

Pontificia Universidad Católica del Perú
Escuela de Posgrado
Maestría en Comunicaciones



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

Título de la tesis: La Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Una experiencia estratégica de comunicación para el desarrollo

Grado académico a optar: Magíster en Comunicaciones

Autor: Lic. Segundo Armas Castañeda

Miembros del Jurado:

- Mg. Jorge Acevedo Rojas
- Mg. Hugo Aguirre Castañeda (Asesor)
- Mg. Rolando Pérez Vela

Lima, 2012

A mis padres Víctor y Esperanza que me dieron todo.

*A mi esposa Silvia y a mi pequeña Fernanda
que son el motor de mi vida.*

A mis hermanos que siempre están conmigo.

Con afecto y gratitud a mi maestro, el Dr. Denis Sulmont Samain.

*A “Coco” D’Acunha Delboy, el amigo y hermano incondicional
de siempre.*



INDICE GENERAL

Introducción

Primera parte: Marco Teórico

I. POLÍTICA INFORMACIONAL Y DEMOCRACIA EN LA SOCIEDAD RED

1. El cambio de la sociedad industrial a la sociedad red
 - 1.1. Nuevas formas de organización del trabajo y de la vida
 - 1.2. La era de la superabundancia de información: la sociedad red
2. La conexión entre comunicación, cultura y política
 - 2.1. La comunicación como espacio de mediación social y cultural
 - 2.2. Comunicación, información y cultura política
3. Comunicación, información y transformaciones políticas en la sociedad red
 - 3.1. La crisis de la democracia: sistemas políticos, partidos políticos y política profesional
 - 3.2. Reinventar la política y reconstruir la democracia
4. Comunicación electrónica y política informacional en la sociedad red
 - 4.1. Las conexiones entre política y medios de comunicación
 - 4.2. La política atrapada por la lógica de los medios de comunicación
 - 4.3. Allí donde la ética no existe, los programas y proyectos políticos no importan.
 - 4.4. La política del espectáculo y del marketing político

II. COMUNICACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO

1. Las apuestas del desarrollo
 - 1.1. Industrialización mediante la sustitución de importaciones
 - 1.2. Transformación productiva con equidad
 - 1.3. Desarrollo sostenible
 - 1.4. Desarrollo humano
2. Repensando la comunicación para el desarrollo
 - 2.1. Vida cotidiana y mundo intersubjetivo
 - 2.2. La comunicación como estrategia para el desarrollo
 - 2.3. Más allá del cambio de comportamientos... el cambio de mentalidades y el cambio social
 - 2.4. Apuntes para (re)pensar el rol de la comunicación en el desarrollo
 - 2.5. La dimensión estratégica de la comunicación para el desarrollo
3. La agenda pendiente
 - 3.1. La Cumbre del Milenio y los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)
 - 3.2. El Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo. El Consenso de Roma: 5 años de su realización.

Segunda parte: La Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía.

I. EL CONTEXTO COMUNICACIONAL EN LAS CUENCAS COCALERAS

1. El diagnóstico preliminar de la comunicación y del periodismo en las zonas cocaleras
2. Desarrollo y periodismo en las zonas cocaleras

II. ETAPAS DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE LA RED

1. Nace el proyecto de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Los primeros pasos...
2. La segunda etapa del proyecto de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
 - 2.1. Primer momento: Afirmación del rol del Estado
 - 2.2. Segundo momento: Afirmación del enfoque de desarrollo
 - 2.3. Tercer momento: Construcción de la alianza
 - 2.4. Cuarto momento: Visibilidad de la estrategia
3. Fortalecimiento de capacidades de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
4. El Sistema de Información Virtual de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
 - 4.1. Avances y limitaciones del Sistema de Información Virtual
5. El concurso periodístico “Pocho Apéstegui”

III. LOS ENCUENTROS REGIONALES DE LA RED

1. El primer encuentro: Nace la Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
2. El segundo encuentro: El aporte de las Redes al desarrollo de la Amazonía. El proceso de empoderamiento
3. El tercer encuentro: Hacia la institucionalización de la Red Regional
4. El cuarto encuentro: IV Encuentro Regional y I Asamblea Estatutaria de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
5. El quinto encuentro: Comunicadores comprometidos con el desarrollo sostenible de la Amazonía

IV. A MODO DE BALANCE Y DESAFÍOS FUTUROS

1. Logros de las Redes
2. Aproximaciones para la sostenibilidad de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Su vinculación con los desafíos de la organización
3. Desafíos a futuro

- 3.1. Necesidad de unificar criterios y conceptos en torno a la identidad institucional de la Red
- 3.2. Necesidad de precisar lineamientos para la continuidad de la Red
- 3.3. Necesidad de sentar las bases para la sostenibilidad, creando brazos empresariales desde la Red
- 3.4. Necesidad de ajustar la visión futura de la Red
4. Construyendo un modelo de Red de Comunicadores para el Desarrollo.
 - 4.1. Primera etapa: Identificación del problema y diseño del proyecto
 - 4.2. Segunda etapa: Respaldo político institucional
 - 4.3. Tercera etapa: Desarrollo de la intervención
 - 4.4. Cuarta etapa: Legitimación pública
 - 4.5. Quinta etapa: Sostenibilidad

Conclusiones

Bibliografía

Anexos



Agradecimientos

Un agradecimiento muy especial a mi asesor de tesis, Hugo David Aguirre Castañeda, quien a pesar de su recargada labor académica ha dedicado su tiempo y esfuerzo y ha contribuido con sus orientaciones a que este trabajo de investigación se haga realidad.

Mi agradecimiento sincero a Rolando Pérez Vela, por todo su apoyo incondicional y por haber dedicado varias horas de su tiempo a revisar y aportar en los primeros borradores del presente trabajo de investigación.

A mis profesores de la Maestría en Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú, especialmente a Carla Colona Guadalupe, Rafael Roncagliolo, Nelson Manrique y Óscar Espinosa, quienes con sus reflexiones situaron los primeros acercamientos y motivaciones al tema.

A Edgard Lazo Rojas, Mabe Arce, Marcela Cárdenas, Carla Queirolo, Juan José Vega, Percy Subauste, Ana María Rosell, Estela Roeder, Luis Medrano, José Salazar, Jorge Penny Pestana, Malena Janampa, Isabel Ampuero Frkovich, Rosa María Ruiz, Benjamín Balarezo, César Blas, Luis Guillermo Santa Cruz, Liz Ríos; colegas que creyeron y participaron activamente para hacer realidad esta experiencia de comunicación para el desarrollo desde la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA) y la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos de América (USAID).

A todos los colegas de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de Tarapoto, Juanjuí, Tocache, Aucayacu, Tingo María, Pucallpa, Aguaytía, Huanta, Huamanga y VRAE, quienes, en realidad, son los protagonistas y depositarios de esta experiencia, y,

que estoy seguro, están comprometidos y continúan trabajando “silenciosamente” por el desarrollo de los pueblos amazónicos donde viven.

A todos los colegas y amigos que con su entusiasmo y sus consejos no solo inspiraron esta experiencia, sino que motivaron y contribuyeron a la realización del presente trabajo de investigación.



Introducción

A pesar que la investigación para comunicar o diseñar estrategias de comunicación es la clave para conocer y entender la realidad y delinear las estrategias que permitan transformarla, constatamos que cada vez decrece el interés por cultivarla y los recursos públicos y privados que se destinan para ello son cada vez más escasos.

Lamentablemente, en nuestro país, la investigación no constituye todavía un tema prioritario en la agenda de trabajo ni del sector público ni del privado. Las organizaciones se muestran reacias para invertir en investigación, y, con seguridad, aquellas que sí lo hacen obtienen mejores resultados porque cuentan con las herramientas necesarias para emprender estratégicamente sus proyectos. Por ello, cada vez, se hace más necesario institucionalizar la demanda de investigación.

Según la Asociación Peruana de Facultades de Comunicación Social (APFACOM), en el ámbito académico peruano, solo 27 universidades promueven la investigación con la suficiente importancia que representa, hasta convertirla en un requisito indispensable en la formación de los futuros profesionales. Este es un dato preocupante, pues estamos percibiendo cada vez más, que la inquietud por la búsqueda del conocimiento está pasando a un segundo plano, con lo cual, se viene haciendo más evidente que la universidad está perdiendo el propósito principal de constituirse en un espacio de entendimiento, conocimiento y comprensión de la realidad.

Es en este contexto y como un aporte de la comunicación al entendimiento de la realidad es que a continuación presentamos el presente trabajo de investigación denominado “La Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Una Experiencia Estratégica de Comunicación para el Desarrollo”, que, desde el punto

de vista metodológico da cuenta de una experiencia vivencial de los actores que participaron directamente en este importante proceso comunicacional.

Lo novedoso aquí es que en el marco del Programa de Desarrollo Alternativo se realizó una experiencia de comunicación para el desarrollo que fue implementada desde el Estado (Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas-DEVIDA) y que logró la confluencia de la cooperación internacional (Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos-USAID), la sociedad civil y la empresa privada. Tratándose de una iniciativa llevada a cabo desde y con el respaldo del Estado, una de las lecciones aprendidas más importantes es la que se refiere a cómo se negocia con la política para llevar adelante propuestas de comunicación estratégicas con objetivos y procesos de mediano y largo plazo, cuando en realidad, las respuestas de las autoridades que dirigen las entidades públicas se limitan a acciones de comunicación cortoplacistas y con énfasis en actividades relacionadas al publicity, la imagen institucional, las relaciones públicas y los llamados “gabinetes de crisis”.

El presente trabajo de investigación consta de dos partes. La primera de ellas, titulada “marco teórico”, pone de relieve los principales enfoques que orientan el análisis del presente trabajo y que tienen que ver con la política informacional y la democracia en la sociedad red y las articulaciones necesarias que se entretujan entre comunicación, cultura y desarrollo. La segunda parte, denominada, “La Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía”, da cuenta de manera más específica acerca del importante y complejo proceso de comunicación que se implementó en diez cuencas cocaleras, como una respuesta estratégica de comunicación frente la problemática de opinión pública que negativamente actuaba ante las iniciativas del Estado que promovía una vida lícita libre de coca, con desarrollo y respeto al Estado de derecho.

Recogiendo la riqueza de esta experiencia, el presente trabajo de investigación concluye con un planteamiento metodológico de cómo construir procesos de comunicación estratégicos para el desarrollo (léase Redes de Comunicadores para el Desarrollo), que, desde luego, requerirá enriquecerlo y validarlo en futuras experiencias similares, en la pretensión de convertirlo en un modelo de intervención con redes de comunicadores y periodistas que pueden aportar sustantivamente a generar corrientes de opinión pública y a empoderar a la población en su voluntad de cambio.



Primera parte

Marco Teórico

I. POLÍTICA INFORMACIONAL Y DEMOCRACIA EN LA SOCIEDAD RED

1. El cambio de la sociedad industrial a la sociedad red
 - 1.1. Nuevas formas de organización del trabajo y de la vida
 - 1.2. La era de la superabundancia de información: la sociedad red
2. La conexión entre comunicación, cultura y política
 - 2.1. La comunicación como espacio de mediación social y cultural
 - 2.2. Comunicación, información y cultura política
3. Comunicación, información y transformaciones políticas en la sociedad red
 - 3.1. La crisis de la democracia: sistemas políticos, partidos políticos y política profesional
 - 3.2. Reinventar la política y reconstruir la democracia
4. Comunicación electrónica y política informacional en la sociedad red
 - 4.1. Las conexiones entre política y medios de comunicación
 - 4.2. La política atrapada por la lógica de los medios de comunicación
 - 4.3. Allí donde la ética no existe, los programas y proyectos políticos no importan.
 - 4.4. La política del espectáculo y del marketing político

II. COMUNICACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO

1. Las apuestas del desarrollo
 - 1.1. Industrialización mediante la sustitución de importaciones
 - 1.2. Transformación productiva con equidad
 - 1.3. Desarrollo sostenible
 - 1.4. Desarrollo humano
2. Repensando la comunicación para el desarrollo
 - 2.1. Vida cotidiana y mundo intersubjetivo
 - 2.2. La comunicación como estrategia para el desarrollo
 - 2.3. Más allá del cambio de comportamientos... el cambio de mentalidades y el cambio social
 - 2.4. Apuntes para (re)pensar el rol de la comunicación en el desarrollo
 - 2.5. La dimensión estratégica de la comunicación para el desarrollo
3. La agenda pendiente
 - 3.1. La Cumbre del Milenio y los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)
 - 3.2. El Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo. El Consenso de Roma: 5 años de su realización.

I. POLÍTICA INFORMACIONAL Y DEMOCRACIA EN LA SOCIEDAD RED

En el presente acápite se indaga sobre las articulaciones entre la política informacional y la construcción de la democracia en la sociedad red. Es de consenso asumir hoy en día que ningún proyecto o estrategia política ya sea, de derecha, centro o izquierda puede llegar a la gente y asegurar su apoyo si es que no se visibiliza a través de los medios de comunicación, puesto que ahora, éstos se han convertido en espacios privilegiados para la construcción política, tanto así que todo aquello que queda fuera de los medios está condenado a la marginalidad política.

Sin embargo, el hecho de pasar por los medios no garantiza automáticamente el éxito o el fracaso político en la opinión pública ya que los procesos de construcción de la política son más complejos que aquellos que discurren por los medios. Como señala Castells, *"la política de los medios no es toda la política, pero toda la política debe pasar a través de los medios para influir en la toma de las decisiones"*¹

Las articulaciones entre los medios y la gente se dan mediante procesos complejos de seducción, negociación y complicidad, donde al mismo tiempo que hay apropiación, hay disonancia también. Por su parte, las articulaciones entre los medios y la política parecen quedar encuadradas principalmente por la lógica de los medios de comunicación, en cuanto son ellos los que ponen las reglas de juego en función a sus intereses y tecnologías: objetivos económicos empresariales, audiencia, publicidad, credibilidad, competitividad, lenguajes, etc.

Hoy en día es más fácil comprobar que hay un proceso cada vez más creciente de espectacularización de la política en el espacio de los medios que tiene que ver principalmente con la crisis de los sistemas políticos y sus instituciones y con el auge del marketing político que se presenta como un ingrediente substancial de la modernización política. Al respecto, Gilles

¹ CASTELLS, Manuel. *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. II: El Poder de la Identidad. Siglo XXI Editores, México, 1998, p. 349.*

Lipovetsky² señala que vivimos en la sociedad del espectáculo y que para ganar la colaboración ciudadana se necesitan grandes eventos mediáticos. Por su parte, Georges Balandier³ afirma que el poder se legitima por la producción de imágenes, por la manipulación de símbolos y su organización en un espacio que podemos llamar la teatralidad estatal.

Los rasgos más distintivos de la espectacularización de la política son la corrupción y la difamación en la que la política se desvanece: la política se personifica y los planes y programas se reducen a mensajes dramatizados convertidos en hechos noticiosos. Jesús Martín-Barbero, al analizar la relación entre política, comunicación y nuevos modos de representación señala que existen dos dispositivos de desfiguración, el de espectacularización y el de sustitución.

“El primero vacía a la política de su sustancia: al predominar la forma sobre el fondo, el medio sobre el mensaje, el discurso político se transforma en puro gesto e imagen, capaz de provocar reacciones – cambiar la intención de voto, modificar súbitamente los porcentajes de adhesión– pero no de alimentar la deliberación o el debate ideológico y menos de formar convicciones (...). El segundo se desprende de ahí, de la hegemonía de la imagen sustituyendo la realidad: el mediador, el comunicador, acaba suplantando al político no solo en el sentido primario –el periodista estrella que llega a tener más credibilidad y hasta poder que el parlamentario o el gobernador– sino en otro más hondo, el político va interiorizando la función comunicativa hasta vivir de la imagen que proyecta más que de las ideas u objetivos del partido que representa.”⁴

1. EL CAMBIO DE LA SOCIEDAD INDUSTRIAL A LA SOCIEDAD RED

² LIPOVETSKY, Gilles. *La Era Del Vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Editorial Anagrama. Barcelona, 2003.

³ BALANDIER, Georges. *El Poder en Escena. De la representación del poder al poder de la representación*. Editorial Paidós Studio. Barcelona, 1999.

⁴ MARTIN-BARBERO, Jesús. *El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación*. Artículo aparecido en la Revista Nueva Sociedad N° 161 de la Universidad del valle, Cali, p. 49.

1.1. Nuevas formas de organización del trabajo y de la vida

Alvin Toffler da cuenta de la existencia de tres grandes olas: la primera ola de la revolución agrícola de hace aproximadamente 10,000 años que se inicia con la invención de la agricultura, donde el hombre empieza a controlar los medios de producción, se produce excedente económico, hay apropiación de dicho excedente y consecuentemente aparece la desigualdad social, aparecen los estados nacionales y las ciudades, se da la división social del trabajo en manual e intelectual y los ejemplos primigenios lo constituyen los casos de Egipto, China y México. La segunda ola concierne a la revolución industrial que se origina a fines del siglo XVIII en Inglaterra y Estados Unidos, principalmente. La tercera ola es la que tiene que ver con la revolución de la información y que corresponde a los tiempos actuales⁵.

Otros autores señalan que históricamente se han dado tres revoluciones industriales: la primera tiene que ver con la revolución del vapor que se inicia a fines del siglo XVIII, la segunda tiene que ver con la revolución de la electricidad (petróleo) que se inicia a fines del siglo XIX, y, la tercera que tiene que ver con la revolución de las computadoras (redes) que corresponde al siglo XX.

Las formas de organizar el trabajo han venido cambiando progresivamente a lo largo de la historia humana, pero las primeras datan de una forma de producción artesanal organizada basada en la cooperación simple. Luego, la producción es organizada mediante la división social del trabajo, hasta que como producto de la organización del trabajo se inventa la máquina a vapor, dando a luz un pujante modelo de producción industrial.

Este modelo de producción industrial supone organizar el trabajo

⁵ TOFFLER, Alvin. *La tercera ola*. Ediciones Nacionales del Círculo de Lectores. Bogotá, 1981.

reuniendo a una masa de personas que compartiendo un mismo techo tienen la misión de producir - a cambio de un salario- bienes masivos idénticos para consumidores masificados. La división social del trabajo fragmenta un conjunto de tareas que crea la necesidad de organizar el trabajo vertical y piramidalmente, con sus respectivas líneas de mando, tal y como se da en la estructura militar. Según la "ley" de Adams⁶, a mayor división del trabajo, mayor productividad, pero para ello es necesario crear una burocracia que haga posible la circulación de la información desde la élite de la pirámide hacia la base de la misma que garantizará, en última instancia, una visión de conjunto y la coordinación de toda la producción.

En este modelo es importante mencionar a dos personajes representativos: Henry Ford y Frederick Taylor. Ford fue importante porque fue capaz de producir automóviles baratos de consumo masivo, reduciendo costos e incrementando los salarios de sus trabajadores. Debemos recordar que hasta hace algunos años, la industria del automóvil se había convertido en el motor de la economía mundial. Por su parte, Taylor plantea más bien la organización científica del trabajo que consiste en elevar la productividad a través de la intensificación del trabajo como si estuviéramos frente a una "coreografía"

En el umbral del siglo XXI, se dice que hemos llegado al fin del modelo fordista y que estamos transitado de la producción basada en el alto volumen a la producción basada en el alto valor. Estamos ante un proceso de reconversión industrial de máxima racionalización de los factores de capital bajo el principio de la oferta y la demanda, caracterizado por la producción de bienes y servicios heterogéneos para un universo disperso de consumidores; utilización de la menor cantidad posible de trabajadores con la condición de que sean los más calificados; uso de la menor cantidad de componentes de materias

⁶ ADAMS, Henry. *Ley cuantitativa acerca de la aceleración de la tecnología*, 1958.

primas y mayor, sofisticado y rápido uso de las informaciones.

Drucker⁷ deja entrever que este último punto es hoy en día crucial, puesto que con el nacimiento de Internet, los flujos de información son directos y no necesitan de la burocracia, de tal manera que la estructura piramidal está siendo reemplazada progresivamente por estructuras horizontales, donde el que "tiene la pelota" es el que toma las decisiones. Si bien este nuevo modelo permite aligerar significativamente los procesos productivos, también es cierto que genera muchos problemas sociales de desempleo de esta gran masa de trabajadores (de la burocracia).

Además, a diferencia del empleo industrial que exige la concentración del trabajo en espacios físicos comunes, esta reconversión supone más bien la modalidad del trabajo flexible y en red. Asimismo, hoy en día, en la sociedad de la información, lo significativo ya no es producir bienes materiales de consumo masivo sino producir conocimiento que, a decir de Drucker⁸ no es otra cosa que la información procesada. Prueba de ello es que la concentración del capital hoy en día ya no se da en empresarios industriales, sino en prósperos productores de conocimiento e información como es el caso del reconocido magnate de la Microsoft, Bill Gates.

Cada vez, entonces, el trabajo se organiza en red y de manera flexible. Es decir, hay una descentralización espacial del trabajo. Con esta modalidad podemos realizar nuestras tareas laborales desde la casa o desde cualquier parte del mundo si es que estamos articulados a la red. Emerge así el trabajo por contrato y por consultoría que a no dudarlo, es una modalidad significativa en la actualidad. Como señala Castells:

⁷ DRUCKER, Peter. *La sociedad postcapitalista*. Editorial Norma. Bogotá, 1993.

⁸ DRUCKER, Peter. *Idem*.

"La movilidad del trabajo atañe tanto a los trabajadores cualificados como a los no cualificados. Aunque la existencia de un núcleo de trabajadores estables continúa siendo la norma en la mayoría de las empresas, la subcontratación y la consultoría es una forma en rápido aumento de obtener un trabajo profesional"⁹

De igual forma, esta reorganización del trabajo y del tiempo y el espacio destinado para el trabajo, viene afectando significativamente la organización de nuestra vida cotidiana y nuestras relaciones sociales. Ciertamente, existe una tendencia cada vez mayor de organizar la vida hacia adentro, puesto que una vez articulados en red, casi todo lo podemos tener desde la casa, aunque también es verdad que la sociedad virtual no puede reemplazar a la sociedad real a quien tiene más bien como soporte material y sin la cual es imposible imaginar su existencia.

1.2. La era de la superabundancia de información: la sociedad red

Ciertamente que con el cambio de época, se busca una denominación precisa para caracterizar a la nueva sociedad que estamos viviendo y por ello es que surgen un conjunto de expresiones o nomenclaturas como sociedad superindustrial, sociedad posmoderna, sociedad pos capitalista, sociedad posindustrial, sociedad virtual, sociedad del conocimiento, sociedad de la información.

Miguel Giusti señala que la sociedad de la información es una de estas expresiones con las que:

"Se hace referencia al medio tecnológico que, como el rey Midas, transforma y se apropia de todo lo que toca. Se quiere decir que la abundancia de los medios de comunicación y de los mensajes no es un simple fenómeno cuantitativo, sino un modo de alterar prácticamente todas las actividades de la sociedad, no

⁹ CASTELLS, Manuel. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. I: La sociedad red. Alianza Editorial, Madrid, 1988, p. 297.*

menos que nuestras operaciones mentales mismas. Pero, como es sabido, dicha expresión es usada aún en un sentido demasiado genérico, y sigue siendo objeto de múltiples controversias”¹⁰

Al parecer, la opinión de Giusti viene siendo compartida por muchos intelectuales que están investigando los cambios profundos que está experimentando la sociedad mundial, en el sentido de que es claro que la categoría de sociedad de la información resulta aún provisional y preliminar, pero también es importante señalar que cuando se le alude estamos refiriéndonos a:

“Una época en la que se ha superado la imagen de la escasez comunicativa y se ha pasado más bien a la de la abundancia de comunicación, hablándose también de sobrecarga de información”¹¹

La categoría de sociedad de la información que inicialmente fue anunciada por el creador de la cibernética, Norbert Wiener, es provisional porque existen otras que han ensayado diversos autores y que forman parte del debate actual para caracterizar a la sociedad que estamos viviendo en el umbral del siglo XXI, tales como las referidas a la sociedad poscapitalista (Drucker), sociedad postmoderna (Lyotard, Baudrillard, Vattimo, Deleuze, Lipovetsky), sociedad postindustrial (Alain Touraine, Daniel Bell), sociedad del conocimiento (Drucker, Mansel, Stehr), sociedad red (Dijk, Castells), sociedad del espectáculo (Debord). Por su parte, Nelson Manrique recurre al concepto de sociedad virtual para indicar que:

“Se trata de un fenómeno novedoso, cuyas características son escasamente conocidas, puesto que esta sociedad está en pleno despliegue. Es una sociedad que no podría existir al margen de la sociedad

¹⁰ GIUSTI, Miguel y MERINO, María Isabel/eds. *Ciudadanos en la sociedad de la información*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 1999, pp.9 y 10.

¹¹ KEANE, John. *Lo público en la era de la abundancia comunicativa*. En: *Ciudadanos en la sociedad de la información*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 1999, p. 25.

*real, que es su soporte material. Pero, aunque comparte con ella un conjunto de rasgos comunes, tiene sus propias especificidades, que la han convertido en un tema de gran interés para los académicos interesados en indagar las características que tendrá la nueva sociedad que se está gestando en medio de la crisis de la sociedad industrial*¹²

Sobre todas estas expresiones de incertidumbre o de crisis de creencias, de sentidos y de desmoronamiento de las estructuras que estamos viviendo y, que, como ya hemos señalado, diversos autores están tratando de caracterizar y nombrar; resulta útil referenciar a Adolfo Vásquez, quien al comentar la obra “La Modernidad Líquida” (2003) de Zygmunt Bauman señala que *“en decadencia el Estado de bienestar y sin relatos colectivos que otorguen sentido a la historia y a las vidas individuales, surfeamos en las olas de una sociedad líquida siempre cambiante –incierto- y cada vez más impredecible*¹³

2. LA CONEXIÓN ENTRE COMUNICACIÓN, CULTURA Y POLÍTICA

2.1. La comunicación como espacio de mediación social y cultural

Desde los inicios de la investigación científica en comunicación de masas hasta hoy, se han venido formulando diferentes modelos teóricos tratando de entender los procesos que envuelven el contenido de las relaciones humanas. Sin embargo, en la actualidad, muchos de estos modelos funcionalistas o difusionistas como el de Laswell, Shannon y Weaver, Rogers, y, más recientemente, el de comunicación para la salud basado en el mercadeo social y los cambios de comportamiento a nivel individual, muestran claras limitaciones para comprender dichos procesos comunicativos debido a la complejidad

¹² MANRIQUE, Nelson. *La sociedad virtual y otros ensayos*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 1997, p. 233.

¹³ VÁSQUEZ ROCA, Adolfo. *NOMADAS: Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* N° 19, Madrid, 2008, p.3.

que éstos han alcanzado y que por lo mismo merecen un abordaje más integral y amplio, tomando en cuenta variables como la construcción de ciudadanía, el empoderamiento, las condiciones socio económicas, las transformaciones culturales, las relaciones de poder, las prioridades y voluntades políticas, entre otros.

Como se sabe, las investigaciones pioneras sobre comunicación de masas se dieron en los Estados Unidos como expresión de una primera estrategia hegemónica, inspiradas en la preocupación de ponerla al servicio de la supremacía mundial de este país, de allí que, la denominada corriente funcionalista norteamericana de los años cincuenta elaboraría modelos que sirvieran o fueran “funcionales” a dicha hegemonía del sistema norteamericano. Dentro de esta corriente conductista destacan los investigadores Harold Laswell quien elaboró el paradigma de los efectos o resultados; Shannon y Weaver que diseñaron el conocido modelo del “feedback” o retroalimentación, y, Everett Rogers, que planteó el modelo de difusión de innovaciones.

De otro lado, en la Europa de los sesenta se desarrolló la corriente estructuralista, que se centraba en la crítica a los efectos negativos de la comunicación de masas sobre las estructuras individuales y sociales. Dentro de esta corriente surge la perspectiva de la semiótica estructural cuya preocupación es poner al descubierto las estrategias de los emisores a partir del análisis estructural de los signos.

A estas dos corrientes (norteamericana y europea) e inspirada en el paradigma de Paulo Freire, se suma la incipiente investigación latinoamericana de los setenta y principios de los ochenta que refleja la influencia de ambas, puesto que la denominada corriente de comunicación popular y alternativa retoma el debate sobre la comunicación desde estas dos perspectivas teóricas. La comunicación popular concebida como un conjunto de prácticas comunicativas

impulsadas por las organizaciones populares reivindicando el derecho a mejores salarios, obras vecinales, seguridad, limpieza, etc; mientras que la comunicación alternativa¹⁴ fue más bien el intento político de potenciar la comunicación popular asignándole la misión de construir un nuevo orden informativo y comunicativo desde la base social, frente al fracaso de promover un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) desde las relaciones intergubernamentales que se dieron al interior de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

No cabe duda que todos estos esfuerzos han contribuido de manera significativa a la comprensión y diseño teórico y epistemológico de las ciencias de la comunicación. Sin embargo, y como ya dijimos, dichos modelos resultan insuficientes para comprender el significado complejo en que ha devenido el campo de la comunicación, aunque también habría que señalar que a pesar de ello, estos modelos han sido y seguirán siendo aportes importantes para el desarrollo futuro de la investigación científica de las comunicaciones.

Decimos que dichos modelos resultan insuficientes porque ni el funcionalismo ni el estructuralismo permiten una comprensión cabal de los procesos comunicativos. El funcionalismo efectista o conductista limita el proceso comunicativo a una relación entre emisor-mensaje-receptor y privilegia tanto al medio que reduce el concepto de comunicación al de medio de comunicación; de allí que a esta corriente se le sindicaba de tener una visión instrumentalista y difusionista de la comunicación. De otro lado, el estructuralismo ha orientado la investigación a la crítica del carácter nocivo de la comunicación y la cultura y ha denunciado hasta la saciedad las vinculaciones

¹⁴ Para mayor información se recomienda revisar el libro de Fernando Reyes Matta, titulado "Comunicación alternativa y cambio social", y, el de Armand Mattelart / Jean Marie Piemme, "La televisión alternativa", Anagrama (Cuadernos Anagrama 136), Barcelona 1981.

económicas e ideológicas de la comunicación con el sistema “dominante”, cosa que no es ningún secreto puesto que constituye una realidad indudable, tal como lo señala García Canclini al indicar que:

“Con el supuesto de que la tarea de la cultura hegemónica es dominar y, la de la cultura subalterna es resistir, muchas investigaciones no parecen tener otra cosa que averiguar más que los modos en que una y otra cultura desempeñan sus papeles en ese libreto”¹⁵.

Asimismo, refiriéndose al funcionalismo y al estructuralismo, Martín-Barbero ha señalado que:

“Se produjo así un ambiguo recorte del campo de la comunicación que, subsumido en lo ideológico, acabó sin embargo definiendo su especificidad por aislamiento. Tanto el dispositivo del efecto, en la versión psicológico-conductista, como el del mensaje o el texto en la semiótica estructuralista, terminaban por referir el sentido de los procesos a la inmanencia de lo comunicativo”¹⁶.

Esta perspectiva, tal como desarrollaremos más adelante, incorpora el concepto de mediación en las prácticas de comunicación, el cual supone un cambio de eje o perspectiva en el entendimiento de los procesos comunicativos, lo cual invita a enfatizar nuestra atención en las formas, espacios y condiciones desde los cuales éstos construyen los discursos.

2.2. Comunicación, información y cultura política

Es claro que hoy existe un nexo inexorable entre comunicación, información y cultura política, puesto que el escenario donde se disputa la política es el de los medios de comunicación y particularmente la televisión que ha reemplazado al espacio real de la plaza pública.

¹⁵ GARCIA CANCLINI, Néstor. *Cultura transnacional y culturas populares. Bases teórico-metodológicas para la investigación. En: Culturas Transnacionales y Culturas populares, Perú, Edición IPAL, 1988, p. 21.*

¹⁶ MARTIN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, México, Editorial G. Gili, 1987, p. 221.*

Oscar Landi ha señalado que el concepto de cultura política es tan viejo como ambiguo, abordado por diversas disciplinas y cuya definición sigue siendo polémica. Landi, señala que por lo general:

*"Suele definirse a la cultura política como el conjunto de actitudes, normas y creencias compartidas más o menos ampliamente por los miembros de una determinada unidad social y que tienen como objeto fenómenos políticos"*¹⁷.

En esta misma lógica de razonamiento, pensamos que la cultura política tiene que ver con el universo simbólico compartido por una comunidad de individuos sobre la política. Es decir, la cultura política está asociada a los imaginarios o referentes a partir de los cuales percibimos, vemos e imaginamos la política.

Ciertamente, en las sociedades actuales, esos universos simbólicos sobre los fenómenos políticos se forman más por el contacto con los medios que por la experiencia vivencial o real. En otras palabras, nuestra visión sobre la política está fuertemente sustentada por la representación que de ella hacen los medios de comunicación. Ineludiblemente estamos frente a un proceso mediatizado de construcción de la cultura política.

Castells señala al respecto que:

*"El tema crucial es que, sin una presencia activa en los medios, las propuestas o candidatos políticos no tienen posibilidad de reunir un apoyo amplio. La política de los medios no es toda la política, pero toda la política debe pasar a través de los medios para influir en la toma de las decisiones"*¹⁸.

¹⁷ LANDI, Oscar. *Cultura política: un concepto útilmente ambiguo*. En: *Revista Contratexto* N° 4, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, 1989, p. 14.

¹⁸ CASTELLS, Manuel. *Idem*, p. 394.

En este sentido, los discursos y prácticas políticas contemporáneas se construyen desde las matrices culturales que la industria mediática ha construido. Sin embargo, este proceso se da en interacción con otras mediaciones culturales y sociales.

3. COMUNICACIÓN, INFORMACIÓN Y TRANSFORMACIONES POLÍTICAS EN LA SOCIEDAD RED

3.1. La crisis de la democracia: sistemas políticos, partidos políticos y política profesional

Para nadie es un secreto que hoy vivimos una crisis generalizada de las democracias en el mundo y estos fenómenos tienen que ver principalmente con las grandes transformaciones que viene sufriendo el estado-nación. Sin embargo, en el pensamiento neoliberal ésta resulta la única y más eficiente forma de gobernar actualmente con sentido de equidad, inclusión y eficiencia.

Esta crisis está relacionada con la incapacidad del Estado para cumplir sus compromisos como estado de bienestar y que incide en el debilitamiento de su legitimidad para representar la voluntad popular, pero lo más importante, para darle bienestar y progreso.

Asimismo, esta crisis va aparejada con el surgimiento de estados populistas, nacionalistas, fundamentalistas, étnicos, territoriales y religiosos que minan la naturaleza misma del Estado nación, distorsionando su contenido.

Tiene que ver también con la crisis de credibilidad del sistema político basado en una competencia abierta entre los partidos políticos que se han visto atrapados en el espacio de los medios para construir sus discursos hegemónicos, rediciendo su actuación a un liderazgo personalizado, dependiendo de una compleja manipulación

tecnológica, empujados a una financiación ilegal y arrastrados por los escándalos políticos.

Estos rasgos de la crisis conlleva a una consecuencia inmediata que tiene que ver con la pérdida de credibilidad por parte de la gente en los partidos, los políticos y la política profesional, a pesar de que la esperanza en la democracia aún esté presente como una posibilidad de reconstruirla y de participar en un régimen de convivencia civilizada y armónica.

