

NUEVO PERFIL DEL COMUNICADOR SOCIAL EN EL PERU DE CARA A LOS DESAFIOS DEL NUEVO MILENIO

Yhobany Venegas Linguithy (1)

CONTENIDO

- A manera de introducción.
- Inicios y desarrollo de la comunicación como profesión.
- Aspectos teóricos de la ciencia de la comunicación y el perfil profesional del comunicador social.
- Razones verdaderas para proponer un nuevo perfil del comunicador social.
- Aspectos fundamentales del nuevo perfil del comunicador social en el contexto actual del Perú.

A MANERA DE INTRODUCCIÓN

La globalización entendida como un proceso de protección de unos cuantos contra el resto (G. Orozco 1994); El sistema económico – político de orientación neoliberal que excluye completamente a los grandes sectores de la sociedad explotada (N. Chomsky 1994); La omnipresencia de la sociedad de la información como fenómeno económico social que desplaza a la industria manufacturera y abre paso a la industria del conocimiento (J. Gargurevich 1999); Son fenómenos que provocan un estadio donde los muchos problemas sociales mundiales se relacionan con problemas de salud, educación, economía y comunicación de cada país, de los cuales no se escapa el Perú por estar incluido en esta dinámica actual.

Siendo la comunicación y las innovaciones tecnológicas las que mayor auge han cobrado en los últimos tiempos, así como la formación del comunicador social que se ha puesto en debate; surge una pregunta – respuesta: debemos pensar en un nuevo perfil del comunicador social en nuestro país.

INICIOS Y DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN COMO PROFESION.

En los años 30 fueron creadas las primeras escuelas de periodismo en Latinoamérica, obviamente surgen con ellas los primeros cuadros profesionales de comunicadores; Gargurevich afirma que este proceso creacionista culminó en la década del '70.

En el Perú, la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica del Perú fue la primera que inicio el proceso creacionista en nuestro país en 1945 y 2 años después se creo otra escuela en la Universidad Mayor de San Marcos. Actualmente en 32 Centros Superiores, entre públicos y

¹ Licenciado en Ciencias de la Comunicación, parte del equipo de trabajo de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

privados, existen facultades y escuelas que forman Profesionales de la Comunicación, así ilustran los cuadros que a continuación se presentan.

CENTROS SUPERIORES QUE FORMAN COMUNICADORES SOCIALES EN EL PERU

CUADRO Nº 01

CENTRO SUPERIOR Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA		Condición Socio Económica	
		Publica	Privada
<u>Lima</u>			
-	Universidad de Lima.		X
-	Univer. San Martín de Porres.		X
-	Univer. Fem. del Sagrado Corazón.		X
-	Univer. Inca Garcilaso de la Vega		X
-	Univer. Nac. Federico Villareal.	X	
-	Univer. Mayor de San Marcos.	X	
-	Pontificia Univer. Católica del Perú.		X
-	Univer. San Ignacio de Loyola.		X
-	Univer. Priv. San Juan Bautista.		X
-	Univer. Peruana de Ciencias Aplicadas.		X
-	Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza.		X
TOTAL	11	2	9

FUENTE: Elaboración Propia Julio 2000.

CUADRO Nº 02

CENTRO SUPERIOR Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA		Condición Socio Económica	
		Publica	Privada
<u>CENTRO.</u>			
-	Universidad Nacional José F. Sánchez Carrión / Huacho-Lima.	X	
-	Univ. Nacional Santiago Antúnez de Mayolo / Huaraz-Ancash.	X	
-	Universidad Nacional San Luis Gonzaga / Ica.	X	
-	Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión / Cerro de Pasco.	X	
-	Universidad Nacional del Centro del Perú / Huancayo.	X	
-	Universidad Nacional Hermilio Valdizan Huanuco.	X	
-	Universidad Nacional del Santa / Ancash / Chimbote.	X	
TOTAL	7	7	0

FUENTE: Elaboración Propia Julio 2000.

