamó la atención fue Comunicación visual porque en ese curso llevamos fotografía que es algo que me gusta mucho. Aun no me decido por una especialidad en particular porque me

“ ¿Además de las competencias básicas (...) que principios y valores deben cultivar y vivir las Comunicadoras(es) sociales? (..) el comunicador social no debe dejarse llevar por los prejuicios y tiene que dejar de lado los estereotipos. También debe desarrollar la empatía y la asertividad.

gustaría aprender de todas pero las que más me llaman la atención son: Comunicación para el desarrollo, Publicidad y Periodismo.

15. ¿Cómo es la vida universitaria en la UNT (trabajos académicos, equipo de trabajo, viajes de estudio, organización de actividades académicas, otros)? ¿Cuáles fueron los mayores obstáculos y cómo lograste superarlos?

Es más exigente que la vida escolar –es obvio– en cuanto a los trabajos requieren mucha dedicación para poder cumplir con lo que pide el docente, los equipos de trabajo mayormente son uno para todo el ciclo en cada curso pero te acostumbras a trabajar con determinadas personas que disfrutan haciendo los trabajos.

En cuanto a los viajes, hemos tenido un solo viaje que fue para fotografiar sobre el oleaje anómalo y entre todos escogimos las mejores fotos para exponerlas. Tanto las actividades académicas como las extracurriculares son un poco difíciles de organizarlas ya que como lo dije anteriormente en el aula hay personalidades distintas y toma tiempo poder llegar a un acuerdo.

Un obstáculo que tenemos son las huelgas, tanto por parte de los docentes como de los administrativos, lo cual nos retrasa y no podemos desarrollar normalmente nuestras clases, pero esto lo superamos en cooperación de

todos, poniéndonos de acuerdo para asistir días extras y así recuperar las clases perdidas.

16. ¿Qué comportamientos te hubiera gustado observar en tus docentes universitarios?

Una mayor preocupación hacia los alumnos en cuanto a la forma que nos perjudican cuando realizan las huelgas.

17. ¿Algún autor(a) teórico en Ciencias de la Comunicaciones o ciencias afines, o alguna personalidad, que te haya motivado o inspirado a desarrollarte profesionalmente en una especialidad en particular?

Me fascina como conduce Federico Salazar un noticiero, me encantaría poder conversar con él y que me dé algunos tips ya que uno de las ramas que me agradan es el Periodismo.

18. ¿Cuál es el trabajo del Comunicador(a) social?

Manejar información relevante del medio, darla a conocer, incentivar a que la población tenga un cambio de vida frente a la información brindada. El comunicador social no puede dejarse llevar por los prejuicios y debe dejar de lado los estereotipos.

19. ¿Además de las competencias básicas, de especialidad e investigación, qué principios y valores deben cultivar y vivir las Comunicadoras(es) sociales?

Como lo dije anteriormente el comunicador social no debe dejarse

llevar por los prejuicios y tiene que dejar de lado los estereotipos. También debe desarrollar la empatía y la asertividad.

20. ¿Cuál es el valor que tienen las NTIC en las Ciencias de la Comunicación?

Son muy importantes porque gracias a ellas las Ciencias de la Comunicación se están desarrollando mucho más rápido, aportan a que estas se vayan digitalizando y que la información llegue mucho más rápido a la población.

21. ¿Cuáles son tus sueños y aspiraciones?

Mi mayor sueño es viajar por el mundo, me encantaría ser una periodista reconocida por mi trabajo y formar una familia con alguien que comparta los mismos gustos que yo.

22. ¿Cómo te ves dentro de cinco años o diez años?

Me veo como toda una profesional, ejerciendo mi carrera en algún medio periodístico.

23. ¿Qué significa la familia?

La familia es el pilar de la sociedad y el motor de cada persona para salir adelante.

24. ¿Qué significa la amistad?

La amistad es un valor que se va fortaleciendo con el tiempo y que si es verdadero perdurará por mucho tiempo.

25. ¿Alguna frase en particular?

Las cosas pasan por algo.

No hay nada mejor que hacer las cosas por amor y vocación, porque dan sentido a nuestras vidas y fortalece nuestras relaciones con los demás; asimismo, el arte a través de la danza, más el lenguaje, son por excelencia formas para comunicar sentimientos y emociones, y construir sentidos, tal como lo demuestra Danitza a través de la presente entrevista.

Estamos seguros que la tenacidad en Danitza le permitirá realizar sus sueños, porque hasta ahora le ha permitido lograr las cosas que se ha propuesto; y si en el camino algo no marcha bien... recordando su frase "Las cosas pasan por algo" y emprenderá nuevamente el camino para hacer realidad sus sueños. - - -





ASOCIACIÓN DE
COMUNICADORES
SOCIALES



Communicare
Comunicación para el desarrollo humano y social

www.communicare.jimdo.com

 /Communicare Perú