3.2. Reinventar la política y reconstruir la democracia

El consenso generalizado consiste en la necesidad de reinventar la política y reconstruir la democracia, lo cual supone repensar la democracia en el marco de los nuevos desafíos estamos viviendo. Manuel Castells apuesta por un modelo de democracia informacional, que según dice es un modelo por descubrir, pero que más allá de eso, se vienen dando tres tendencias significativas a tomar en cuenta para el futuro de la política informacional¹⁹

- a) La legitimación de la democracia local, como espacio privilegiado de participación en el gobierno
- b) Aprovechar la oportunidad que ofrece la comunicación electrónica para incrementar la participación política y la comunicación horizontal entre los ciudadanos
- c) El desarrollo de la política simbólica y de la movilización en torno a causas "no políticas"

En nuestra experiencia democrática en el Perú, lo local constituye un espacio clave para la participación política de la gente, pero estimo que aún es una esfera limitada y una tarea por construir desde las iniciativas de descentralización que se vienen impulsando. Por otro lado, con el desarrollo tecnológico alcanzado en el país, y tan solo con

¹⁹ CASTELLS, Manuel. *Ídem*, pp. 388 y 389.

voluntad política, sí sería posible impulsar formas de participación en la toma de decisiones más activas que permitiría un diálogo más fluido entre el Estado y la población, en aras de la transparencia y la rendición de cuentas que los gobiernos de turno deben realizar, en el marco de lo que sería una democracia gobernante que se ejerce de cara al pueblo, tal como lo señala Giovanni Sartori²⁰

4. COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA Y POLÍTICA INFORMACIONAL EN LA SOCIEDAD RED

4.1. Las conexiones entre política y medios de comunicación

En la sociedad actual, los medios tecnológicos de comunicación son gravitantes para que los proyectos políticos aseguren el apoyo de la opinión pública. La política pasa por los medios, fuera de ellos sólo hay marginalidad política y si existen propuestas políticas que están quedando obsoletas es porque insisten en formas organizativas y estrategias que tiene que ver con las lógicas de hacer política tradicional, en relación directa con las masas.

Sobre las conexiones entre la política y los medios de comunicación se ha dicho, por ejemplo, que los medios imponen las elecciones políticas y que la gente está abierta a la manipulación de los medios. Y se ha dicho esto como si estas relaciones fueran tan simples y tan mecánicas. Todo lo contrario, entre los medios, la política y la gente se tejen relaciones muy complejas, dinámicas y diversas, en las que hay procesos de seducción, apropiación, complicidad y disonancia también.

Lo dicho anteriormente, de ninguna manera niega la importancia de los medios y especialmente de la televisión en la formación de la opinión política, lo cual nos sitúa frente a procesos políticos altamente mediatizados. Sin embargo, muchos procesos de comunicación fluyen

²⁰ SARTORI, Giovanni. *¿Qué es la democracia?. Editorial Taurus, 2007.*

también por fuera del sistema de los medios masivos tradicionales y se dan a través de redes sociales (reales y virtuales) que se organizan de una manera espontánea u organizada en torno a temas locales, regionales, nacionales y globales, y, que, en algunos casos, no forman parte de la agenda mediática, pero si se constituyen en fuentes de información importante para ellos.

4.2. La política atrapada por la lógica de los medios de comunicación

Los medios de comunicación como espacios claves para la construcción política condicionan su accionar poniendo determinadas reglas de juego en función a sus intereses, sus tecnologías y sus lógicas propias. Son estas reglas de juego las que encuadran a la política.

Según Castells, estas lógicas tienen que ver con los siguientes aspectos:

- Los medios son grupos empresariales cada vez más concentrados e interconectados a nivel global, pero al mismo tiempo muy diversificados y orientados a mercados segmentados
- Los medios dependen de los índices de audiencia
- La principal fuente de ingresos de los medios es la publicidad
- Los medios trabajan con el concepto de credibilidad
- Los medios deben ser altamente competitivos, de lo contrario están condenados a morir.

Ciertamente, aquí se da un juego de intereses y complicidades en los que los medios de comunicación pretenden tener incidencia política en la sociedad, al mismo tiempo que los actores políticos y económicos quieren tener influencia en los medios para lograr visibilidad y construir espacios de poder.

No obstante, Castells agrega que el comportamiento de los medios oscila siempre entre:

- Estar cerca de la política y del gobierno para acceder a la información, beneficiarse de la regulación y de los subsidios.
- Ser neutrales y distantes para mantener su credibilidad siendo los intermediarios entre ciudadanos y partidos en la formación de la opinión pública y en la toma de decisiones.

Son estas reglas de juego, impuestas por los medios de comunicación, las que condicionan el juego político, tanto así que aún la acción política que pasa por fuera de los medios tienen siempre como referente principal a los medios. Esto significa que todo lo que se hace en el espacio no mediado se hace siempre avizorando que de toda manera eso será tomado por los noticieros de los medios.

4.3. Allí donde la ética no existe, los programas y proyectos políticos no importan.

De modo general, el caso ético extremo donde los programas y los proyectos políticos no importan cuando se trata de los grandes intereses particulares, puede ejemplificarse con los llamados secretos del Club o Grupo de Bilderberg que narra el escritor e investigador lituano, Daniel Estulin²¹, cuando señala que dicho grupo está conformado por los personajes más poderosos de los gobiernos, los servicios de inteligencia y de las sociedades secretas, que se reúnen cada año para “conspirar” en la sombra acerca del control del futuro de la humanidad y que los más importantes medios de comunicación están también comprometidos, pues es imprescindible la participación de los directores y principales columnistas de diarios como “The Washington Post”, “The New York Times”, “The Wall Street Journal”, “Die Zeit”, “Corriere Della Sera” y “Financial Times”, entre otros.

²¹ Ver “La verdadera historia del Club Bilderberg” de Daniel Estuín. Editorial Planeta, 2005.

Sin lugar a dudas, estamos avanzando hacia un proceso de banalización de la política donde los programas y los proyectos políticos se reducen a su máxima expresión con tal de garantizar el espectáculo como la forma más acabada de sintetizar el entretenimiento en los medios de comunicación y especialmente de la televisión. Este fenómeno es también preocupante porque nos coloca frente a un dilema en el que probablemente hay que elegir entre el espectáculo de la política o la responsabilidad de la política. O más bien, frente a un desafío de pensar cómo la política puede pasar también por el espacio de los medios sin sufrir el vaciamiento de su significado que es lo que al final preocupa.

Lo cierto es que este vaciamiento de la política del que estamos hablando como consecuencia de su espectacularización, reduce el sentido mismo de la política al de acontecimiento, a la persona y al conflicto, en el que fácilmente se puede distinguir con claridad la intención de reducir la política a lo que es la novedad escandalosa y el personaje central de la misma, levantando el concepto de vedette.

Como señala Guy Debord:

"El agente del espectáculo puesto en escena como vedette es lo contrario al individuo, el enemigo del individuo en sí mismo tan claramente como en los otros. Desfilando en el espectáculo como modelo de identificación, ha renunciado a toda cualidad autónoma para identificarse con la ley general de la obediencia al curso de las cosas. La vedette del consumo, aun siendo exteriormente la representación de diferentes tipos de personalidad, muestra a cada uno de estos tipos teniendo igualmente acceso a la totalidad del consumo y encontrando una felicidad semejante. La vedette de la decisión debe poseer el stock completo de lo que ha sido admitido como cualidades humanas"²²

²² DEBORD, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Ed. Gallimard, Paris, 1967, p. 61.

4.4. La política del espectáculo y del marketing político

Nada mejor para bosquejar la relevancia del espectáculo en el escenario de la política moderna, que lo que a continuación señala Debord:

"El espectáculo, comprendido en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto del modo de producción existente. No es un suplemento al mundo real, su decoración añadida. Es el corazón del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante. Es la afirmación omnipresente de la elección ya hecha en la producción y su consumo corolario. Forma y contenido del espectáculo son de modo idéntico la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente"²³

Como señala Debord, el espectáculo es el resultado y el proyecto del modo de producción existente, y, en la política contemporánea, éste ha devenido en la política del escándalo, la misma que tiene dos dimensiones importantes en su configuración: la difamación y la corrupción. Además, en dicha configuración, está presente el acto performativo entretenido y la participación o intromisión de los políticos en la programación mediática en general.

Respecto a la difamación, la política se concentra en mensajes negativos orientados a destruir al oponente, mientras que los proyectos y programas políticos pasan a un tercer plano. El arma más potente de esto es la difamación, donde los proyectos, las propuestas de gobierno y las carreras políticas pueden socavarse e incluso destruirse con la revelación de conductas impropias.

La segunda dimensión tiene que ver con los actos de corrupción que se

²³ DEBORD, Guy. *Ídem*.

presenta como el ingrediente básico de la vida pública en todo el mundo y asume el uso y abuso del poder en beneficio personal. La corrupción se presenta como una matriz sistémica ya que la lucha por el poder pasa por los medios y esta lucha demanda dinero para realizar encuestas, publicidad, marketing, imagen, etc. Por ello, los actores políticos se ven en la necesidad de recurrir al mundo empresarial y a los grupos de interés a cambio de decisiones de gobierno a favor de dichos intereses particulares (lobby). El periodista español Ignacio Ramonet sintetiza esta afirmación en una entrevista concedida al diario “Tercera Información” (sic), sentenciando que *“el poder financiero mediático hoy domina a los gobiernos”*.

Según Transparencia Internacional, el Perú ocupa el puesto 78° en el ranking de la corrupción mundial del 2010, lo cual nos habla de un problema estructural muy arraigado en la vida cotidiana de la gente peruana que asume este delito como un modus operandi normal. Todo ello nos habla de que la corrupción en el país es parte de una cultura y de un sistema de valores que debe ser combatido con estrategias educativas, comunicativas, legislativas de mediano y largo plazo, en la perspectiva de construir una ciudadanía que haga de la ética y la transparencia el modo de convivencia en torno al bien común.

La transformación de la política en los últimos años tiene que ver también con el desarrollo del marketing político. Las encuestas de opinión, los sistemas de realimentación entre la votación y la política, las presentaciones y comentarios en los medios y la propaganda selectiva a través del correo electrónico son aspectos gravitantes de la vida política moderna. Luis Costa Bonino, en su Manual de Marketing Político señala que²⁴:

“En principio podemos considerar a los partidos políticos como empresas y a los políticos como

²⁴ COSTA BONINO, Luis. *Manual de marketing político*. Editorial Fin de Siglo. Montevideo 1994, p. 4.

empresarios. Los partidos pueden ser vistos como empresas políticas que producen bienes políticos (ideologías, servicios políticos, decisiones, etc.). Los productos políticos de partidos y candidatos constituyen la oferta política de un país en un determinado momento. A esa oferta se corresponde una demanda de la sociedad o del cuerpo electoral. Esa demanda puede estar compuesta por necesidades de autoridad o de libertad, de justicia o de eficacia, etc”.

De otro lado, la televisión emerge como el medio de comunicación más importante, conformando un sistema donde los periódicos informan y desarrollan los hechos, la radio otorga la oportunidad para el diálogo partidario y de los ciudadanos sobre los temas que pone en agenda la televisión, y ésta, digiere y difunde los hechos a una audiencia más amplia.

El papel político de la televisión ha incorporado dos rasgos importantes. De un lado, el gasto de las campañas políticas se ha disparado considerablemente, al mismo tiempo que ha puesto de manifiesto la importancia de los asesores de imagen y de los expertos en encuestas: orientan las campañas políticas, perfilan presidentes, congresistas y alcaldes mezclando tecnología, astucia política, aún cuando se equivocan porque sus errores también cambian las tendencias políticas. De otro lado, resalta el papel de la tecnología en la transformación del papel político de los medios al vincular al sistema de los medios en tiempo real con el marketing político: se refiere a la presencia de ordenadores en la tabulación de encuestas que permiten realizar "sondeos estratégicos" que sirven para modificar o acentuar las estrategias políticas.

II. COMUNICACIÓN CULTURA Y DESARROLLO

1. LAS APUESTAS DEL DESARROLLO

La lucha del hombre para satisfacer sus necesidades ha estado presente a lo largo de su vida, pero asimismo, su afán civilizatorio ha constituido una importante fuerza de movilización para erigirse como un ser superior en el planeta. No obstante, las preocupaciones, debates y apuestas sistemáticas y organizadas en torno al desarrollo empiezan a gestarse luego de terminada la segunda guerra mundial.

Como es de conocimiento público, a fines de la década de los cuarenta, los países aliados, vencedores de la guerra, plantearon un programa de reconstrucción de las naciones devastadas por los efectos del conflicto bélico y, como consecuencia del proceso, crearon la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para los fines de canalizar dicha iniciativa de desarrollo. Desde entonces y más allá de la historia, la pregunta que ha rondado siempre en las esferas políticas y académicas de la sociedad moderna, es ¿qué tipo de desarrollo buscamos? Dicha pregunta ha suscitado, más de una respuesta.

Autores como Oswaldo de Rivero, señalan que desde fines de los cuarenta a la fecha se han planteado importantes debates sobre el desarrollo y el espacio natural de dichas discusiones es el foro de las Naciones Unidas. En lo esencial, las conclusiones de estos debates se pueden resumir en cuatro grandes propuestas de desarrollo: i) Industrialización mediante la sustitución de importaciones, ii) Transformación productiva con equidad, iii) Desarrollo sostenible, y, iv) Desarrollo humano.

1.1. Industrialización mediante la sustitución de importaciones

Esta propuesta fue liderada por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y planteaba el impulso de una industria nativa capaz de sustituir las importaciones de productos extranjeros, pues se pensaba que las relaciones de dependencia y dominación eran las causas del subdesarrollo latinoamericano. En este sentido, ésta era una propuesta estructuralista de desarrollo endógeno que propugnaba un desarrollo

hacia adentro, con una fuerte presencia del Estado. Como se aprecia, esta fue una propuesta economicista y materialista que pretendía un desarrollo industrial para posibilitar el crecimiento de la economía nacional que permita satisfacer las necesidades materiales de la población. Esta propuesta se aplicó durante dos décadas (50-70), luego de las cuales el modelo empezó a mostrar fallas y resultó inviable porque trajo consecuencias inflacionarias y desequilibrios internos en las economías de los países que aplicaron el modelo, siendo Brasil y Argentina, los más perjudicados.

1.2. Transformación productiva con equidad

Después de un largo silencio, la misma CEPAL lanza su propuesta neoestructuralista de transformación productiva con equidad, que propone básicamente la modernización del aparato productivo a través de las nuevas tecnologías, lo cual permitiría generar la riqueza que debía ser redistribuida mediante políticas sociales y bajo un sentido de equidad y de justicia social entre el conjunto de la población. A esta propuesta se le conoce también como el desarrollo desde dentro o desarrollo exógeno. Lo cierto es que el mundo había cambiado tremendamente y la lógica de la economía nacional e internacional se había transformado en economía globalizada. Estamos ante un nuevo escenario en el que cualquier economía nacional debía pensarse de manera articulada y en el marco de la economía global. La CEPAL señala que:

“Dicha opción encierra proposiciones concretas orientadas a conformar una estructura productiva que permita mejorar la inserción comercial externa de nuestros países, incremente la generación de empleo productivo, reduzca la heterogeneidad estructural y, de este modo, mejore la distribución del ingreso y alivie la situación de extrema pobreza en que vive gran parte de la población latinoamericana”²⁵

²⁵ Citado por SUNKEL, Osvaldo. *El desarrollo desde dentro. Un enfoque neoestructuralista para la América Latina*. Fondo de Cultura Económica, México, 1991, p. 19.

1.3. Desarrollo sostenible

La propuesta del desarrollo sostenible es liderada por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y acogida por un sinnúmero de organizaciones civiles y organismos gubernamentales. Su formalización se da a través de la publicación de un documento conocido como Informe Brundtland (1987). El desarrollo sostenible sostiene que el desarrollo capitalista industrial ha transformado los grandes bosques verdes en grandes áreas de cemento, poniendo en peligro el ecosistema y la vida de las futuras generaciones. Frente a ello, señala la necesidad de propiciar una relación de equilibrio y armonía entre hombre y naturaleza.

1.4. Desarrollo humano

Esta propuesta es liderada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y es tal vez la que goza de mayor consenso actualmente. Esta propuesta propone un cambio sustancial en el entendimiento del desarrollo, puesto que plantea un salto cualitativo colocando –no a la economía- sino al ser humano como el centro del desarrollo. Señala que el fin supremo del desarrollo es el ser humano, su calidad de vida, sus libertades, sus capacidades y responsabilidades. Y como Berman propone en su interpretación de “El Fausto (1587)”:

“Si Fausto es una crítica, también es un desafío, para nuestro mundo aún más que para el de Goethe- de imaginar y crear nuevos modos de modernidad en los que el hombre no exista en beneficio del desarrollo, sino el desarrollo en beneficio del hombre”²⁶

El desarrollo humano supone que el desarrollo es una responsabilidad compartida, es una tarea de todos, y, como señala el físico nuclear Alvin Weinberg:

²⁶ BERMAN, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Siglo Veintiuno Editores, España 1991, p. 80.

“Cualesquiera que sean los tratos fáusticos que se hagan –o no se hagan- tenemos no sólo el derecho, sino también la obligación de participar en su elaboración. No podemos ceder la responsabilidad del desarrollo a ningún cuadro de expertos, precisamente porque, en el proyecto de desarrollo, todos somos expertos”²⁷.

A esta afirmación hay que agregarle también que tampoco podemos ceder la responsabilidad del desarrollo al Estado o a los organismos de la cooperación internacional. De aquí se concluye de modo definitivo que el protagonista del desarrollo es el ser humano, es decir:

“Son los propios individuos los que deben asumir la responsabilidad del desarrollo y de la transformación del mundo en que viven (...) ya que la dependencia de otros no sólo plantea problemas éticos sino que, además, es derrotista en la práctica, ya que mina la iniciativa y el esfuerzo individuales e incluso la dignidad personal”²⁸.

A diferencia de las perspectivas que surgen desde la Biología y las Ciencias del Sujeto (enfoques conductistas de cambio de comportamiento), debemos señalar que el Estado y la sociedad en su conjunto deben cumplir un rol fundamental en el desarrollo, en tanto son co-responsables de ayudar a generar las oportunidades en las cuales los individuos y las comunidades puedan protagonizar su propio desarrollo.

Para que los individuos ejerciten su protagonismo y su responsabilidad en el desarrollo es necesario que disfruten de sus libertades básicas, puesto que:

“Sin la libertad fundamental y la capacidad para hacer

²⁷ Citado por BERMAN, Marshall. Ídem, pp. 79 y 80.

²⁸ SEN, Amartya. *Desarrollo y libertad*. Editorial Planeta, Barcelona 2000, pp. 338 y 339.

una cosa, una persona no puede ser responsable de hacerla. Pero el hecho de tener libertad y capacidad para hacer una cosa impone a la persona la obligación de considerar si lo hace o no, y eso implica una responsabilidad individual²⁹.

De este modo, la libertad está referida tanto a los procesos de toma de decisiones como a las oportunidades para lograr resultados valorados.

Como bien resalta Amartya Sen, una expresión fundamental de la libertad es la capacidad humana. A diferencia de “capital humano” que tiende a centrar la atención en la acumulación del capital en términos físicos a través de la calidad productiva de los seres humanos, la capacidad humana centra la atención, por el contrario, en la capacidad –la libertad fundamental- de los individuos para vivir la vida que tienen razones para valorar y para aumentar las opciones reales entre las que pueden elegir. Sen indica que para intentar comprender mejor el papel de las capacidades humanas, es necesario tener en cuenta³⁰:

- Su importancia directa para el bienestar y la libertad de los individuos
- El papel indirecto que desempeñan al influir en el cambio social, y
- El papel indirecto que desempeñan al influir en la producción económica.

Amartya Sen es un convencido de la importancia del empoderamiento ciudadano y de la necesidad de generar oportunidades para el desarrollo:

“Con suficientes oportunidades sociales, los individuos pueden configurar en realidad su propio destino y ayudarse mutuamente. No tienen por qué concebirse como receptores pasivos de las prestaciones de ingeniosos programas de desarrollo”³¹

²⁹ SEN, Amartya. *Idem*, p. 340.

³⁰ SEN, Amartya. *Idem*, p. 354.

³¹ SEN, Amartya. *Idem*, p. 28.

2. REPENSANDO LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

No obstante, esfuerzos teóricos pioneros como los de los españoles Manuel Martín Serrano y los más recientes de Jesús Martín-Barbero han aportado decisivamente a la comprensión de la comunicación reinterpreándola desde su vinculación con el campo de la cultura, retomando los aportes de Antonio Gramsci sobre cultura política y de Pierre Bourdieu sobre reproducción cultural. Dichos investigadores han incorporado el concepto de mediación que supone un cambio de eje o perspectiva en el entendimiento de los procesos comunicativos, pasando de los medios a las mediaciones; es decir, de una concepción instrumentalista de la comunicación a una concepción donde la comunicación es más bien un espacio de mediación social y cultural, donde *“lo importante ya no son los medios sino las mediaciones que tienen que ver con las formas, espacios y condiciones desde las cuales ellos se producen y consumen”*³².

Refiriéndose a la comunicación como espacio, Antonio Mela señala que *“la ciudad es el lugar de máxima densidad interactiva”*, y, por lo tanto:

*“En ella se da la mayor riqueza y variedad (al menos potencial) del contexto espacio-temporal de la acción (...) donde las regulaciones normativas del comportamiento predominan en algunos espacios de carácter marcadamente funcional (las pistas, las áreas de parque) y en espacios donde se da una fuerte presencia de esquemas de acción ritual (lugares de culto, espacios dedicados a ceremonias civiles y militares)”*³³

El mismo Mela, añade que:

“La conformación de un espacio urbano sirve en cierto sentido de “acumulador” o de “guía” para las relaciones

³² MATA, María Cristina. *La Radio: Una relación comunicativa. En Diálogos de la Comunicación N° 35, Perú, Editorial Felafacs, 1993, p. 13.*

³³ MELA, Antonio. *Ciudad, comunicación, formas de racionalidad. En Diálogos de la Comunicación N° 23, Perú, Editorial Felafacs, 1989, p.14.*

sociales de las cuales depende. En otras palabras, un ambiente puede estar tan saturado de significados simbólicos o de vínculos normativos que produce casi automáticamente su propia reproducción, incluso independientemente de la intencionalidad explícita de los sujetos interactuantes: la construcción del sentido que el espacio presupone puede ser tan sutilmente determinante que, pese a no ser advertido, puede condicionar el comportamiento”³⁴.

Acerca del concepto de cultura, somos conscientes que existen muchas definiciones; sin embargo, el que resulta más útil para entender los procesos de comunicación es el que nos presenta Néstor García Canclini, refiriéndola como:

“La producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir, todas las prácticas o instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido”³⁵.

Este desplazamiento de los medios a las mediaciones que propone Jesús Martín-Barbero supone un nuevo enfoque de la comunicación: el de la comunicación como un proceso que incorpora al movimiento de lo social en la comunicación, es decir, las condiciones sociales en que se produce el sentido. De esta manera, se procura un salto cualitativo en el entendimiento de la comunicación desde el campo de la cultura, pues se le piensa como un *“proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también”³⁶.*

Esta concepción sobre la comunicación lleva a María Cristina Mata a

³⁴ MELA. *Idem*.

³⁵ GARCIA CANCLINI, Néstor. *Las culturas populares en el capitalismo, Cuba, Editorial Casa de las Américas, 1982, p. 32.*

³⁶ MARTIN BARBERO, Jesús. *Op. cit, p. 228.*

señalar que:

“Los medios dejan de ser canales para convertirse en espacios de negociación, de contacto, de pugna por el sentido, donde emisores y receptores adquieren una nueva jerarquía o dimensión, pues, los receptores ya no son sólo término de un proceso iniciado en otro lado, sino parte activa de él tanto como productores de sentido pero también porque están presentes, inscriptos en el discurso del emisor”³⁷.

Esto pone de relieve que tanto emisor y receptor constituyen roles circunstanciales y que por encima de ellos están los sujetos o actores sociales que tienen la capacidad de comunicarse poniendo en práctica una producción colectiva de significados, fruto de representaciones objetivas; lo cual, visto desde la perspectiva epistemológica, tiene que ver esencialmente con la propia naturaleza humana de la comunicación y con la capacidad del hombre para ejercitarla y propiciarla, en tanto, la comunicación no es una sustancia, sino *“un modo específico de ser del hombre que reviste, en principio, una doble relación: la expresión simbólica como posibilidad característica del ser del hombre y la representación objetiva como necesidad práctica y condición previa de esa expresión”³⁸.*

Con esto queda claro que la comunicación es parte de la naturaleza del ser humano, quien, además, es capaz de ponerla en acción. Sin embargo, no se puede dudar que los animales superiores no sólo tengan sentimientos y emociones, sino que también los suelen expresar, pero una cosa son los instintos y la emotividad como componentes del lenguaje primario animal, y otra cosa es la capacidad de conceptualizar o racionalizar, propio del ser humano.

El sociólogo George Herbert Mead ha señalado que “la comunicación

³⁷ MATA, María Cristina. *Op. cit.*, p. 12.

³⁸ LÓPEZ VENERONI, Felipe Neri. *Elementos para una crítica de la Ciencia de la Comunicación*, México, Editorial Trillas, 1989, p. 73.

es el eje de la sociedad”. Y no puede ser de otra manera, puesto que comunicación y sociedad se necesitan mutuamente, pues sin comunicación es difícil concebir la existencia de una sociedad y viceversa. La comunicación desde esta perspectiva se constituye en el espacio de diálogo fundamental que posibilita que innumerables sujetos diferenciados compartan una experiencia común y se orienten por ella; es decir,

“La comunicación entendida como participación en una perspectiva común, la cual, además de ser el foco que permite la coordinación de las actividades sociales de los individuos, es el fundamento para el autorreconocimiento, para el “saberse” que le es propio a cada uno de ellos, pero que a la vez es, así, intrínsecamente social”³⁹.

La comunicación entendida como participación se ejerce en el mundo de la vida, en ese mundo natural y social que se constituye en el gran escenario que pone límites a la acción individual y colectiva y en donde los individuos actúan y dirigen sus acciones modificando sus objetos y relaciones. Entendido así, el mundo de la vida es básicamente el mundo de la intersubjetividad, puesto que *“desde el comienzo mi mundo cotidiano es un mundo intersubjetivo: la estructura fundamental de su realidad consiste en que es compartido por nosotros”⁴⁰*, en tanto no existen las experiencias aisladas, sino que se dan dentro de un contexto en el que *“cualquier experiencia presente recibe su significado de la suma total de las experiencias pasadas que condujeron a la experiencia presente”⁴¹*.

2.1. Vida cotidiana y mundo intersubjetivo

El mundo de la vida cotidiana es un mundo intersubjetivo, ya que

³⁹ SÁNCHEZ DE LA YNCRA, Ignacio. *Interdependencia y Comunicación. Notas para leer a G.H. Mead*, Madrid, fotocopia s/f, p. 139.

⁴⁰ MARTIN ALGARRA, Manuel. *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz*, Madrid, Editorial EUNSA, 1993, p.76.

⁴¹ SCHUTZ, Alfred. *Reflections on the Problem of the Relevance*, Estados Unidos, Editorial de la Universidad de Yale, 1970, p. 24.

vivimos en él como hombres que se encuentran rodeados de semejantes, y estamos vinculados a ellos por nuestras acciones recíprocas, así como por una comprensión mutua. Así lo indica Martín Algarra cuando señala que:

“El hecho de que el mundo de la vida cotidiana sea intersubjetivo implica que, por una parte, es un mundo común a todos nosotros, y por otra, que en él existen multitud de relaciones que conectan a unos hombres con otros, y, a través de acciones mutuas, unos inducen a actuar a otros según los planes de acción que previamente se hubieran trazado”⁴².

Por esa razón, todo lo que tenga sentido para unos en el mundo de la vida cotidiana también lo tendrá para los otros, de tal manera que así como uno pertenece al mundo de la vida de los otros con sus respectivas acciones significativas, ellos pertenecen al de uno.

Tal como venimos señalando, la recíproca interpretación del comportamiento significativo es lo que constituye el mundo social de la intersubjetividad. Sin embargo, la cuestión de fondo es, si lo social se constituye por intercambio de significados subjetivos que conducen a la constitución intersubjetivamente significativa del mundo social, para comprender lo social es imprescindible conocer cómo se constituyen y organizan los significados con que un individuo dota a su acción, cómo es posible el hecho cotidiano de la transmisión de esos significados dados por otros a sus propias acciones y, por fin, cómo se ven afectados esos significados cuando se da el hecho cotidiano de la transmisión.

Martín Algarra, señala que el problema de la intersubjetividad es la cuestión filosófica de cómo conocer simultáneamente otras mentes, es decir, cómo captar la subjetividad del otro al mismo tiempo que uno vive su propia corriente de conciencia, como es el caso de la

⁴² MARTIN ALGARRA, Manuel. *Idem*, p. 93.

investigación que sirve para el diseño de estrategias de comunicación. Como dice Alfred Schutz:

“Al vivir en el mundo, vivimos con otros y para otros, y orientamos nuestras vidas hacia ellos. Al vivenciarlos como otros, como contemporáneos, como predecesores y sucesores, al unirnos con ellos en la actividad y el trabajo común, influyendo sobre ellos y recibiendo a la vez su influencia, al hacer todas estas cosas, comprendemos la conducta de los otros y suponemos que ellos entienden la nuestra. En estos actos de establecimiento e interpretación de significado se construye para nosotros en grados varios de anonimidad, en una mayor o menor intimidad de vivencia, en múltiples perspectivas que se entrecruzan, el significado estructural de nuestro mundo social, que es tanto nuestro mundo (estrictamente hablando, mi mundo) como el mundo de los otros”⁴³.

Esto no quiere decir que el individuo desde que nace es inmediatamente miembro de una sociedad. Ciertamente, el individuo nace con una predisposición hacia la socialidad, y luego llega a ser miembro de una sociedad como consecuencia de un proceso de internalización que tiene que ver con la aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado, o sea, en cuanto es una manifestación de los procesos subjetivos de otro que, en consecuencia, se vuelven subjetivamente significativos para mí. Eso no quiere decir que yo comprenda adecuadamente al otro, hasta puedo comprenderlo erróneamente como lo señala María Cristina Mata cuando dice que en la comunicación como práctica significativa, *“los emisores y los receptores producen el sentido que puede ser unánime o disonante pero que, en todo caso, no puede ser juzgado en términos de decodificación óptima o aberrante”⁴⁴*. Guillermo Orozco Gómez también señala que:

“En parte, los significados tampoco son apropiados

⁴³ Citado por Manuel MARTIN ALGARRA en su libro *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz*, Madrid, Editorial EUNSA, 1993, p. 168.

⁴⁴ MATA, María Cristina. *Op. cit.*, 12.

según han sido propuestos, porque el proceso de la comunicación no concluye con su transmisión, sino que más bien se inicia. Así, los sujetos receptores reciben y procesan el significado de acuerdo a sus propios condicionamientos (étnicos, de clase, culturales, de sexo, etc) y también de acuerdo a las intervenciones de que son objeto en el proceso de la recepción”⁴⁵

Las variables culturales y contextuales que propone Orozco resultan claves para lograr un proceso de comunicación para el desarrollo exitoso, pues es insuficiente transmitir mensajes informativos, como lo hace el mercadeo social en la intención de cambiar conductas individuales, sin tener en cuenta los contextos que condicionan la recepción de dichos mensajes, y, en general, la complejidad sociocultural en que están envueltas las vidas de los sujetos.

2.2. La comunicación como estrategia para el desarrollo

Latinoamérica cuenta con una rica tradición de búsqueda de modelos y estrategias comunicativas que resulten eficaces para los fines de la promoción del desarrollo. La propuesta de la comunicación participativa inspirada en el paradigma fundacional de “La pedagogía del oprimido” de Paulo Freire (1970) que luego adquiriera diferentes denominaciones como comunicación popular, comunicación alternativa, comunicación alterativa, comunicación para el desarrollo, y, más recientemente, comunicación para el cambio social tuvo entre sus principales propulsores al paraguayo Juan Díaz Bordenave, el boliviano Luis Ramiro Beltrán, el venezolano Antonio Pasquali, el belga Armand Mattelart, el chileno Fernando Reyes Matta, el peruano Rafael Roncagliolo, el estadounidense Frank Gerace, entre otros.

De otro lado, este ímpetu por construir modelos y estrategias de comunicación al servicio del desarrollo, tuvo también sus primeras

⁴⁵ OROZCO, Guillermo. *Mapa para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva. Ensayo aparecido en INTERCOM, Revista Brasileira de Comunicação, Sao Paulo, 1991, p. 56.*

fuentes de inspiración en el paradigma de la difusión de innovaciones propuesto por Everett Rogers. De un lado, la experiencia de Comunicación para la Transferencia de Tecnología Agrícola (CTTA) impulsada por el Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) fue impulsada con mucho vigor en Bolivia y en Perú a través de la labor de los extensionistas agrícolas que daban charlas demostrativas en campo a los agricultores, y, de otro lado y más reciente, la propuesta de comunicación en salud aplicando estrategias de Información, Educación y Comunicación (IEC)⁴⁶ para promover el modelo de salud preventiva a través de los salubristas públicos que venía inspirada en los acuerdos de las diferentes conferencias sobre salud preventiva promovidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

La CTTA, probablemente, constituye la experiencia base en la que germina también la propuesta de IEC en salud. La CTTA tuvo como preocupación central transferir información y conocimientos para mejorar el uso de la tecnología agrícola, mientras que la IEC, con una propuesta mejor sistematizada y respaldada por el mercadeo social y el edu-entretenimiento, pugna por modificar comportamientos, socializando y promoviendo aprendizajes (conocimientos) y motivando el cambio de actitudes y prácticas que permitan a la población el autocuidado de su salud.

Si bien, la CTTA es la base en la que se cimenta la estrategia IEC, el debate internacional sobre el futuro de la salud, favoreció en gran medida su existencia. El contexto de las discusiones en torno a qué hacer en relación a la salud se remonta a la década de los setenta, época en que académicos y políticos empiezan a diagnosticar que el

⁴⁶ IEC significa que todo proceso de información es a su vez un proceso de comunicación y educación y viceversa. Es decir, no constituyen momentos diferentes y autónomos, sino dialogantes e interactivos.

modelo de salud curativa era insostenible, puesto que cada vez se incrementaban los presupuestos de la salud porque se requería de más profesionales de la salud, medicamentos, establecimientos de salud, etc. Un panorama rápido de los grandes hitos que dan cuenta de los abordajes de esta problemática, son:

- a) **El Informe de LALONDE** (1974), publicado por el gobierno de Canadá y en el que se abandona la noción de la medicina como única fuente de protección de la salud y se le reemplazó por el concepto más amplio de campo de la salud (integrado por la biología humana, el medio ambiente, el estilo de vida y la atención médica), sosteniendo que lo preventivo debe primar sobre lo curativo.
(http://www.hc-sc.gc.ca/hcs-sss/alt_formats/hpb-dgps/pdf/pubs/1974-lalonde/lalonde-eng.pdf)
- b) **El documento U.S. Dept. of Health, Education and Welfare** (1979), publicado por el Servicio de Salud Pública de los Estados Unidos y en el que se opta por una política de promoción de la salud, la cual es definida en base a cambios en los estilos de vida y por la prevención de enfermedades.
- c) **La Conferencia Internacional sobre Atención Primaria de la Salud en Alma-Ata** (1978), promovida por OMS y UNICEF en la que se señala que la salud no puede ser un privilegio porque es un derecho universal y fundamental, donde la población tiene el derecho y el deber de participar individual y colectivamente. Asimismo, se declara como prioridad la atención de la salud primaria (materno-infantil).
(http://www.who.int/hpr/NPH/docs/declaration_almaata.pdf)
- d) **La Primera Conferencia Internacional sobre Promoción de la Salud** (1986), impulsada por la OMS y realizada en Canadá que permite elaborar la **Carta de Ottawa** en la que se define a la

promoción de la salud como el proceso para habilitar a la gente para aumentar su control sobre la salud y para mejorarla. Asimismo, se señala que para alcanzar un estado adecuado de bienestar físico, mental y social, los individuos y grupos deben ser capaces de identificar y realizar sus aspiraciones, de satisfacer sus necesidades y de cambiar o adaptarse al medio ambiente. (<http://webs.uvigo.es/mpsp/rev01-1/Ottawa-01-1.pdf>)

De esta manera, se superaba el enfoque tradicional que entendía la salud como la ausencia de enfermedad, percibida como un problema de orígenes físico-biológicos y se incorporaba el enfoque preventivo y de promoción de la salud. Es en este contexto que empieza a cobrar mucha importancia el concepto de Información, Educación y Comunicación (IEC) como herramienta fundamental para la promoción de la salud ante la necesidad de lograr cambio de comportamientos y prácticas de salud de la población, así como para responder a la necesidad de optimizar el uso de recursos (humanos, materiales, económicos) y lograr un mayor impacto en las acciones de salud.