CUADRO Nº 03

CENTRO SUPERIOR Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA		Condición Socio Económica	
		Publica	Privada
<u>NORTE.</u>			
-	Universidad de Chiclayo / Lambayaque.		X
-	Universidad de Piura / Piura.		X
-	Universidad Privada Antenor Orrego / Trujillo.		X
-	Universidad Privada César Vallejo / Trujillo.		X
-	Universidad Privada del Norte / Trujillo.		X
-	Universidad Nacional Pedro Ruiz Caro / Lambayeque.	X	
-	Universidad Particular de Iquitos / Loreto.		X
TOTAL	7	1	6

FUENTE: Elaboración Propia Julio 2000.

CUADRO Nº 04

CENTRO SUPERIOR Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA		Condición Socio Económica	
		Publica	Privada
<u>SUR</u>			
-	Universidad Católica Santa María/ Arequipa.		X
-	Universidad Nacional del Altiplano/ Puno.	X	
-	Universidad Nacional San Antonio Abad/ Cusco.	X	
-	Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann/ Tacna.	X	
-	Universidad Nacional San Agustín/ Arequipa.	X	
-	Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga/ Ayacucho.	X	
-	Universidad Privada de Tacna/ Tacna.		X
TOTAL	7	5	2

FUENTE: Elaboración Propia Julio 2000.

En 1960 se funda el Centro Internacional de estudios superiores de periodismo para América Latina (CIESPAL) cuya tarea principal era promover y difundir un PLAN TIPO de escuelas de ciencias de la información colectiva. Este plan a su vez proponía la formación de comunicadores polivalentes capaces de desempeñar cualquier actividad dentro de los medios de comunicación de masas. Este modelo fue defectuosamente copiado, según Marquez de Mhelo, de la escuela norteamericana de comunicación de masas (School of Mass Communication) porque su versión original proponía diferentes especializaciones sin embargo el propuesto por CIESPAL coincidía más con la formación de un profesional único (M. Andion 1992).

El CIESPAL, afirma Andion, no solo contribuye de manera decisiva a la conformación del campo profesional de la comunicación, también interviene directamente en el oscurecimiento del sentido social de la profesión; En este contexto, continúa, nace un mito que ha condicionado el desarrollo

de esta práctica profesional y es creer que el mercado laboral natural de trabajo son los medios de comunicación de masas.

Desde el primer perfil profesional propuesto por CIESPAL hasta hoy donde se contemplan diversidad de enfoques sobre el tema, el perfil ha ido evolucionando y redefiniéndose de acuerdo a distintos puntos de vista y necesidades sociales, sin embargo muchas de las propuestas son ideales y no reales claros ejemplos son algunos de los que se mencionan a continuación:

- El Comunicador – Productor (J. Martín Barbero 1990), donde se mantienen dificultades teóricas y privilegian soluciones técnicas (T. Quiroz 1991).
- Comunicador Intelectual (T. Quiroz 1991, J. Protzel 1999), supone la actitud comprensiva de la realidad que permita darle contexto político y cultural al profesional.
- Comunicador Artista, aquel capaz de recrear su propia cultura y participar como un productor de cultura dentro de la sociedad a la que pertenece (M. Andion 1991).
- Comunicador del nuevo milenio, (Simón Pedro Arnold OSB 1998) donde se resalta la base humanística en la formación y desempeño de la profesión.

Cuando pensamos y proponemos un perfil profesional debemos tomar en cuenta, tres aspectos importantes que son: lo que ofrece la Universidad, lo que la sociedad y el mercado laboral demandan y lo que el estudiante considera necesario e imperativo para su posterior desempeño profesional. Entonces, el perfil del comunicador social debe ser el producto del consenso de todos, estos planteamientos.

ASPECTOS TEORICOS DE LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN Y EL PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR.

Es necesario abordar los aspectos teóricos, epistemológicos y científicos de la ciencia de la comunicación y del perfil profesional porque permitirá ubicar de manera panorámica estos dos aspectos en el contexto actual. Para ello es necesario considerar los cuatro conceptos que se menciona a continuación:

- 1) La Interdisciplinariedad que caracteriza a la comunicación (J. Gargurevich 1999) y la ubicuidad diferenciada traducida en que la comunicación presenta ambigüedades en sus ofertas y demandas académicas (G. Orozco 1994) significa que la epistemología de la comunicación debe poner mayor énfasis en diferenciar el objeto material de estudio que comparte con otras ciencias, con el objeto formal que la distingue de otros conocimientos (que es la comunicación propiamente dicha); esto permite plantear las coincidencias y diferencias que se tiene con otros campos del conocimiento. (G. Concha 1996)
- 2) La comunicación como otras ciencias considera 3 pilares fundamentales de formación profesional, el primero relacionado con su soporte teórico, los saberes (conocimiento científico); el segundo metodológico para entender las nuevas formas de aproximación a la realidad y el tercero que permite comprender y reflexionar los nuevos escenarios, los

quehaceres (saber instrumental) (G. Etto. 2000). Un cuarto pilar de formación que deberíamos considerar son las tecnologías por su vertiginoso avance y su incidencia en la práctica de la comunicación.

