

La responsabilidad social tendrá un *boom* en los estudios de comunicación de la UNAP de Perú

Entrevista con Eland Dick Vera, César del Carpio Flores, Félix Huanca Rojas y Flavio Demetrio Abarca Macedo de la Universidad Nacional del Altiplano Puno-Perú

Gustavo Rocha
UAM CUAJIMALPA

La interculturalidad es una de las líneas de investigación fundamentales entre los estudiantes e investigadores de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno-Perú (UNAP). No obstante, de acuerdo con el testimonio de los doctores Eland Dick Vera, César del Carpio Flores, Félix Huanca Rojas y Flavio Demetrio Abarca Macedo, docentes de la Escuela Profesional de Comunicación Social de la UNAP, la responsabilidad social está a punto de experimentar un *boom* en los estudios de comunicación de aquella región. Hay cada vez más estudiantes que trabajan el tema dentro los estudios del periodismo.

A la par de la responsabilidad social, hay otro tema que se avecina: “Ahora tenemos en Perú el problema de las empresas extractivas”, afirma el Dr. Eland. “La defensoría del pueblo tiene los indicadores de conflicto social. Los conflictos sociales están más focalizados en las zonas del interior del país. Principalmente, en la sierra y la Amazonía porque las empresas extractivas entran con el respaldo del Estado a imponerse”. Esta situación ha dado origen a un interés en el medio ambiente. La investigación en comunicación en la UNAP está muy ligada a la región tanto por este tipo de sucesos como por el componente intercultural que ha solidificado el interés en idiomas nativos como el aimara y el quechua para el desarrollo profesional.

Durante la visita académica que realizaron en la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño (DCCD) de la UAM Cuajimalpa, acompañados por el doctor Vicente Castellanos Cerda, los investigadores de la UNAP realizaron un recorrido por las instalaciones y los laboratorios, realizaron seminarios de responsabilidad social y posgrado entre otras actividades. Además, en entrevista con la *Revista Mexicana de Comunicación*, expusieron la perspectiva de enseñanza y estudio de la comunicación que prevalece en la Facultad de Ciencias Sociales de la UNAP.

Concepción de la comunicación: interdisciplinarios de facto

G. Rocha: ¿Consideran que su Facultad posee una visión interdisciplinaria o se basa en un modelo sociológico?

Dr. Eland: Nosotros tenemos una plana docente que tiene especialidades y doctorados en sociología, ciencias sociales, administración, *marketing*, desarrollo rural, bastante diversificada. Hay un toque de ciencias sociales muy marcado en la escuela, no necesariamente porque pertenecemos a la Facultad de Ciencias Sociales, sino porque también los estudios de los profesores lo han acentuado.

Me he dado cuenta que ustedes tienen bastante bien integrado eso de lo interdisciplinario. Nosotros somos interdisciplinarios *de facto*, pero estamos un poco separados, y es una de las cosas que hemos aprendido de ustedes en esta visita. Hemos estudiado nuestros doctorados en administración y sociología, aunque somos muy cuidadosos de no hacerlo público. En este viaje he aprendido que hay que expresarlo y hay que manejarlo más bien de manera interdisciplinaria. Porque hay doctorados, incluso, en educación. Creo que deberíamos ser más abiertos, que nos hemos mantenido muy discretos con nuestra interdisciplina solapada que de alguna manera tenemos.

Dr. Huanca: Particularmente tengo un doctorado en educación, pero como dice mi colega, siempre manejamos un perfil bajo, aun cuando manejamos esas especialidades, esos doctorados, esos grados, los colegas no lo sacamos a flote.

G. Rocha: ¿Cómo definen la comunicación social en la Facultad de Ciencias Sociales de la UNAP?

Dr. Eland: Nosotros tenemos una definición muy particular de la comunicación como escuela, que está muy influenciada por el mercado ocupacional de la región. Vemos la comunicación como un área compleja, de múltiples áreas que básicamente está dividida en cinco: periodismo, relaciones públicas, comunicación para el desarrollo, producción en medios y, publicidad y *marketing*. Es una definición más operativa, práctica; influida por el mercado, una cosa que nosotros tenemos muy clavada permanentemente.