Por todas estas razones y teniendo como fuentes el paradigma participativo de Paulo Freire y el paradigma de la difusión de innovaciones de Everett Rogers, en los últimos años se han logrado avances significativos en la valoración y el entendimiento de la comunicación, lo que permite ubicarla como un recurso estratégico para el empoderamiento ciudadano y el cambio social. Actualmente, en el Perú, la “pelea” por valorar a la comunicación desde una perspectiva estratégica tanto en el sector público como en el privado, está en agenda, y, si esto se logra, habremos dado un salto cualitativo fundamental en los enfoques, y, sin ninguna duda, la comunicación será un espacio clave para promover procesos sociales que contribuyan significativamente al desarrollo de nuestros pueblos.

2.3. Más allá del cambio de comportamientos... el cambio de

mentalidades y el cambio social

El cambio de comportamientos colectivos debe entenderse como parte de un proceso en el cual la comunicación aporta de manera sustantiva al empoderamiento de la población y a la construcción de una cultura para el desarrollo, es decir, al cambio de mentalidades que deben expresarse progresivamente en la adopción de voluntades y compromisos por el desarrollo.

De este enfoque estratégico se desprende que la legitimidad de la comunicación tiene que ver con las siguientes atribuciones fundamentales:

- Es un recurso planificable y medible (tiene que ver con la gestión de la comunicación)
- Es un proceso interactivo, de participación, de relación y diálogo con el otro, al que concibe como su igual
- Tiene una dimensión estratégica para propiciar el empoderamiento ciudadano, el cambio de mentalidades y la construcción de una cultura para el desarrollo
- Emplea de manera creativa, pertinente y estratégica diversos recursos comunicacionales interpersonales, grupales, comunitarios y masivos.
- Trabaja con un enfoque de ciudadanía y de género, empoderando a la población para la toma de sus decisiones.
- Tiene como frentes estratégicos el trabajo con la población y con la opinión pública.

2.4. Apuntes para (re)pensar el rol de la comunicación en el desarrollo

En 1995⁴⁷, señalaba que no cabía duda que las propuestas sobre el desarrollo del PNUD, CEPAL y el PNUMA constituían un aporte fundamental al debate actual en torno desarrollo, pero que, sin

⁴⁷ En: *Imaginándonos el futuro. La comunicación como estrategia para el desarrollo.* Edit. ILLA, 1995.

embargo, era necesario observar que si bien estas tres propuestas tienen importantes puntos de coincidencia, no habían logrado aún articularse para construir una propuesta integral. A más de quince años de esta afirmación, y a pesar de los avances, sigo pensando en la necesidad de continuar realizando esfuerzos para la formulación de una propuesta de desarrollo humano integral y sostenible que sea decisiva para el mejoramiento significativo de la calidad de vida de la población.

Por lo anotado y considerando nuestra pertinencia comunicativa, ratificamos la necesidad de (re)pensar el rol de la comunicación en el desarrollo, para lo cual debe tomarse en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

- a) **Revalorar el sentido estratégico de la comunicación en los procesos de desarrollo:** Para pensar estratégicamente la comunicación en el desarrollo es necesario, en primer lugar, concebirla como un proceso articulado al campo de la cultura. Ciertamente que por muchos años se ha trabajado con conceptos e ideas muy limitadas sobre este tema. Así, por ejemplo, la comunicación ha sido vista –e inclusive lo es todavía, aunque en menor medida- como una labor técnica, de difusión o de producción de medios ante las situaciones de crisis; es decir, una visión reduccionista, basada en el uso instrumental y difusor del medio. De igual manera sucede con la cultura, puesto que se le asocia al pasado, a lo patrimonial o a lo tradicional que debe ser conservado en tanto manifestaciones artísticas propias de cada pueblo (la música, la danza, la artesanía, etc.). Evidentemente, este tipo de visiones simplistas de asuntos tan trascendentes, amplios y complejos, no permiten una adecuada aproximación a los mismos.

En ese sentido, la perspectiva comunicacional de la cual partimos

se inscribe en la corriente latinoamericana que plantea la articulación entre comunicación y cultura. La preocupación de esta corriente se centra en la construcción de lo masivo a partir de lo que Jesús Martín-Barbero denomina las *mediaciones*⁴⁸, que no son otra cosa que las formas, condiciones y espacios desde los cuales se produce y se consume cultura. Por lo tanto, lo que importa aquí no son tanto los medios de comunicación como tales, sino la articulación entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales que son en definitiva los que le cargan de sentido.

De acuerdo a lo manifestado, el engranaje entre comunicación y cultura es importante en la medida que plantea entre ambas un compromiso que implica cuestionar el enfoque instrumentalista, maniqueo, manipulador y dominante de los medios de comunicación. Por lo tanto, lo que se busca es ubicarlos en el ámbito de la producción y reproducción cultural, tal como lo desarrollan Néstor García Canclini⁴⁹ y Jesús Martín Barbero⁵⁰.

Es así que la comunicación es entendida como un proceso de relación entre sujetos que supone un proceso de producción de sentidos, no restringiéndola a meros instrumentos tecnológicos o a la transmisión de conocimientos o informaciones. Por eso mismo, la aproximación que hacemos a este concepto parte de los procesos culturales y sociales que envuelven la producción y consumo comunicacional. Por lo tanto, la comunicación se establece como un ámbito desde el cual se puede estudiar e investigar la realidad del hombre y de la sociedad en la cual se desenvuelve, inclusive, las intersubjetividades.

⁴⁸ Concepto acuñado por Jesús MARTÍN BARBERO, en su libro *De los medios a las mediaciones*. G. Gili, México, 1987

⁴⁹ GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Cultura y sociedad: Una introducción*. En *Cuadernos de información y divulgación para maestros bilingües*, D.G. de Educación Indígena. México, 1984.

⁵⁰ MARTÍN BARBERO, Jesús. *Procesos de comunicación y matrices de cultura: itinerario para salir de la razón dualista*. Editorial Gustavo Gili. México 1987.

Estando de acuerdo con lo planteado por García Canclini, podemos entender a la cultura como la forma de percibir el mundo, de percibirse a uno mismo en él, como un conjunto de valores, creencias e ideas que se encuentran en constante intercambio, elaboración y conservación por parte de las personas o grupos sociales que las producen. En ese sentido, la cultura, por ser un producto social, adquiere un carácter dinámico y transformador de las prácticas e instituciones que conforman un sistema social, ya que no se restringe a representarlas, sino también a reproducirlas, cambiarlas y re-crearlas.

Por lo tanto, el papel que juega la cultura en una sociedad es muy importante, pues a partir de la internalización de los productos culturales, del capital simbólico como diría García Canclini, es que se encuentra la vida cotidiana de las personas. Es por ello que al hablar de cultura estamos hablando de la cotidianidad de la colectividad, –en definitiva–, de la vida cotidiana como una forma cultural.

De lo que se trata, entonces, es de operar un desplazamiento teórico y metodológico que nos permita mirar la comunicación desde los procesos culturales, en una perspectiva relacional e intersubjetiva.

En segundo lugar, para hablar de la comunicación como proceso, es importante repensarla a partir de “los otros”, y para ello es necesario mirar la comunicación como un proceso orientado a la promoción y el establecimiento de diálogos, a partir de la gestación de relaciones con otros y entre varios. Esta visión de la comunicación, a partir de “los otros”, nos plantea que si bien es importante revalorar nuestra palabra, no puede haber comunicación si es que no hay una intención de dialogar con “los otros”. Por lo tanto, el sentido fuerte de la comunicación no sólo

está en la posibilidad que tenemos para hablar o expresar lo que sentimos, deseamos o exigimos; sino también –y aquí está la parte fuerte- de escuchar al otro, de conocer su opinión y a partir de ello intercambiar ideas. En definitiva, de estar conscientes que la comunicación es una vía de doble sentido, donde en una nos encontramos nosotros y en la otra, “los otros de la comunicación”.

Tal como hemos venido afirmando, la comunicación adquirirá su verdadera magnitud cuando realmente se logre superar esa visión reduccionista que la ha restringido a un simple instrumento tecnológico de difusión y se la piense en toda su potencialidad como un conjunto de prácticas y espacios donde se hace posible la producción de sentidos que permiten procesos de interacción social.

2.5. La dimensión estratégica de la comunicación para el desarrollo

La dimensión estratégica de la comunicación en los procesos de desarrollo debe tomar en cuenta esta nueva concepción comunicativa, pero además debe reivindicar el componente subjetivo del factor humano como uno de los elementos más importantes y significativos debido a que éste es clave en la toma de las decisiones y en la puesta en escena de las voluntades que podrían hacer posible o viable cualquier propuesta de desarrollo. Lo que estamos sosteniendo es que en todo proyecto de desarrollo interviene un conjunto de factores internos y externos, materiales y subjetivos, pero que, uno de los más gravitantes es el factor humano.

A modo de conclusión sostenemos que ningún proyecto de desarrollo será viable si es que falla el componente humano. Por ejemplo, para que un proyecto productivo agrario salga adelante requiere de un conjunto de factores a tomar en cuenta, tales como la calidad del suelo y semillas, agua, abonos, dinero, clima apropiado, etc, y recurso

humano. De manera general, podemos decir que ninguno de los mencionados es prescindible si es que se pretende un óptimo resultado; sin embargo, la ausencia o escasez de cualquiera de ellos puede ser remediado de una u otra forma, pero al recurso humano no lo reemplaza nada ni nadie. Pero, más que el factor humano, entendido como mano de obra, lo que no puede ser reemplazado es ese otro ingrediente que constituye la dimensión subjetiva de los sujetos, que hace que las voluntades y la creatividad se junten para hacer realidad cualquier proyecto de desarrollo.

Así planteado, es obvio que esta perspectiva de desarrollo privilegia el protagonismo de los ciudadanos como una forma de propiciar su autodesarrollo en los propios procesos.

Esta perspectiva comunicacional de la ciudadanía supone, como sostiene Rosana Reguillo, una nueva concepción de lo público, que plantea una articulación entre el interés común, el espacio ciudadano y la interacción comunicativa. Reguillo, señala, en ese sentido, que:

“Lo propio de la ciudadanía hoy es estar asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es, al derecho a informar y ser informado, a hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa justamente ahí, en la desposesión del derecho a ser visto y oído, ya que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como en el colectivo”⁵¹

Y aquí radica una diferencia fundamental entre lo que podría ser una propuesta de desarrollo que persigue crecer económicamente y para ello compra la mano de obra, sin importarle si eso redundará en quienes

⁵¹ REGUILLO, Rossana. “Contra el Abaco de lo básico”. En: *Entre saberes desechables y saberes indispensables. Agendas de país desde la comunicación. Friedrich Ebert Stiftung, Bogotá, 2009, p. 33.*

la venden; y entre una propuesta que busca más bien obtener una rentabilidad social en beneficio de los sujetos partícipes del desarrollo.

Ese espacio subjetivo que tiene que ver con pre condiciones estratégicas como los estados de ánimo, las voluntades, las sensibilidades, etc, que hacen que la gente asuma un compromiso real con las propuestas de desarrollo corresponden al terreno de la comunicación, y es allí donde ésta puede aportar significativamente. A diferencia de las décadas pasadas en que a la comunicación se le atribuía características esencialistas otorgándole poderes que estaban lejos de su alcance (“omnipresencia” y “omnipotencia”), en las actuales circunstancias es necesario precisar cuáles son los alcances y los límites de la comunicación en los procesos de desarrollo.

Sabemos hoy con mucha certeza científica que esa construcción dogmática que se hizo de la comunicación, -capaz de alinear o liberar-, no fue ni es real, pero que, sin embargo, no le podemos negar el importante y decisivo rol que cumple en cualquier proceso de desarrollo. En ese sentido, la comunicación se constituye en un factor estratégico para el desarrollo en la medida que aporta a la configuración de unas condiciones subjetivas en los sujetos involucrados en los procesos de desarrollo, promoviendo su participación y protagonismo, como elementos claves para la construcción de ciudadanía y democracia, requisitos imprescindibles para el desarrollo. Con esto queremos remarcar que ningún proceso de desarrollo, tanto a nivel macro como a nivel micro, interno o externo, será posible si es que los sujetos del desarrollo no se asumen como tales. El rol estratégico de la comunicación en el desarrollo se sitúa en esta perspectiva que destaca el factor humano empoderado en dichos procesos. La comunicación puede aportar y contribuir estratégicamente a la construcción de dichos fines, si es que:

a) Se conoce previamente la realidad: Dentro de la idea de que se

debe investigar para desarrollar y para comunicar, ninguna propuesta de desarrollo que se pretenda integral puede ser formulada, y menos aplicada, sin un conocimiento previo y profundo de la realidad. Por lo tanto, dichas propuestas, deben tomar en cuenta y responder a las principales necesidades, problemáticas, demandas y aspiraciones, potencialidades y características concretas de la realidad. Esto implica un esfuerzo por delimitar cuáles son los problemas fundamentales sobre los cuales actuar, pero además supone, la necesidad política de que los actores del desarrollo actúen de manera consensuada y concertada.

Además, este ejercicio de diagnosticar debe ser permanente y sistemático, puesto que la realidad social es dinámica y cambiante. Esto debe llevarnos a concebir el desarrollo como un proceso en el que es necesario confrontar y validar las propuestas con los diagnósticos, de tal manera que éstas sean más realistas y viables. Solo así, las propuestas sobre el desarrollo responderán a situaciones reales y las acciones podrán ser planeadas con objetivos y metas claras con el fin de atacar más directamente los problemas. De esta manera se logrará un mayor impacto del trabajo, a través del ahorro de tiempo, esfuerzo, dinero y recursos; al mismo tiempo que se evitará una mayor agudización y complejidad de los problemas. Esta reflexión se expresa como una forma de cómo abordar el proyecto o intervención de comunicación para el desarrollo en el marco de proyectos o programas sociales más amplios.

- b) Se promoció el desarrollo humano integral:** Históricamente, las concepciones en torno al desarrollo se han sustentado en la necesidad del crecimiento económico y la satisfacción de las necesidades materiales de las personas. Actualmente, y desde un aporte interdisciplinario que vienen haciendo las ciencias sociales,

se ha redimensionado esta visión, pues se ha introducido el componente cultural-subjetivo como una forma de concebir de manera integral el desarrollo. Lo cultural y lo subjetivo es una variable que se suma y se complementa con la económica y que permite afrontar de un modo distinto el problema del desarrollo. En ese sentido, el desarrollo no se mide solamente por el nivel de ingreso de la población sino por cuánto ha mejorado su la calidad de vida.

Según nuestro punto de vista, el enfoque “economicista” y “materialista” del desarrollo tiene un problema central. Este tiene que ver con el hecho de que reduce el concepto de necesidades al de necesidades materiales y económicas, obviando las necesidades simbólicas que provienen del mundo subjetivo y cultural. Este hecho hace que las propuestas de desarrollo económico prioricen un conjunto de aspectos tendientes a satisfacer las “necesidades básicas” de la población y dejen de lado todas aquellas que tienen que ver con las demandas subjetivas (emociones, sentimientos, valoraciones, deseos, sueños y expectativas, etc), sin las cuales es imposible comprender integralmente la realidad, y, menos aún, transformarla.

En esta perspectiva global de desarrollo nos parece importante repensar el sentido de las necesidades y valores, en cuanto mecanismos de reproducción social y en tanto estructuras que sustentan y condicionan los procesos sociales. En ese sentido, es importante tener claro que no todo lo que aparece “a primera vista” como necesidades objetivas de la población son las más sustanciales y significativas para ella, pues existen otro tipo de demandas y necesidades (simbólicas y subjetivas) que a pesar que no aparecen de manera explícita son igualmente trascendentes como para ser tomadas en cuenta dentro de una propuesta integral de desarrollo. El problema es que estas necesidades simbólicas y

subjetivas no son tangibles o fáciles de percibir, pero forman parte del sistema de valores orientando y condicionando el sentido de nuestras vidas, y por lo tanto, su existencia. De allí que no sea raro encontrar que el valor de las personas se otorgue en función de lo que tiene y no tanto a lo que es; o como dice Agnes Heller: al *tener* y no al *ser*. Esto debería llevarnos también a una reflexión ética sobre el sentido del desarrollo que proponemos y es aquí donde más puede aportar la comunicación, puesto que una perspectiva de desarrollo integral que apueste por el mejoramiento de la calidad de vida, debe tomar en cuenta estos aspectos.

En los momentos actuales, esta perspectiva unilateral que privilegiaba el desarrollo económico viene siendo revisada y posiblemente estemos frente a un planteamiento ya superado. Como hemos apuntado antes, diversos organismos de desarrollo de las Naciones Unidas vienen redefiniendo sus propuestas debido a que los indicadores económicos y las distorsiones que éstos generan han demostrado ser insuficientes para medir el grado de desarrollo de la población, aportando más bien otras variables de carácter cualitativas como el acceso a servicios básicos, la calidad de vida, el alfabetismo, la democracia, el desarrollo futuro de la humanidad, la libertad política, los derechos humanos, la autoestima personal, etc.

El reto de apuntalar una propuesta de desarrollo integral no consiste en establecer jerarquías entre una y otra perspectiva; por el contrario, se trata de establecer un equilibrio entre ambas. Esto significa que la propuesta de desarrollo integral trata de articular esas múltiples dimensiones, pero no como una sumatoria de problemáticas, de sectores o actores, como generalmente se entiende, sino más bien como un proceso orientado a mejorar la calidad de vida de la población a partir del tratamiento integrado y equilibrado de sus demandas y necesidades materiales y

culturales, individuales y colectivas. Se trata, -en definitiva-, de una visión que articula y valora todas las dimensiones de la existencia humana.

- c) **Se construye democracia para el desarrollo:** Una condición fundamental para el desarrollo es la democracia. Si no hay democracia es casi imposible construir desarrollo pleno y con libertad, puesto que:

“La democracia es un sistema social en el cual puede vivirse plenamente desde el punto de vista humano. Lo humano es la cualidad de diferenciarse de las cosas. Por lo que una sociedad democrática es aquella en que cada ser humano puede elegir su destino y esta sociedad es el ideal supremo de la humanización”⁵².

Desde una perspectiva crítica, el modelo económico neoliberal propone la democracia como un modelo de gestión gubernamental hegemónico y mejor que las alternativas alguna vez existentes, que garantiza la organización de la vida en sociedad y la convivencia civilizada.

Construir democracia para el desarrollo supone:

- **Recuperar y fortalecer la institucionalidad democrática:** La crisis generalizada que afectó al país en los ochenta alcanzó también a las instituciones políticas, quienes no solo perdieron credibilidad, sino que sufrieron los efectos de la desestructuración que hizo que muchas de ellas perdieran vigencia. A ello se sumó el denominado “autogolpe” del 5 de abril, promovido por el gobierno de Alberto Fujimori, que, en el marco de una concepción neoliberal auspició el desarrollo del mercado y la privatización acelerada, pero a costa de un empequeñecimiento del Estado y de sus instituciones sociales.

⁵² MIRO QUESADA, Francisco. En: *Para afirmar la democracia*. Edit. IEP, 1987, p.25.

Es necesario entonces recuperar al Estado y sus instituciones, no en el sentido del Estado controlista, sino en el sentido del Estado democrático que tiene un rol que cumplir para lograr un equilibrio en la sociedad, donde los ciudadanos puedan establecer reglas de convivencia civilizada y convengan en luchar por alcanzar su desarrollo pleno. Sin embargo, es necesario precisar que *"la democracia no es una aspiración natural, sino una institución por construir"*⁵³; y en ese sentido, *"la democracia significa organización, pero organización significa la posibilidad que la gente organizada pueda intervenir en el destino de las cosas públicas, y esto significa, a su vez, poder expresarse"*⁵⁴. En otras palabras, para que una propuesta de desarrollo integral sea posible, es necesario que existan instituciones fuertes, consolidadas y duraderas, puesto que eso es lo que le va a dar continuidad y vigencia a cualquier propuesta de desarrollo. La importancia de que existan instituciones es porque concebimos al desarrollo como un asunto de interés público, donde *"la sociedad civil pueda confrontar proyectos y visiones distintas, antagónicas o complementarias"*⁵⁵, y al mismo tiempo, pueda participar en la toma de las decisiones a través de las instituciones del poder político.

- **Promover el diálogo social y la concertación:** El diálogo y la concertación son requisitos indispensables para toda propuesta de desarrollo, y la comunicación puede aportar para que ello sea posible. Dialogar y concertar no debe suponer la evasión de la confrontación, puesto que, a decir de Lechner, la esencia de la democracia radica en la confrontación de ideas y puntos de vista. Pero esta confrontación no debe llevarnos a

⁵³ MIRO QUESADA, Francisco. *Op. cit.*, p.65.

⁵⁴ MIRO QUESADA, Francisco. *Op. cit.* p. 87.

⁵⁵ ORTIZ, Renato. *Notas sobre la problemática de la globalización en las sociedades.* En revista *Diálogos de la Comunicación* N° 41 de Felafacs. Lima, 1995, p. 10.

establecer polarizaciones estériles que privilegien las diferencias, sino a definir mejor las ideas y las propuestas que posibiliten los entendimientos y acuerdos en beneficio de los intereses sociales ya sean de carácter nacional, regional o local.

Dialogar y concertar supone también reconocer y aceptar que somos diferentes, pero que pese a esas divergencias podemos convivir y trabajar juntos en beneficio del interés general. En nuestro país esto pasa por superar un conjunto de problemas que han originado problemas profundos, como por ejemplo, las diferencias regionales y sociales (costa-sierra, campo-ciudad, ricos-pobres), las diferencias raciales (blancos-cholos-negros), las diferencias de género (machismo, feminismo), etc. Respecto a estos problemas, César Hildebrandt ha dicho con mucha precisión y firmeza que:

"Para ser un país nos falta reconocernos en nuestra piel cetrina, en nuestra mezcla, en nuestra levadura tormentosa. Nadie es feliz si no se acepta. Tampoco un país (...). Somos -fuimos, seremos- un país cobrizo y europeo, andino y universal"⁵⁶.

Esto quiere decir que si no sabemos quiénes somos, y si no aceptamos que somos diferentes, difícilmente podremos tener una actitud y una posición de tolerancia frente a los "otros" que nos permita establecer los acercamientos, los diálogos y los acuerdos necesarios en favor del desarrollo. Así lo señala también el sociólogo peruano Hugo Neira en su obra "El mal peruano" (2001); y, en la misma perspectiva del español Joaquín Navarro-Valls remarcamos que *"la tolerancia será el esfuerzo por equilibrar los derechos de la verdad con los de la*

⁵⁶ HILDEBRANDT, César. Artículo "Trece años, treinta mil muertos", aparecido en la revista IDEELE N° 59-60, p. 136. Lima, 1993.

*conciencia individual*⁵⁷.

Lo que acabamos de señalar, no sólo es válido para trabajar una perspectiva de desarrollo integral de carácter nacional, sino que son condiciones que deben tomarse en cuenta en los diferentes espacios donde se pretenda ejecutar propuestas de desarrollo (comunidad, localidad, región).

- **Construir ciudadanía:** Es substancial afirmar que todo Estado democrático debe sustentarse en una sociedad civil consolidada, pues la ciudadanía no es un hecho de individuos aislados, sino necesariamente un proceso relacional entre éstos y mediada por instituciones. En este sentido, si bien la construcción de ciudadanía en el Perú es un proceso que viene expresándose como una creciente corriente de opinión, el país aún adolece de una conciencia nacional. Por lo general, el concepto de ciudadanía ha venido siendo entendido como la capacidad de ejercer los deberes y derechos políticos constitucionales. Sin embargo, es necesario advertir que la condición de ciudadano no se reduce al del sujeto comprometido con determinadas obligaciones y derechos, sino fundamentalmente, a reconocerse como protagonista, conductor y beneficiario de los procesos de construcción de democracia y de país. En este sentido, podemos concluir que una persona que delega no está ejerciendo plenamente su rol de ciudadano.

Es indudable que entre ciudadanía, democracia y desarrollo existe una relación inseparable, pues como lo explica Brunner, las miradas sobre la institucionalidad democrática, sus aparatos de funcionamiento, sus códigos y reglamentos, su

⁵⁷ Citado por Alfredo Bryce Echenique en su artículo "Acerca de la tolerancia", aparecido en la Revista IDEELE N° 72. Lima, 1995.

distribución social del poder, son visualizados en tanto mejore la calidad de vida de los sujetos sociales, eliminen crecientemente las desigualdades y exclusiones, y generen una nueva institucionalidad orgánica, apta para el ejercicio pleno de la ciudadanía. Para construir ciudadanía y democracia para el desarrollo es necesario también asumir una posición favorable respecto a la vigencia, respeto y defensa de los derechos humanos, entendiéndolos fundamentalmente como el respeto integral de la vida: con dignidad, educación, salud, trabajo, desarrollo e integridad física y moral de la persona humana.

Como hemos venido señalando, junto a la necesidad de construir ciudadanía es necesaria también la existencia de una situación de paz y seguridad interna y externa que garanticen al desarrollo su condición de prioridad nacional, a fin de que todos los esfuerzos y recursos se canalicen a favor de él. Un país en guerra distraerá recursos y esfuerzos para dichos fines y relegará al desarrollo a un segundo plano. Esto nos lleva a concluir que no hay desarrollo sin pacificación, ni pacificación sin desarrollo, puesto que muchas de las tensiones existentes se originan no solo por motivaciones ideológicas y políticas, sino también por reivindicaciones que claman por ser atendidas.

- **Legitimar el tema del desarrollo en la opinión pública:** El concepto de opinión pública es muy polémico y en relación a él existen muchas perspectivas. Así, por ejemplo, para Pierre Bourdieu la opinión pública no es el nombre de algo sino la clasificación de *“una serie de algos”*. Albig la define como una expresión sobre un punto controversial. Lowell dice que es el juicio no resistido de una mayoría y que vale como un juicio unánime. Pero, entre todas las definiciones existentes, hay

especialmente una que merece ser comentada, puesto que concibe a la opinión pública como un grupo amplio de personas a los cuales nos dirigimos. Este concepto es probablemente el más común, pero al mismo tiempo el más discutible, puesto que más que un sujeto social concreto, la opinión pública es un estado de ánimo que:

“Se forma cuando se expone a la mirada de los demás y pasa a formar parte del espacio público donde todo el mundo, si se quiere, la puede contemplar, participar en ella, aportar nuevas opiniones, estar a favor o en contra, incluso, manipular, y, es pública porque se centra en temas de interés general y se constituye en demanda frente al poder”⁵⁸.

En ese sentido, y tratando de acercarnos al concepto de opinión pública podríamos definirla como una expresión colectiva de un juicio sobre un asunto de interés general.

Si bien es cierto el desarrollo constituye -a no dudarlo- un asunto de interés general, también es cierto que dicho asunto no es todavía expresión de una voluntad colectiva, es decir, no es un asunto de convergencia y unidad nacional. A pesar de que todos queremos alcanzar el desarrollo para lograr bienestar y progreso individual y social, no todos estamos dispuestos a convertirnos en protagonistas del desarrollo. Y es que en torno al desarrollo hay un conjunto de percepciones que es necesario superar. Así, por ejemplo, se piensa que el bienestar y el progreso es una reivindicación de las personas ante un Estado que está en la obligación de satisfacer dichas demandas, que el desarrollo es un asunto de políticos y académicos, o que el desarrollo es un problema particular de cada persona o grupo social y no un problema nacional.

⁵⁸ MOZÓN, Cándido. *Manifestación y medida de la opinión pública. En: Opinión pública y comunicación política. EUDEMA, Madrid, 1990, p. 176.*

A propósito de la afirmación anteriormente expuesta, el psicólogo colombiano Germán Rey, apunta que:

“Uno de los traslados más radicales en las comprensiones del desarrollo, ha sido el abandono de la simple idea de usuario, beneficiario o target, para pasar a la de sujeto. Durante décadas, los planes de desarrollo se construyeron en la lejanía de quienes se llamaban “usuarios” o inclusive “clientes”. Hoy, por el contrario, se habla de actores”⁵⁹

Es obvio que este tipo de actitudes frente al desarrollo juegan en dirección contraria, por lo que es un requisito y una necesidad primordial, legitimar el tema en la opinión pública. Es aquí donde la comunicación también puede aportar significativamente, en tanto puede ayudar a generar corrientes de opinión favorables a un mejor entendimiento del verdadero sentido del desarrollo. Así, la comunicación ejercerá una función pedagógica y contribuirá estratégicamente a los esfuerzos para lograr el bienestar y el progreso.

3. LA AGENDA PENDIENTE

Desde hace dos décadas, aproximadamente, la preocupación por la comunicación para el desarrollo ha estado presente en las agendas de los planes y programas sociales y ha sido parte del discurso académico e institucional de las agencias de cooperación, universidades, organismos no gubernamentales, profesionales de la comunicación y de las ciencias sociales y promotores del desarrollo.

Sin embargo, en el último decenio, se percibe un aporte muy limitado a la construcción teórica de la comunicación para el desarrollo, lo cual entendemos que tampoco es gratuito. El escenario global viene

⁵⁹ REY, Germán. *Industrias culturales, creatividad y desarrollo*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), 2009.

cambiando vertiginosamente y cada día nos presenta nuevos y grandes desafíos que hace más compleja la realidad, hasta convertirla en una dinámica desbordante donde el día a día de lo cotidiano nos ha llevado más bien a ejercitar la práctica social y posponer el ejercicio de la sistematización y la producción de conocimiento en torno al tema.

No obstante, los organismos internacionales que pertenecen al Sistema de las Naciones Unidas, siguen asumiendo el rol de vanguardia no solo en la promoción del desarrollo y de la comunicación para el desarrollo, sino también, en la puesta en escena de estos temas en la agenda internacional, la animación del diálogo, interlocución y reflexión permanente que contribuyen de manera decisiva a trazar los derroteros y rutas teóricas y prácticas en torno a estos temas tan fundamentales que tienen que ver directamente con la vida de los ciudadanos y la viabilidad de las sociedades en general.

3.1. La Cumbre del Milenio y los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

El 8 de setiembre del 2000, las Naciones Unidas organizó la **Cumbre del Milenio** que reunió a 147 Jefes de Estado y de Gobierno y a representantes de un total de 191 naciones. Los acuerdos asumidos por unanimidad fueron condensados en el documento denominado **Declaración del Milenio**, en el que los países firmantes asumieron compromisos que se reflejan en los denominados **Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)**

Dichos compromisos contienen un total de 8 objetivos, 19 metas y 48 indicadores –aunque no todos aplicables a todos los países–, que constituyen una síntesis de los compromisos clave de las Cumbres y Conferencias Mundiales, llevadas a cabo por el Sistema de Naciones Unidas (NNUU), durante la década de los 90. Los líderes de las naciones han establecido objetivos concretos a alcanzar en el lapso de 1990-2015, para reducir a la mitad el número de personas que viven en

condiciones de extrema pobreza, proporcionar agua potable y educación básica, reducir la propagación del VIH/SIDA y lograr otras metas de desarrollo que se detallan en este Informe⁶⁰.

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio, y sus respectivas metas trazadas hacia el año 2015, son:

Objetivo 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre

Meta 01: Reducir a la mitad el porcentaje de personas cuyos ingresos sean inferiores a un dólar por día

Meta 02: Reducir a la mitad el porcentaje de personas que padecen hambre

Objetivo 2. Lograr que la educación primaria sea universal

Meta 03: Velar para que todos los niños y niñas terminen la educación primaria completa.

Objetivo 3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer

Meta 04: Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de enseñanza para el 2015

Objetivo 4. Reducir la mortalidad infantil

Meta 05: Reducir en 2/3 partes la tasa de mortalidad de los niños menores de 5 años

Objetivo 5. Mejorar la salud materna

Meta 06: Reducir la tasa de mortalidad materna en 3/4 partes

Objetivo 6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades

Meta 07: Detener y comenzar a reducir la propagación del VIH/SIDA

Meta 08: Detener y comenzar a reducir la incidencia del paludismo y otras enfermedades graves

Objetivo 7. Asegurar la sostenibilidad del medio ambiente

Meta 09: Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las

⁶⁰ Sistema de las Naciones Unidas en Paraguay. Informe de Paraguay de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Asunción, 2003, p. 8.

políticas y programas nacionales

Meta 10: Revertir la pérdida de recursos del medio ambiente

Meta 11: Reducir a la mitad el porcentaje de personas que carecen de acceso al agua potable

Meta 12: Mejorar considerablemente la vida de por lo menos 100 millones de personas que habitan en tugurios, para el año 2020

Objetivo 8. Construir una alianza global para el desarrollo

Meta 13: Desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto, previsible y no discriminatorio, basado en normas. Esto incluye el compromiso de lograr una buena gestión de los asuntos públicos y la reducción de la pobreza en cada país en el plano internacional

Meta 14: Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados. Ello incluye el acceso libre de aranceles y cupos para las exportaciones de los países menos adelantados, el programa mejorado de alivio de la deuda de los países pobres altamente endeudados, y la cancelación de la deuda bilateral oficial y la concesión de una asistencia oficial para el desarrollo más generosa a los países que hayan demostrado su determinación de reducir la pobreza

Meta 15: Atender las necesidades especiales de los países en desarrollo sin litoral y de los pequeños Estados insulares en desarrollo

Meta 16: Encarar de manera general los problemas de la deuda de los países en desarrollo con medidas nacionales e internacionales a fin de hacer la deuda sostenible a largo plazo

Meta 17: En cooperación con los países en desarrollo, elaborar y aplicar estrategias que brinden a los jóvenes un trabajo digno y productivo

Meta 18: En cooperación con las empresas farmacéuticas, brindar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo

Meta 19: En cooperación con el sector privado, velar para que se aprovechen los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular, las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

3.2. El Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo. El

Consenso de Roma: 5 años de su realización

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio inspiraron varios eventos que llevaron la preocupación respecto a cómo la comunicación para el desarrollo aportaría al logro de tales propósitos. Sin embargo, los resultados de dichos eventos no fueron alentadores, pues las dos "cumbres" de la llamada "sociedad de la información" que tuvieron lugar en Ginebra (2003) y en Túnez (2005) no lograron avanzar en dichos objetivos y más bien pusieron el acento en el tema de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Seis años más tarde y en el marco de fomentar una asociación mundial para el desarrollo contemplado en los Objetivos de Desarrollo del Milenio, el Banco Mundial, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y The Communication Initiative, convocaron para fines de octubre del 2006, en Roma, el Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo (WCCD), donde acudieron alrededor de 700 participantes de todos los países, entre funcionarios de Estado, agencias de cooperación, organizaciones internacionales, ONGs y profesionales y promotores de comunicación.

El evento tuvo como objetivo *"elaborar de forma colectiva una serie de recomendaciones estratégicas sobre los caminos a seguir para integrar plenamente la comunicación en las políticas del desarrollo"*. The Communication Initiative, relata que estas recomendaciones se perfeccionaron durante las tres jornadas del congreso y luego se discutieron con representantes políticos en un fórum que tuvo lugar en la jornada final. El resultado de todo este esfuerzo se consagró en el documento denominado **"Consenso de Roma"** que no expresa otra cosa que la necesidad de que los diseñadores de políticas asuman el compromiso de considerar a la comunicación y a los medios como una forma de acelerar los esfuerzos tendientes a mejorar la seguridad alimentaria y de salud y reducir la pobreza, tal como lo propone los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

En dicho documento se define a la comunicación para el desarrollo como:

“Un proceso social basado en el diálogo, que utiliza una amplia gama de instrumentos y métodos. Tiene que ver con buscar un cambio a distintos niveles, lo que incluye escuchar, crear confianza, compartir conocimientos y habilidades, establecer políticas, debatir y aprender, a fin de lograr un cambio sostenido y significativo. No se trata de relaciones públicas o comunicación empresarial”.

Esta definición sustenta y reafirma nuestra concepción acerca de la contribución de la comunicación al desarrollo, en tanto ésta debe coadyuvar a generar procesos y condiciones subjetivas para el desarrollo, aportando a construir voluntades y compromisos en la gente (empoderamiento) para convertirse en sujetos y protagonistas de sus propios procesos de desarrollo. Y es que en realidad, como bien sintetiza Nelson Mandela, *“es la gente quien marca la diferencia. La comunicación se refiere a la gente. La comunicación para el desarrollo es esencial para conseguir que la diferencia se produzca”*⁶¹.

