**Programa de Formación: “Escuela de Comunicación para el Desarrollo”**

1. **ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN**

ILLA Centro de Educación y Comunicación es una institución fundada en 1980 y desde sus inicios ha venido desarrollando una labor de promoción del desarrollo rural y en defensa de los derechos de las poblaciones campesinas, así como por la vigencia de la democracia en las comunicaciones en el país. Desde esta doble perspectiva, hemos venido apostando por el desarrollo de capacidades y condiciones para que los periodistas y comunicadores radiales puedan mejorar su aporte e impacto en los procesos de desarrollo y democracia que se dan a nivel local-regional.

En el año de 1993-1994 diseñamos y realizamos la “Primera Escuela de Comunicación para el Desarrollo” dirigida a Comunicadores que trabajaban en zonas rurales a nivel nacional utilizando distintos medios y formas de comunicación. El diseño de esta primera Escuela se hizo teniendo en cuenta el perfil de los participantes de ese entonces, la totalidad de los cuales no eran profesionales egresados de universidades, sino que eran periodistas y comunicadores que habían desarrollados sus habilidades y capacidades en forma práctica, que desarrollaban sus actividades comunicativas en zonas campesinas o rurales (la mayoría zonas de pobreza y extrema pobreza), estableciendo una fuerte identidad y relacionamiento con los distintos actores del campo, que utilizaban diversos medios y espacios de comunicación (especialmente la producción de altoparlantes y programas en radios comerciales y/o educativas), y venían asumiendo un rol de liderazgo en su zona.

Esta primera experiencia piloto nos dejó un conjunto de lecciones y aprendizajes, que fueron sistematizadas en el libro “La Comunicación como Estrategia para el Desarrollo”, pero más importante aún, nos dejó una serie de interrogantes y pistas que hemos venido profundizando en estos años, buscando perfeccionar el modelo teórico y la metodología que propusimos entonces. Hoy, luego de 15 años, con una larga experiencia acumulada y un conocimiento del campo de la radiodifusión local en el Perú, volvemos a retomar nuestras raíces, con nuevos enfoques, conceptos y herramientas que consideramos claves incorporar en el perfil de los comunicadores y periodistas radiales.

En ese sentido, parte de la problemática actual de las radios en el país, especialmente en las radios locales, es que muchos de sus integrantes no han podido o tenido la oportunidad de profesionalizarse en comunicación y/o periodismo, sea porque no existía una oferta educativa adecuada (en contenidos y metodología), accesible (descentralizada, especialmente para provincias y zonas rurales) o porque las mismas características del medio radial a nivel local-regional generaba las condiciones para ello (muchos son pequeñas o medianas empresas familiares, muchos alquilan espacios a terceros, especialmente los programas periodísticos y opinión). Sea cual fuere la razón, esto es parte de la realidad y problemática actual de las radios locales en el Perú. Ello ha generado que muchas veces estas radios, así como los periodistas y comunicadores que las integran, no sean reconocidas y valoradas en su dimensión real, en su aporte al desarrollo local y los procesos de democracia, diálogo y concertación con otros actores, sean discriminadas (por aquellos que si son profesionales de la comunicación y creen que por eso son mejores y piden que se les niegue su derecho a informar y opinar como cualquier otro ciudadano) e incluso perseguidas por los distintos gobiernos de turno (sea por razones técnicas-legales o políticas) perdiéndose muchas oportunidades valiosas para la generación de sinergias y alianzas entre estado, empresa y sociedad civil, o para la  prevención y resolución de situaciones de crisis y conflictos como los que vivimos cotidianamente en nuestro país.

¿Cuales es entonces la solución que planteamos para este tipo de situación? Nosotros consideramos que ello pasa por una ampliación de la oferta educativa en comunicación para el desarrollo, que sea accesible y permita a estos periodistas y comunicadores prácticos que trabajan en radios locales y regionales, a capacitarse y profesionalizarse, estableciendo convenios con universidades regionales que sean sensibles y estén interesadas en aportar soluciones a esta problemática. El presente programa de formación se inscribe en este esfuerzo, en la necesidad de dialogar y establecer alianzas con otros actores educativos, realizando una propuesta piloto de formación en comunicación para el desarrollo que pueda ser enriquecida con los aportes de los comunicadores y periodistas de radios locales, y luego incorporada como parte de una propuesta curricular en las universidades.

1. **OBJETIVOS DEL PROGRAMA**

**2.1 Objetivo General**

Desarrollar en los y las participantes capacidades y habilidades que les permitan valorar adecuadamente la importancia de la comunicación y redimensionar el rol y aporte de las radios locales en los procesos de desarrollo y democracia a nivel local-regional.