Dr. Huanca: Sin embargo, la licenciatura que damos no es en especialidades. La damos en la Licenciatura en Comunicación Social.



Foto: Vicente Castellanos Cerda

La relevancia de la región: interculturalidad y desarrollo social

La UNAP es una universidad geográficamente delimitada por un espacio lacustre muy particular. Puno es una de las ciudades primarias a orillas del Lago Titicaca, el lago navegable a mayor altura del mundo: 3 mil 812 metros sobre el nivel del mar. Dado que se trata de una urbe delimitada por una provincia, la región cuenta con una comunidad urbana y rural que convergen con una población flotante que transita desde Arequipa y Moquegua. Allí también conviven el español con el quechua y el aimara.

G. Rocha: ¿Las características de la región condicionan su concepción de la comunicación?

Dr. Eland: Es una característica del país. Las universidades públicas del interior del país cubren las demandas del mercado ocupacional de cada región. Por ejemplo, en la región sur del Perú, la Universidad Jorge Basadre (Tacna), la Universidad San Antonio Abad del Cusco (Cusco), la Universidad San Agustín (Arequipa) y la Universidad del Altiplano (Puno) son universidades que, de alguna forma, siguen un poco la lógica que ustedes tienen; son una especie de macrouniversidades.

Son 35 especialidades aproximadamente, por tanto, cubren la demanda del mercado. Viéndolo de manera muy fría, a veces pienso que son universidades politécnicas, universidades de mercado ocupacional. Recién le estamos entrando a las nuevas orientaciones de la acreditación y el licenciamiento; estamos entrando fuertemente al tema de la investigación. Eso es más reciente, pero de manera autocrítica, pienso que nuestras universidades son más politécnicas.

G. Rocha: ¿Su praxis docente pondera más la profesionalización o la investigación?

Dr. Abarca: Fundamentalmente nosotros nos sujetamos a la normativa institucional que nos dice que hay investigación paralelamente a la función docente. Pero, a ambas cosas le damos un peso similar.

Dr. Eland: Claro, aunque últimamente existe un fuerte flujo de interés por la investigación; eso sí es muy notorio. Existe todo un sistema nacional de investigadores, al cual estamos accediendo gradualmente los profesores. Hay un contexto particular: tenemos la nueva ley universitaria, en el marco de una nueva ley universitaria en el Perú que tiene mucha preocupación por la investigación, por la acreditación, el licenciamiento y que, en realidad, ha sido una renovación muy positiva en la universidad peruana.

Dr. Del Carpio: Hay otro aspecto importante dentro de la investigación que se está haciendo en la universidad, especialmente en la escuela de comunicación, en el sentido que nosotros tenemos dos lenguas más: el quechua y el aimara. Entonces, los estudiantes y egresados están haciendo sus trabajos de investigación y presentándolos en esos idiomas. Eso ha sido una faceta muy importante que se ha dado en el país porque son pocos, pero ya los hay.

Dr. Eland: Claro, es otro *boom* que está viviendo el país: la interculturalidad. Incluso, el estado peruano está adoptando una perspectiva intercultural para asuntos públicos y eso es muy bueno. Supera siglos de discriminación, racismo y de recuperación de los saberes ancestrales; significando una fuerte tendencia en el país, y que resulta muy positiva.