El documento “Consenso de Roma” concluye señalando que en base a los argumentos antes mencionados, y a fin de realizar un avance mucho más significativo con respecto a los difíciles desafíos para el desarrollo que se enfrentan, se recomienda que los ejecutores de políticas y los financistas hagan lo siguiente:

1. Las políticas generales nacionales de desarrollo deben incluir componentes específicos de comunicación para el desarrollo.
2. Las organizaciones abocadas al desarrollo deben incluir la comunicación para el desarrollo como un elemento central al inicio de los programas.
3. Fortalecer la capacidad para la comunicación para el desarrollo

⁶¹ Conclusión final del documento Consenso de Roma.

dentro de los países y organizaciones a todos los niveles. Esto incluye: las personas en sus comunidades; los especialistas de la comunicación para el desarrollo y demás personal, a través del desarrollo posterior de cursos de capacitación y programas académicos.

4. Expandir el nivel de inversión financiera a fin de asegurar un financiamiento adecuado y coordinado de los elementos claves de la comunicación para el desarrollo, tal como se delinea en los Requerimientos Estratégicos arriba mencionados. Esto incluye una(s) línea(s) presupuestal(es) para la comunicación para el desarrollo.
5. Adopción e implementación de políticas y leyes que proporcionen un ambiente que permita la comunicación para el desarrollo, incluyendo medios de comunicación libres y pluralistas, el derecho a la información y a la comunicación.
6. Los programas de comunicación para el desarrollo deben identificar e incluir indicadores y metodologías apropiados de monitoreo y evaluación a lo largo de todo el proceso.
7. Fortalecer las asociaciones y redes de trabajo a nivel local, nacional e internacional a fin de realizar avances en la comunicación para el desarrollo y mejorar los resultados de la comunicación.
8. Avanzar hacia un enfoque basado en los derechos de la comunicación para el desarrollo.

A modo de balance del Primer Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo, que se llevó a cabo en Roma del 25 al 27 de octubre del 2006, Alfonso Gumucio señala que *“en su opinión, el congreso logró avanzar en la legitimación y el posicionamiento de los comunicadores como actores en el desarrollo y mostró la necesidad de que las grandes agencias de desarrollo y los gobiernos revisen sus posiciones sobre la comunicación y la incluyan en los presupuestos de*

*sus programas*⁶².

Esta legitimación de los comunicadores de la comunicación para el desarrollo pondrá a prueba lo que éstos y la comunicación para el desarrollo podrán aportar desde una perspectiva inter, multi y transdisciplinaria, para lo cual no solo será necesario sistematizar el camino recorrido para sacar lecciones aprendidas de nuestras experiencias, sino también, será urgente continuar enriqueciendo las bases teóricas y las estrategias comunicacionales que permitan hacer del diálogo y la concertación de ideas y propuestas, los mecanismos centrales para construir y/o recuperar la confianza de la gente y para alentarla para que ponga en escena sus voluntades y compromisos que, -en definitiva-, serán los motores que marquen la búsqueda y el rumbo de la nueva utopía.

Dentro de las estrategias comunicacionales se debe incorporar el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC), sin que ello nos lleve a re-establecer la “ilusión” de las tecnologías redentoras. La historia contemporánea de la humanidad ha estado atravesada siempre por el desarrollo tecnológico y sobre ello se han expresado muchas pasiones a favor y en contra. Ciertamente, hoy en día, el auge de las tecnologías es incomparable respecto al pasado, constituyendo una realidad virtual casi impensable. Para que no nos pase eso ahora, la comunicación para el desarrollo debe incorporar y aprovechar las múltiples ventajas que las diferentes herramientas tecnológicas ofrecen para potenciar nuestro trabajo, especialmente, aquellas relacionadas con las redes sociales, poniéndolas al alcance de las grandes mayorías.

Si miramos con realismo el año 2015, la angustia por el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio jugará, sin lugar a dudas, en

⁶² GUMUCIO, Alfonso. *Son de Tambora 155 - Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo (WCCD), el desafío de Babel. 22 de noviembre del 2006.*

sentido contrario. El combate a la pobreza extrema y el hambre, el logro de una educación primaria universal, la equidad de género, la mortalidad y la salud materno infantil, la lucha contra el VIH/SIDA, la sostenibilidad del medio ambiente, constituyen grandes desafíos para el futuro de la humanidad.

Lo que en definitiva está en juego es el futuro de la civilización que por siglos se ha propuesto combatir a la barbarie, tratando de conducir a los seres humanos que habitamos en este planeta al reino de la felicidad, tal como lo planteaban los clásicos de la filosofía universal. Finalmente, la lucha por el desarrollo significa alcanzar una mejor calidad de vida, con plenitud de derechos y libertades, pero -en definitiva-, la lucha por el desarrollo es la lucha por alcanzar la felicidad plena, pero este propósito será ilusorio si los seres humanos no somos capaces de ponernos de acuerdo para construir los sentidos básicos que organizan la vida en sociedad, es decir, si no somos capaces de construir nuestro contrato social en torno a los grandes problemas que aquejan a la humanidad y que los Objetivos de Desarrollo del Milenio los expresa con absoluta claridad.

Lo que se viene en los próximos años serán desafíos mayores, pues si no hemos sido capaces de ponernos de acuerdo para resolver por lo menos los problemas de la pobreza y el hambre aún cuando felizmente existen recursos y alimentos que somos incapaces de compartir y redistribuir⁶³, estaremos en serios problemas cuando se agoten los recursos vitales que nos ofrece la naturaleza, como es el caso del agua y demás problemas derivados del cambio climático que ya viene experimentando el planeta y que con seguridad traerá conflictos mayores relacionados con la propia supervivencia de la especie humana.

⁶³ Según el Proyecto Hambre de las Naciones Unidas, alrededor de 24.000 personas mueren cada día de hambre o de causas relacionadas con el hambre, a pesar que diariamente se producen alrededor de dos kilogramos de alimento por persona.

Es increíble como en pleno siglo XXI, los hombres que habitamos en este planeta no hemos sido capaces de comunicarnos, es decir, de dialogar y ponernos de acuerdo para resolver nuestros problemas. Esa ha sido y será la misión más importante de los comunicadores y de la comunicación para el desarrollo como aporte substantivo a la construcción de un mundo más humano, más civilizado y para todos.



Segunda parte

La Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía.

- I. EL CONTEXTO COMUNICACIONAL EN LAS CUENCAS COCALERAS**
 1. El diagnóstico preliminar de la comunicación y del periodismo en las zonas coccaleras
 2. Desarrollo y periodismo en las zonas coccaleras

- II. ETAPAS DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE LA RED**
 1. Nace el proyecto de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Los primeros pasos...
 2. La segunda etapa del proyecto de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
 - 2.1. Primer momento: Afirmación del rol del Estado
 - 2.2. Segundo momento: Afirmación del enfoque de desarrollo
 - 2.3. Tercer momento: Construcción de la alianza
 - 2.4. Cuarto momento: Visibilidad de la estrategia
 3. Fortalecimiento de capacidades de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
 4. El Sistema de Información Virtual de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
 - 4.1. Avances y limitaciones del Sistema de Información Virtual
 5. El concurso periodístico "Pocho Apéstegui"

- III. LOS ENCUENTROS REGIONALES DE LA RED**
 1. El primer encuentro: Nace la Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
 2. El segundo encuentro: El aporte de las Redes al desarrollo de la Amazonía. El proceso de empoderamiento
 3. El tercer encuentro: Hacia la institucionalización de la Red Regional
 4. El cuarto encuentro: IV Encuentro Regional y I Asamblea Estatutaria de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
 5. El quinto encuentro: Comunicadores comprometidos con el desarrollo sostenible de la Amazonía

- IV. A MODO DE BALANCE Y DESAFÍOS FUTUROS**
 1. Logros de las Redes

2. Aproximaciones para la sostenibilidad de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Su vinculación con los desafíos de la organización
3. Desafíos a futuro
 - 3.1. Necesidad de unificar criterios y conceptos en torno a la identidad institucional de la Red
 - 3.2. Necesidad de precisar lineamientos para la continuidad de la Red
 - 3.3. Necesidad de sentar las bases para la sostenibilidad, creando brazos empresariales desde la Red
 - 3.4. Necesidad de ajustar la visión futura de la Red
4. Construyendo un modelo de Red de Comunicadores para el Desarrollo.
 - 4.1. Primera etapa: Identificación del problema y diseño del proyecto
 - 4.2. Segunda etapa: Respaldo político institucional
 - 4.3. Tercera etapa: Desarrollo de la intervención
 - 4.4. Cuarta etapa: Legitimación pública
 - 4.5. Quinta etapa: Sostenibilidad



I. EL CONTEXTO COMUNICACIONAL EN LAS CUENCAS COCALERAS

1. EL DIAGNÓSTICO PRELIMINAR DE LA COMUNICACIÓN Y DE LOS PERIODISTAS EN LAS ZONAS COCALERAS

Luego de la devolución de los medios de comunicación a sus antiguos dueños y la dación de políticas de resarcimiento y modernización que impulsó el gobierno de Fernando Belaunde en la década de los ochenta, el escenario de las comunicaciones en el país es, sin lugar a dudas, diferente. La radio, la televisión y los medios impresos nacionales se insertaron rápidamente en la era de las nuevas tecnologías, aunque, salvo honrosas excepciones, este salto no se vio reflejado cualitativamente en las programaciones de los medios de comunicación que más bien persisten en contenidos que privilegian el escándalo, el crimen, la violencia, el espectáculo y la farándula.

En el contexto nacional peruano y más allá de las coyunturas electorales:

“Si bien las relaciones entre comunicación y poder han logrado establecer niveles de equilibrio comparados con otras sociedades latinoamericanas, el compromiso de la comunicación con el fortalecimiento del sistema social y la gobernabilidad no es tal. Se cruza en el intento la vocación y devoción por el escándalo. Se investiga y se da cuenta de hechos importantes de la política nacional, que si se abordarían desde un sentido de responsabilidad con el país podrían representar aportes sustantivos para fortalecer la democracia como sistema que garantiza el ejercicio pleno de nuestras libertades. No obstante, este sentido positivo que deberían tener las comunicaciones se ven ganados por la vorágine del rating y terminan convirtiéndose en hechos escandalosos que favorecen más al espectáculo o espectacularización de los hechos de la realidad, reduciéndola, lamentablemente, al presente inmedatista, sacrificando su densidad y negando la

*historia futura*⁶⁴

Por su parte, las comunicaciones al interior del país y más precisamente en las zonas cocaleras, no han crecido sustantivamente. A nivel tecnológico, salvo en ciudades donde una nueva generación de empresarios han decidido invertir en el campo de las comunicaciones, lamentablemente se sigue produciendo radio, televisión y prensa escrita, con los equipos obsoletos que dieron de baja los medios de comunicación nacionales de la capital. Y a nivel de los contenidos, por lo general, siguen el mismo modelo de la prensa capitalina, pero la mayoría de noticieros periodísticos y televisivos hacen una imitación desmesurada y distorsionada del modelo de periodismo crítico que impuso exitosamente en el Perú el reconocido periodista César Hildebrandt en las décadas pasadas. En las zonas de influencia cocalera, resultan muy interesantes los esfuerzos realizados por la cadena del diario “Ahora” que circula en San Martín, Ucayali, Yurimaguas, Amazonas, Jaén y Huánuco; las cadenas de radioemisoras que están asociadas en la Coordinadora Nacional de Radio (CNR) y algunas repetidoras de los canales de televisión abierta que se emiten desde Lima, pero que son administradas por empresarios locales que han invertido en el campo de la televisión.

No podemos negar que en el umbral del siglo XXI, el Perú ha cambiado sustantivamente y los ciudadanos hemos recuperado la confianza para seguir adelante. Sin embargo, la exclusión y los niveles de inequidad existentes entre la capital, las principales ciudades del país y demás pueblos del interior del Perú son aún notorios y se reflejan en todos los campos, inclusive, en el de las comunicaciones. El nivel formativo de los periodistas es bastante precario, pues la gran mayoría de ellos practican el periodismo empíricamente y solo algunos cuentan con

⁶⁴ ARMAS CASTAÑEDA, Segundo. *El aporte de la comunicación en la construcción de gobernabilidad*, p.4. Ponencia presentada en el Seminario “Sociedad Civil y Gobernabilidad”, organizado por el Concejo de Coordinación Local Provincial de la Municipalidad Distrital de Trujillo.

estudios, grados y títulos profesionales, los mismos que, según la Asociación Peruana de Facultades de Comunicación Social (APFACOM), son otorgados principalmente por la Escuela de Periodismo “Jaime Bausate y Meza” y 27 universidades del país.

La radio es el medio de comunicación más importante en nuestras provincias y el periodismo informativo que se practica tiene un estilo exageradamente “ácido” que desde nuestro punto de vista constituye un mal entendido de lo que debería ser un periodismo crítico y mesurado que pone el acento en la opinión constructiva y propositiva a partir de la investigación seria y responsable y de un tratamiento informativo que contrasta debidamente la información acudiendo a todas las fuentes necesarias; ponderando y seleccionando la información de manera adecuada, resaltando lo bueno y, obviamente, fiscalizando lo malo.

Esta forma de hacer periodismo responde a un estilo confrontacional que polariza las relaciones sociales y se contradice con los principios éticos de ayudar a construir diálogos y acuerdos como elementos necesarios para garantizar la convivencia civilizada en la sociedad. Recordando a Jesús Martín Barbero, podemos señalar que el rol de mediador en el cual el periodista aporta a que los actores sociales se reconozcan como interlocutores válidos de diálogo y como consecuencia de ello tengan la capacidad para discutir y ponerse de acuerdo, es reemplazado por el rol de intermediador en el cual el periodista se arroga el poder de la opinión pública (reemplazándola) para negociar, exigir prebendas y hasta chantajear al poder político y económico.

Esta distorsionada manera de enfocar la labor periodística es muy conocida entre quienes la ejercen, tanto así que ellos mismos la han denominado como la práctica de la “mermelada” o del “mermeleo” que no es otra cosa que una forma ilícita de sacarle provecho o ventaja al

poder que otorga el ejercicio del periodismo por parte de quienes la practican de manera ilícita, colisionando de este modo con los principios éticos y la responsabilidad social.

El panorama que acabamos de describir podría explicarse por diferentes motivos. Entre ellos, y como ya hemos señalado anteriormente, un factor importante es la falta de formación ético-profesional que adolecen los periodistas y, uno segundo, igualmente relevante, es también la precaria situación económica por la que atraviesan la casi totalidad de periodistas, tal como ellos mismos lo atestiguan cuando señalan que el periodismo en las zonas cocaleras es “un oficio de desempleados o sub-empleados”. Así, muchas de las personas que ejercen el periodismo son maestros de escuelas primarias que ven en este oficio una forma de “recursearse” para completar el ingreso familiar, y, en otros casos, son desocupados que ven en el periodismo una forma de generar su propio empleo, “ganarse algo” o capear coyunturalmente la crisis económica por la que atraviesan. Por estas razones, el nivel de movilidad o desplazamiento de los periodistas en las zonas cocaleras es muy alto, pues muchos de ellos migran a otras ciudades, otros simplemente dejan de ejercer el periodismo por haber encontrado un nuevo empleo, o, nuevos personajes emergen ejerciendo este oficio que no pone límites para su puesta en práctica.

2. DESARROLLO Y PERIODISMO EN LAS ZONAS COCALERAS

A fines de los noventa y principios de los dos mil, un sinnúmero de titulares difundidos a través de la radio, la televisión y los medios impresos de las zonas cocaleras, informaban de manera parcializada y sesgada acerca de lo negativo que eran los programas de desarrollo y las instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales encargadas de implementar dichos programas.

Salvo algunas excepciones en que más bien se practicaba un

periodismo que adolecía de información adecuada, existía un manejo desproporcionado en las informaciones que a todas luces expresaba un periodismo confrontacional y exageradamente crítico, que desconocía algunas acciones positivas realizadas por las instituciones ejecutoras de los programas de desarrollo en las zonas cocaleras, como por ejemplo, las innumerables obras de infraestructura realizadas por el Programa Especial del Alto Huallaga (PEAH), el impulso de una economía lícita en las zonas cocaleras (cacao, café, palma aceitera) por parte del Programa de Desarrollo Alternativo (PDA) que lideraba en ese entonces la Comisión Nacional de Lucha contra el Consumo de Drogas-Contradrogas (hoy DEVIDA) y que tenía como ejecutores principales de los fondos de cooperación a las organizaciones Winrock International y CARE Perú, entre otras experiencias de gran magnitud y significancia en los valles cocaleros.

Obviamente, se vivía un escenario muy preocupante para la viabilidad del desarrollo en las zonas cocaleras y también para garantizar el orden interno por la amenaza y las secuelas de violencia e inseguridad que acarreaba el narcotráfico. Y lo cierto es que sin una opinión pública favorable es imposible construir procesos de desarrollo y, nos guste o no, con las limitaciones y vicios existentes, los periodistas son los líderes de opinión en dichas zonas y son los responsables de ofertar la información con la que las poblaciones de los ámbitos cocaleros toman sus decisiones. Los medios de comunicación y la radio en particular, son los referentes más cercanos que tiene la población para percibir y acercarse a la densidad política, social, económica y cultural de lo que pasa en el mundo de lo local, regional, nacional y global.

De esta manera, los esfuerzos desplegados por los programas de desarrollo de las zonas cocaleras se encontraban huérfanas de una opinión pública favorable que interpelara la voluntad y el compromiso de la gente con su propio desarrollo, asumiendo con decisión su protagonismo con los diferentes programas que desde la iniciativa

pública o privada se venían implementando gracias al aporte del Estado, la empresa privada y la cooperación internacional, especialmente, aquella que proviene del pueblo norteamericano, canalizados a través de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos de América (USAID). Nos referimos aquí como caso particular al Programa de Desarrollo Alternativo liderado por la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA) y auspiciado principalmente por USAID, y que tiene como finalidad generar iniciativas de economía y vida lícita para que las poblaciones abandonen el cultivo de la coca y se inserten en la legalidad y en el camino del desarrollo, como ha ocurrido con los agricultores ex cocaleros que con el apoyo del Estado, ahora son exitosos protagonistas de las cadenas productivas de cacao, café, palma aceitera, etc, que exportan sus productos a los mercados más exigentes del mundo.

En ese sentido, la vinculación entre periodismo y desarrollo se encontraba definitivamente en serias dificultades y podríamos decir, hasta divorciados y confrontados, lo cual limitaba el quehacer del desarrollo no solo porque no había una opinión pública favorable, sino porque la sostenibilidad de los programas no quedaba garantizada porque el periodismo no contribuía a generar los necesarios procesos de empoderamiento de los programas de desarrollo en la propia población de las zonas cocaleras. Ciertamente, en ese entonces, el tema del desarrollo no necesariamente formaba parte de la agenda y de la propuesta de los medios de comunicación, ni locales, ni nacionales.

II. ETAPAS DE DESARROLLO DEL PROYECTO DE LA RED

1. NACE EL PROYECTO DE LA RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA. LOS PRIMEROS PASOS...

En este escenario, en 1999, por iniciativa de la Unidad de

Comunicaciones de Contradrogas de entonces, se planteó la necesidad de trabajar con los actores vinculados al periodismo de las zonas cocaleras y contrataron a consultores externos⁶⁵ para encargarse de diseñar y ejecutar un proyecto para conformar una Red de Comunicadores, que permitiera establecer alianzas estratégicas con los periodistas de las zonas cocaleras para sacar adelante el Programa de Desarrollo Alternativo, pero respetando la autonomía e independencia de éstos.

El reto era muy grande y requería de un trabajo sostenible en cada uno de los ámbitos de intervención del Programa. Por ello, los consultores contratados para cumplir esta misión realizaron varios viajes a las zonas cocaleras y plantearon la necesidad de armar un sistema de información a partir de la conformación de la Red de Comunicadores.

La propuesta de conformar una Red de Comunicadores concitó mucho entusiasmo por parte de varios periodistas de las zonas cocaleras ya que se trataba de un proyecto que permitiría trabajar por el desarrollo de sus localidades a través del fortalecimiento de las capacidades de los actores locales, incluyendo a los propios periodistas. Acudieron a las convocatorias y participaron en talleres de capacitación que sirvieron para conformar varias Redes de Comunicadores, la mayoría de las cuales, hasta obtuvieron sus personerías jurídicas, tal como se dará cuenta más adelante.

Estas Redes empezaron a tener una vida activa, fruto de lo cual y de manera voluntaria produjeron y emitieron algunos programas de radio a los que denominaron “Vida Alternativa”. Sin embargo, duró poco ese entusiasmo, pues a fines del año 1999 y después en el año 2000 con el sucesivo cambio de autoridades en Contradrogas, se dio por culminado este primer intento por implementar el proyecto de la Red de

⁶⁵ *En las etapas iniciales participaron los consultores Rolando Pérez Vela y Segundo Armas Castañeda (1999), posteriormente, Estela Roeder y Roberto Ramírez (2000)*

Comunicadores. Sin embargo, debemos reconocer que este incipiente esfuerzo constituyó el embrión del trabajo que en el año 2002, fuera retomado con mayor decisión y respaldo político institucional, con la participación activa de dos consultores que se hicieron cargo del proceso definitivo⁶⁶.

2. LA SEGUNDA ETAPA DEL PROYECTO DE LA RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA

En el 2002, la Unidad de Comunicaciones de Contradrogas (hoy Gerencia de Relaciones Institucionales y Comunicación de DEVIDA) retoma el Proyecto de la Red de Comunicadores y actualiza el contacto con los periodistas y comunicadores de las zonas cocaleras a través de la implementación de talleres de capacitación, lo cual fue bien recibido por estos actores, quienes se mostraron siempre interesados en recibir conocimientos y habilidades para mejorar su trabajo y avanzar en su proceso de profesionalización que constituye una aspiración muy apreciada.

En el 2003, la posibilidad de fortalecer el Proyecto de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía toma mayor vigor cuando DEVIDA consigue mayores recursos de la cooperación de USAID para lograr este objetivo. Con la voluntad política expresada por DEVIDA y con los recursos de cooperación disponibles por parte de USAID⁶⁷, los consultores contratados para tal fin, pudieron iniciar un proceso sostenido de implementación del proyecto.

Desde nuestro punto de vista, todo lo que se hizo en la fase inicial fue una suerte de “tubo de ensayo” y de puesta a prueba de una experiencia piloto que alimentó significativamente el proceso que se siguió a continuación. Es a partir de aquí que se empieza a trabajar de

⁶⁶ Los consultores fueron Edgard Lazo Rojas y Segundo Armas Castañeda

⁶⁷ Los fondos para la ejecución del proyecto de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía provinieron del Programa de Desarrollo Alternativo, pues, este proyecto de red fue concebido como parte de las actividades de dicho Programa.

manera sistemática y sostenida, y, desde entonces, se registraron avances muy importantes en el proceso de crecimiento y sostenibilidad del proyecto.

Una de las primeras acciones de los consultores fue la elaboración del proyecto definitivo de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, el cual recogió y sistematizó los planteamientos iniciales y los elementos de diagnóstico de la nueva realidad que se estaba viviendo en esos momentos en las zonas cocaleras. Había plena conciencia que no se podía avanzar si los enfoques, ideas y propuestas no estaban claramente delimitados en el proyecto porque de allí saldrían las grandes orientaciones que permitirían implementar y orientar adecuadamente el proceso.

El enfoque de desarrollo y de comunicación para el desarrollo que orientaba el sentido del proyecto tenía que ver con la necesidad de empoderar a los actores locales del periodismo para convocarlos como aliados estratégicos de las iniciativas de desarrollo en las cuencas cocaleras de la Amazonía. Asimismo, todo este proyecto estaba definido bajo la estrategia de desarrollo de capacidades humanas, pues, interesaba construir interlocutores válidos, empoderados para el desarrollo, pero, además, era necesario porque realmente interesaba que la información que recibía la población sea oportuna y de calidad porque es en base a ella que tomaban sus decisiones no solo políticas, sino también aquellas que estaban vinculadas a la economía de la coca y a las iniciativas que provenían desde el Programa de Desarrollo Alternativo.

Desde sus inicios, el proyecto tomó en cuenta una premisa clave: los periodistas y comunicadores son actores claves para construir procesos de desarrollo ya que son ellos los generadores y conductores de fenómenos de opinión pública en las zonas cocaleras. De ellos depende, en gran medida, lo que pasa con la opinión pública local y

cómo esta importante fuerza de presión social es canalizada a favor o en contra de las iniciativas de desarrollo, alternativas a la economía de la coca.

La conformación de la Red de Comunicadores en el presente proyecto está concebida como el nacimiento de una instancia de coordinación y propuesta en relación a temas comunes y concretos vinculados al desarrollo de la región amazónica. Ello suponía una responsabilidad de parte de los periodistas, quienes en alianza estratégica con instituciones públicas y privadas basadas en un compromiso ético y en una visión compartida sobre el desarrollo, aportarían de manera decisiva a promocionarlo, colocando el tema en la agenda y el debate público.

El compromiso ético es entendido aquí como la confluencia de voluntades de los diferentes actores sociales para sumar esfuerzos a favor del desarrollo amazónico, basado en la confianza mutua y el interés común, lo cual significaba la puesta en marcha de un compromiso con “el bien público” y no con los intereses particulares. El proyecto señalaba también que esta Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía debía poner en resguardo su carácter de independencia y autonomía que les permitiría seguir ejerciendo libremente su derecho a informar y a criticar constructivamente y con un alto sentido de responsabilidad, resaltando lo positivo y lo negativo de los acontecimientos del desarrollo. En ese sentido, la Red de Comunicadores se constituiría como un actor independiente, autónomo y aliado estratégico del desarrollo.

En el mismo proyecto se precisa que DEVIDA, asumiendo su rol promotor por parte del Estado, se limitará a facilitar el proceso de conformación de las Redes de Comunicadores, acompañar su fortalecimiento y apoyar su proceso de empoderamiento, conducción y liderazgo.

En el marco de la alianza estratégica con la Red de Comunicadores, DEVIDA se comprometió apoyar el proceso de fortalecimiento de capacidades a través de la realización de un Diplomado en Comunicación para el Desarrollo de la Amazonía y la implementación de un Sistema de Información Virtual que haciendo uso de las herramientas de Internet hiciera posible que los periodistas y comunicadores estén interconectados entre sí y con el resto del mundo, facilitando los procesos de producción, emisión y recepción de información. Por su parte, la Red de Comunicadores se comprometía a trabajar en forma responsable y bajo los principios éticos en favor del desarrollo de los pueblos amazónicos.

Bajo estas orientaciones generales contempladas en el proyecto, se implementó el proceso de conformación de las Redes en cada una de las zonas cocaleras. Dicho proceso contempló cuatro momentos que pasamos a señalar:

2.1. Primer momento. Afirmación del rol social del Estado: Que implicó el acercamiento inicial a los actores comunicacionales locales y que permitió que éstos reconozcan el rol promotor del Estado. En términos prácticos se efectuaron las siguientes acciones: Se realizó un taller donde se presentaba a DEVIDA como ente rector en la lucha contra las drogas. Los temas abordados fueron: La Estrategia Nacional de Lucha Contra las Drogas, el Programa de Desarrollo Alternativo y el Programa de Conservación del Medioambiente y Recuperación de Ecosistemas Degradados.

2.2. Segundo momento. Afirmación del enfoque de desarrollo: Que implicó la discusión con los actores sobre el marco conceptual del proceso. En ese sentido, se realizó un taller donde se exponían los principales enfoques contemporáneos sobre el desarrollo y el rol del periodismo en el desarrollo. Además se presentaba el proyecto de la

Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía y se convocaba a los interesados a participar en un tercer taller. La idea central en este momento era aterrizar en un enfoque de desarrollo participativo.

2.3. Tercer momento. Construcción de la alianza: Que implicó la puesta en común de la propuesta, a fin de garantizar su sostenibilidad, para lo cual, se realizó un taller donde los interesados en formar parte de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, elaboraron su plan estratégico: visión, misión y objetivos estratégicos.

2.4. Cuarto momento. Visibilidad de la estrategia: Que implicó la presentación pública del plan estratégico que elaboraron las Redes en el tercer momento. Con el plan estratégico en la mano, las redes convocaban a las autoridades locales (presidentes regionales, alcaldes, autoridades eclesiásticas y militares) y a los aliados estratégicos y realizaban una presentación de la visión, misión y objetivos estratégicos, con lo cual se daba por sentado el nacimiento público de estas organizaciones.

En total, se realizaron aproximadamente 30 talleres para propiciar el proceso de conformación de las Redes, los mismos que han tenido como sedes a las ciudades de Pucallpa, Aguaytía, Tarapoto, Tocache, Juanjuí, Tingo María, Aucayacu, Huamanga, Huanta y VRAE. El proyecto no contempló la necesidad de que estas Redes se constituyeran con personerías jurídicas, sin embargo, una vez presentadas ante la comunidad, por iniciativa propia, éstas iniciaron sus procesos de constitución legal inscribiéndose en los Registros Públicos, bajo la denominación de asociaciones civiles sin fines de lucro.

De acuerdo a la inscripción en Registros Públicos, las fechas de creación de las Redes son:

- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región Ucayali - Pucallpa: 23 de marzo del 2003
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región Ucayali - Aguaytía: 22 de diciembre del 2005
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región San Martín – Tarapoto: 30 de junio del 2005
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región San Martín – Juanjuí: 18 de agosto 2005
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región San Martín: Tocache: 15 de septiembre del 2005
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región Huánuco - Tingo María: 24 de julio del 2003
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región Huánuco - Aucayacu: 15 de enero del 2004
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región Ayacucho -Huamanga: 07 de noviembre del 2003
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región Ayacucho - Huanta: 15 de marzo 2004
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región Ayacucho - VRAE: 14 de octubre 2004.

3. FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES DE LA RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA

Como ya se dijo, DEVIDA tuvo un rol facilitador y se convirtió en la principal aliada estratégica de la Red de Comunicadores porque estaba interesada en lograr un cambio positivo de la opinión pública respecto al desarrollo alternativo; pero los periodistas también estaban interesados y comprometidos con la necesidad de impulsar el desarrollo amazónico y su proceso de profesionalización (desarrollo de capacidades). Por eso, dentro de los compromisos asumidos por DEVIDA estaba el fortalecimiento de capacidades de los integrantes de las Redes. Es importante señalar que DEVIDA no solo cumplió con el compromiso de realizar un diplomado sino que organizó dos

Diplomados en Comunicación para el Desarrollo de la Amazonía, cuya ejecución estuvo a cargo del Consorcio conformado por la Escuela Mayor de Gestión Municipal y la Universidad Nacional de Trujillo.

Estos diplomados tuvieron una duración de seis meses cada uno y tuvo como objetivo central:

“Desarrollar capacidades y competencias en los comunicadores sociales de espacios identificados de la amplia región amazónica, organizados en red, para insertar sus actividades en un compromiso activo con el desarrollo integral alternativo de sus respectivos espacios, mediante el manejo técnicamente diverso, moderno y de calidad de la información generadora de opinión pública”⁶⁸.

Los diplomados buscaron generar competencias cognitivas, prácticas y afectivo valorativas en los integrantes de las Redes.

En el plano de las competencias cognitivas, el diplomado se planteó:

- Conocer, explicar, sostener y aplicar conceptos sobre el desarrollo, dentro de un enfoque de crecimiento económico en base a actividades lícitas, el uso sostenible de los recursos naturales en la actividad productiva y social y el derecho de los ciudadanos hacia una mayor calidad de vida y la convivencia pacífica y en democracia.
- Conocer, explicar y sustentar conceptos sobre teoría de la comunicación y los enfoques sobre su rol en los procesos sociales
- Conocer, explicar y aplicar el sentido ético y deontológico en el manejo de la información.
- Conocer, explicar y aplicar alternativas innovadoras en el manejo de la comunicación y la información.

⁶⁸ Según el proyecto del diplomado.

En el plano de las competencias prácticas, el diplomado buscó:

- Manejar con calidad y con sentido de innovación permanente, las diferentes técnicas periodísticas, tales como noticia, crónica, reportaje, informe, entrevista, polémica, con énfasis en periodismo radiofónico.
- Diseñar y desarrollar la arquitectura y enfoque de la información bajo su dominio, dentro de una lógica de responsabilidad, objetividad, compromiso con las expectativas de desarrollo integral alternativo de sus espacios.

En el plano de las competencias afectivo-valorativas, el diplomado persiguió:

- Orientar su función social, bajo conceptos y estrategias de desarrollo integral sostenible de la Amazonía, respeto de la identidad cultural, la participación ciudadana y fortalecimiento de la democracia.
- Promover el respeto a la persona humana, cultura de paz, correspondencia entre ejercicio de derechos y cumplimiento de obligaciones y responsabilidad con el medio ambiente.
- Promover una actitud ética en las interacciones humanas.

Los diplomados se desarrollaron en 2 ciclos académicos trimestrales, en dos ejes curriculares paralelos (estratégico e instrumental), tomando como referencia temática aplicativa las políticas de Estado en cuestiones de desarrollo en la Amazonía.

La estructura interna o plan de estudios del diplomado contempló los siguientes cursos:

Pre Requisito:

- Computación básica para comunicadores

Eje Académico-Estratégico:

- Conceptos y enfoques de desarrollo. Democracia y ejercicio de ciudadanía.
- Estudio de la realidad nacional contemporánea y amazónica
- Construcción de visiones y procesos para el desarrollo integral de la Amazonía
- Teorías de la comunicación para el desarrollo.

Eje Académico-Instrumental:

- Ética y deontología práctica en el ejercicio del periodismo
- Técnicas periodísticas. Arquitectura de la información periodística
- Práctica periodística aplicada I. Modalidades: Periodismo de opinión e información.
- Práctica Periodística II. Modalidades: Periodismo de investigación.

Habilitación:

Diseño e implementación de una campaña de opinión pública aplicada a una realidad local que les permitía terminar exitosamente sus estudios, pero también, los aprobados, obtenían, por consecuencia, el diploma.

Según áreas de interés del diplomado, la plana docente estuvo integrada por reconocidos profesionales de nuestro medio, entre los que cabe mencionar a Antonio Brack, Julio Díaz Palacios, Carlos Barrenechea, Michel Azcueta, José María Salcedo, César Lévano, Carlos Castro, José Perla Anaya, entre otros.

Luego de un riguroso proceso de selección entre los 220 periodistas integrantes de las Redes de Comunicadores, al primer diplomado ingresaron 102 periodistas, pertenecientes a las Redes de Tarapoto, Tocache, Pucallpa, Aguaytía, Tingo María, VRAE y Huamanga, mientras que al segundo diplomado ingresaron 40 periodistas de las nuevas Redes creadas (Juanjuí) o de aquellas Redes que por razones de fuerza mayor no pudieron participar en el primer diplomado

(Aucayacu y Huanta)

De los 102 ingresantes al primer diplomado, 60 de ellos lograron culminar con éxito todo el proceso, obteniendo el primer lugar el periodista y presidente de la Red de Comunicadores de Tocache, Otman Aliaga Díaz, con una calificación sobresaliente de 16.87, que le hizo acreedor de una pasantía a la ciudad de Buenos Aires, Argentina, para participar en un curso sobre desarrollo sostenible, gestionado, a solicitud de DEVIDA, por la Escuela Mayor de Gestión Municipal. De los 40 ingresantes en el segundo diplomado, 30 de ellos lograron culminar exitosamente el proceso.

Diversos testimonios personales de los integrantes de las Redes⁶⁹ dan cuenta que los diplomados han sido de mucha utilidad porque les ha permitido conocer con mayor profundidad la problemática de la Amazonía, los principios de la ética y la responsabilidad social que deben orientar el ejercicio periodístico y el adecuado tratamiento que debe tener la información para que sea de calidad y utilidad pública:

Genaro Sánchez Ramos, resalta el haber logrado profundizar el aspecto deontológico y el trabajo de los recursos periodísticos, la posibilidad de desarrollar una mayor identificación con el rol del comunicador en el desarrollo integral de la Amazonía y valorar más la organización de los periodistas por un objetivo orientado al desarrollo regional.