- 3) También es preciso deslindar teóricamente los conceptos de perfil y rol profesionales. El perfil Profesional tiene que ver con la formación académica (bases científicas, filosófica, humanísticas y tecnológicas) que recibe el comunicador en la Universidad y esta constituido por los objetivos, valores, conocimientos, destreza y habilidades que el estudiante internaliza y adquiere durante su formación profesional. Mientras que rol profesional es la función que el comunicador cumple en la sociedad como respuesta a las necesidades comunicacionales que confrontan las personas y grupos en la sociedad (M. Fuentes 1994) es decir pone en práctica el perfil profesional.
- 4) Por último las dificultades para definir el perfil profesional del comunicador derivan de la propia indefinición de los ámbitos de trabajo en los que se mueve, la construcción de ese perfil debe obedecer a las exigencias de su entorno y tener en cuenta la utilidad social de su trabajo que legitima la presencia de los profesionales en este campo.

Los comunicadores tienen como otros profesionales una responsabilidad social en cuanto realizan un trabajo en el seno de la sociedad por ello el posible “compromiso social” no tiene por que ser mayor ni menor que el de los profesionales de otros campos.

Por otro lado la Universidad debe ser asumida como un espacio desde el cual se proporciona una formación vinculada a las necesidades de cada realidad concreta por lo tanto no ajustada a un perfil único, razón por la cual no podemos hablar en esos términos ni tender a la homogeneización en la formación de comunicadores (1er encuentro de Almagro sobre comunicación y movimientos sociales, España 1991).

RAZONES PARA PROPONER UN NUEVO PERFIL DEL COMUNICADOR SOCIAL

¿SE DEBE PENSAR EN UN NUEVO PERFIL DEL COMUNICADOR SOCIAL EN EL PERÚ?

Claro que sí, porque nuestra realidad es completamente diferente, incluso en comparación ha hace 2 años atrás; Además el gran avance tecnológico y la crisis de paradigmas en las ciencias sociales permiten pensar y repensar no solo la formación de comunicadores sino también en el desempeño profesional de éstos (Perfil y rol respectivamente).

Todo lo mencionado hasta aquí revela la pertinencia e importancia de proponer un nuevo perfil del comunicador social en este momento.

MUCHO MÁS QUE EL AVANCE TECNOLÓGICO Y LA CRISIS DE PARADIGMAS.

Es necesario considerar dos puntos de partidas fundamentales para la elaboración del nuevo perfil del comunicador social en nuestro país.

PRIMERO. Hoy en día la comunicación cumple un papel importante en la cotidianidad y el desarrollo de la sociedad actual, esta a su vez con todas sus características ha coadyuvado a los cambios que la comunicación muestra, ha influido también en su patrón de uso por extensión e intensidad además cantidad y calidad de la misma que la sociedad permite observemos el siguiente cuadro propuesto por Guadalupe Etto acerca de los cambios trascendentales en la comunicación (1998).

ANTES	HOY
Tenía una ubicación parcial en la vida cotidiana y social.	Es una forma general de organización social.
Se movía en los círculos cerrados de las esferas publicas y privadas.	Se proyecta a la totalidad.
Era una forma particular.	Tiene una cualidad configuradora.
Era una noción concreta.	Es opción prioritaria.
Era un asunto sobre el cual temalizar.	Es una forma de mentalidad.
Era solo un concepto.	Son cambios que revaloran.

SEGUNDO. En la dinámica actual de nuestro país es vital, para el desempeño y el ejercicio profesional de la comunicación, pensar en un perfil renovado que considere cada vez más prioritaria la convergencia y consenso entre lo que la Universidad ofrece (oferta) y lo que el mercado laboral requiere (demanda) y ambos aspectos interrelacionados y desarrollados en un entorno social común (sociedad).