G. Rocha: ¿Cuál es la principal vía de vinculación de la UNAP con la región?

Dr. Huanca: Fundamentalmente han sido profesionales egresados que están trabajando en distintas instituciones, tanto en la ciudad como en el campo y en las municipalidades. Eso ha permitido que la universidad se vincule más, y de la misma forma, esas instituciones valoran y crean una necesidad y dicen, necesitamos un especialista en comunicación social para esta oficina, para esta dependencia. Por eso, ya estamos copando las instituciones públicas y los organismos no gubernamentales. A los especialistas en comunicación para el desarrollo les

va bastante bien; más que a todos nuestros egresados. Están bien posicionados, no solamente en el aspecto del puesto, sino también en el aspecto económico. Ahí es donde ganan mejor, en las organizaciones no gubernamentales. Creo que poco a poco se ha visto ya como una necesidad de nuestra profesión que se ha posicionado en nuestra región.

Dr. Del Carpio: Ahí, hay que apuntar algo muy importante: el idioma. El egresado de la universidad puede ser quechua o aimara, su idioma le permite poder desarrollarse dentro de las diferentes oficinas, comunidades, etcétera. Esa es una gran facilidad que ahora se tiene, puesto que hay más o menos ya, un consenso de todas las instituciones, donde uno de los primeros requisitos es digamos, dominar el quechua o el aimara para poder integrarse a ese tipo de trabajo.

Dr. Eland: Estamos repitiendo bastante ese punto; en el país y en la región ese toque intercultural es muy dominante. En el caso de la medicina, egresaba gente del campo de ciencias de la salud y no tenía mucho interés en el dominio del idioma nativo, pero ahora es fundamental. Parte de las convocatorias incluyen dominar el idioma nativo, claro que tiene sus sesgos. Creo que lo positivo es que hay una fuerte valoración de la identidad que se nota en la región y en el país; no al nivel de Bolivia, que incluso a veces exagera un poco la nota, pero estamos en esa dinámica.

Los bolivianos le llaman intraculturalidad en lugar de interculturalidad. La intraculturalidad es la valoración del pasado ancestral, entonces noto que, en la región tenemos un componente fuerte de intraculturalidad, de valoración del pasado ancestral, de las culturas y del idioma. Eso es muy positivo, lo veo altamente positivo, porque es la respuesta histórica a la discriminación y al racismo, muy característicos del Perú.

Dr. Huanca: Yo agregaría cómo ha ido progresando. Por ejemplo, hace siete u ocho años atrás que la universidad tiene un centro de idiomas extranjeros y nativos. Antes, uno esperaba que veinte alumnos se matricularan para el idioma nativo. Yo hablo aimara; lo domino, pero me faltaba escritura y lectura; son muy distintos. He esperado cuatro semestres, casi dos años, para que reinicien un curso por que en el primer intento había nueve alumnos y no se podía iniciar. Cuando por fin estudié después de dos años, éramos tres mayores y el resto eran estudiantes de 18 a 20 años.

¿Quiénes estudiaban? Los de medicina humana, enfermería, educación inicial, derecho, porque también para ser juez están pidiendo que dominen el idioma nativo. Yo les preguntaba cuál era la concepción que ellos tenían. Era para el mercado, decían. Hay enfermeras con grados de maestría y doctorado que están esperando concursar en Puno y Juliaca, pero para eso deben saber idioma nativo del campo. En zona aimara debes saber

aimara, y si es en zona quechua, quechua. Ahora el idioma nativo ya cobró importancia. Hace medio año visité el centro de idiomas y la gente ya pelea; ya no hay que esperar dos años para estudiar un idioma nativo.

G. Rocha: ¿Cuáles son las tendencias temáticas en la escuela de ciencias de la comunicación?

Dr. Abarca: Fundamentalmente, interculturalidad.

Dr. Eland: Creo que es el tema más dominante. Por ejemplo, hablando de anécdotas (con anécdotas se entienden mejor las cosas), hay una emblemática radio que incluso está en los textos latinoamericanos de comunicación alternativa: Radio Onda Sur. Ésta, tenía escuelas radiofónicas y programas en radio muy interesantes en idioma nativo con formatos creativos, radionovelas, formatos muy especiales: muy bonitos, aunque nunca le habían tomado importancia a hacer investigaciones sobre estos programas. Recientemente hay mucho interés por hacer estudios históricos de comunicación, pero de comunicación radiofónica aimara. Noto a los chicos que quieren investigar eso. Lo intercultural está entrando con fuerza, no solamente en la pose que es hacer sustentaciones en quechua o aimara, sino también hacer investigación de interculturalidad.