Luis Mozombite Acosta, señala que el diplomado le ha permitido compenetrarse en forma más profunda con la realidad amazónica, dotándole de las herramientas necesarias para desarrollar un trabajo periodístico más eficiente en beneficio de su región. Añade que el diplomado le ha permitido contar con mayores posibilidades para desarrollarse profesional y laboralmente, consciente de su compromiso de coadyuvar al progreso de la selva, buscando

⁶⁹ Estos testimonios fueron recogidos con el apoyo de la periodista Rosa María Ruiz Casique.

siempre que la población y los productores agropecuarios, sigan el camino de la legalidad.

Adolfo Fasanando Pinchi, resalta que el diplomado representa un verdadero privilegio para los comunicadores que necesitan permanentemente mejorar el nivel de conocimientos y contribuir con el desarrollo de la Amazonía en general.

William Gallegos Arévalo, expresa que el diplomado le permitió conocer los principios básicos del periodismo y le ayudó a conocer más su región respecto a las falacias y mitos de los que siempre le hablaron. Añade con modestia que creyó saber demasiado, pero aprendió que le falta mucho por conocer... el diplomado le deja el mensaje que la sociedad moderna no puede vivir al margen de la comunicación

Javier Tuanama Valera, destacó que el diplomado le ha permitido ampliar sus conocimientos y mejorar su trabajo a favor del desarrollo sostenible de los pueblos amazónicos y del país.

Complementariamente al diplomado y a lo largo de cuatro años (2002-2005), DEVIDA por propia iniciativa o a solicitud de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, ha implementado una serie de talleres orientados al fortalecimiento de capacidades de los periodistas, algunos de los cuales han sido organizados en alianza estratégica con las Redes locales como es el caso de Aucayacu, Huamanga, VRAE, Tarapoto, Pucallpa y Tocache. Entre los temas abordados se encuentran la elaboración de proyectos de comunicación para el desarrollo, ética y técnicas periodísticas, redacción periodística, la comunicación como estrategia para el desarrollo, el rol del periodismo en el desarrollo, entre otros.

Asimismo, considerando que la salud constituye un tema de desarrollo fundamental de los pueblos amazónicos, DEVIDA realizó gestiones

ante la Oficina de Salud de USAID⁷⁰, logrando que varios integrantes de las Redes de Comunicadores se beneficiaran con becas de estudio en el **Programa de Especialización en Comunicación en Salud** (modalidad virtual) que, bajo la coordinación de Pathfinder International, ejecutó el Consorcio de Universidades⁷¹.

El Programa contempló una formación modular, cuyos contenidos estuvieron adecuados al perfil del comunicador social de las zonas donde se ubican las Redes y tuvo un enfoque muy ligado a la práctica. Al culminar cada módulo del curso, el Programa contempló que los participantes implementen algún producto comunicacional en su zona (notas periodísticas, microprogramas radiales) como parte de su evaluación práctica, lo cual se especificó al inicio de cada plan de curso.

El Consorcio de Universidades se encargó de certificar a los alumnos que aprobaron los cuatro cursos contemplados en el Programa. Para ello contaron con un sistema de certificación por méritos académicos que insertara al comunicador social en el circuito local, regional, nacional e internacional de la formación, el debate y la producción de conocimientos en el área de las comunicaciones y las ciencias sociales.

Todo el proceso educativo está adecuado para nivelar y llenar vacíos formativos, así como para especializar a periodistas y comunicadores en ejercicio en el campo de la comunicación en salud. El Programa constó de cuatro cursos desarrollados en un semestre académico y combinó las clases presenciales con la asesoría y evaluación a distancia.

Cada módulo contó con quince horas presenciales que se dictaron en

⁷⁰ USAID auspició el Programa de Especialización en Comunicación en Salud.

⁷¹ El Consorcio de Universidades está conformado por la Universidad de Lima, Universidad del Pacífico, Pontificia Universidad Católica del Perú y Universidad Peruana Cayetano Heredia.

la capital de la región correspondiente al inicio del curso y tuvo una duración total de un mes en el que los alumnos continuarán el curso a distancia, según indicaciones del profesor respectivo. Para aprobar el curso fue requisito el haber seguido la fase presencial y la fase a distancia.

Los módulos constaron de un curso cada uno, los mismos que el Consorcio de Universidades, los definió como:

- **Promoción y Comunicación en Salud:** El curso presenta un marco teórico-práctico base de la comunicación enmarcada en la promoción de la salud, con la finalidad de que los participantes analicen y comprendan la importancia de este componente y las formas concretas de viabilizar prácticas saludables desde los medios, fortaleciendo las habilidades con las que ya cuentan, además de presentarles otras alternativas eficaces mediante estrategias de comunicación y animación sociocultural.
- **Comunicación y sociedad. El rol del comunicador, ética y sociedad:** El tema de la ética va adquiriendo cada día más peso en la sociedad moderna. Su papel aparece incluso para algunos subordinando el papel de la política y del trabajo científico. Ello se explicaría en razón de los cambios sociales y mundiales que se están operando, pero fundamentalmente por la maduración de la conciencia personal del ciudadano y por el peso cada vez más fuerte del ámbito privado en las decisiones colectivas. Pareciera que no solo bastan los criterios más o menos correctos y adecuados para la vida política de una nación, sino que se requieren conductas morales y profesionales adecuadas para el desempeño de las actividades públicas. El curso buscará e intentará enfrentar los desafíos que los cambios en los escenarios nacionales y externos nos plantean. Ello supone entroncar la ética con el momento y con los principales temas de discusión. Nos parece por ello que la exigencia de fundamentar el papel ético de la profesión del periodista se torna

indispensable cuando observamos que los temas de discusión no solo abordan al quehacer del comunicador y la sociedad en la que se mueve, sino que incluyen también de manera preponderante al sujeto que hace los análisis de esa sociedad.

- **Salud, comunicación y cultura:** Dada la diversidad cultural de nuestro país y de las regiones en las cuales se desarrollará el curso, este abordará la dimensión cultural y su entronque con la comunicación y la salud. Se analizarán los temas de: cultura, diversidad cultural, multiculturalidad e interculturalidad, referidos a la promoción y comunicación en salud, y la importancia de su consideración en el quehacer periodístico y comunicativo.
- **Escritura para medios masivos de comunicación. Redacción y guionización:** El curso capacitará a periodistas y comunicadores locales en la redacción de información y guionización de programas tomando en cuenta las características del lenguaje de los principales medios de comunicación: radio, televisión, prensa e internet. En el desarrollo del curso se analizará la oferta actual de los medios de comunicación, se reflexionará sobre nuevas estrategias de elaboración de contenidos y se propondrá la realización de prácticas de producción. En todos los casos se tomará en cuenta los objetivos de la intervención en comunicación masiva, los consumidores o público objetivo, y la competencia en el mercado mediático.

Además del Programa de Especialización en Comunicación en Salud, y bajo la misma gestión de DEVIDA ante la Oficina de Salud de USAID⁷², fue posible lograr 5 becas para la **Maestría de Comunicación en Salud**, en beneficio de los miembros de las Redes de Comunicadores que reunían el perfil requerido, en tanto se asumía que el tema de la salud pública era una problemática de primer orden en el desarrollo

⁷² USAID auspició la Maestría de Comunicación en Salud.

amazónico.

Dicha Maestría la propuso el Consorcio de Universidades, en respuesta a las principales conclusiones que se derivaron de una investigación sobre la situación de la comunicación y la promoción de la salud realizada en ocho regiones del país. Dicho estudio concluye en:

“La inexistencia de un enfoque unificado que guiara el desarrollo de las políticas de comunicación para la prevención y la promoción de la salud, la dificultad para lograr consensos dada la multiplicidad de actores e intereses existentes en el ámbito de la salud pública, el énfasis puesto en los medios materiales y logísticos de la comunicación en detrimento de una efectiva comunicación con la población, y, de una real promoción de una cultura de la salud y la necesidad sentida de profesionales especializados en este ámbito de la comunicación social”.

Esta Maestría cuya duración fue de cuatro ciclos (dos años) fue especialmente diseñada, combinando la metodología de la enseñanza virtual con momentos presenciales. Desarrolló un método innovador al ofrecer a los participantes la posibilidad de organizar su propio ritmo, horario y lugar de estudio, de tal manera que, desde el hogar, la oficina o desde el lugar donde se encontrara y en los tiempos que disponga, el participante podría haber desarrollado los diferentes temas y actividades propuestas.

Cada ciclo se inició con una semana de sesiones presenciales y luego el proceso educativo se desarrolló a través del Campus Virtual de la Universidad. Cada participante contó con el apoyo de materiales especialmente diseñados para facilitar el aprendizaje, complementándose con el constante apoyo y seguimiento de profesionales especializados en el tema.

La estrategia educativa de la Maestría de Comunicación en Salud se basó en un modelo de red interdisciplinaria, que integró contenidos y recursos de aprendizaje producidos en centros académicos de

excelencia.

Esta Maestría contempló también una metodología de proyectos, por lo que el participante elaboró un proyecto de intervención y/o investigación en comunicación en salud paralelamente al avance de los cursos, el mismo que se fue perfeccionando y completando a lo largo de cada uno de los ciclos. Este trabajo se desarrolló de manera continua y se fue afinando dentro de cada curso, sin embargo, se destinó un espacio específico para que los participantes realicen consultas según el nivel de avance de sus respectivos proyectos.

Durante el desarrollo de los cursos se previó la elaboración de informes individuales y colaborativos. Además, con la finalidad de favorecer los procesos de auto aprendizaje de los participantes, se programaron múltiples actividades en línea como los foros de discusión, sesiones de chat, evaluaciones en línea, análisis de lecturas y elaboración de un proyecto de investigación en comunicación en salud.

El participante escogió el tema de su proyecto de investigación en comunicación en salud desde el inicio de la Maestría, el mismo que fue desarrollándolo a lo largo del ciclo formativo.

Las competencias que perseguía la Maestría, fueron:

- Analizar e investigar las dimensiones comunicacionales de la problemática y las relaciones sociales en el campo de la salud de nuestras poblaciones.
- Diseñar creativa y estratégicamente intervenciones comunicacionales para construir la salud como un asunto público y promover vida saludable.
- Diseñar intervenciones comunicacionales, involucrando y comprometiéndolo a diversos actores sociales.
- Evaluar crítica y propositivamente las intervenciones comunicacionales en el campo de la salud.

4. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN VIRTUAL DE LA RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA

Otro de los compromisos asumidos por DEVIDA con la Red de Comunicadores fue la implementación del Sistema de Información Virtual, cuyo objetivo general fue fortalecer las capacidades de comunicación e información de las Redes, facilitándoles el acceso a las nuevas tecnologías que les permitan mejorar la calidad de la información periodística en beneficio de la población amazónica y del país.

El sistema se propuso los siguientes objetivos específicos:

- Dotar de una infraestructura y tecnología de información básica para facilitar el desarrollo de iniciativas favorables al desarrollo de la Amazonía.
- Promover la interconexión de los periodistas de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía en el ámbito local y regional, configurando un sistema de información virtual.
- Potenciar las capacidades de los periodistas en el uso del sistema de información respecto a los diferentes temas del desarrollo de la Amazonía.
- Promover la difusión e intercambio de información sobre diferentes temas del desarrollo local y regional como salud, educación, medio ambiente, prevención y consumo de drogas, entre otros.

El proyecto se implementó en los ámbitos donde están localizadas las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía y que a continuación se señalan:

- Ucayali (Pucallpa y Aguaytía)
- VRAE-Ayacucho (San Francisco, Huamanga y Huanta)
- Alto Huallaga y Monzón (Tingo María y Aucayacu)
- San Martín (Tarapoto, Juanjuí y Tocache)

Como hasta entonces las Redes carecían de personería jurídica, para

poder implementar esta actividad fue necesario establecer Convenios de Gestión de Comodato (*ver anexo 1*) con diferentes instituciones representativas de las zonas de aplicación del proyecto (gobiernos locales, medios de comunicación, asociación de municipalidades, entre otras), quienes aportaron cediendo el espacio físico y administrando los bienes del Sistema de Información. De esta manera, estas instituciones se convirtieron en contrapartes y aliadas estratégicas locales del proyecto y de las Redes de Comunicadores, cuyos afiliados, en su condición de “beneficiarios”, tenían el derecho de utilizar los equipos sólo y exclusivamente en el marco de los objetivos de las Redes. Además de ofrecer el espacio para instalar físicamente el servicio, las contrapartes locales organizaron un sistema de turnos para el uso de las computadoras por parte de los miembros de las Redes que estaban debidamente acreditados.

El proyecto no solo contempló la donación de equipos (hardware), sino también de los programas (software) que hiciera posible el uso de dichos equipos de cómputo, lo cual permitió a las Redes contar con un alojamiento web denominado: www.prensaamazonica.com. El diseño de la página web contempló la inserción de sitios específicos (botones) destinados a cada una de las Redes. Cualquier usuario podía acceder a la página Web de las Redes y podía acceder a la información existente, pues la información ofrecida era de dominio público. Cabe mencionar que el alojamiento y el dominio se crearon de manera independiente, como una forma de asegurar la autonomía e independencia de la Red.

En cada una de las Redes se nombró un administrador y un editor, quienes fueron los miembros autorizados y responsables de organizar el trabajo informativo de sus respectivos espacios Web. Aunque no prosperó, también se propuso la formación de un comité editorial, cuyas funciones quedaron delimitadas como:

- Definir los lineamientos generales de la política editorial,

conjuntamente con los miembros autorizados de administrar la página Web y los espacios de cada una de las Redes. Independientemente de la conformación del comité editorial, se pudo avanzar en este propósito.

- Monitorear la información que publica cada una de las Redes
- Mediante un correo interno, aportar con sugerencias y comentarios a los espacios manejados por cada una de las Redes.

La página de inicio de la Web, contemplaba:

- Nombre: Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
- Información genérica y común a todas las Redes
- Botones que conducían al lector hacia la búsqueda de información por cada una de las Redes, tomando en cuenta las sedes y sub-sedes.
- El diseño y la información consignada a cada una de las Redes fue presentada a modo de un boletín informativo virtual y fueron pensados por temas y sub-temas de interés.

Por encargo de DEVIDA y USAID, la ONG Prisma facilitó la entrega de los equipos de cómputo a las Redes de Comunicadores, con lo cual se garantizó la infraestructura física para la implementación y funcionamiento del Sistema de Información Virtual. Previo a la entrega de los equipos, se llevó a cabo una capacitación básica sobre computación, tal y como señalaban los compromisos asumidos con las Redes. El número de equipos asignados a cada una de las Redes se estableció, básicamente, tomando en cuenta tres criterios:

- Nivel de fortalecimiento técnico y organizativo de la Red
- Localización y facilidad para acceder a Internet
- Número de integrantes de la Red.

En el proyecto inicial, las entidades auspiciadoras del proyecto asumieron el pago del hosting y dominio de la página Web y lo hicieron hasta por dos años consecutivos, y cada una de las contrapartes

locales asumió el costo de la conexión a Internet. Asimismo, el mantenimiento y soporte de los equipos fue asumido por cada una de las Redes.

Respecto a la sostenibilidad, el proyecto de implementación del Sistema de Información Virtual pretendió otorgar una herramienta de trabajo a los periodistas organizados en la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, pero la potenciación y perspectivas futuras, estuvo siempre condicionado al aporte de los propios periodistas integrantes de las Redes. DEVIDA y USAID continuaron por cerca de dos años promoviendo el fortalecimiento de las capacidades en el manejo del Sistema de Información, a través de la realización de talleres teórico-prácticos que les permitió adquirir conocimientos, habilidades y destrezas en este campo y posibilite la gestión eficiente del proyecto.

Los integrantes de las Redes tenían un gran desafío, ya que dependía de ellos la continuidad y el desarrollo del proyecto. Fueron responsabilidades de las Redes en el corto, mediano y largo plazo, el mantenimiento, potenciamiento y renovación de los equipos; la conexión a las redes telefónicas; la optimización del uso del Sistema de Información, la orientación futura del proyecto en el marco de los fines y objetivos de las Redes y su compromiso ético de trabajar en favor del desarrollo de la Amazonía.

Luego de haber transcurrido poco más de un año de esta experiencia, la Red de Comunicadores tomó la decisión de que la administración técnica central del Sistema de Información Virtual que hasta entonces se encontraba en manos de PRISMA, fuera transferido definitivamente a la Red. Para ello se elaboró una propuesta de transferencia que contempló un programa de capacitación en los temas principales del periodismo virtual, en el manejo de las herramientas informáticas de la Web y en un proceso de inducción de los enfoques de la política

editorial acordada en la reunión de editores y administradores que representaban a cada una de las Redes, realizada en la ciudad de Tarapoto los días 28 y 29 de Mayo del 2005 y ratificada en el III Encuentro de la Red celebrada en Huamanga, Ayacucho, los días 12 y 13 de Octubre del 2005.

Además de seguir fortaleciendo las capacidades de las Redes para gestionar adecuadamente su Sistema de Información Virtual, la propuesta de transferencia contempló una asesoría técnica por seis meses con un consultor especializado en el tema y la extensión del contrato del hosting y dominio de la Web por un año adicional, luego de lo cual, la Red debía encargarse del financiamiento futuro.

4.1. Avances y limitaciones del Sistema de Información Virtual

Como corolario de esta experiencia de comunicación virtual, podríamos anotar que si bien se registró algún nivel de avance con relación a la gestión del sistema, existieron ciertos factores que interfirieron para que la página Web adquiriera el nivel de posicionamiento que originalmente se pensó, en el sentido de convertirse en la “cara pública” que permita visibilizar el trabajo de la Red. Entre otros factores podríamos mencionar que faltó un mayor nivel de capacitación en el manejo del periodismo virtual y de las herramientas de la Web, así como una mayor organización y compromiso por parte de las Redes para la producción de contenidos periodísticos y la falta de asimilación de la política editorial acordada. Un factor adicional y autocrítico muy importante fue el hecho de que los periodistas de las Redes provenían básicamente del periodismo radial y tuvieron muchas dificultades para mantener actualizada una página Web que más bien fue pensada desde su origen como un medio de comunicación escrito, lo cual constituyó un error que a mitad de camino se advirtió, pero lamentablemente no se lograron implementar las medidas correctivas sugeridas.

5. EL CONCURSO PERIODÍSTICO “POCHO APÉSTEGUI”

Con la finalidad de incentivar la producción periodística respecto a los temas relacionados con el desarrollo amazónico y la producción, tráfico y consumo de drogas, DEVIDA, con el apoyo de USAID instauró en el año 2003, un concurso periodístico anual que en memoria del desaparecido periodista fundador de la Red de Tocache, se denominó Concurso Periodístico “Pocho Apéstegui”.

Alfonso “Pocho” Apéstegui fue un destacado periodista piurano que estableció como su lugar de residencia definitiva a la ciudad de Tocache, tierra desde la cual se convirtió en un incansable soldado de la prensa hasta el último día de su vida, desempeñándose como corresponsal del diario “Ahora” de Tarapoto y como conductor de diferentes programas periodísticos en las radios tocachinas, que lo legitimó como un importante líder de opinión en el valle del Alto Huallaga.

Desde los inicios, “Pocho” Apéstegui, cumplió un rol muy importante en el proceso de conformación y fortalecimiento de la Red de Comunicadores de Tocache, y, en general, de las Redes de Comunicadores de la Región San Martín. “Pocho” fue un emblema de este proceso, pues a pesar de su delicada salud no le importó liderar el grupo de periodistas de Tocache que tenía que trasladarse en varias oportunidades hacia la ciudad de Tarapoto recorriendo cerca de 24 horas por la carretera que se encontraba en pésimas condiciones, para participar en las reuniones conjuntas de la Red de Comunicadores de Tocache con la de esta ciudad.

El concurso se realizó hasta por dos años consecutivos y fue una importante actividad periodística movilizadora. El primer año, DEVIDA, en un gesto simbólico, consideró pertinente otorgar la pluma de oro a la esposa de “Pocho” Apéstegui, en reconocimiento a la labor periodística

ejercida bajo los principios de la ética y de la responsabilidad social en favor del desarrollo de los pueblos amazónicos y su compromiso con la Red de Comunicadores.

El segundo concurso fue abierto para todos los miembros de las Redes, estableciéndose una amplia convocatoria regida por las bases del concurso (*ver anexo 2*).

La participación fue masiva, pero solo quince del total de trabajos presentados pasaron a la evaluación final: seis de radio, doce de prensa escrita y tres de televisión. El jurado calificador estuvo integrado por destacados comunicadores del mundo periodístico y académico del país, entre ellos, el profesor Luis Benavente Gianella y los periodistas Eduardo Carvajal y José María Salcedo.

Los primeros puestos del concurso en la categoría de prensa escrita fueron ocupados por los periodistas Javier Tuanama Valera de la Red de Comunicadores de Tarapoto, Otman Aliaga Díaz de la Red de Comunicadores de Tocache, y, Jorge Quispe y Nelson Contreras de la Red de Comunicadores del VRAE-Ayacucho.

En la categoría de televisión resultó ganador el periodista de la Red de Ayacucho, Carlos Condori con el tema “los productores exitosos del VRAE”, que se transmitió en el programa “Voces para la Paz”, producido y difundido por el Comisionado para la Paz y el Desarrollo de Ayacucho.

En la categoría de radio, resultaron ganadores Nelson Contreras y Jorge Quispe, con el tema “La tenencia de tierras, población, educación, cultivos y la presencia del PDA en el desarrollo de los pueblos del VRAE” que se transmitió en el programa radial “Entre Campesinos” de Radio San Francisco en el VRAE.

La premiación del concurso se realizó durante el acto de clausura del II Encuentro Regional de la Red de Comunicadores el Desarrollo de la Amazonía, realizado exitosamente en la ciudad de Tarapoto.

III. LOS ENCUENTROS REGIONALES DE LA RED

Los encuentros regionales fueron concebidos como una necesidad de contar con espacios de diálogo e intercambio de experiencias de las diferentes Redes que, a pesar, de estar localizadas en una misma región, no se conocían entre sí, ignoraban el trabajo que venían realizando y no contaban con suficiente información acerca de la problemática de los pueblos amazónicos.

Los encuentros fueron espacios que permitieron evaluar el avance del trabajo que venían impulsando las Redes en el marco de los compromisos asumidos con el desarrollo amazónico, así como también para la generación de iniciativas y propuestas para su fortalecimiento y el aporte al desarrollo de la región amazónica.

En definitiva, los encuentros se constituyeron en importantes escenarios para la reflexión y el debate acerca de los grandes temas del desarrollo nacional, el desarrollo amazónico y el ejercicio periodístico, permitiendo de esta manera el diálogo y la interacción entre los intelectuales, los líderes de opinión pública y las autoridades locales, regionales y nacionales más representativas y vinculadas al tema de la comunicación y el desarrollo.

Al cierre del presente trabajo de investigación, sabemos que la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía ha celebrado seis encuentros regionales, sin embargo, aquí damos cuenta de cinco de ellos.

1. EL PRIMER ENCUENTRO: NACE LA RED REGIONAL DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA

Dicho encuentro se realizó los días 26 y 27 enero del 2004 en la ciudad de Pucallpa y fue organizado por la Red de Comunicadores por el

Desarrollo de la Amazonía de la sede de Pucallpa. Contó con la participación de 75 delegados representativos de las diferentes Redes que hasta ese momento se habían conformado: Red de Comunicadores de Pucallpa - Aguaytía, Red de Comunicadores de la Región San Martín, Red de Comunicadores del Alto Huallaga y Monzón, Red de Comunicadores del VRAE-Ayacucho y Red de Comunicadores de Tocache⁷³. Es preciso anotar que en el segundo día participaron periodistas invitados de los medios de comunicación locales, autoridades y representantes de instituciones.

Luego de un breve acto de inauguración, el facilitador del encuentro⁷⁴, presentó los objetivos y el programa de trabajo del evento (*ver anexo 3*). Seguidamente, los participantes pasaron a desarrollar los puntos de agenda que se inició con el tema del balance de las Redes, en el que cada Red realizó un informe situacional, dando cuenta de los avances, logros, problemas y dificultades, encontrándose los siguientes resultados:

- **Red de Comunicadores Pucallpa-Aguaytía**

Esta Red manifestó sus preocupaciones respecto a la evaluación del diplomado en comunicación para el desarrollo de la Amazonía que se había implementado y la falta de comunicación con los representantes locales de DEVIDA y Chemonics que generaba algunas dificultades para el avance del trabajo de la Red. Asimismo, dieron cuenta de los avances en su fortalecimiento orgánico e informaron de los esfuerzos por sensibilizar a la población sobre la importancia de promover los cultivos alternativos y la opción de una vida lícita.

⁷³ Las Redes participantes y los nombres consignados corresponden al proceso de configuración del proyecto, pero posteriormente estas denominaciones han sufrido modificaciones.

⁷⁴ El facilitador del I Encuentro de la Red fue el consultor Fernando Palomino Villanueva

- **Red de Comunicadores del Alto Huallaga y Monzón**

Destacaron la falta de integración con otras Redes locales, la poca iniciativa de los comunicadores locales de DEVIDA y Chemonics para generar y alcanzar información sobre el Programa de Desarrollo Alternativo y la existencia de “celos” de algunos colegas periodistas que impiden su integración a la Red. Destacaron la importancia del diplomado, los avances respecto a su vida orgánica, sus progresos sobre los enfoques de desarrollo y la creación del Centro de Prensa para el Desarrollo Amazónico (CEPRES)

- **Red de Comunicadores de la Región San Martín**

Informaron que carecen de información oficial de parte de los organismos promotores del Programa de Desarrollo Alternativo y que la coordinación con la Red se realiza centralizadamente desde la ciudad de Lima. Señalaron que han apoyado el programa de erradicación de cultivos ilícitos en su zona y que cuentan con un plan operativo que contempla la incorporación de nuevos periodistas a la Red.

- **Red de Comunicadores del VRAE-Ayacucho**

Señalaron que tienen muchas presiones de parte de los dirigentes cocaleros quienes los acusan de recibir pagos de DEVIDA y Chemonics, lo cual derivó en algunos problemas como la renuncia del presidente de la Red y la negativa de varios periodistas de integrarse a la organización. No obstante estas acusaciones, manifestaron que constituye un logro importante el hecho de mantener su independencia frente a estas instituciones aliadas, con quienes les une el compromiso de trabajar por el desarrollo amazónico y el fortalecimiento de capacidades de los periodistas para realizar un periodismo veraz y objetivo. Dieron cuenta de una página web denominada: www.asieshuanta.galeon.com

- **Red de Comunicadores de Tocache-Uchiza**

Esta Red señaló que por ciertos problemas internos no se ha podido agrupar a todos los periodistas de la zona, que tienen problemas de acceso a internet y de un local para realizar sus reuniones y que existe una emisora que los desprestigia. Sin embargo, manifestaron que como Red mantienen una vida orgánica bastante regular y que tienen una coordinación efectiva con DEVIDA y Chemonics.

Definitivamente, el I Encuentro marcó un hito importante en la historia de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía porque sus integrantes decidieron conformar un ente superior que los articule regionalmente, ya que hasta entonces la tendencia de crecimiento solo tenía una dimensión local.

Para crear esta instancia orgánica se realizó un diagnóstico aplicando la metodología del FODA, que permitiera evaluar los puntos de partida sobre los cuales se cimentaría la **Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía**. Para realizar esta tarea se conformaron cuatro grupos de trabajo: el primer grupo tuvo a su cargo la evaluación de las fortalezas; el segundo evaluó las debilidades; el tercer grupo se encargó de las oportunidades; y, el cuarto grupo analizó las amenazas⁷⁵.

Los insumos que se produjeron en los trabajos de grupos sirvieron de base para que los participantes formularan la visión, misión y objetivos estratégicos de la Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía.

El **plan estratégico** quedó definido así:

⁷⁵ Para esta dinámica se hizo una división proporcional de los participantes en los 4 grupos, con un doble objetivo: 1) garantizar que todas las Redes tuvieran participación en los 4 grupos, y, 2) promover la integración de las redes locales y el afianzamiento de una identidad corporativa a nivel regional.

- **Visión al 2008:** La Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía es una institución autónoma, formalizada y reconocida a nivel nacional, que contribuye al desarrollo integral y sostenible; ha logrado la profesionalización de sus miembros, cuenta con oficinas interconectadas y ha establecido alianzas estratégicas con gobiernos regionales y locales, organizaciones e instituciones de la sociedad civil.

- **Misión:** Somos periodistas y comunicadores sociales integrantes de la Red Regional por el Desarrollo de la Amazonía, que estamos identificados y comprometidos con la problemática regional porque creemos en la justicia, equidad y valores éticos con responsabilidad social.

- **Objetivos estratégicos:**
 - Lograr que los integrantes de la Red se profesionalicen y capaciten en comunicación para el desarrollo
 - Contar con una organización consolidada, democrática, solidaria y funcional
 - Promover espacios de diálogo y concertación y generar alianzas estratégicas con instituciones públicas, privadas y organizaciones de la sociedad civil.
 - Promover acciones y propuestas que contribuyan al desarrollo de la Amazonía y a la vigilancia de las políticas públicas.

Una vez definido el plan estratégico de la Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, los miembros del encuentro procedieron a elegir cinco representantes, cuya coordinación general se ejercería en forma colegiada y rotativa. Por unanimidad se eligieron a los siguientes representantes: Wagner Ruiz (Tocache), Adolfo Fasanando Pinchi (Tarapoto), Eladio Arcaya (Alto Huallaga), Roy Gonzáles (Pucallpa/Aguaytía) y Nelson Contreras (VRAE/

Ayacucho)

Finalmente, mediante votación democrática y por mayoría simple se eligió a la ciudad de Tarapoto como sede del II Encuentro de la Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, cuya organización se le encargó a la Red de la Región San Martín.

El I Encuentro sirvió para ratificar el “*consenso de trabajar por el desarrollo de los pueblos amazónicos*”, a pesar de que se hizo visible una gran preocupación sobre el modelo de desarrollo que las Redes deben impulsar. Así por ejemplo, en el caso de los integrantes de las Redes que se encuentran en zonas en las que el problema del narcotráfico es mayor, existe una percepción e identificación positiva con el modelo del Desarrollo Alternativo. Otras Redes sostuvieron la necesidad de impulsar un desarrollo integral y sostenible, en el entendido que este enfoque va más allá de la erradicación de cultivos de coca, e involucra también temas tan trascendentes como la salud, el medio ambiente, la educación, entre otros.

Un punto de consenso importante entre los integrantes de la Red de Comunicadores fue el tema de “*la profesionalización de sus miembros*”. Todos los periodistas manifestaron su interés de avanzar en el proceso de fortalecimiento de capacidades, diversificándolo a través de diversas acciones educativas como cursos, talleres, seminarios, y, también, un segundo diplomado.

Un tema pendiente de discusión y muy importante fue también el relacionado a “*la institucionalidad de las Redes*”, pues, un sector importante de los periodistas han insistido en la “*necesidad de formalizar su inscripción en Registros Públicos señalando que se trata de un aspecto fundamental para su reconocimiento social frente a las autoridades, instituciones, gremios de periodistas y medios de comunicación*”. Incluso, algunas sedes locales de las Redes ya han

iniciado este proceso. Sin embargo, varios integrantes de la Red no se mostraron muy convencidos con esta propuesta, señalando que *“el fortalecimiento y la institucionalización de la Red es un proceso más complejo que su simple reconocimiento legal, ya que abarca diversos aspectos relacionados con la creación de valores y una identidad común, el diseño de reglamentos, planes de trabajo y otras definiciones estratégicas”*.

Finalmente, se discutió acerca del *“perfil de los integrantes de las Redes”*. Ante las críticas de los periodistas colegiados y gremios locales respecto a que las Redes admiten a personas que carecen de título profesional y/o colegiatura, se acordó por consenso que *“la Red no solo esté integrada por comunicadores sino también por periodistas”*. De esa manera, se hace una diferencia entre ellos (periodistas y comunicadores), pero sin discriminarlos. Esta diferenciación se puede observar en la discusión que se realizó en la formulación de la misión institucional.

Entre los principales logros y avances señalados por los integrantes de las Redes, durante el primer encuentro, tenemos: el haber logrado una vida orgánica activa, la generación de diversas iniciativas que van desde la formación de un centro de comunicación hasta la elaboración de una página web, la realización de actividades de capacitación y la salida al aire de un programa radial de la Red, la implementación del diplomado en comunicación para el desarrollo de la Amazonía, el interés de otros periodistas y comunicadores por integrarse a la Red, el manejo autónomo e independiente de las Redes y la incorporación del enfoque de desarrollo en algunos medios de comunicación.

Desde esta perspectiva, y, en términos generales, los resultados del I Encuentro fueron muy exitosos y alentadores ya que se lograron los objetivos planteados al cristalizarse la creación de la Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía; por el alto número

de participantes de la Red en el evento; y, porque permitió dialogar, procesar y canalizar adecuadamente los problemas y demandas surgidas al interior de las Redes y en su relación con sus aliados estratégicos.

1. EL SEGUNDO ENCUENTRO: EL APOORTE DE LAS REDES AL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA. EL PROCESO DE EMPODERAMIENTO.

El II Encuentro de la Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía se realizó los días 20, 21 y 22 de octubre del 2004, en la ciudad de Tarapoto.

El programa del evento (*ver anexo 4*) contempló un primer día de conferencias magistrales en las que destacados intelectuales del mundo académico disertaron sobre un conjunto de temas vinculados a la necesidad de que las Redes se agencien del marco teórico necesario para contribuir en mejores condiciones al trabajo del desarrollo de la Amazonía, en el entendido que el aporte del periodismo al desarrollo es fundamental, pues sin una opinión pública favorable es imposible construir procesos de desarrollo sostenibles, con participación plena de la población en la toma de las decisiones.

Entre los conferencistas participaron, Ricardo Cubas del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Marco Méndez del diario El Comercio, Sandro Chávez del Foro Ecológico, Roberto López de DEVIDA, Luis Benavente del Grupo de Opinión Pública de la Universidad de Lima, Pepi Patrón de la Asociación Civil Transparencia, y los reconocidos periodistas José María Salcedo y Eduardo Carvajal.

Los temas de la conferencias estuvieron relacionados con el enfoque de desarrollo humano, integral y sostenible; el manejo de los medios de comunicación como unidades de publicidad y periodismo; la agenda para impulsar el desarrollo humano integral y sostenible en la región

amazónica; la opinión pública y credibilidad de los medios en coyunturas de crisis; la ética, la responsabilidad social y la construcción de ciudadanía y desarrollo.

Dichas conferencias ofrecieron diferentes conceptos y enfoques para el posterior abordaje del trabajo de comisiones y las plenarias por parte de los delegados del II Encuentro. Para facilitar el trabajo de comisiones, el evento contó con el apoyo de un facilitador⁷⁶, quien expuso la metodología de trabajo y la agenda a seguir durante el evento:

- Aprobación de una nueva estructura de la Red que reflejara su nivel de desarrollo
- Redefinición del plan estratégico de la Red
- Aprobación del nombre del portal Web de la Red y logo
- Elección de la sede para el III Encuentro de la Red.

Para abordar estos temas, el facilitador hizo una breve introducción sobre la planificación estratégica, señalando al mismo tiempo, los avances obtenidos por las Redes hasta ese momento, los cuales se resumen en:

- Reconocerse como comunicadores y periodistas de prensa escrita, radial y televisiva
- Haberse capacitado y profesionalizado a través del diplomado
- Estar comprometidos con el desarrollo de la Amazonía
- Haber logrado la institucionalización de algunas redes zonales
- Reconocerse como periodistas que trabajan con sentido ético
- Haber contribuido a sensibilizar a la población sobre los temas del desarrollo y promover el cambio de comportamiento.

Luego de esta presentación y por recomendación de la plenaria, se pasó a la presentación de la propuesta de la nueva estructura de las

⁷⁶ El facilitador del II Encuentro de la Red de Comunicadores fue el consultor Carlos Cabezudo Moreno.