ASPECTOS DEL NUEVO PERFIL DEL COMUNICADOR SOCIAL EN EL CONTEXTO ACTUAL DEL PERU.

1. ASPECTOS ACADEMICOS.

Este ítems engloba ideas vitales que se deben tomar en cuenta en la formación de profesionales de la comunicación de hoy.

- El comunicador social para desempeñarse profesionalmente debe tener una base formativa equilibrada entre el pragmatismo de la tecnología y el fundamentalismo de las ciencias sociales del cual es parte la ciencia de la comunicación, a pesar de que se ha insistido hasta la saciedad en el divorcio irreconciliable entre lo teórico y lo práctico en cuanto a formación profesional de comunicación se refiere, ocurre que la ciencia de la comunicación es la ciencia práctica de las ciencias sociales, ello no significa que no este sustentada con rigor científico - teórico pues no se puede teorizar sino se investiga la realidad con rigurosidad y apego a la ciencia. Un equilibrio en la dicotomía teoría - práctica en nuestra formación significa tener un bagaje de conocimientos con 50% de cada parte esto permitirá que el comunicador desarrolle un trabajo profesional con soporte teórico, humanístico y conocimiento práctico de los medios

a utilizar, permitirá también que estos nuevos profesionales le den un verdadero uso social a las disciplinas de la comunicación como Relaciones Públicas, Relaciones Industriales, Publicidad y propaganda, Marketing, Comunicación Organizacional y a las tecnologías de comunicación de la información como radio, televisión, prensa, medios de comunicación no masivos y ahora informática (M. Fuentes 1994).

- Ahora las currículas actuales de los 32 centros de formación profesional de comunicación en nuestro país deben considerar 3 tipos de cursos que son: cursos de formación general, de formación básica profesional y de formación especializada que provean a los estudiantes en un momento de conocimiento teórico y práctico general relacionados con la comunicación, sociedad e individuo y en otro momento de conocimiento especializado de la teoría y práctica de la comunicación; estos cursos a su vez deben promover, propiciar y desarrollar nuestra diversidad creativa, puesto que la profesión de comunicación es eminentemente creativa y de gran iniciativa, este aspecto permitirá que el comunicador se preocupe por rescatar la unidad esencial de lo humano.
- El profesional comunicador debe también conocer y manejar perfectamente el mercadeo social una disciplina que combina aportes de las ciencias sociales y las ciencias administrativas para influir en la conducta de los públicos a través de la venta de ideas, servicios y productos con el objeto de mejorar la calidad de vida del grupo objetivo y de la sociedad en general.
- El comunicador social de hoy debe tener un amplio dominio del idioma oficial y de otros idiomas extranjeros o maternos (castellano, inglés, quechua y aymará respectivamente de acuerdo al escenario local donde desempeñe su trabajo), debe manejar perfectamente el lenguaje audiovisual, los paquetes informáticos, Internet y Multimedia, este tipo de capacitaciones lo recibirán generalmente fuera de las aulas universitarias y como sostiene Simón Pedro Arnold hay que dar particular importancia a la criticidad y a la capacidad de pensar por sí mismo alejándonos de la educación conformista tan propia de nuestras instituciones escolares y académicas.

2. ASPECTOS PERSONALES.

Aparte de lo académico consideramos los siguientes rasgos personales característicos del nuevo perfil.

- La dimensión ética deontológica relacionada con los valores y la moral hoy en día debe convertirse en un sólido e importante fundamento de la comunicación como profesión, el comunicador debe respetar los deberes y derechos de las personas y las leyes que rigen las libertades del ser humano como ciudadano peruano.
- Debemos responder a nuestras ambiciones personales de superación y desarrollo y al mismo tiempo a las exigencias de la sociedad y el mercado laboral que necesitan profesionales de la comunicación conocedores de su realidad y que manejen un verdadero sustento científico y

social en sus trabajos prácticos profesionales relacionados con las tecnologías y la sociedad. Este aspecto implica una doble responsabilidad que debemos asumir los estudiantes y egresados de las facultades de comunicación que no solo se debe poseer formación académica universitaria sino considerar el esfuerzo de autoformación, auto profesionalización y autodesarrollo que nos hará incursionar en una dinámica constante de aprendizaje social e individual por tanto el comunicador es un eterno educando dispuesto a aprender y aprehender cada día más.