Dr. Huanca: Ahora está entrando el tema de responsabilidad social. Como la última investigación que tuve la oportunidad de asesorar es la responsabilidad social del noticiero regional *24 horas*. Es un noticiero televisivo de Panamericana Televisión, pero solamente se difunde media hora. Cuando hicimos el proyecto, el jurado decía que ese noticiero no tenía nada de responsabilidad social. El tema estaba en las noticias; como un plus de las noticias de responsabilidad social. Al jurado le costó un poco comprender, pues comentó: “ese noticiero no emite mensajes de responsabilidad social”. No necesariamente, ni mensajes ni programas específicos, sino dentro de las noticias, o sea, las noticias como un tema de responsabilidad social, por ejemplo, los centros donde se sacrifican animales que no están en condiciones de salubridad. Analizando, ya hay chicos que se están animando y están haciendo varios proyectos del tema. Ahora creo que será un boom.

Dr. Castellanos: ¿Y el tema de género?

Dr. Huanca: También se está trabajando el tema de género.

Dr. Eland: Sí, hay una que otra investigación de género.

Dr. Castellanos: ¿Pero es boom?

Dr. Huanca: No, no, no. Todavía no. No es *boom*.

Dr. Eland: El interior provinciano todavía es machista, o sea, la sociedad patriarcal aún es fuerte. No hay temas de género. Sí hay tesis de género, pero no son ningún *boom*.

Las problemáticas emergentes: el agua

La Facultad de Ciencias Sociales de la UNAP agrupa a las Escuelas Profesionales de Antropología, Arte, Ciencias de la Comunicación Social, Sociología y Turismo. La publicidad es una de las áreas de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social. Al respecto, el Dr. Eland señala como una “curiosidad” que hay pocas investigaciones sobre publicidad y *marketing*, a pesar de disponer de esa rama. Dado que fue director de investigación de la Facultad, pudo conocer los trabajos de las cinco Escuelas y allí notó que la publicidad tenía poco abordaje. Atribuye ello a “razones de estructura económica de la región”, además que el sector empresarial no es dominante en Puno.

Dr. Huanca: También pienso que no hay investigación sobre *marketing* porque no hay empresas grandes. En Puno no hay ni una empresa en sociedad, todas las empresitas son de responsabilidad individual. Como no hay empresas, entonces no se hace investigación en *marketing*. Además, los medios puneños tienen publicidad de instituciones y de pequeñas pollerías; pero no hay de empresas. Ese es, me parece, el factor para que los estudiantes no hagan investigaciones en publicidad.

Dr. Eland: El aparato, la estructura económica de la región es incipiente; pero la heterogeneidad productiva también es una característica del país. Lima tiene grandes empresas, incluso transnacionales, en fin, todo. Hay una heterogeneidad productiva. En Lima puede haber hasta empresas posmodernas y experiencias premodernas en el interior. Es una gran heterogeneidad el aparato productivo en el país.

Dr. Castellanos: ¿Pero llega la Coca-Cola?

Dr. Eland: Ah, lógico. En Puno hay un distribuidor.

Dr. Huanca: Es un distribuidor, pero no hay planta.

Dr. Eland: Las plantas están en Cuzco y Arequipa.

Dr. Castellanos: ¿Comida rápida y esas cosas?

Dr. Eland: Si hay *fast food* en la ciudad de Puno, todas esas cosas. Por eso digo, la heterogeneidad productiva. El aparato productivo es heterogéneo. Tienes experiencias desde empresas tipo consorcio internacional, hasta pescadores y recolectores en el Amazonas. Todavía hay pueblos no contactados. Nosotros tenemos la figura de los pueblos no contactados en la Amazonía.