Redes, a cargo de Adolfo Fasanando Pinchi, Coordinador⁷⁷ de la Red de Comunicadores de la Región San Martín y Coordinador General de turno de la Red Regional, quien sustentó que la nueva estructura permitirá la participación representativa, democrática y territorial de las diferentes Redes Zonales. Luego de un interesante debate se aprobó la nueva estructura (*ver anexo 5*) que contempla la conformación de 4 Redes de Comunicadores Regionales con sus respectivas sedes locales, a saber:

- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región San Martín, conformada por las sedes de Tarapoto, Tocache y Juanjuí. Se sugirió conformar Redes en Saposoa y Bellavista.
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región Ucayali, conformada por las sedes de Pucallpa y Aguaytía.
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región VRAE-Ayacucho, conformada por las sedes de Huamanga, Huanta y VRAE
- Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de la Región Huánuco, conformada por las sedes de Tingo María y Aucayacu.

En esta nueva estructura, cada sede local tenía un Coordinador que a su vez gozó de representación ante la Red de su Región, y, consecuentemente, ante la Red Regional. De esta manera la Red de la Región San Martín contó con 3 coordinadores (Tarapoto, Tocache y Juanjuí), la Red de Ucayali contó con 2 coordinadores (Pucallpa y Aguaytía), la Red del VRAE-Ayacucho contó con 3 coordinadores (VRAE, Huanta y Huamanga), la Red de Huánuco contó con 2 coordinadores (Tingo María y Aucayacu). Estos 10 representantes conformaron el colegiado de 10 coordinadores de la Red Regional. Los

⁷⁷ Como ya se precisó, el nombre de Coordinador fue reemplazado por el de Presidente, dado que las Redes se inscribieron como asociaciones civiles sin fines de lucro y así lo exige el Código Civil.

coordinadores de las Redes reunidos en Lima el 20 de junio del 2005, decidieron nombrar una Junta Directiva Regional que permitiera darle mayor dinamismo al trabajo de las Redes y dado que éstas se encontraban en proceso de inscripción como asociaciones civiles sin fines de lucro, acordaron también cambiar la denominación de Coordinadores por la de Presidentes tal y como establece el Nuevo Código Civil. La Junta Directiva Regional elegida quedó representada por los siguientes miembros:

- Adolfo Fasanando Pinchi, Presidente
- Ranforte Lozano Panduro, Secretario Ejecutivo
- Rosario Romaní Díaz, Secretaria de Economía
- Otman Aliaga Díaz, Secretario de Actas y Archivos.

Luego de aprobarse la estructura orgánica y de representación se pasó a la revisión de los planes estratégicos vigentes a la fecha. En realidad, los planes no tuvieron mayores cambios, pero este ejercicio sirvió para reforzar la identidad regional y contar con un documento que constituyera la “carta de navegación” para el quehacer futuro de las Redes.

En el marco de los compromisos asumidos, DEVIDA realizó una presentación ante la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, del Sistema de Información Virtual y del portal Web y de la propuesta técnica que lo justifica.

Asimismo, en dicho evento se eligió por mayoría democrática el nombre del portal web, denominado www.prensaamazonica.com, y, por unanimidad se decidió utilizar el símbolo del tucán como el logo oficial de dicho portal.

Finalmente, se eligió a la ciudad de Huamanga como sede del III Encuentro, y se encargó a la Red Regional VRAE-Ayacucho su organización.

La reflexión final que dejó el II Encuentro fue la necesidad de consolidar la nueva estructura de la Red, afirmando los pasos de la institucionalización y dotándola de herramientas de gestión como los manuales de organización, los reglamentos de funciones, el código de ética, la política editorial, etc.

3. EL TERCER ENCUENTRO: HACIA LA INSTITUCIONALIZACION DE LA RED REGIONAL

El III Encuentro de la Red Macro Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía se realizó los días 12 y 13 de octubre de 2005, en la ciudad de Huamanga, Ayacucho, con la participación de 56 periodistas y comunicadores procedentes de las diferentes zonas del país y tuvo como lema: *“Liderazgo para el fortalecimiento de las Redes, la paz y el desarrollo sostenible”* (ver anexo 6)

Durante el primer día de trabajo se realizaron conferencias magistrales a cargo de destacados profesionales del mundo académico y periodístico, entre los cuales tenemos a Carlos Barrenechea (MIMDES), Carlos Condori (Comisionado Adjunto para la Paz y el Desarrollo de Ayacucho), Augusto Castro (Universidad Católica), Ricardo Valdés (Ex Viceministro del Interior); los destacados periodistas Edmundo Cruz (La República), Pablo O’Brien (El Comercio) y Ranforte Lozano (Presidente de la Red de Aucayacu).

Los temas abordados ampliamente por los participantes fueron: Desarrollo de la Amazonía (límites y posibilidades); liderazgo ciudadano y desarrollo; paz y seguridad ciudadana para el desarrollo; y, ética y ejercicio periodístico en zonas de riesgo. Todos los temas fueron magistralmente abordados por los expositores, concitando un diálogo fecundo entre los participantes del evento, quienes no solo formularon sus preguntas sino también realizaron comentarios, ligando los conceptos vertidos por los expositores a las problemáticas que

estaban viviendo en cada una de sus zonas de trabajo.

El segundo día del evento estuvo dedicado al trabajo de comisiones que fue conducido con la ayuda de un facilitador⁷⁸. Se conformaron 4 comisiones de trabajo: Primera comisión: aspectos orgánicos de la Redes; segunda comisión: compromiso de las Redes para trabajar por el desarrollo de la Amazonía; tercera comisión: política de alianzas estratégicas de las Redes, y, cuarta comisión: perspectivas de trabajo de las Redes. Luego del trabajo de grupos se realizó una plenaria donde se discutieron los resultados del trabajo de cada comisión y se arribaron a importantes acuerdos que sin duda marcarían el derrotero futuro de esta organización de periodistas comprometidos con el desarrollo de los pueblos amazónicos. El facilitador se encargó de elaborar las guías metodológicas que sirvieron para organizar el debate de los temas en comisiones.

Los acuerdos tomados en cada una de las comisiones de trabajo fueron:

- **Comisión 1: Aspectos orgánicos de la red de comunicadores por el desarrollo de la Amazonía.**

Sobre el fortalecimiento de la institucionalidad de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, se acordó:

- La Macro Red Regional debe crear un reglamento para establecer las facultadas de sus directivos, dando cuenta de su gestión y renovándose cada año. Las funciones serán de coordinación de las Redes.
- La Macro Red Regional tendrá un solo código de ética que regirá a todas las Redes. Se creará también un Comité de Ética en cada Red, el mismo que aplicará el código en primera instancia.
- La política editorial deber ser ratificada.

⁷⁸ El facilitador del III Encuentra de la Red de Comunicadores fue el consultor Carlos Cabezudo Moreno.

- Continuar trabajando en las fortalezas de las Redes con la finalidad de prepararse para gestionar proyectos que permitan el auto-sostenimiento.
- Lograr el reconocimiento ciudadano con acciones y campañas sociales que beneficien a la comunidad, identificando siempre a la Red para reafirmar su posicionamiento.
- La creación de un periódico digital, insertándolo, en parte, a la página web.

Sobre cómo contribuir al fortalecimiento institucional de la Red, ratificaron el cumplimiento de los aspectos organizativos, su misión y objetivos.

Sobre el perfil que deben tener los miembros de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, precisaron la necesidad de que éstos cumplan con la ética, que estén vinculados al trabajo de medios de comunicación comprometidos con el desarrollo y cuenten con la motivación necesaria para enriquecer sus conocimientos sobre la problemática de la Amazonía.

- **Comisión 2: El compromiso de las Redes para trabajar por el desarrollo de la Amazonía**

Sobre el compromiso con el desarrollo de la Amazonía, señalaron la necesidad de que los periodistas sean solidarios y leales, que se identifiquen y fortalezcan a la institución, que se cumpla el plan de trabajo, capacidad de concertar interinstitucionalmente. Para ello, las Redes han venido desarrollando alianzas estratégicas con instituciones, implementando acciones de proyección social (creación de aldeas infantiles y apertura de una oficina de la Cámara de Comercio en Aguaytía, por ejemplo). Para el futuro, las Redes se proponen continuar con la implementación de las Redes; producir y difundir programas de radio y TV; afirmarse como actores locales insertando sus iniciativas en el marco de los planes

de desarrollo de los gobiernos locales y regionales; afianzar la proyección social; promover la interculturalidad; promover el turismo y la conservación del medio ambiente; afianzar la relación entre las Redes zonales; reactivar la página web; y, fortalecer a las Redes implementando círculos de estudio incluyendo temas de agenda locales regionales y nacionales.

- **Comisión 3: Políticas de alianzas estratégicas de las Redes**

Esta comisión definió a las alianzas estratégicas como el mecanismo que permite la relación sinérgica entre instituciones y organizaciones que tienen objetivos comunes y afines uniendo fuerzas y capacidades. La necesidad de impulsar alianzas estratégicas debe estar orientada al desarrollo de capacidades, al fortaleciendo la vida orgánica institucional, a la promoción del liderazgo entre las Redes y a la necesidad de lograr incidencia en el desarrollo social. Dichas alianzas estratégicas deben estar sustentadas en la identificación de temáticas, problemáticas u objetivos comunes; deben ser instituciones que gocen de solvencia moral para que garanticen el logro de los objetivos; debe garantizarse la independencia, ética y autonomía de las Redes; y, las alianzas deben pensarse a nivel local, regional, nacional e internacional.

- **Comisión 4: Perspectivas de trabajo de las Redes**

Esta comisión, al mismo tiempo que evaluó la ejecución de sus planes operativos a nivel de los recursos humanos, financieros, estableció las perspectivas para hacer sostenible el trabajo de las Redes en lo organizativo, en lo económico y en las acciones básicamente encaminadas a implementar campañas de comunicación para sensibilizar a la población en temas de salud y medio ambiente.

Luego que las comisiones presentaron sus informes se suscitó un

amplio y enriquecedor debate en plenaria y los delegados de las Redes acordaron por unanimidad:

- Realizar el IV Encuentro Regional de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía y la Primera Asamblea Estatutaria para la conformación de la Red Nacional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía en la ciudad de Tingo María, los días 12, 13 y 14 de octubre del 2006.
- Encargar al Comité Directivo de la Red, la elaboración de la propuesta de estatutos de la Macro Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, tomando en cuenta los estatutos de las Redes Regionales.
- Encargar al Comité Directivo de la Red, la elaboración de un código de ética de la Red, tomando en cuenta los códigos de ética de cada una de las Redes Regionales.
- Ratificar la política editorial elaborada por la Red
- Asumir el costo de mantenimiento de la página Web de la red
- Crear un periódico electrónico de edición diaria en la página Web
- Implementar la página Web con una radio en línea
- Ratificar el compromiso de los miembros de las Redes con el desarrollo de la Amazonía, basado en la ética, solidaridad y lealtad; tener una identificación con las redes y ser miembros activos; fortalecer las redes; cumplir con el plan de trabajo y promover la concertación interinstitucional
- Ratificar el compromiso futuro con la Red, aspirando a constituirse en actores clave del desarrollo de sus regiones, promover la interculturalidad, promover el turismo y la conservación del medio ambiente; y, fortalecer la proyección social que desarrollan las Redes.
- Aprobar la definición de alianza estratégica de las Redes: *“Es el mecanismo que permite la relación sinérgica entre instituciones y organizaciones que tienen objetivos comunes y afines, que unen fuerzas y capacidades”*

- Construir alianzas estratégicas con instituciones, basadas en objetivos comunes, solvencia moral, independencia, ética y autonomía de las instituciones.

Como conclusión final del evento, se pudo percibir que las Redes y sus participantes habían experimentado un cambio cualitativo muy importante, tanto a nivel de sus comportamientos, como a nivel de sus compromisos con el desarrollo de los pueblos amazónicos, su organización interna y su claridad conceptual en torno al desarrollo y una adecuada comprensión del significado de las alianzas estratégicas con otros actores públicos y privados. Este evento marcó un hito importante en el proceso de consolidación de las Redes y el aporte del Estado para construir procesos sostenibles, asumiendo verdaderamente un rol facilitador y promotor de los mismos.

Los retos que se derivan del III Encuentro son el concluir la elaboración de herramientas de gestión institucional (estatutos, manuales, reglamentos, código de ética, etc); concluir el proceso de institucionalización de la Red Macro Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía y demás instancias; terminar de implementar sus planes operativos como parte de los compromisos asumidos a favor del desarrollo de los pueblos amazónicos; consolidar su política de alianzas estratégicas con los diferentes actores públicos y privados nacionales y extranjeros; continuar con el proceso de fortalecimiento de capacidades profesionalizando a sus miembros; y, consolidar el posicionamiento, administración y mantenimiento del portal web www.prensaamazonica.com.

Asumir estos retos con sentido de responsabilidad en el marco de una visión compartida por el desarrollo es lo que en el mediano y largo plazo garantizaría la sostenibilidad de las Redes.

En los próximos años debe reflexionarse profundamente en la

necesidad de potenciar el enfoque de responsabilidad social que fue adoptado por la Red de Comunicadores para trabajar por el desarrollo de los pueblos amazónicos, incorporando enfoques y herramientas metodológicos propias de la gestión empresarial moderna y exitosa. En suma, la Red de Comunicadores debe construir un nuevo modelo de intervención donde no retroceda en su compromiso y responsabilidad social de trabajar por el desarrollo de los pueblos amazónicos, sino que lo reafirme pretendiendo más bien dotarse de los modelos con los que trabaja la empresa moderna, de tal manera que eso le permita constituirse en una institución que no solo sobrevive con los recursos que provienen de las fuentes cooperantes, sino que se plantea el reto de generar sus propios ingresos, participando en la gestión de servicios en comunicaciones y en los concursos y licitaciones públicas que se oferten en el mercado. De esa manera, las Redes de Comunicadores le darán un valor agregado y un nuevo enfoque a su trabajo, potenciando los recursos y las acciones que ellos disponen y vienen llevando a cabo.

4. EL CUARTO ENCUENTRO: IV ENCUENTRO REGIONAL Y I ASAMBLEA ESTATUTARIA DE LA RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA

Con la participación de 51 delegados representativos de las Redes se realizó el IV encuentro de la Red (*ver anexo 7*) en la ciudad de Tingo María, los días 12, 13 y 14 de octubre de 2006 y tuvo como objetivo central la presentación, discusión y aprobación del Estatuto de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía.

Como siempre, la primera parte del evento se inició con la presentación de un conjunto de conferencias relacionadas con temáticas sobre periodismo, responsabilidad social y desarrollo con rostro humano; creatividad social y producción responsable; y, construcción de responsabilidad social con enfoque empresarial en las zonas de trabajo de las redes. Para abordar estos temas se contó con la participación de

destacados expositores del mundo académico y periodístico como Ángel Páez, Mónica Vecco, Manolo Echegaray, Diego Miro Quesada Rada, José Arias Padilla y Eduardo Bruce Montes de Oca.

Luego de un amplio y fructífero debate que fue facilitado por un consultor⁷⁹, el evento concluyó con los siguientes acuerdos:

- Aprobar los Estatutos de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonia (*ver anexo 8*), lo cual va a permitir que ésta se inscriba en los Registros Públicos y pueda generar proyectos y alianzas estratégicas con otras instituciones.
- Se conformó la junta directiva:
 - Presidente: Adolfo Fasanando Pinchi,
 - Secretario Ejecutivo: Alejandro Coronado Reyes,
 - Secretario de Economía: Tito Arévalo Ríos,
 - Secretario de Actas: Ever Grández Centurión.
- El reconocimiento de la Red de Comunicadores como actor importante para el desarrollo a través de los compromisos ofrecidos Diego Miro Quesada, quien propuso trabajar conjuntamente con las Redes de Comunicadores las audiencias regionales que realiza el diario El Comercio y el de José Arias Padilla del diario Ahora que propone lanzar un suplemento conjuntamente con la Red de Comunicadores, en especial en la región San Martín y Ucayali.
- La Escuela Mayor de Gestión Municipal se compromete a gestionar proyectos ante el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), sobre distritos que tienen potencial turístico, por lo cual ha propuesto que la Red de Comunicadores, a través de un diagnóstico, proponga nombres de los distritos que cuentan con ese potencial. La Escuela Mayor se compromete a presentar dichos proyectos, donde la Red sea uno de los interlocutores y actores principales.

⁷⁹ El facilitador del IV Encuentro de la Red de Comunicadores fue el consultor Carlos Cabezudo Moreno.

5. EL QUINTO ENCUENTRO: COMUNICADORES COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AMAZONÍA

El V Encuentro de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía (*ver anexo 8*) se realizó en la ciudad de Juanjuí, los días 23, 24 y 25 de abril de 2008 y tuvo como objetivos el fortalecer a la Red en su responsabilidad social frente al desarrollo con herramientas de gestión empresarial moderna, y, fortalecer la institucionalidad de la Red mediante la revisión y ajuste del estatuto que empezó a tener vigencia desde el año 2006, con la finalidad de cumplir los objetivos propuestos, y a la vez contar con personería jurídica.

En este evento participaron también destacados conferencistas como Michel Azcueta (Escuela Mayor de Gestión Municipal), Ricardo Ugaz (Universidad Católica), César Villanueva Arévalo (Presidente de la Región San Martín), Joaquín García (ONG CETA), Sandro Macassi (ONG Calandria) y Hugo Aguirre (Universidad Católica). Los expositores abordados temas relacionados con las incertidumbres y certezas en el escenario del siglo XXI, la responsabilidad social con enfoque empresarial, el desarrollo regional, dimensiones multiculturales y participación ciudadana para el desarrollo amazónico sostenible, y, la comunicación como nueva plaza para la construcción de la democracia y el desarrollo.

Luego de un amplio trabajo de grupos, los participantes del encuentro, con el apoyo de un facilitador⁸⁰, llegaron a las siguientes conclusiones:

- Aprobación del informe de gestión de la Junta Directiva de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, que corresponde al periodo octubre 2006 - abril 2008.
- Se eligió en asamblea el cargo de secretario de actas de la Junta Directiva, recayendo en la persona de Ketty Vela Ruíz, de la Red Tocache, quien asumió el encargo en reemplazo de Ever Grández

⁸⁰ El facilitador del V Encuentro de la Red de Comunicadores fue el consultor Enrique Watanabe Varas.

Macedo, de la Red Aguaytía.

- Se determinó que el periodo de vigencia de la actual Junta Directiva, será hasta la realización del VI Encuentro.
- Luego de un amplio debate respecto al trabajo presentado por el consultor contratado para facilitar el evento, se aprobó por votación democrática la conformación de dos comisiones para dar continuidad a la propuesta:
 - Planificación: Integrada por Adolfo Fasanando Pinchi (Tarapoto), Alejandro Coronado Reyes (Huanta), Ricardo Guerrero Febres (Tingo María) y Ketty Vela Ruiz (Tocache), quienes en el plazo de un mes presentarán los resultados de su trabajo.
 - Sostenibilidad: Integrada por Roberto Gonzáles Flores (Aguaytía), Olga Durand Ramírez (Tingo María), Hugo Arévalo Garazatúa (Tarapoto), Cesar Flores (Huanta) y Ranforte Lozano Panduro (Aucayacu), quienes en el plazo de tres meses presentarán los resultados de su trabajo.
- Se continuará estudiando la propuesta presentada por el consultor, respecto a la revisión de la misión, visión, objetivos y planes estratégicos de la Red, que probablemente implicaría el cambio de nombre de la Red.
- Se realizará la revisión de los Estatutos, una vez concluido el trabajo de las dos comisiones que se mencionan líneas arriba. Esta revisión se hará en cada una de las Redes.
- Se continuará gestionando la firma de un convenio con la Universidad Alas Peruanas u otras instituciones académicas del país, para lograr la profesionalización de los integrantes de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía.
- Ampliar las alianzas estratégicas con otras instituciones para seguir fortaleciendo el trabajo de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía.
- Reconocer el apoyo de instituciones como: USAID, DEVIDA, PDA, Gobierno Regional de San Martín, Municipalidad Provincial de Mariscal Cáceres, DIRCETUR, por haber contribuido en la

realización del V Encuentro de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía.

- Reconocer el aporte de los expositores del V Encuentro, por la alta calidad demostrada en los temas que fueron disertados.
- Finalmente se eligió a la ciudad de Pucallpa, como sede del VI Encuentro, recayendo la organización de la misma en la Red de Pucallpa, con el apoyo de la Red de Aguaytía.

IV. A MODO DE BALANCE Y DASAFÍOS FUTUROS

La Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía no surgió por un mero experimento comunicacional. Fue más bien una respuesta estratégica frente a un problema de comunicación para el desarrollo que vivían en ese entonces los valles cocaleros donde gobernaba la impunidad, la violencia y el estado de zozobra impuesto por el narcotráfico y los remanentes terroristas.

Ciertamente, la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, fue planteada como una respuesta estratégica en un escenario en que las redes del narcotráfico, los remanentes terroristas y los gremios cocaleros tenían prácticamente “controlados” los territorios de los valles cocaleros. Parte de ese control y una trinchera muy importante constituía, sin lugar a dudas, la esfera de la opinión pública.

En aquel entonces, todo aquello que estuviera relacionado con el desarrollo, el Estado, la cooperación internacional, las ONGs y la empresa privada en los valles cocaleros estaba frontalmente vetado y censurado por las poblaciones locales inmersas en la economía de la coca. Con honrosas excepciones, diariamente, los medios de comunicación locales enfilaban sus discursos en contra de cualquier iniciativa a favor del desarrollo y la opción por una vida lícita. Este contexto propició que desde DEVIDA se pensara en una estrategia de comunicación que respondiera a esta demanda social. Inicialmente se respondió a la coyuntura a través del uso de recursos periodísticos inmediatos. Sin embargo, siempre resultaba insuficiente actuar reactivamente ante un problema que era más complejo y que merecía abordarse de manera

estratégica, proactiva, propositiva y sostenible en el tiempo, pues, lo que estaba en disputa no era quién aprovechaba mejor los espacios de los medios de comunicación para “gritar más fuerte”, sino como contribuir a generar una opinión pública favorable que permitiera construir procesos de desarrollo viables y sostenibles en el mediano y largo plazo.

En ese sentido, la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, representa un esfuerzo por enfrentar estratégicamente un problema de comunicación que, a todas luces, no se reducía a una “guerra informativa” a través de los medios de comunicación. En realidad, la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, fue una experiencia de movilización social que, desde el enfoque de comunicación para el cambio de comportamientos colectivos y de comunicación para el desarrollo, permitió cambiar el clima de opinión pública y la lógica de interacción de los actores sociales en los valles cocaleros.

Resultó clave construir una alianza estratégica con los periodistas locales basada en el desarrollo de capacidades y comprometerlos en el ejercicio de un periodismo cimentado en los principios de la responsabilidad social y la libertad plena para ejercer la crítica constructiva y propositiva. Mediante el desarrollo de capacidades los periodistas locales no solo tomaron conciencia de la importancia de vivir lícitamente, sino también de la necesidad de promover el desarrollo de la Amazonia que permitiera mejorar las condiciones de vida de las poblaciones de los valles cocaleros. Esta claridad respecto al desarrollo amazónico se vio reflejada prontamente en los mensajes que los periodistas de las Redes propalaban a la población a través de sus medios de comunicación, los cuales resultaban esclarecedores ante tantos años de desinformación y engaño que habían impuesto los grupos interesados que controlaban el poder en los valles cocaleros y que, sin lugar a dudas, tenía al narcotráfico actuando bajo las sombras.

Este proceso de esclarecimiento a las poblaciones locales urbanas y rurales de los valles cocaleros fue sistemática y permanente. Cada vez más, las

poblaciones locales estaban mejor informadas y poco a poco han ido incorporándose a la vida lícita a la par que los modelos de desarrollo en las cuencas cocaleras se tornaban como más viables y con resultados más visibles. El modelo de desarrollo basado en las cadenas productivas constituyó una apuesta exitosa al permitir que los agricultores dejaran de cultivar coca y optaran por el modelo de la asociatividad en el que las tierras donde se sembraba coca se convirtieron rápidamente en importantes cultivos de alta rentabilidad en el mercado como el café, cacao, palma aceitera, pijuayo, piña, entre otros, a los que se le ha dado un valor agregado en el proceso de industrialización y búsqueda de mercados (comercialización). Entre las experiencias exitosas de cadenas productivas podemos mencionar los casos de la Cooperativa Agraria Cacaotera (ACOPAGRO) de Juanjuí, la Cooperativa Agraria Cafetalera Oro Verde de Lamas, la Cooperativa Agroindustrial Tocache, la Cooperativa Agroindustrial Naranjillo de Tingo María, Oleaginosas Amazónicas (OLAMSA) de Pucallpa, la Planta Extractora de Palma Aceitera del Pongo de Caynarachi, la Cooperativa Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de Cusco (COCLA), La Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras de los Valles de Sandía (CECOVASA), la Cooperativa Agraria Cafetalera “La Divisoria” del Padre Abad, la Cooperativa Agraria Cafetalera Valle del Río Apurímac (CACVRA), entre otras.

1. LOGROS DE LAS REDES

Este esfuerzo desde la comunicación ha permitido movilizar y cambiar comportamientos a nivel de los periodistas, pero también a nivel de la población de los valles cocaleros. Generó una suerte de cruzada regional en favor del desarrollo y le disputó el espacio público a los grupos que se mostraban contrarios a estas iniciativas de desarrollo, entre ellos, los gremios cocaleros, cuyos argumentos no solo fueron rebatidos, sino que junto a ello, ingresaron a uno franco proceso de desarticulación y contradicción de sus relatos.

Resultó clave que los periodistas tomaran conciencia acerca de la necesidad de impulsar procesos de desarrollo de la Amazonía donde

ellos fueran los protagonistas; se mejoró cualitativamente la información que se dirigía a la población para la toma de sus decisiones como consecuencia de prácticas periodísticas profesionalizadas y sistemáticas; se evidenciaron actuaciones orientadas por una eficiente deontología profesional; las agendas e iniciativas periodísticas se articularon mejor a las demandas reales de la población y se retroalimentaron con los planes de desarrollo local y regional.

Como parte del compromiso y de la responsabilidad compartida, por iniciativa propia y con sus propios recursos, las Redes de Comunicadores han realizado varias campañas periodísticas desde sus respectivos medios de comunicación, pero también han impulsado importantes campañas publicitarias en los espacios que ellos manejaban, logrando además que otras radioemisoras se sumaran voluntariamente a esta cruzada regional. La Red de Comunicadores de la Región San Martín (Tocache, Juanjuí y Tarapoto) realizó dos campañas, cada una de ellas de 4 meses de duración. La primera campaña abordó el tema de la deforestación, difundiendo más de 12,600 avisos publicitarios, 2,000 afiches y una serie de entrevistas y debates sobre el tema de la campaña. La segunda campaña trató el tema de la contaminación de aguas y difundió un número similar de avisos y materiales que se utilizaron en la primera campaña.

La Red de Comunicadores de la Región Ucayali (Pucallpa y Aguaytía) realizó una campaña de 4 meses de duración, sobre el tema de la deforestación y contaminación de aguas, difundiendo más de 8,000 avisos publicitarios, 2,000 afiches y una serie de entrevistas y debates sobre el tema de la campaña. La Red de Comunicadores de la Región Huánuco (Tingo María y Aucayacu) ejecutó una campaña de 4 meses de duración sobre el tema de la contaminación de aguas de los ríos Huallaga y Monzón, difundiendo 10,500 avisos publicitarios. La Red de Comunicadores de la Región VRAE-Ayacucho (Huanta, VRAE y

Huamanga) realizó una campaña de 4 meses de duración sobre el tema de la contaminación de aguas en el VRAE, difundiendo 6,500 avisos publicitarios.

Entre muchos otros factores, el éxito de esta estrategia de comunicación se explica principalmente por la concepción con la que se vislumbró la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Resultó clave concebir esta estrategia como una alianza en torno al desarrollo amazónico basado en el desarrollo de capacidades, así como también en el compromiso de ejercer un periodismo responsable, con principios éticos, autónomos e independientes frente a los demás socios. Pero estamos seguros que todo este esfuerzo no hubiese sido posible y no hubiera tenido el impacto que finalmente tuvo, si es que paralelamente no se habría construido un modelo de desarrollo alternativo integral y sostenible, que tuvo entre sus columnas principales la estrategia de asociatividad basada en las cadenas productivas que logró ser realmente viable y sostenible y que en el fondo fueron los productos que realmente “vendió” este proyecto de comunicación para el desarrollo.

Ciertamente, donde mejor se vislumbró esta sinergia o sociedad entre comunicación y desarrollo fue en la región San Martín, donde no solo se ha dicho que se cumplió la meta de “coca cero”, sino que los indicadores de desarrollo han evolucionado favorablemente y que ha conllevado a muchos estudiosos del tema a hablar del “modelo San Martín”. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en su informe "La pobreza en el Perú en el año 2007", muestra cómo la pobreza en el departamento de San Martín disminuyó en 9,8 puntos porcentuales; es decir, de 54,3 en el 2006 a 44,5 en el 2007. Estas cifras fueron refrendadas por el Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad Católica, que establece la disminución del impacto del narcotráfico en su economía de 17,4% para el año 1992 a 1,9% en el 2006.

Sobre el modelo San Martín, Rómulo Pizarro, ex Presidente Ejecutivo de DEVIDA, en un artículo firmado aparecido en el diario El Comercio, señala que:

“San Martín está muy cerca de ser la primera región en liberarse de la actividad del narcotráfico y su producción de drogas, ahora sus productores (ex coccaleros) ven cómo su cacao se transforma en chocolates La Orquídea, su café orgánico y ecológico en café tostado Oro Verde (ganador del Grano de Oro en el 2003), y como su sabroso palmito compite en calidad y precio en cualquier mercado. Los campesinos no solo han visto alejarse la violencia y los riesgos de la relación con el narcotráfico, sino también ven alejarse la pobreza y encuentran por fin un trabajo digno que garantice el futuro de ellos y de sus hijos”⁸¹

2. APROXIMACIONES PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA. SU VINCULACIÓN CON LOS DESAFÍOS DE LA ORGANIZACIÓN

La Red es una organización de comunicadores sociales configurada como un colectivo de personas preocupadas por el destino de sus territorios locales e interesadas en aportar soluciones a problemas que son amazónicos y a la vez nacionales: el narcotráfico, el terrorismo, la anomia, la pobreza, la tala ilegal de bosques, la depredación de los recursos naturales, la degradación de las poblaciones indígenas, el debilitamiento del potencial humano que vive en la Amazonía. En la coincidencia de propósitos y en la voluntad de constituir una entidad articulada para aportar soluciones a los problemas señalados, la Red privilegió sus alianzas estratégicas con quienes trabajaron en la promoción del desarrollo alternativo integral y sostenible, especialmente DEVIDA y USAID.

La Red es una organización representativa de los comunicadores sociales y periodistas de los valles amazónicos del Perú. Se han

⁸¹ PIZARRO, Rómulo. Artículo: Una lucha integral contra las drogas. El modelo San Martín, aparecido en el diario El Comercio del 25 de junio de 2008.

perfilado avances, pero también vacíos y temas de afianzamiento: formación y desarrollo de capacidades; reconocimiento de competencias profesionales; proyección a la comunidad; promoción del desarrollo social y humano, la democracia, la paz y la gobernabilidad; articulación interna, entre otros. Los Encuentros han sido un mecanismo eficiente que ha contribuido a desarrollar la identidad organizativa, la planificación, el análisis de la realidad social y de las situaciones que afectan el crecimiento y consolidación de la Red. Los Encuentros marcan una apreciable continuidad en el proceso de organización y reflexión colectiva.

La continuidad y fortalecimiento de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía se entiende consustancial a su naturaleza autónoma en lo político y financiero, así como también en su perspectiva de aportar al desarrollo de la Amazonía, pues, representa una institucionalidad que responde de manera acertada a las peculiaridades en que se desenvuelve la región amazónica del Perú.

Cualquier estrategia de sostenibilidad de la Red debe tomar en cuenta tres objetivos centrales: i) ayudar a la transición del paradigma de un periodismo de información y denuncia, a formas de comunicación social que privilegian el análisis y la formulación de propuestas para el desarrollo y el cambio social; ii) contribuir al establecimiento de líneas de trabajo permanentes y estrategias destinadas a consolidar su articulación con las necesidades objetivas del mercado regional y el desarrollo integral; y, iii) elaborar las bases de un proyecto que integre progresivamente factores de sostenibilidad técnica, social, política, financiera y jurídica. Estos objetivos no expresan otra cosa que la necesidad de ponerse al servicio de la ciudadanía para incidir en las agendas políticas y mediáticas, locales y regionales.

De estos tres objetivos, sin lugar a dudas, el mayor desafío constituye la sostenibilidad económico-financiera de la Red. El esfuerzo por

dotarse de una representatividad e institucionalidad, aprovechando la oportunidad de la cooperación externa para el desarrollo, ha generado un proceso de centralización acelerado, más compatible con una perspectiva orgánica tradicional que con una concepción de red, en tanto forma superior de organización para el trabajo de equipos colaborativos. La centralización no está necesariamente alineada con el fortalecimiento de las redes locales y ha sido muy dependiente de la asistencia técnica y financiera de socios estratégicos.

Tomando en cuenta que en la zona se apreciaba un fuerte déficit de vínculos homogéneos y suficientemente fuertes con el tejido social de sus territorios de influencia y especialmente con el mercado, el reto fue mayor en términos de encarar el desafío de construir legitimidad social y sostenibilidad financiera en un contexto de restricción de los recursos de cooperación y de readecuación de roles de los actores. En ese sentido, es significativo el apreciar que los logros alcanzados respondieron, entre otras razones, a la voluntad de organización y al compromiso de los comunicadores sociales con los entornos locales donde viven y trabajan.

3. DESAFÍOS A FUTURO

A modo de desafíos de la Red que constituye el objeto del presente estudio, presentamos aquí algunos apuntes programáticos que podrían aportar a repensar la construcción sostenible de redes similares en un el contexto regional, como es en este caso particular, el de la Amazonía:

3.1 Necesidad de unificar criterios y conceptos en torno a la identidad institucional de la Red. Es necesario plantear la discusión sobre la naturaleza de una Red y su carácter institucional sobre el modelo y estructura a adoptar. En ese sentido, es fundamental definir estrategias de articulación entre todos los niveles orgánicos, esto es, a nivel de las Redes locales, las Redes regionales y la Macro Red

Regional. Asimismo, es fundamental revisar la política de alianzas estratégicas con los actores políticos, sociales y de la cooperación, definiendo el rol que le toca cumplir a cada uno de ellos para generar sinergias a favor del desarrollo local y regional.

3.2. Necesidad de precisar lineamientos para la continuidad de la Red. Definiendo los ámbitos de acción tanto políticos, como sociales, a nivel local y regional. Luego del proceso de empoderamiento de la Red, es necesario revisar los principios rectores que nacieron con la conformación de la Red, basados en la responsabilidad social, la transparencia y la autonomía; así como también la plataforma programática para el desarrollo amazónico sobre la cual se deben establecer las alianzas estratégicas y las sinergias con los socios en torno al objetivo común. A nivel interno deben establecerse las líneas de trabajo que permitan fortalecer los niveles organizativos; la planificación del trabajo de las Redes a nivel local, regional y macro regional; así como también los niveles de gestión tanto a nivel del proceso como a nivel de los resultados e impactos deseados. El proceso formativo de los integrantes de la Red no debe detenerse y deberá pensarse en función de los nuevos desafíos que debe enfrentar la Red, de tal manera de desarrollar competencias para mejorar la calidad de la gestión y afrontar exitosamente el reto de seguir trabajando en la responsabilidad social con enfoque empresarial.