- Hoy el comunicador debe ser un líder significa que debe privilegiar por sobre todas las cosas el servicio que presta a la sociedad, además detectar los problemas que en ella existe y trabajar para corregirlos y solucionarlos, el comunicador líder trabaja con las masas y no con las élites predica con el ejemplo y conoce a todos y a cada uno de los miembros de su entorno social y laboral.
- El comunicador debe tener una personalidad y mentalidad madura que le permita manejar adecuadamente la inteligencia racional y la inteligencia emocional. La inteligencia racional tiene que ver con el saber saber y saber hacer, significa conocer la teoría, los hechos, fines y conocer la realidad para analizarla y trabajar dentro de ella, este tipo de inteligencia tiene que ver con la razón instrumental mientras que la inteligencia emocional es la capacidad de controlar los impulsos, significa tomar decisiones adecuadas, manejar los problemas laborales con sensatez, ecuanimidad, coordinación y equilibrio esta inteligencia esta guiada por la razón histórica que significa realizar un trabajo sin necesidad de condicionarlo a lo económico. El dominio de esta última inteligencia por parte del comunicador social lo llevará a tener y mantener relaciones interpersonales adecuadas en el campo laboral y social que permitan una mejor integración al mercado laboral.

3. ASPECTOS LABORALES.

Desde la perspectiva laboral es necesario comprender que el sistema social [SS] es un macrosistema en el que se interrelacionan el subsistema laboral [SL] y el subsistema universitario [SU] por lo tanto como cualquier otro profesional el comunicador está inmerso en una dinámica contractual regida por la oferta y la demanda del mercado laboral.

Así mismo actualmente existe en el campo de la comunicación lo que en esta investigación denominamos nichos ocupacionales como resultado de la adición de formación académica, más la necesaria especialización subsecuente y consecuente del profesional comunicador mas la actual estratificación de mercado laboral.

Las exigencias y la competitividad de los mercados laborales locales nacionales e internacionales exigen la alta profesionalidad del comunicador actual por ello debemos de trabajar previo un planeamiento estratégico que es una planificación tomando en

consideración el análisis situacional de la organización donde se va a laborar, la priorización de los problemas para encontrar soluciones y la utilización de estrategias en el desarrollo de las acciones y actitudes, que deben estar cronogramadas en un plan operativo de una organización o un escenario real de trabajo para cumplir los objetivos de los mismos con eficiencia y eficacia.

Debemos también estar preparados y dispuestos a trabajar en equipos (grupos multidisciplinarios de trabajo) como actualmente se da en la docencia Universitaria, los organismos no gubernamentales (ONGs), medios de comunicación masivos y no masivos, empresas públicas y privadas, instituciones educativas, de salud y otros.

En la dinámica actual de nuestro país las oportunidades de trabajo cada vez son menores en comparación a nuestro amplio campo de acción multifacético y polivalente esta dimensión no significa que como profesionales debemos saber un poco de todo sino más bien y como sostiene Simón Pedro Arnold tener un bagaje profesional suficiente, profundo y performador (difícil pero posible) Para poder abordar temáticas diversas con igual criterio y competencia que el de otros profesionales, que nos permita poder estar en igualdad de condiciones con un antropólogo, sociólogo u otros profesionales y así poder realizar un verdadero trabajo profesional hoy en día nuestro trabajo debe estar dirigido por el estudio y la investigación IEC (Información, Educación y Comunicación) y debe orientarse a solucionar problemas y necesidades sociales relacionadas con el pluralismo, la creatividad y empoderamiento, mujeres, niños, jóvenes y género, cultura, identidad cultural, patrimonio cultural, salud, educación y medio ambiente; temáticas que han sido considerados por la comisión mundial de cultura y desarrollo, UNESCO en 1995 como las más importantes y actuales necesidades del desarrollo humano en toda su diversidad para lograr sostenibilidad.