Dr. Castellanos: ¿Así les llaman?, ¿pueblos no contactados?

Dr. Eland: Bueno, los antropólogos le llaman así; los pueblos no contactados. Incluso, aparecen a veces en la televisión, en las noticias, en las fotografías.

Ahora las empresas extractivas están entrando a la Amazonía, al altiplano, a la sierra, y ese es un problema fuerte que hay en el país; que las empresas extractivas están llevándose a muchas comunidades porque el estado bendice un poco el extractivismo.

Dr. Abarca: Vale la pena mencionar que una línea de investigación está naciendo. Ahora ya se habla del cuidado medio ambiental, del buen uso del agua. No hay muchas tesis, pero hay gente que ya está mirando hacia ese lado.

Dr. Eland: Claro, ese tema es emergente. Por ejemplo, todo el tema del agua. Incluso, hay discusiones, peleas entre regiones por dicho tema, ya que de las cabeceras, baja el agua hasta la costa. Para el extractivismo se necesita mucha agua, y tenemos una ley de recursos hídricos que ha privatizado el agua y ha ido en contra del uso ancestral de las comunidades campesinas, indígenas. Es emergente; es algo que está empezando a aparecer: el tema del agua.

Los trabajos individuales: pueblos indígenas, periodismo y adopción tecnológica

De manera similar a la diversidad disciplinaria que coexiste en las Escuelas Profesionales de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNAM, sus docentes e investigadores tienen formaciones diversas. Eland Dick y Flavio Abarca son doctores en Ciencias Sociales; César del Carpio es doctor en Desarrollo Rural; Félix Huanca es doctor en Educación. Actualmente, participan en distintas áreas de profesionalización abordando temáticas diferentes.

Dr. Eland: Estoy desarrollando temas de pueblos indígenas y comunicación, temas de colonialidad; esas son mis preocupaciones actuales.

Dr. Huanca: Estoy trabajando en el área de periodismo: ¿cómo el periodismo puneño contribuye a la educación?, ¿qué hacen los periodistas?, ¿qué nivel de publicaciones alcanzan?, ¿para qué nivel de educación?, ¿inicial, primaria y secundaria? Porque siempre hay una sección especial semanalmente publicada, un suplemento de educación, que tiene solamente cuatro hojitas. Interesa saber qué temas de educación abordan.

Dr. Abarca: Estoy más en el tema de adopción tecnológica. En el uso en la universidad, por ejemplo, nosotros los docentes asumimos que los jóvenes, al pertenecer a una generación digital (generación “X”, “Y” o “Z”), ya saben de informática, de computación. Tienen cierta habilidad para manejarla rápidamente: configurar su celular, una que otra cosa; pero, en el fondo, en verdad hay carencia de conocimiento. Por ejemplo, no pueden hacer una macro. De la arquitectura de redes, en teoría no saben, se las arreglan, pero se nota que no hay un uso apropiado de las tecnologías aplicadas a la enseñanza-aprendizaje, a la enseñanza virtual.

Nuestra universidad tiene una característica especial: pide que los estudiantes firmen asistencia cada clase como requisito para aprobar el curso por asignatura. ¿Y dónde queda entonces la versatilidad que te ofrece la tecnología? No puedes hacer una clase virtual; tienes que estar en aulas. En ese sentido es donde estoy tratando de hacer investigación.

Dr. Del Carpio: Estamos abordando temas de periodismo; radio, televisión y periódico. Tratamos de ver cómo es la influencia de los aspectos de opinión que se tiene sobre los diferentes medios que hay en la región, y cuál es la influencia de éstos frente al público. También hay otros aspectos menores que corresponden, digamos, al trabajo audiovisual. Un ejemplo es la fotografía.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN

NO. 145 / ENERO-JUNIO 2020 / ISSN 2683-2631 / ENTREVISTA



Foto: Vicente Castellanos Cerda