3.3. Necesidad de sentar las bases para la sostenibilidad, creando brazos empresariales desde la Red. Los fondos de cooperación son cada vez más escasos y si la Red no logra generar sus propios recursos para continuar trabajando en sus objetivos sociales, corre el peligro de desaparecer. De allí la necesidad de adoptar un modelo de desarrollo social con enfoque empresarial, lo cual pasa por desarrollar proyectos económicos con criterio de viabilidad y bien focalizados en sus objetivos como en sus ámbitos de influencia. En esta perspectiva se debe relanzar la página Web (www.prensaamazonica.com),

pensándola no solo como un proyecto social, sino también como un espacio de generación de recursos económicos a partir de la publicidad que se pueda ofrecer; se deben materializar los proyectos que algunas redes locales tienen como los de la radio interconectada en San Martín, la radio interconectada Huánuco-Ucayali y el semanario de Ayacucho. Esto requiere de nuevos conocimientos y habilidades y de una continuidad formativa de los participantes de las Redes en el plano del marketing y los negocios que permitan articular sus propuestas con las que provienen de las cadenas productivas y de otras iniciativas emprendedoras a nivel de sus respectivas regiones.

3.4. Necesidad de ajustar la visión futura de la Red. Revisando y si fuera necesario replanteando los planes estratégicos de la Red a la luz del nuevo escenario que vive la Amazonía y de los desafíos que de este nuevo escenario tenga que enfrentar la Red. Este ejercicio programático permitirá renovar el sentido de la Red, precisando con claridad la nueva visión, misión y objetivos estratégicos. Este salto cualitativo que de hecho implicará cambios sustantivos, requerirá articular la contingencia, la transición y la continuidad estratégica de la Red a partir de las fortalezas que ésta ha construido en los años de su existencia.

4. CONSTRUYENDO UN MODELO DE RED DE COMUNICADORES PARA EL DESARROLLO

A partir de la experiencia de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, hemos logrado sistematizar una metodología que debe ser validada en futuras intervenciones y bien podría ser útil para construir, en adelante, un modelo de redes de comunicación para el desarrollo. Esta metodología considera necesario, tomar en cuenta básicamente 5 etapas en el proceso:

4.1. Primera etapa: Identificación del problema y diseño del proyecto

En esta primera etapa, es necesario tener claridad, respecto a:

- a) **Identificación del problema:** Por principio, cualquier intervención comunicacional se plantea para atender o responder a un problema de la realidad. Identificar con claridad el problema es una tarea clave para poder focalizar adecuadamente la intervención y pretender resultados positivos. En este caso, el problema de comunicación fue que en las zonas cocaleras existía una opinión pública desfavorable que dificultaba la viabilidad de las propuestas de desarrollo.
- b) **Elaboración del proyecto:** Una vez identificado el problema, es necesario elaborar el proyecto de comunicación para el desarrollo para describir el espíritu del proyecto, precisar los objetivos, la metodología y el proceso a seguir, el presupuesto y el cronograma.
- c) **Elaboración de la estrategia:** Luego de elaborar el proyecto se debe diseñar la estrategia de intervención, es decir, definir los lineamientos y las rutas que deben seguirse para garantizar una exitosa implementación del proyecto.

4.2. Segunda etapa: Respaldo político institucional

En este segundo momento y con el proyecto diseñado, es necesario vender interna y externamente el proyecto para lograr el respaldo político institucional:

- a) **Marketing interno:** El proyecto debe ser presentado y fundamentado al más alto nivel de la organización, de tal manera que las autoridades y decisores políticos lo comprendan y lo respalden. Es absolutamente claro que sin voluntad política es imposible llevar a cabo un proyecto de esta naturaleza.
- b) **Marketing externo:** Cuando se trata de organizaciones que

manejan programas de desarrollo y establecen vínculos multisectoriales con otras entidades públicas, el sector empresarial y con organismos de cooperación internacional, es necesario que el proyecto también sea presentado y asumido por esta red de aliados, quienes deberán comprometerse y sumar esfuerzos para el éxito del proyecto. En programas auspiciados por la cooperación internacional es clave este momento para lograr asegurar y posicionar la importancia del proyecto y, junto a ello, el financiamiento del mismo, sin el cual será imposible su puesta en práctica.

4.3. Tercera etapa: Desarrollo de la intervención

En este tercer momento y con los compromisos claros que avalan el proyecto, se debe proceder a su implementación:

- a) **Elaboración del plan operativo:** Antes de iniciar las actividades de implementación del proyecto es necesario contar con un plan operativo detallado de las actividades y sub actividades y los resultados de proceso, acorde con los tiempos previstos en el cronograma de trabajo.
- b) **Ejecución del proyecto:** Con el proyecto aprobado, con el respaldo político institucional manifestado y con el plan operativo delineado debe iniciarse la ejecución de las actividades. Como hemos señalado, para esta experiencia se contempló la realización de tres talleres donde los actores debían reconocerse como interlocutores válidos para el diálogo, encontrar los puntos de coincidencia en la propuesta y manifestar su voluntad de trabajar juntos en torno a un objetivo común. La convocatoria del público objetivo debe realizarse de manera abierta ya que el propio proceso se encargará de seleccionar a los más interesados, quienes serán los que hagan suyo el proyecto y se comprometan a sacarlo adelante. Este es un proceso muy dinámico y de mucho

debate y diálogo sincero, pues se trata de construir la confianza y de ponerse de acuerdo en torno a los puntos básicos de encuentro del proyecto.

- c) Conformación de las Redes:** Una vez que los actores se han puesto de acuerdo en los puntos básicos del proyecto y han manifestado su interés de participar en este proceso se debe proceder con la elaboración del plan estratégico (visión, misión y objetivos estratégicos), con lo cual se da nacimiento a la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía.

4.4. Cuarta etapa: Legitimación pública

Este momento es de singular importancia, pues, la organización naciente requiere ser reconocida, legitimada y ganarse un espacio como un nuevo actor social del desarrollo local y regional. Si bien es un acto simbólico, es una instancia clave en el proceso de empoderamiento de la organización, por ello es de singular importancia que en el acto de lanzamiento público de la organización participen las contrapartes; las autoridades políticas, religiosas y militares de la región; y, los medios de comunicación, cuya cobertura sellará la “presentación en sociedad” de la organización naciente.

4.5. Quinta etapa: Sostenibilidad

Esta etapa es muy importante, pues tiene que ver con las perspectivas futuras de la organización, y, más precisamente, con el cumplimiento de los compromisos de cada una de las contrapartes. Este es el momento en que debe asegurarse el financiamiento que permitirá ejecutar las actividades comprometidas por parte de las entidades auspiciadoras y facilitadoras del proyecto, pero, igualmente, es la hora en que la nueva organización empieza a articularse orgánicamente para delinear sus planes de trabajo y ejecutar las actividades. Finalmente, debe reforzarse el proceso de empoderamiento de la organización naciente, contar con iniciativas programáticas para el

desarrollo local y tener la suficiente claridad para reinventarse periódicamente, definiendo con precisión el norte estratégico que debe seguir para responder exitosamente a las diferentes coyunturas y desafíos que suponen los cambios políticos, económicos y sociales del país y de la región amazónica.



Conclusiones

Primera conclusión: Es importante destacar cómo una experiencia de comunicación para el desarrollo ha sido posible realizarla desde el Estado, ya que, por lo general, las autoridades políticas que dirigen las entidades públicas no respaldan propuestas estratégicas de comunicación que apuntan a procesos y objetivos de mediano y largo plazo. Generalmente, desde las instituciones o instancias estatales, la comunicación está relegada a su dimensión instrumental o “inmediatista”, obviando el carácter estratégico de la comunicación en tanto activador de procesos de desarrollo que rompan con el pragmatismo, el participacionismo y la instrumentalización comunicacional. Las experiencias de proyectos en el sector salud auspiciadas por agencias de cooperación internacional son, tal vez, las de mayor riqueza por el esfuerzo que se hace para actuar con un enfoque estratégico desde la comunicación.

Segunda conclusión: El proyecto de Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía constituyó una respuesta estratégica a un problema de comunicación que desde una mirada instrumental e inmediatista se hubiese limitado a disputar el espacio público desatando una “guerra informativa” de corto plazo. Cabe resaltar aquí el rol del profesional de la comunicación para el desarrollo para diagnosticar el problema, calibrarlo en su exacta dimensión y plantear y negociar alternativas viables, sostenibles y empoderadas que permitan construir un escenario de opinión pública favorable a los procesos de desarrollo que se venían impulsando en las áreas de influencia de las zonas cocaleras. Es importante destacar, en este caso, la importancia de conectar los proyectos o estrategias de comunicación para el desarrollo con las lógicas culturales y políticas desde las cuales se piensa y se estructuran las apuestas de cambio en lo local.

Tercera conclusión: El proyecto de Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía fue el resultado de la concertación de voluntades y compromisos de parte del Estado, la cooperación internacional y la sociedad civil organizada, en torno a un objetivo común: el desarrollo alternativo integral y sostenible como modelo y estrategia de lucha contra las drogas. Este aspecto es relevante en tanto que, tal como señalamos líneas arriba, el diálogo y la concertación son requisitos indispensables para toda propuesta de desarrollo. Como diría Lechner, la concertación de voluntades contribuye precisamente, a mejorar las ideas y las propuestas que posibiliten los entendimientos y acuerdos en beneficio de los intereses sociales, ya sean de carácter nacional, regional o local. Además, aquí es interesante resaltar que los procesos de diálogo y negociación están muy mediatizados. En este contexto, ha sido sumamente relevante el papel mediador de los comunicadores locales dentro de la estrategia de legitimación de la propuesta del desarrollo alternativo, en el marco de la lucha contra las drogas.

Cuarta conclusión: La viabilidad del proyecto de Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía fue posible gracias al enfoque de desarrollo de capacidades del desarrollo humano. Nada es más valorado que la posibilidad de empoderarse en conocimientos y habilidades que permite a las personas y a las organizaciones resolver sus problemas, desempeñar funciones y tomar decisiones orientadas a mejorar su calidad de vida. Es interesante resaltar que los propios comunicadores reconocieron o valoraron sus capacidades políticas en el proceso de intervención en el marco de una estrategia más amplia por el cambio social. Normalmente, los periodistas en este contexto regional se perciben como informadores de la realidad. Este proyecto, les permitió reconocer su aporte a una apuesta de desarrollo en el que pudieron asumir su rol en interacción con otros actores.

Quinta conclusión: La viabilidad del proyecto de Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía fue posible gracias a que tuvo como soporte una propuesta exitosa de desarrollo alternativo integral y sostenible que tuvo entre sus columnas a una fundamental que se basó en las cadenas productivas que, en realidad, le dotó de consistencia a la estrategia comunicacional. La lección aprendida y ratificada en esta experiencia es que no basta la estrategia y la creatividad de la comunicación, si es que no hay detrás un producto de calidad que lo refrende o un proyecto técnico y político que haga posible la activación de los actores de la comunicación.

Sexta conclusión: Queda claro que el aporte de la comunicación para el desarrollo consiste en la construcción de confianzas, voluntades y compromisos para el desarrollo (empoderamiento). En este caso, el proyecto de Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía contribuyó a que la población de las zonas cocaleras estén mejor informadas y más sensibilizadas acerca de la necesidad de optar por la vida lícita y el desarrollo. Este aspecto es importante sobre todo si tomamos en cuenta que la estrategia de comunicación, objeto del análisis de la presente investigación, se implementó en un contexto en el que las desconfianzas, confrontaciones y desequilibrios en la construcción del poder son elementos que marcan cotidianamente la acción ciudadana. Aquí, la comunicación se constituye en factor de mediación para construir puentes de confianza y espacios para la negociación de cara a la construcción del proyecto ciudadano inclusivo.

Séptima conclusión: La experiencia del proyecto de Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía confirma que los procesos de comunicación están atravesados por un conjunto de tramas tecnológicas, económicas, sociales y políticas que les dotan o cargan de sentido, pero que en realidad constituyen un gran desafío para los comunicadores el lograr entenderlos, enfrentarlos y dar cuenta de sus

resultados. Por ello, la implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo deben hacerse a partir de asumir no solo una comprensión actualizada del contexto social en el que debe operarse, sino también tomando en cuenta la necesidad de construir procesos abiertos a la interdisciplinariedad.



ARMAS Castañeda, Segundo. Imaginándonos el futuro, la comunicación como estrategia para el desarrollo. Ed. ILLA, Lima, 1995.

ARMAS Castañeda, Segundo. El aporte de la comunicación en la construcción de gobernabilidad. En revista virtual Construyendo Nuestra Interculturalidad. Lima, 2006.

ARMAS Castañeda, Segundo. Apuntes para sustentar un enfoque de comunicación integral en los organismos públicos. Revista Comunifé N° 3. Lima, 2003.

BALANDIER, Georges. El Poder en Escena. De la representación del poder al poder de la representación. Editorial Paidós Studio. Barcelona, 1999.

BANCO MUNDIAL. Informe Anual 2010.

BAUMAN, Zygmunt. La modernidad líquida. Editorial Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires, 1999.

BERMAN, Marshall. Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad. Siglo Veintiuno Editores, España, 1991.

BOBBIO, Norberto. Liberalismo y democracia. Fondo de Cultura Económica, México, 1989.

CABALLERO-VERZOSA, Cecilia. Comunicación estratégica para proyectos de desarrollo. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial, Washington, 1999.

CASTELLS, Manuel. La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. I La Sociedad Red. Siglo XXI Editores, México, 1999.

CASTELLS, Manuel. La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. II El Poder de la Identidad. Siglo XXI Editores, México, 1999.

CASTELLS, Manuel. La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. III Fin de Milenio. Alianza Editorial, México, 1998.

COLOMBO, Furio. *Televisión: La realidad como espectáculo*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1976.

COSTA BONINO, Luis. *Manual de marketing político*. Editorial Fin de Siglo. Montevideo, 1994.

COTLER, Julio (compilador). *Para afirmar la democracia*. IEP, Lima, 1987.

DEBORD, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Ed. Gallimard, Paris, 1967.

DRUCKER, Peter. *La sociedad postcapitalista*. Editorial Norma, Bogotá, 1993.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). *Comunicación de desarrollo sostenible*. Roma, 2007.

GARCIA Canclini, Néstor. *Las culturas populares en el capitalismo*. Editorial Casa de las Américas, Cuba, 1982.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Cultura y sociedad: Una introducción*. En cuadernos de información y divulgación para maestros bilingües, D.G. de Educación Indígena. México, 1984.

GIUSTI, Miguel y MERINO, María Isabel/edts. *Ciudadanos en la sociedad de la información*. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 1999.

GUMUCIO, Alfonso y TUFTE, Thomas (Compiladores). *Antología de la comunicación para el cambio social, lecturas históricas y contemporáneas*. Edición del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social. Plural Editores, La Paz, 2008.

HILDEBRANDT, César. Artículo "Trece años, treinta mil muertos", aparecido en la revista IDEELE N° 59-60. Lima, 1993.

LECHNER, Norbert. *Los patios interiores de la democracia*. FLACSO, Chile, 1988.

LIPOVETSKY, Gilles. *La Era Del Vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Editorial Anagrama. Barcelona, 2003.

LOPEZ Veneroni, Felipe Neri. Elementos para una crítica de la Ciencia de la Comunicación. Editorial Trillas, México, 1989.

MANRIQUE, Nelson. La sociedad virtual y otros ensayos. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 1997.

MARTIN Algarra, Manuel. La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz. Editorial EUNSA, Madrid, 1993.

MARTIN-BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Editorial G.Gili, México, 1987.

MARTIN-BARBERO, Jesús. El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación. Artículo aparecido en la Revista Nueva Sociedad N° 161 de la Universidad del Valle, Cali.

MARTÍN BARBERO, Jesús. Procesos de comunicación y matrices de cultura: itinerario para salir de la razón dualista. Editorial Gustavo Gili, México, 1987.

MOZÓN, Cándido. Manifestación y medida de la opinión pública. En: Opinión pública y comunicación política. EUDEMA, Madrid, 1990.

MUÑOZ-ALONSO, Alejandro y otros. Opinión pública y comunicación política. EUDEMA, Madrid, 1990.

OROZCO, Guillermo. Mapa para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva. Ensayo aparecido en INTERCOM, Revista Brasileira de Comunicación. Sao Paulo, 1991.

ORTIZ, Renato. Notas sobre la problemática de la globalización en las sociedades. En revista Diálogos de la Comunicación N° 41 de Felafacs. Lima, 1995.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Informe Regional sobre Desarrollo Humano para América Latina y el Caribe 2010.

REATEGUI Sánchez, Rubén. Propuesta de lineamientos de trabajo para la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Documento de trabajo, Lima, 2009.

SÁNCHEZ DE LA YNCRA, Ignacio. Interdependencia y Comunicación. Notas para leer a G.H. Mead. Madrid, fotocopia s/f.

SARTORI, Giovanni. Teoría de la democracia. Editorial Alianza, Madrid, 1998.

SCHUTZ, Alfred. Reflections on the Problem of the Relevance. Editorial de la Universidad de Yale, Estados Unidos, 1970.

SEN, Amartya. Desarrollo y libertad. Editorial Planeta, Barcelona, 2000.

SUNKEL, Osvaldo (compilador). El desarrollo desde dentro, un enfoque neoestructuralista para la América Latina. Fondo de Cultura Económica, México, 1991.

The Communication Initiative, Food and Agriculture Organization of the United Nations, The World Bank. World Congress on Communication for Development: lessons, challenges, and the way forward. Rome, 2006.

TOFFLER, Alvin. La tercera ola. Ediciones Nacionales del Círculo de Lectores, Bogotá, 1981.

USAID / DEVIDA. Diagnóstico comunicativo de los valles cocaleros. Lima, 2005.

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Modelo de convenio de gestión de comodato

Anexo 2. Bases del concurso periodístico “Pocho Apéstegui”

Anexo 3. Programa del I Encuentro Regional de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Pucallpa, 26 y 27 de Enero 2004

Anexo 4. Programa del II Encuentro Regional de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Tarapoto, 20, 21 y 22 de Octubre 2004

Anexo 5. Organigrama de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía

Anexo 6. Programa del III Encuentro Regional de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Huamanga, 12 y 13 de Octubre 2005

Anexo 7. Programa del IV Encuentro Regional de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Tingo María, 12 y 13 de Octubre 2006

Anexo 8. Estatutos de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía

Anexo 9. Programa del V Encuentro Regional de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Juanjuí, 23, 24 y 25 de Abril 2008.

MODELO DE CONVENIO DE GESTIÓN DE COMODATO

Conste por el presente documento, el Convenio de Comodato que celebran, de una parte la COMISION NACIONAL PARA EL DESARROLLO Y VIDA SIN DROGAS-DEVIDA, Organismo Público Descentralizado del Sector Presidencia del Consejo de Ministros, identificada con Registro Único de Contribuyentes N°....., con domicilio en la Av. A. Benavides 2199-B, distrito de Miraflores, provincia y departamento de Lima, debidamente representada por su Gerente General, Sr. Gustavo Ascacíbar Noblecilla, identificado con DNI N°....., a quien en adelante se le denominará “DEVIDA”, y de la otra parte, la MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE.....con domicilio en la Av....., provincia.....departamento...debidamente representada por su Alcalde, Sr....., identificado con DNI N°....., a quien en adelante se le denominará “LA MUNICIPALIDAD”.

El convenio se celebra en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO

DEVIDA es el organismo rector del Estado encargado del diseño, coordinación, implementación y evaluación de la Estrategia Nacional de Lucha contra las Drogas en el Perú, responsable del Programa de Desarrollo Alternativo en los valles cocaleros de la Amazonía orientado a generar una economía lícita y sostenible en las zonas de intervención donde trabaja, alternativa a la economía impuesta por el narcotráfico que promueve el cultivo de coca destinado a la producción de drogas.

Por su parte, LA MUNICIPALIDAD es el órgano del gobierno local, que goza de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia. Los gobiernos locales son entidades básicas de la organización territorial del Estado y cauces inmediatos de participación vecinal en los asuntos públicos, que institucionalizan y gestionan con autonomía los intereses propios de las correspondientes colectividades.

SEGUNDO

Por el presente instrumento legal y en el marco de la ejecución del Programa de Desarrollo Alternativo y del Proyecto Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, DEVIDA conviene en entregar a la MUNICIPALIDAD, en calidad de comodato y con carácter gratuito XX (XX) equipos de cómputo con un sistema de información instalado (portal web) para uso exclusivo del mismo por parte de los periodistas, integrantes de la Red Zonal de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía.

El objetivo es fortalecer las capacidades de comunicación e información de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, facilitándoles el acceso a las tecnologías de información modernas, que les permitan mejorar la calidad de la información periodística en beneficio de la población amazónica y del país.

Los equipos materia del presente contrato, tienen las características y especificaciones técnicas, detalladas en el Anexo A, el que sirve como comprobante de recepción y que forma parte integral de este Convenio.

Para cada una de las computadoras instaladas, DEVIDA hará entrega a la unidad responsable de los equipos de las licencias de uso del software necesario para el uso de los periodistas locales miembros de la red zonal. Asimismo, capacitará al personal que utilizará el equipo en el acceso y gestión del sistema de información y entregará material didáctico necesario para el uso del programa.

TERCERO

El plazo de duración del presente convenio de cooperación institucional, en la modalidad de comodato, es de dos (02) años, contados a partir de la fecha de firma del mismo por las contrapartes. No obstante, el plazo señalado podrá ser extendido de común acuerdo entre las partes, para cuyo efecto podrá suscribirse un nuevo convenio, addenda o cláusula adicional que indique el período de prórroga, y de ser el caso, las nuevas condiciones del comodato. Al término del período indicado, los equipos de cómputo descritos arriba, pasarán a propiedad de LA MUNICIPALIDAD.

CUARTO

Como consecuencia de la ejecución del presente Convenio, los equipos de cómputo descritos en la Cláusula Segunda, serán instalados en un ambiente físico indicado por LA MUNICIPALIDAD, la misma que designará a la unidad responsable del cuidado y conservación de los equipos y de la administración del servicio exclusivo para los periodistas integrantes de la Red.

QUINTO

LA MUNICIPALIDAD asume frente a DEVIDA los siguientes compromisos:

- a) Disponer un ambiente físico adecuado en su local institucional para instalar los equipos de cómputo entregados en comodato.
- b) Designar el área o persona responsable de la custodia y conservación de los equipos y de la administración del servicio a los beneficiarios, para lo cual establecerá un horario, turnos y condiciones de uso, en coordinación con los integrantes de la Red de Comunicadores de la zona. Se deja constancia que LA MUNICIPALIDAD es responsable por la pérdida o daño del bien. Sin embargo, en caso de desperfectos de los equipos de cómputo durante el horario de servicio y uso por parte de los beneficiarios, el costo de la reparación o mantenimiento necesario será asumido por la Red de Comunicadores de la Zona.
- c) Se encargará de asegurar que la Red Zonal de Comunicadores para el Desarrollo de la Amazonía asuma los gastos ordinarios para la prestación del servicio como energía eléctrica y limpieza y conservación del ambiente dispuesto para los equipos de cómputo.
- d) Asegurar el uso exclusivo de los equipos de cómputo por parte de los beneficiarios, así como el buen uso de los mismos para el sistema de información.
- e) Se encargará de promover que la Red Zonal de Comunicadores para el Desarrollo de la Amazonía asegure el acceso a una línea telefónica que permita la conexión de los equipos de cómputo a internet y cubrir los costos de instalación del acceso a internet y los correspondientes pagos mensuales, de darse el caso.
- f) Informar a DEVIDA respecto al estado de conservación de los equipos y prestación del servicio a los beneficiarios a solicitud de parte, así como de cualquier cambio de ambiente físico para los equipos de cómputo y conexiones realizadas vinculadas al servicio.
- g) Brindar las condiciones de funcionamiento y servicio apropiadas para el uso de los equipos, con la infraestructura y equipos necesarios para protegerlos de las variaciones del suministro eléctrico que no sean cubiertas por el estabilizador provisto, las condiciones extremas de calor y humedad, y el exceso de polvo.

h) Cumplir con las demás condiciones estipuladas en el presente Convenio.

SEXTO

El presente Convenio podrá ser resuelto por voluntad unilateral de cualquiera de las partes firmantes antes de su vencimiento, bastando para ello que la parte interesada curse una comunicación escrita a la otra parte con una anticipación mínima de 10 (diez) días a la fecha prevista para la resolución. Queda señalado, que de rescindirse el presente convenio, los equipos de cómputo entregados en comodato deberán ser devueltos con todos sus accesorios y en buen estado de funcionamiento y conservación a DEVIDA.

SETIMO

LA MUNICIPALIDAD declara recibir los equipos de cómputo en perfectas condiciones de funcionamiento y conservación, comprometiéndose a mantenerlos en las mismas condiciones, sin más deterioro que el proveniente del servicio prestado a los beneficiarios.

En señal de conformidad y fe, ambas partes suscriben el presente instrumento en la ciudad de XXXXXXX, el díade del año 2,004.

.....
DEVIDA
GERENTE GENERAL

.....
MUNICIPALIDAD
ALCALDE

.....
REPRESENTANTE RED DE COMUNICADORES
PARA EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA

BASES DEL CONCURSO PERIODÍSTICO
“POCHO APÉSTEGUI”**OBJETIVO**

Este concurso es convocado por la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA) y tiene como propósito incentivar y reconocer la labor informativa de los periodistas de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía que aporte a los procesos de desarrollo económico y social, en las zonas de intervención del PDA.

REQUISITOS**A. De los trabajos**

1. Podrán concursar artículos o programas informativos sobre los siguientes **temas**:
 - Desarrollo Alternativo de las zonas de intervención del PDA
 - Cuidado del Medio Ambiente en las cuencas cocaleras y Promoción del Ecoturismo
 - Prevención del Consumo de Drogas y Rehabilitación del Drogodependiente
 - Interdicción, Lavado de Dinero y Delitos Conexos
2. Los trabajos pueden ser presentados como informes especiales, reportajes, artículos de opinión y otros formatos periodísticos.
3. **Categorías** del concurso son:
 - Prensa escrita (diarios o revistas)
 - Portal Web (Internet)
 - Radio
 - Televisión
4. Los trabajos deben haberse publicado o difundido a través de diarios, periódicos, revistas, radioemisoras, televisoras y páginas Web locales, regionales, nacionales o extranjeros, entre el 1° de Octubre del 2,003 y el 31 de Agosto del 2,004.
5. Los trabajos cuyo contenido atente contra la moral o la imagen de personas, empresas o instituciones serán descalificados.
6. Por concursante, solo se admitirá un máximo de un trabajo por cada **categoría** y **tema**. Los trabajos presentados que excedan ese número quedarán descalificados.
7. La extensión de los trabajos correspondientes a prensa escrita y páginas Web no deberán exceder las dos mil quinientas palabras cada uno.
8. La duración de los trabajos de radio y televisión no deberá ser mayor a sesenta minutos cada uno.

9. Los trabajos presentados no deben haber participado en ningún otro concurso periodístico. De ser ése el caso, quedarán descalificados.

B. De los participantes

1. La participación en el concurso periodístico puede ser individual o grupal, con un máximo de 2 personas por equipo.
2. Los participantes deberán ser miembros de la Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía y ser peruanos de nacimiento.
3. No podrán concursar los periodistas o comunicadores que tengan un vínculo laboral permanente con la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA) o con algún organismo ejecutor del PDA.

PRESENTACION

1. Los trabajos se presentarán en sobre cerrado, indicando el nombre completo del autor y la referencia al Concurso Periodístico, en la parte externa. En el interior se colocarán los siguientes documentos:

- Una hoja con el nombre, dirección, teléfono y correo electrónico del participante y la categoría a la que concursa.
- Una ficha técnica de cada trabajo presentado, señalando el tema abordado, su extensión o duración, la fecha y el medio de comunicación por el que se publicó o difundió. Si es una página Web, consignar la dirección.
- Documento que certifique la publicación o difusión del trabajo, emitida por el medio de comunicación respectivo.
- Fotocopia del Documento Nacional de Identidad.

2. De los trabajos difundidos en prensa escrita y páginas Web deberá presentarse diez originales o fotocopias de la publicación.

3. De los trabajos difundidos en radio y televisión deberá enviarse diez casete de audio o video, en formato VHS o Súper VHS, indicando el nombre del medio radial o televisivo.

4. Los trabajos escritos o grabados en alguna lengua nativa, deberán presentarse con su respectiva traducción al español.

5. La recepción de los trabajos se efectuará en la sede central de DEVIDA, Av. A. Benavides 2199-B, Miraflores o en las Oficinas Desconcentradas de DEVIDA, ubicadas en Aguaytía, Alto Huallaga, San Martín, San Francisco VRAE, La Merced, Quillabamba y San Juan del Oro, de lunes a viernes en horarios de oficina.

6. La presentación de los trabajos se realizará entre el 1 y el 15 de Setiembre del 2,004. La selección de los trabajos se realizará entre el 16 y el 30 de Setiembre del 2,004. La premiación se realizará la 2ª semana de Octubre del 2,004 en lugar y hora que se comunicará oportunamente.

EVALUACIÓN Y PREMIACIÓN

1. El jurado estará integrado por doce miembros: Un periodista de prensa escrita, un periodista de radio, un periodista de televisión, tres decanos de facultades de Ciencias de la

Comunicación (de provincias y de Lima), un especialista en medio ambiente, un especialista en desarrollo alternativo y un especialista en prevención del consumo y un miembro de DEVIDA, USAID y Chemonics.

2. Se otorgará un gran premio al mejor trabajo seleccionado entre los ganadores de cada categoría con una Computadora personal portátil.
3. Se otorgará un primer premio consistente en una pluma de oro para cada categoría, pudiéndose declarar desierta la categoría.
4. Se otorgará un segundo premio consistente en una pluma de plata para cada categoría, pudiéndose declarar desierto el premio.
5. Se otorgará un tercer premio consistente en una pluma de bronce para cada categoría, pudiéndose declarar desierto el premio.
7. Se otorgarán diplomas a los demás participantes clasificados para cada categoría y tema presentados, pudiéndose declarar desierta la categoría.
6. Se otorgarán certificados de participación a todos los demás concursantes.
7. El jurado resolverá cualquier situación que no estuviese contemplada en estas bases.
8. El fallo del jurado es inapelable.
9. DEVIDA se reserva el derecho de difundir los trabajos ganadores.
10. Los trabajos que no hayan resultado premiados podrán ser recogidos a partir del 4 al 29 de Octubre del 2,004. Vencido este plazo los trabajos serán destruidos.

Lima, agosto del 2004

Anexo 3

I ENCUENTRO REGIONAL RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA PUCALLPA, 26 y 27 ENERO 2004

HORA	OBJETIVO Y ACTIVIDAD	METODOLOGÍA
LUNES 26 ENERO		
8 a 8.30 a.m.	Inscripción de participantes	<ul style="list-style-type: none"> Recepción e inscripción
8.30 a 8.40 a.m.	Palabras de bienvenida	<ul style="list-style-type: none"> Bienvenida a cargo de integrante de la comisión central conformada para la organización del evento.
8.40 a 8.50 a.m.	Palabras de introducción	<ul style="list-style-type: none"> Representante de DEVIDA que ubica la importancia de la comunicación en el marco del desarrollo de la Amazonía y un resumen de las acciones realizadas hasta el momento.
8.50 a 9 a.m.	Presentación de los objetivos del Encuentro y el programa de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Presentación en power point
9 a 10.45 a.m.	<p>Taller 1: Realizar un balance - evaluación de las redes de comunicación local para ubicar perspectivas de fortalecimiento.</p> <p><u>Tema 1:</u> Logros, problemas y perspectivas</p>	<ul style="list-style-type: none"> Explicación de los ejes priorizados para el balance: <ol style="list-style-type: none"> Cambios en el enfoque de desarrollo : relación público, producción informativa, especialización organización y funcionamiento de la red articulación con otros actores y alianzas establecidas. Trabajo en grupo: Se organizan por red y elaboran un informe sobre los avances, problemas, perspectivas y condiciones necesarias para garantizar su viabilidad y sostenibilidad. Plenaria: el facilitador solicita oralmente los reportes y los organiza en una matriz para ubicar tendencias.
10.45 a 11 a.m.	Refrigerio	
11 a.m. a 12.40 p.m.	<p>Taller 2: Diseñar la visión, misión, objetivos estratégicos y plan operativos de la Red Regional</p> <p><u>Tema 1:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Oportunidades y amenazas a nivel regional para el trabajo de la red. Fortalezas y debilidades comunes Formulación Visión y 	<p>Trabajo en grupos: Se dividen en cuatro grupos mixtos. Cada uno asume un ítem del FODA.</p> <p>Plenaria: cada grupo expone al facilitador y este organiza la matriz general regional, reflexionando sobre las condiciones en que se dará el trabajo de la red.</p> <ul style="list-style-type: none"> En plenaria el facilitador solicita a los participantes, a partir de las visiones y misiones elaboradas por las redes, elaborar una visión y misión que las sistematice y se constituya en la visión y misión regional.

	misión	
12.40 a 1 p.m.	Comunicación para una ciudadanía en salud	• Presentación en power point
1 a 2 p.m.	Almuerzo	
2 a 4.15 p.m.	<u>Tema 2:</u> Definición de objetivos estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> • Se dividen en cuatro grupos mixtos y cada uno a partir de los objetivos estratégicos de las seis redes elaboran los objetivos de la Red regional. • En plenaria cada grupo presenta tres objetivos y se juntan los objetivos similares y se ajusta el sentido de la redacción final.
4.15 a 4.30 p.m.	Refrigerio	
4.30 A 5.30 p.m.	<u>Tema 3:</u> Lineamiento del plan operativo	<ul style="list-style-type: none"> • En plenaria recoger iniciativas de acciones de acuerdo a las siguientes líneas: <ol style="list-style-type: none"> a) Institucionalización de la red: organización y funcionamiento. b) Especialización de periodistas y comunicadores: capacitación, materiales educativos, pasantías, etc c) Articulación con otros actores ; alianzas, convenios para proyectos, becas, intercambios, etc d) Sistema de información a nivel local, regional, nacional. • Este punto se cerraría con la elección de los coordinadores de la Red Regional.
5.30 a 6 p.m.	Reflexiones sobre la Red de Comunicadores y su aporte al desarrollo de la Amazonía	• Presentación en power point
6 a 8 p.m.	Feria de proyectos	• Comunicadores de la Red participan y tienen acceso a información de proyectos desarrollo de instituciones.
MARTES 27 DE ENERO		
9.30 a.m.	Recepción de autoridades	• Recepción de autoridades
10.00 a 10.30 a.m.	Acto preliminar	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del PDAP a cargo de la Sra. Ligia C. Taylor, COP Programa de Desarrollo Alternativo / Chemonics • Ronda de preguntas
10.30 a 11.30 a.m.	Ceremonia de Inauguración	<ul style="list-style-type: none"> • Palabras de bienvenida del Presidente Regional Edwin Vásquez López • Palabras de bienvenida y exposición del Sr. Nils Ericsson Correa - Presidente Ejecutivo del Concejo Directivo de DEVIDA - Presentación de los Ejes del PDAP
11.30 a.m. a 12 .30 m.	Presentación de la Red y de su plan estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. • Presentación de las conclusiones: Visión, Misión, objetivos y lineamientos
12.30 m.	Palabras del representante de la Embajada de Estados Unidos	• Jossie Shumake, Jefa Adjunta de la Embajada de Estados Unidos
12.45 m.	Clausura del Encuentro	• Palabras de clausura a cargo del Sr. Jorge Penny Pestana, Gerente de Relaciones Institucionales y Comunicación DEVIDA.
1.00 p. m.	Brindis de honor	• Palabras y brindis de honor, a cargo de un miembro elegido de la Directiva de la Red Regional de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonia.
1.15 a 2.30 p.m.	Almuerzo	• Confraternidad
2.30 a 4 p.m.	Visita guiada (zona de interés turístico)	• Confraternidad

Anexo 4

II ENCUENTRO REGIONAL
RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA
TARAPOTO 20, 21 y 22 - OCTUBRE 2004