Finalmente como sostiene Tofler debemos actuar localmente y pensar globalmente, no es otra cosa que desarrollar nuestro trabajo comprendiendo nuestro entorno concreto tal y como es sin que esto signifique que nos separemos de los problemas globales.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA

1. ANDION Mauricio: *La formación de profesionales en*
1999 *Comunicación. En Revistas DIÁLOGOS de la comunicación;*
FELAFACS N° 31. Junio Lima.
2. ADRIANZEN Alberto: *La crisis de los paradigmas y la*
1995 *política. En colección de encuentros sobre visiones del mundo. La*
Sociedad de la Comunicación, Fondo de Desarrollo Editorial.
Universidad de Lima.
3. CONCHA F. Gladys: *La ciencia de la comunicación, la*

- 1996 *comunicación de la ciencia*. En Revista Willaq de comunicación y cultura N° 01 Editorial Universitaria UNSAAC Cusco.
4. CHOMSKY Noam: *El tratado amplía un gobierno internacional que excluya a la población*. (Entrevista concedida a H. DIETERICH STEFFAN) en Revista Procesos N° 896, Enero México.
5. ETTO Guadalupe: *El lado humano de la comunicación on line*. En Revista MEDIACIONES N° 01 Universidad Federico Villareal, Octubre Lima.
- 1998
- 2000 Crisis de paradigmas: Impacto en el contexto de la comunicación (ponencia realizada en Seminario Nacional en la FACSEI Cusco) Julio - Cusco.
6. FLOREZ OCHOA Jorge: *¿Se globalizará la cultura?* en el diario El Antoniano año 9 N° 103 Editorial Universitaria, UNSAAC. Enero Cusco.
7. FUENTE CH. Miguel: **Tecnologías Sociales Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional**. Ediciones ZENIT Arequipa.
8. GARGUREVICH Juan: *De Periodistas a Comunicadores: Crónica de una transición de nuestro siglo*. En Revista DIALOGOS de la comunicación N° 54 FELAFACS. Marzo Lima
9. INFORME FINAL: Informe del Primer encuentro de Almagro sobre comunicación y movimientos sociales realizado en España en Revista DIÁLOGOS de la Comunicación N° 31. FELAFACS Setiembre – Lima.
10. MARTIN BARBERO Jesús: *Teoría, investigación, producción en la enseñanza de la comunicación*. En Revista DIALOGOS de la comunicación N° 28 FELAFACS. Diciembre Lima.
11. NEYRA Walter: *Operativización de los conocimientos sobre telecomunicaciones en la enseñanza de la carrera de comunicación*. En libro de compilación de ponencia sobre **nuevos escenarios de las telecomunicaciones: Las innovaciones tecnológicas en la formación y ejercicio profesional de los comunicadores**, UNICEF. Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Lima.
12. OROZCO G. Guillermo: *Comunicadores hacia el año 2000: Desafíos Pedagógicos de su formación*. En Revista DIALOGOS de la comunicación N° 39. FELAFACS. Junio Lima.
13. ORTIZ C. Felix: **Relaciones Públicas en el contexto de**

- 1993 **la comunicación** libro N° 2. Editorial Universitaria – UNSAAC Cusco.
14. PROTZEL Javier: *Encuentros y tensiones entre campo intelectual y campo profesional. Trayectoria de la investigación en la década de los 90.* Revista DIALOGOS de la comunicación N° 56 FELAFACS. Octubre Lima.
15. QUIROZ Tereza: *Los comunicadores sociales: ¿Entre la crítica y el mercado?*. En Revista DIALOGOS de la comunicación N° 31. FELAFACS Setiembre Lima.
- 1997 *Enseñanza de la Comunicación y Nuevos Retos de la calidad de la Educación Universitaria.* En el libro de compilación de ponencias sobre **nuevos escenarios de las telecomunicaciones: Las innovaciones tecnológicas en la formación y el ejercicio profesional de los comunicadores.** UNICEF, Universidad Femenina del Sagrado Corazón. Lima.
16. ROCHABRUN Guillermo: *¿Crisis de Paradigmas o faltas de rigor?* En colección de encuentros sobre **visiones del mundo: la sociedad de la comunicación,** Fondo de Desarrollo Editorial. Universidad de Lima. Lima.
17. UNESCO **Nuestra Diversidad Creativa: Una agenda internacional para el cambio cultural** (Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo). Ediciones UNESCO Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú Lima.

Perú, 2001.