HORA	DÍA I/ MIÉRCOLES 20	LUGAR	RESPONSABLE
10:10	Recepción a los visitantes y traslado al hotel.	Aeropuerto de Tarapoto a Hotel Río Shilcayo	Comisión de protocolo
11:30	Reunión con los coordinadores de la Red Regional, coordinadores de la Red de Tarapoto y coordinadores de las Comisiones de Trabajo	Hotel Río Shilcayo	Comunicadores de Chemonics y de Devida
13:00	Almuerzo		
14:30	Inauguración del Encuentro	Salón Irapai/ Hotel Río Shilcayo	Red de Comunicadores Funcionarios de DEVIDA, USAID y autoridades locales
15:00-19:00	CONFERENCIAS / PANELES		PONENTES
	15:00	Conferencia Magistral El enfoque de desarrollo humano, integral y sostenible	Ing. Ricardo Cubas (INDH/PNUD)
	16:45	Ponencia Medios de comunicación, unidades de publicidad y periodismo... ¿por qué su independencia?	Sr. Marco Méndez (El Comercio)
HORA	DÍA II/ JUEVES 21	LUGAR	RESPONSABLE

8:30-13:00		CONFERENCIAS /PANELES		PONENTES	
	9:00	Panel Agenda para impulsar el desarrollo humano integral y sostenible en la región amazónica	Salón Irapai/ Hotel Río Shilcayo	Dr. Sandro Chávez (Foro Ecológico) Dr. Roberto López (DEVIDA)	
	10:00	Conferencia Magistral Opinión pública y credibilidad de los medios en coyunturas de crisis.		Sr. Luis Benavente (GOP U. Lima)	
	11:00	Panel Ética, responsabilidad social, construcción de ciudadanía y desarrollo		Sra. Pepi Patrón Costa (Transparencia) Sr. José María Salcedo (RPP) Sr. Eduardo Carvajal	
13:00		Almuerzo			
		ACTIVIDAD DE LAS REDES		RESPONSABLE	
14:30-19:00	14:30	Revisión de la visión , misión y objetivos de la Red Regional y de las Redes Zonales		Carlos Cabezudo (facilitador) y participantes	
	15:30	Aspectos organizativos de las Redes: Pensar en la dimensión regional y de manera articulada. El rol de los coordinadores.		Carlos Cabezudo (facilitador) y participantes	
	16:30	Presentación del portal web, definición del nombre y lineamientos para la organización y uso del sistema.		Carlos Cabezudo (facilitador) y participantes	
	17:30	Perspectivas de trabajo 2004-2005 de las Redes		Carlos Cabezudo (facilitador) y participantes	
HORA		DIA III/ VIERNES 22		LUGAR	
		ACTO DE CLAUSURA		A CARGO DE:	

10:00 – 12:00	10:00	Palabras de honor de representante de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía	Representante de la red de Tarapoto
	10:20	Palabras de honor de representante de DEVIDA	Sr. Nils Ericsson Correa (DEVIDA)
	10:40	Palabras de honor de representante de USAID	Sr. Tom Delaney (USAID)
	11:00	Palabras de honor de representante de Chemonics	Sr. Kevin Nelly (Chemonics)
	11:20	Palabras de agradecimiento de un representante de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía	Representante de las redes
	11:40	Palabras de clausura del evento	Sr. Jorge Penny (DEVIDA)



Anexo 5

Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía Organigrama



Anexo 6

III ENCUENTRO REGIONAL
RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA
HUAMANGA 12 Y 13 DE OCTUBRE 2005

DÍA I / MIÉRCOLES 12				
HORA			LUGAR	RESPONSABLE
6:30	Recepción a los visitantes y traslado al hotel.		Aeropuerto de Huamanga hoteles respectivos	Comisión de Protocolo
8:30	Reunión de la Junta Directiva Regional con los Presidentes de las Redes de todas las sedes			Junta Directiva Regional
9:00	Inscripción de participantes		Local:	Comisión de Inscripciones
9:30	Inauguración del Encuentro		Warpa Picchu	Red de Comunicadores Ejecutivos de DEVIDA, USAID y autoridades locales
10:00-13:15	CONFERENCIAS / PANELES		Local:	PONENTES
			Warpa Picchu	
	10:00	Panel	Local: Warpa Picchu	Dr. Carlos Barrenechea MIMDES (Descentralización)

		Desarrollo de la Amazonía: Límites y posibilidades		Mag. Carlos Condori (Comisionado Adjunto de Ayacucho)
	11.30	REFRIGERIO		
	11.45	Conferencia Magistral Liderazgo ciudadano y desarrollo	Local: Warpa Picchu	Dr. Augusto Castro PUCP
13:15-15:00	13.15	ALMUERZO		
15:00 -18:15	15:00	Conferencia Magistral Paz y seguridad ciudadana para el desarrollo	Local: Warpa Picchu	Dr. Ricardo Valdés Ex Viceministro del Interior (Seguridad ciudadana, narcotráfico y desarrollo)
	16.30	REFRIGERIO		
	16:45	Panel Ética y ejercicio periodístico en zonas de riesgo	Local: Warpa Picchu	Sr. Edmundo Cruz La República Sr. Pablo O'brien El Comercio Sr. Ranforte Lozano

				Presidente Red Aucayacu
HORA	DÍA II / JUEVES 13		LUGAR	RESPONSABLE
8:30-13:00	COMISIONES DE TRABAJO			
	8.30	Conformación e instalación de Comisiones		Junta Directiva Regional / Facilitador Carlos Cabezudo
	9:00-13:00	Comisión 1 Aspectos orgánicos de la Redes		Director de Debates / Facilitador Carlos Cabezudo
		Comisión 2 Compromiso de las Redes para trabajar por el desarrollo de la Amazonía		Director de Debates / Facilitador Carlos Cabezudo
		Comisión 3 Política de alianzas estratégicas de las Redes	Local: Warpa Picchu	Director de Debates / Facilitador Carlos Cabezudo
	Comisión 4 Perspectivas de trabajo de las Redes		Director de Debates / Facilitador Carlos Cabezudo	
13:00-14.30	13:00	ALMUERZO		
	PLENARIA			RESPONSABLE
14:30-19:00	14:30	Presentación del informe de la Comisión 1. Debate		Junta Directiva Regional / Facilitador Carlos Cabezudo

	15:15	Informe de la Comisión 2. Debate	Local: Warpa Picchu	Junta Directiva Regional / Facilitador Carlos Cabezudo
	16:00	Informe de la Comisión 3. Debate		Junta Directiva Regional / Facilitador Carlos Cabezudo
	16:45	Informe de la Comisión 4. Debate		Junta Directiva Regional / Facilitador Carlos Cabezudo
	17:15	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL III ENCUENTRO REGIONAL		Junta Directiva Regional / Facilitador Carlos Cabezudo
HORA	ACTO DE CLAUSURA		LUGAR	A CARGO DE:
	17:45	Palabras de agradecimiento de un representante de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía	Local: Warpa Picchu	Rosario Romaní Presidenta de la Red de Huamanga
	18:00	Palabras de honor de un representante de Chemonics		David Valenzuela Chemonics
	18:15	Palabras de honor de un representante de USAID		Marvin Dreyer USAID
	18:30	Palabras de honor de un representante de DEVIDA		Segundo Armas DEVIDA
	18:45	Palabras de honor del Presidente de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía		Adolfo Fasanando Presidente de la Red
FIN DEL EVENTO				

Anexo 7

IV ENCUENTRO REGIONAL
RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA
TINGO MARÍA, 12 Y 13 DE OCTUBRE DEL 2006

**RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONIA
(San Martín, Ucayali, Huánuco, VRAE – Ayacucho)**

JUEVES 12 DE OCTUBRE

8:00 – 9:00 a.m.

Inscripción de delegaciones y acreditación

9:00 – 9:45 a.m.

Inauguración

9:45 – 10:30

Ponencia 1: Periodismo, responsabilidad social y desarrollo con rostro humano

Ponentes:

- Sr. Ángel Páez – Diario La República

10:30 – 11:00

Break

11:00 – 12:00

Ponencia 2: Periodismo, responsabilidad social y desarrollo con rostro humano

Ponentes:

- Sra. Mónica Vecco – Consejo de la Prensa Peruana

12:00 – 1:00 p.m.

Creatividad social, producción responsable

Ponente:

- Sr. Manuel Echegaray – Presidente Capítulo Peruano Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación

1:00 – 3:00 p.m.

Almuerzo

3:00 – 6:00 p.m.

Es posible construir responsabilidad social con enfoque empresarial en zonas de trabajos de las redes

Panel 1

3:00 – 4:00

- Sr. Diego Miro Quesada Rada – Diario El Comercio de Lima
- Sr. José Arias Padilla - Diario Regional Ahora.

Comentarios: Sr. Adolfo Fasanando– Red de Tarapoto

4:30 a 5:00 p.m.

Break

Panel 2

5:00 – 6:00

- Sr. Eduardo Bruce Montes de Oca -
- Sra. Olga Durand – Gerente de Radio Televisión Durand S.A.C

Comentarios: Sr. Alejandro Coronado – Red de Huanta – Sr. Alberto Galvez - Red de Tingo María

VIERNES 13 DE OCTUBRE

8:00 a 9:00 a.m.

Registro De Participantes

9:00 a 11:00 a.m.

Informe de Gestión de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía

11:00 a 11:30 a.m.

Break

11:30 a 1:00 p.m.

Asamblea Estatutaria

Presentación de propuesta de estatuto y aportes – Trabajo en grupo

1:00 a 3:00 p.m.

Almuerzo

3:00 a 4:30 p.m.

Plenaria

Aportes a la propuesta de estatuto

4:30 a 5:00 p.m.

Break

5:00 a 6:30 p.m.

Aprobación del Estatuto de la Red

6:30 a 7:30 p.m.

Clausura del encuentro

8:30 p.m

Reunión de Confraternidad con grupo típico y degustación de bebidas típicas.
Presentación de números artístico por cada sede

Anexo 8

ESTATUTOS DE LA RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

CAPITULO I DEL NOMBRE, LA CONSTITUCIÓN, DOMICILIO Y DURACION

Artículo 1: La Asociación se denomina “Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía”, cuya denominación abreviada será en adelante, “La Red de Comunicadores”

Artículo 2: La “Red de Comunicadores” es una persona jurídica y tiene como asociadas a las Redes Locales de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de Pucallpa, Aguaytía, Tarapoto, Juanjuí, Tocache, Tingo María, Aucayacu, Huamanga, Huanta, Valle del Río Apurímac y Ene.

Artículo 3: La Red de Comunicadores tiene como domicilio legal el territorio peruano, en donde opera cada Red Local.

Artículo 4: La Red de Comunicadores tiene duración indefinida, iniciando sus actividades desde la fecha de suscripción del Acta de constitución.

CAPITULO II FINES Y OBJETIVOS

Artículo 5: La “Red de Comunicadores” tiene los siguientes fines y objetivos:

- a) Promover actividades que se orientan a difundir acciones y valores que contribuyan a fortalecer una opinión pública favorable al desarrollo integral y sostenible, a partir de sus propias potencialidades y del uso eficiente de las sinergias institucionales.
- b) Promover alianzas estratégicas con instituciones públicas y/o privadas, nacionales y/o extranjeras, para promover el desarrollo integral y sostenible de la Amazonía.
- c) Promover la participación organizada de periodistas y comunicadores a través de la Red de Comunicadores, como agentes activos en la ejecución y reforzamiento de las acciones de desarrollo integral y sostenible de la Amazonía.
- d) Desarrollar acciones de capacitación y actualización de conocimientos y destrezas en el uso periodístico e informativo de contenidos referente a los diferentes temas del desarrollo.
- e) Promover la identificación y compromiso de la Red de Comunicadores con los planes de desarrollo de las regiones en las que están localizadas las Redes asociadas.
- f) Producir programas y material periodístico para radio, televisión, prensa escrita y periodismo electrónico.
- g) Velar por los derechos de sus miembros, al amparo de las Leyes en vigencia.
- h) Promover la profesionalización de sus integrantes
- i) Fomentar la concertación entre sus miembros.
- j) Representar a sus miembros ante otras instituciones y autoridades.

- k) Canalizar convenientemente las ayudas o donaciones procedentes de fuentes –nacionales o extranjeras.
- l) Procurar para sus miembros asesoramiento legal y de orden administrativo.

TÍTULO II DE LOS MIEMBROS

CAPITULO I DE LOS MIEMBROS INTEGRANTES DE LA RED DE COMUNICADORES

Artículo 6: La “Red de Comunicadores”, admitirá como miembros a todos los integrantes de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de Pucallpa, Aguaytía, Tarapoto, Juanjuí, Tocache, Tingo María, Aucayacu, Huamanga, Huanta, el Valle del Río Apurímac y Ene.

Artículo 7: La Red de Comunicadores reconoce a dos clases de miembros: los activos y honorarios

Artículo 8: Los miembros activos son todos los integrantes de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de Pucallpa, Aguaytía, Tarapoto, Juanjuí, Tocache, Tingo María, Aucayacu, Huamanga, Huanta, el Valle del Río Apurímac y Ene.

Artículo 9: Son miembros honorarios, las personas naturales o jurídicas benefactoras o aquellas cuyas acciones de proyección social, profesional o científica hayan beneficiado al desarrollo de la amazonia.

CAPITULO II DE LOS DERECHOS Y DEBERES DE LOS MIEMBROS ACTIVOS

Artículo 10: Son derechos de los miembros activos de las Redes de Comunicadores locales los establecidos en el Estatuto.

Artículo 11: Son derechos de los miembros activos de la Asamblea General:

- a) Solicitar la realización de Asamblea extraordinaria
- b) Solicitar informes de *gestión administrativa* a la Asamblea General y a la Junta Directiva de la Red de Comunicadores.
- c) Exigir el cumplimiento de los Estatutos por parte de los miembros y solicitar a la Asamblea General para que delegue en la Junta Directiva la aplicación de las sanciones que determinen el presente Estatuto, su Reglamento y el Código de Ética
- d) Elegir y ser elegido en los cargos contemplados de la Junta Directiva.
- e) Presentar candidatos para los cargos de elección
- f) Recepcionar de la Junta Directiva la credencial de identificación institucional.
- g) Solicitar permiso hasta por 6 meses renovables, con documento notarial para la justificación de inasistencia.
- h) Los demás que constaren en el Estatuto y los que aprobare la Asamblea General.

Artículo 12: Son deberes de los miembros activos de las Redes de Comunicadores locales los establecidos en los Estatutos de las Redes de Comunicadores Locales

Artículo 13: Son deberes de los miembros activos de la Asamblea General:

- a) Someterse al presente Estatuto y los acuerdos que con arreglo a los mismos adopten las instancias directivas de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonia.
- b) Cancelar con puntualidad las cuotas ordinarias y extraordinarias.
- c) Asistir con puntualidad a las asambleas y reuniones que se les convoque.
- d) Participar en las comisiones y actividades que se le designe.
- e) Desempeñar con lealtad y eficiencia los cargos para los que fueron elegidos.
- f) Acatar las resoluciones emitidas por los órganos directivos

- g) Velar por los intereses y fines de la Red de Comunicadores
- h) No distribuir información confidencial, ni entregar a terceros de manera no oficial los documentos, fruto de la experiencia de la Red de Comunicadores.
- i) Denunciar en un plazo no mayor de 60 días de ocurrido el hecho, ante el Ministerio Público, los acuerdos o los actos que violen las disposiciones Legales o Estatutarias.
- j) Lo demás que constaren en el Estatuto y que aprobare la Asamblea General.

CAPITULO III DE LAS SANCIONES Y LA PERDIDA DE LOS DERECHOS DE LOS MIEMBROS ACTIVOS

Artículo 14: Será sancionado y/o amonestado todo miembro activo que incumpla el Estatuto y los acuerdos de la Asamblea General, en concordancia con el código de ética y el reglamento interno de la Red

Artículo 15: Los miembros activos serán separados con carácter definitivo por las causales siguientes:

- a) Por haber sido condenados por delitos comunes.
- b) Por ser dependiente de sustancias psicoactivas.
- c) Por malversación de fondos de la Red de Comunicadores o disponer de los bienes en beneficio propio, sin la debida autorización.
- d) Por hacer propaganda perniciosa con tendencia al desprestigio de la Red de Comunicadores.
- e) Por ofender de palabra y obra a cualquier miembro de la Red de Comunicadores.
- f) Por falta de pago 3 cuotas establecidas.
- g) Por no residir en el ámbito de las regiones que conforman la Red de Comunicadores.
- h) Por participar en política partidaria, sin previamente haber solicitado mediante escrito dirigido a su red local, la respectiva licencia comunicando dicha decisión, o su retiro definitivo de la Red de Comunicadores.
- i) Por no asistir a tres reuniones consecutivas de la Red de Comunicadores Local

TITULO III DE LOS ÓRGANOS DE DIRECCION

CAPITULO I DE LA ESTRUCTURA ORGANICA DE LA RED DE COMUNICADORES

Artículo 16: La Red de Comunicadores, para el cumplimiento de sus funciones adopta la siguiente estructura organizativa:

- a) Asamblea General.
- b) La Junta Directiva.
- c) Coordinaciones Regionales de la Red de Comunicadores: Ucayali, San Martín, Huánuco y Vrae – Ayacucho
- d) Redes de Comunicadores locales: Pucallpa, Aguaytía, Tarapoto, Juanjuí, Tocache, Aucayacu, Tingo María, Huamanga, Huanta, Vrae.

Artículo 17: La Asamblea General, es el órgano supremo de la Red de Comunicadores y sus acuerdos obligan a cumplir a todos sus miembros activos, en cuanto guarden conformidad con la legislación vigente y con el presente Estatuto.

Artículo 18: La Asamblea General estará integrada colegiadamente por todos los Presidentes de las Redes Locales y actuará en representación autorizada por los integrantes de cada Red Local. Estará presidida por el Presidente de la Junta Directiva, la misma que debe ser elegida por la Asamblea General. Las asambleas podrán ser ordinarias y extraordinarias.

Artículo 19: La Asamblea General, celebrará reuniones ordinarias, por lo menos, dos veces al año, cada seis meses; mientras que las sesiones extraordinarias se llevarán a cabo cuando las convoque el Presidente de la Junta Directiva, por acuerdo de ésta o cuando lo solicite la décima parte de los miembros activos de la Asamblea General y con una anticipación no menor de 72 horas, mediante comunicación escrita (convocatoria) o vía correo electrónico.

Artículo 20: La Asamblea General, quedará legalmente constituida a la hora indicada en primera convocatoria si estuvieran presentes la mitad más uno de sus miembros, en segunda convocatoria, basta la presencia de cualquier número de miembros activos.

Artículo 21: Son funciones de la Asamblea General.

- a) Aprobar la gestión administrativa y económica de la Junta Directiva, el balance general de los ingresos, la memoria anual y resolver sobre la aplicación de beneficios de la Red de Comunicadores.
- b) Aprobar el plan anual y presupuesto
- c) Aprobar las acciones de la Red de Comunicadores no incluidos en el *plan de trabajo*,
- d) Variar el monto de las aportaciones
- e) Señalar el monto de las multas por incumplimiento de los trabajos encomendados y por la inasistencia de asamblea
- f) Modificar los Estatutos
- g) Acordar la remoción de los miembros de la Junta Directiva
- h) Definir la política general de la Red de Comunicadores.
- i) Ratificar los proyectos propuestos que han sido previamente aprobados por la Asamblea de las Redes de Comunicadores Locales.
- j) Tratar cualquier asunto no contemplado en el presente Estatuto.
- k) Programar los Encuentros Regionales de la Red cada año.

Artículo 22: Los acuerdos se adoptan con el voto de más de la mitad de los miembros activos concurrentes, es decir, con la mayoría absoluta de los miembros asistentes a la Asamblea General, debiendo necesariamente constar en actas la opinión y el voto de la mayoría, Indicando que ningún miembro tiene derecho por si mismo a más de un voto en las asambleas ordinarias y extraordinarias.

Artículo 23: Los acuerdos de la Asamblea General constarán en el Libro de Actas. El Acta será suscrita por el Presidente y el Secretario de Actas y Archivos y por los asistentes que así lo soliciten. Cuando los acuerdos sean sobre aprobación y/o variación de aportes, el Acta debe ser suscrita por todos los asistentes.

CAPITULO II DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA RED DE COMUNICADORES

Artículo 24: La Junta Directiva, es el órgano ejecutivo de gobierno que tiene la Asamblea General. Su periodo de gobierno es de 2 años, a partir de la fecha de elección, pudiendo ser reelegidos por un periodo adicional mediante el voto secreto y por mayoría.

Artículo 25: Para integrar la Junta Directiva se requiere ser miembro activo de la Asamblea General, no haber sido sentenciado por cualquier delito, salvo que haya demostrado su inocencia en los fueros respectivos.

Artículo 26: La Junta Directiva, está constituida de la siguiente manera:

- a) Un Presidente
- b) Un Secretario Técnico
- c) Un Secretario de Economía
- d) Un Secretario de Actas y Archivos

Artículo 27: Son funciones de la Junta Directiva:

- a) Dirigir las actividades de la Red de Comunicadores, en orden al cumplimiento de sus fines.
- b) Cumplir y hacer cumplir los Estatutos, los acuerdos de las Asambleas y los Reglamentos de la Red de Comunicadores.
- c) Administrar los fondos y recursos económicos determinados para su inversión, previo informe del Secretario de Economía, en armonía con las pautas dadas en la Asamblea General y/o reuniones de la Junta Directiva.
- d) Presentar a la Asamblea General, el balance general, el estado de cuenta y anexos, así como el proyecto de presupuesto y su plan de trabajo.
- e) Conservar al día los libros de la Red de Comunicadores, incluido el de contabilidad y demás documentación.
- f) Depositar en entidades bancarias los fondos de la Red de Comunicadores, reiterando las firmas respectivas.
- g) Tomar decisiones en asuntos urgentes cuando fuera necesario con cargo a dar cuenta la Asamblea General.
- h) Recibir bajo cargo e inventario de la Junta Directiva cesante, el patrimonio de la Red de Comunicadores.
- i) Conocer y resolver previo informe de la comisión que se nombre, según Reglamento, las denuncias que se formulen por faltas cometidas por los integrantes de la Red de Comunicadores.
- j) Resolver las cuestiones no previstas en el presente Estatuto.

Artículo 28: Las sesiones de la Junta Directiva serán presididas por el miembro que en el nivel jerárquico le sucede en el cargo al Presidente, en caso de ausencia de éste.

Artículo 29: Para que haya quórum de la Junta Directiva, se requiere la presencia de más de la mitad de sus miembros. Los acuerdos se adoptarán por mayoría absoluta de votos de los miembros asistentes.

Artículo 30: Las citaciones para las sesiones ordinarias y extraordinarias de la Junta Directiva, se harán mediante comunicación escrita, o vía correo electrónico, con una anticipación no menor de tres días. La inasistencia injustificada de los miembros de la Junta Directiva, dará lugar a la vacancia del cargo.

CAPITULO III ATRIBUCIONES Y FUNCIONES DE LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 31: Son atribuciones y funciones del Presidente:

- a) Representar a la Red de Comunicadores ante las instituciones públicas o privadas, nacionales o extranjeras.
- b) Presidir las sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva.
- c) Convocar a las sesiones de Asamblea General y citar a las sesiones de la Junta Directiva.
- d) Aperturar con el Secretario de Economía, la cuenta bancaria de la Red de Comunicadores
- e) Administrar con el Secretario de Economía, los fondos de la Red de Comunicadores.
- f) Firmar conjuntamente con el Secretario de Actas y Archivos la correspondencia oficial, los libros de Actas y demás documentos pertinentes.
- g) Supervisar las labores de los demás integrantes de la Junta Directiva e informar a la Asamblea General.
- h) Actuando con el Secretario de Economía, el Presidente podrá:
 1. Retirar, girar, cobrar, endosar o recibir para la Red de Comunicadores las consignaciones, devoluciones de dinero, pagos, arrendamientos y, en general, cualquier suma de dinero o bienes que se depositen a nombre de la Red de Comunicadores ante autoridades judiciales, arbitrales, ministeriales, policiales, tributarias, aduaneras, administrativas, regionales y de cualquier otro tipo.

2. Cobrar y percibir judicial o extrajudicialmente todo cuanto se adeude a la Red de Comunicadores a cualquier título que sea y por cualquier persona natural y jurídica, incluso el fisco, instituciones, corporaciones, sea en dinero o cualquier otra clase de bienes, valores mobiliarios, etc.
3. Girar, endosar, protestar, cobrar y dar en garantía cheques y cualquier otra orden de pago, girados a favor de la Red de Comunicadores.
4. Cobrar, aceptar, girar, protestar, endosar, avalar, suscribir, descontar, dar en garantía vales, pagarés, cheques, letras de cambio y demás títulos valores y documentos bancarios y comerciales, para que su importe sea depositado en cuentas de instituciones bancarias o financieras a nombre de la Red de Comunicadores.
5. Abrir y cerrar todo tipo de cuentas bancarias y/o crédito o especiales en cualquier institución.
6. Otorgar todo tipo de avales, fianzas mancomunadas o solidarias para operaciones directamente vinculadas a la Red de Comunicadores a favor de terceros.
7. Solicitar cartas de crédito o cartas fianza en moneda nacional o extranjera.
8. Solicitar y acordar créditos en cuenta corriente, avance o sobregiro y crédito documentario.
9. Constitución y endoso de certificados de depósito, warrants, conocimientos y demás documentos de embarque y de almacenes generales.
10. Depositar, retirar, comprar y vender valores.
11. Efectuar toda clase de operaciones de documentos mercantiles, valores, mobiliarios, efectos públicos o de comercio.
12. Pagar en efectivo por consignación, etc., todo lo que la Red de Comunicadores adeude por cualquier título, y en general extinguir obligaciones.

Artículo 32: Son atribuciones y funciones del Secretario Técnico

- a) Reemplazar al Presidente en su ausencia.
- b) Colaborar con el Presidente en las tareas designadas por la Asamblea General
- c) Asumir la presidencia en caso de vacancia hasta una próxima elección por parte de la Asamblea General
- d) Proponer proyectos de desarrollo social u otras acciones a favor del desarrollo de la amazonia.
- e) Conformar comisiones de trabajo.
- f) Las demás que le señale el Estatuto, la Asamblea General o la Junta Directiva.

Artículo 33: Son atribuciones y funciones del Secretario de Actas y Archivos.

- a) Llevar y custodiar los libros de sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva
- b) Mantener al día el libro Registro de miembros de la las Redes Locales.
- c) Despachar con el Presidente la correspondencia oficial, para luego proceder a clasificarla y archivarla
- d) Recibir y entregar bajo inventario los libros, archivos, útiles y enseres a su cargo, levantando la respectiva acta.
- e) Firmar todo documento oficial de la Red de Comunicadores conjuntamente con el Presidente.

Artículo 34: Son atribuciones y funciones del Secretario de Economía:

- a) Presentar a la Junta Directiva dentro de los 10 días de su gestión, para su debate y aprobación del proyecto de presupuesto de gestión, indicando al mismo tiempo las medidas convenientes para la buena marcha de las finanzas en la institución.
- b) Presentar trimestralmente a la Junta Directiva para el debate y aprobación el movimiento de caja.
- c) Suscribir mancomunadamente con el Presidente la documentación contable y bancaria de la Red de Comunicadores.
- d) Poner a disposición de los miembros de la Red de Comunicadores los libros de contabilidad y documentación a su cargo cuando así lo soliciten.
- e) Recibir, entregar bajo inventario los libros, valores y enseres a su cargo, levantando la respectiva acta.

- f) Cobrar, aceptar, girar, protestar, endosar, avalar, suscribir, descontar, dar en garantía vales, pagarés, cheques, letras de cambio y demás títulos valores y documentos bancarios y comerciales, para que su importe sea depositado en cuentas de instituciones bancarias o financieras a nombre de la Red de Comunicadores.
- g) Abrir y cerrar todo tipo de cuentas bancarias y/o crédito o especiales en cualquier institución.
- h) Otorgar todo tipo de avales y fianzas mancomunadas o solidarias para operaciones directamente vinculadas a la Red de Comunicadores o a favor de terceros.
- i) Solicitar cartas de crédito o cartas fianza en moneda nacional o extranjera.
- j) Solicitar y acordar créditos en cuenta corriente, avance o sobregiro y crédito documentario.
- k) Constitución y endoso de certificados de depósito, warrants, conocimientos y demás documentos de embarque y de almacenes generales.
- l) Depositar, retirar, comprar y vender valores.
- m) Efectuar toda clase de operaciones con documentos mercantiles, valores mobiliarios, efectos públicos o de comercio.
- n) Pagar en efectivo por consignación todo lo que la Red de Comunicadores adeude por cualquier título y en general extinguir obligaciones.

CAPITULO IV DE LAS COORDINACIONES REGIONALES DE LA RED DE COMUNICADORES

Artículo 35: Existen 4 coordinaciones regionales:

- Coordinación Región Ucayali, integrada por los Presidentes de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de Pucallpa y Aguaytía
- Coordinación Región San Martín, integrada por los Presidentes de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de Tarapoto, Juanjuí y Tocache
- Coordinación Huánuco, integrada por los Presidentes de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de Tingo María y Aucayacu
- Coordinación VRAE – Ayacucho, integrada por los Presidentes de las Redes de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía de Huamanga, Huanta y Valle Apurímac y Ene.

Artículo 36: Las Coordinaciones Regionales se reunirán cada vez que crean conveniente y tratarán agendas e iniciativas que consideren prioritarias para el fortalecimiento de su coordinación a nivel regional.

CAPITULO V DE LAS REDES LOCALES DE LA RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONIA

Artículo 37: Las Redes Locales tendrán la estructura orgánica y funciones que establecen sus respectivos Estatutos y Reglamentos.

CAPITULO VI DEL RÉGIMEN ECONÓMICO

Artículo 38: El patrimonio de la Red de Comunicadores está constituida por:

- a) Los fondos, bienes muebles, e inmuebles que se adquieren mediante donaciones o a través de fondos de aportaciones de los miembros
- b) Los fondos provenientes de donaciones, legados, herencia, concesiones y/o convenios, contratos, y otros celebrados con instituciones de cooperación nacional e internacional.
- c) Los remanentes que resulte de la ejecución de proyectos y actividades productivas en general:

Artículo 39: El patrimonio y los fondos de la Red de Comunicadores, estarán confiados a la Junta Directiva, la misma que asume la responsabilidad de su cuidado, dando cuenta de los mismos ante la Asamblea General.

Artículo 40: Ningún miembro tiene derecho a usufructuar del patrimonio de la Red de Comunicadores, por lo que la disposición indebida constituye falta grave.

TÍTULO IV DEL PROCESO ELECTORAL

Artículo 41: Las elecciones para la renovación de cargos de la Junta Directiva, se realizará cada dos años en sesión ordinaria de la Asamblea General, convocada por la Junta Directiva para tal fin.

Artículo 42: Los candidatos para los cargos directivos serán propuestos por los miembros activos de la Asamblea General, eligiéndose los cargos por votación directa y secreta

Artículo 43: Para tener derecho a ser elegido se requiere estar al día en el pago de sus aportaciones.

Artículo 44: La Junta Directiva electa, será proclamada en el mismo acto de las elecciones.

Artículo 45: Los integrantes que no participen en el acto eleccionario, pagarán una multa cuyo monto se acordará en sesión de Asamblea General.

Artículo 46: La votación es personal, no podrán ser elegidos las personas que no concurren al acto eleccionario.

Artículo 47: La inasistencia injustificada de algún miembro de la Asamblea General, será sancionada con multa, cuyo monto se fijará oportunamente. La misma sanción se aplicará a los miembros de la Junta Directiva que no asistan a las reuniones convocadas y no justifiquen su inasistencia.

TÍTULO V DE LA MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS

Artículo 48: Para cualquier modificación de los estatutos como ampliación de objeto social, disolución y liquidación de la Red de Comunicadores u otros, se regirán por las disposiciones del Código Civil peruano y demás normas legales vigentes.

TÍTULO VI DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 49: La disolución de la Red de Comunicadores, podrá ser acordada por la Asamblea General convocada para tal fin y se debe contar en primera convocatoria con la asistencia de más de la mitad de sus miembros, y en segunda convocatoria los que asistan a ella, tomándose los acuerdos en primera convocatoria con el voto de más de la mitad de los miembros concurrentes, y, en segunda convocatoria, con los que asistan y representen no menos de la décima parte.

Artículo 50: En caso de disolución y liquidación, el patrimonio de la Red de Comunicadores, será destinado a fines de beneficencia, asistencia social, educación, cultural, científica, artística, literaria, deportiva, política, profesional gremial, de vivienda y otras de fines semejantes, y no se distribuirán, directa o indirectamente entre los asociados.

Artículo 51: La liquidación de la Red de Comunicadores, será efectuada por el liquidador nombrado por la Asamblea General.

TÍTULO VII DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y GENERALES

Artículo 52: La Red de Comunicadores *mantendrá neutralidad política partidaria y religiosa*, siendo ajena a todo tipo de discriminación.

Artículo 53: La Red de Comunicadores no persigue fines de lucro, sus gastos administrativos serán cubiertos por sus propios fondos.

Artículo 54: La primera Asamblea General queda conformada por los siguientes miembros, quienes asumen sus funciones una vez aprobado el presente Estatuto:

Red Pucallpa	:	William del Águila
Red Aguaytía	:	Ever Grández
Red Tarapoto	:	Adolfo Fasanando
Red Juanjuí	:	Tito Arévalo
Red Tocache	:	Ketty Vela
Red Tingo María	:	Lester Pereyra
Red Aucayacu	:	Ranforte Lozano
Red Huamanga	:	Rosario Romaní
Red Huanta	:	Alejandro Coronado
Red VRAE	:	Jorge Quispe

Artículo 55: La interpretación del presente Estatuto en los casos no previstos, corresponde aclararlos a la Asamblea General.

Anexo 9

V ENCUENTRO REGIONAL
RED DE COMUNICADORES POR EL DESARROLLO DE LA AMAZONÍA
JUANJUÍ, 23, 24 Y 25 DE ABRIL DE 2008

“Comunicadores comprometidos con el Desarrollo Sostenible de la Amazonía”

PROGRAMA

DÍA 23 ABRIL

7:00 p.m.	Inauguración de V Encuentro
8:00 p.m.	Inauguración de Expoferia de productos amazónicos
9:00 p.m.	Cena de confraternidad

DIA 24 DE ABRIL

8:30 a 9:00 a.m.	Registro de participantes
9:00 a 10:00 a.m.	Primer Ponencia: ¿Hacia dónde va el Perú?... Incertidumbres y certezas en el escenario del Siglo XXI. Mapa de la riqueza del Perú. <i>Expositor: Dr. Michel Azcueta</i>
10:00 a 10:30 a.m.	Break
10:30 a 11:30 a.m.	Segunda Ponencia: A propósito del desarrollo... ¿Es posible hablar de responsabilidad social con enfoque empresarial? <i>Expositor: Dr. Ricardo Ugaz</i>
11:30 a 13:00 p.m.	Tercera Ponencia: El desarrollo regional, Utopía o Realidad...¿Qué podemos hacer los periodistas allí? <i>Expositor. Lic. César Villanueva Arévalo</i>
13:00 a 3:00 p.m.	ALMUERZO
3:00 a 4:00 p.m.	Conferencia: Dimensiones multiculturales y participación ciudadana para el desarrollo amazónico sostenible <i>Expositor: RP Joaquín García – CETA</i>
4:00 a 6:00 p.m.	Mesa de Comunicaciones: Es la comunicación la nueva plaza para la construcción de la democracia y el desarrollo? <i>Panelistas: Sandro Macassi, Hugo Aguirre</i>

DIA 25 DE ABRIL

9:00 a 09:30 a.m.	Introducción. Marco general sobre el nuevo enfoque de trabajo de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía, a cargo del Consultor Enrique Watanabe.
9:30 a 10:30 a.m.	Informe de los avances del trabajo realizado acerca del nuevo enfoque de la Red de Comunicadores, a cargo del Consultor Enrique Watanabe.
10:30 a 11:00 a.m.	Break
11:00 a 13:00 p.m.	Continúa trabajo de plenaria acerca del proyecto de a Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía
13:00 a 3:00 p.m.	ALMUERZO
3:00 a 4:00 p.m.	Revisión de Estatutos
4:00 a 5:00 p.m.	Sesión de la Asamblea General de Asociados de la Red de Comunicadores por el Desarrollo de la Amazonía. Tema de Agenda: Elección de la Junta Directiva de la Asamblea General de Asociados.
5:00 a 5:30 p.m.	Clausura del V Encuentro
8:00 p.m.	Cena de confraternidad.