**2.2 Objetivos específicos**

1. Participantes manejan y aplican una base teórica-conceptual y metodológica que les permite la comprensión y relacionamiento con los otros (públicos y actores).
2. Participantes están en condiciones de aplicar una perspectiva ética comunicativa, promoviendo valores y principios democráticos en su labor comunicativa-periodística y en los procesos de desarrollo en los cuales están involucrados.
3. Participantes manejan y aplican conceptos y herramientas participativas que les permiten mejorar la calidad de su programación y producción radial.
4. Participantes manejan y aplican conceptos y herramientas de planificación comunicativa que les permiten ubicar y orientar estratégicamente su labor radial.
5. Participantes manejan y aplican conceptos y herramientas para la prevención, gestión y/o resolución de situaciones de crisis y/o conflictos a nivel local-regional.
6. **PERFIL DEL PARTICIPANTE**

El programa está dirigido a periodistas y/o comunicadores radiales que trabajan en radios locales a nivel nacional. Para efectos de este programa de formación, entendemos como Radios Locales a las radios de diferentes tipo que operan a nivel local- regional como pequeñas y medianas empresas o asociaciones civiles (sean estas de carácter comercial, educativa y/o pública-estatal)   que no pertenezcan a una organización-asociación de medios de comunicación (es decir, que no cuenten con un soporte institucional para el desarrollo de capacidades) y que contribuyan al desarrollo y a la democracia de las comunicaciones.

Muchas de estas radios tienen un personal operativo pequeño (1 a 5 personas). Esto se puede ver en el siguiente cuadro:

*Cuadro 1: Número de personas que trabajan en las radios locales****[[1]](http://illa.org.pe/?p=137" \l "_ftn1)****:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nº de Personas que trabajan en la radio** | **Frecuencia** | **Porcentaje** |
| De 1 a 5  De 6 a 10  De 11 a más | 51  27  25 | 49,5  26,2  24,3 |
| Total | 103 | 100 |

De acuerdo con esta misma investigación, la mayoría de las radios cuentan con periodistas o comunicadores, locutores, técnicos y administrativos:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Número** | **Frecuencias** | **Porcentaje** |
| Nº de Comunicadores | | |
| Ninguno | 7 | 6,54% |
| De 1 a 3 | 64 | 59,81% |
| De 4 a 6 | 27 | 25,23% |
| De 7 a más | 9 | 8,41% |
| Total | 107 | 100,00% |
| Nº de Locutores | | |
| Ninguno | 3 | 2,80% |
| De 1 a 3 | 47 | 43,93% |
| De 4 a 6 | 35 | 32,71% |
| De 7 a más | 22 | 20,56% |
| Total | 107 | 100,00% |
| Nº de Técnicos | | |
| Ninguno | 17 | 15,89% |
| De 1 a 3 | 84 | 78,50% |
| De 4 a 6 | 6 | 5,61% |
| De 7 a más | 0 | 0,00% |
| Total | 107 | 100,00% |
| Nº de Personal Administrativo | | |
| Ninguno | 21 | 19,63% |
| De 1 a 3 | 83 | 77,57% |
| De 4 a 6 | 3 | 2,80% |
| De 7 a más | 0 | 0,00% |
| Total | 107 | 100,00% |
| Otras profesiones o especialidades | | |
| Ninguno | 69 | 64,49% |
| De 1 a 3 | 29 | 27,10% |
| De 4 a 6 | 9 | 8,41% |
| De 7 a más | 0 | 0,00% |
| Total | 107 | 100,00% |

Sin embargo, debido al escaso personal en la mayoría de radios, muchas veces los comunicadores y periodistas duplican funciones internas (como periodistas, operadores de cabina, técnicos, administrativos). En otros casos, no se tiene capacidad para diseñar y mantener una programación propia y continua, sino que se alquilan espacios “a terceros” lo que rompe la unidad de programación y configura un modelo de programación discontinua (muchos de los principales programas de información y opinión de las radios locales son espacios alquilados).

Asimismo, la mayoría de estos comunicadores o periodistas radiales no son profesionales egresados de universidades o institutos técnicos, sino que han tenido una formación “práctica” y solo en algunos casos son profesionales que provienen de otras ciencias y disciplinas (ciencias sociales, educación, ingeniería). En la mayoría de los casos, ellos han podido seguir cursos de formación o asistir a actividades de capacitación (seminarios, talleres, foros) sobre comunicación. Esto último influye en las características, problemas y limitaciones de la oferta programática y de producción de las radios locales, lo que se denota en:

La falta de criterios para diseñar políticas de la radio (programación, producción, temáticas, gestión, recursos humanos) en la mayoría de los casos.

* La ausencia de planificación estratégica (trabajan básicamente con planificación operativa).
* El uso limitado de géneros y formatos radiales (especialmente en los programas informativos y de opinión, donde se trabaja con dos o tres formatos básicos, y también en la ausencia de otro tipo de formatos como participativos, humorísticos, dramatizados).
* La falta o escaso manejo de criterios y metodología para la actividad periodística (muchas veces no se verifican fuentes, no se realiza investigación periodística, no se hace seguimiento de la noticia).
* La ausencia de evaluaciones y validación periódica de la programación/producción radial.
* La ausencia de investigación (sobre públicos o audiencias, programación, competencia, actores con los que se vinculan).
* Falta de criterios para relacionarse y establecer alianzas con otros actores, y también para asumir un rol de diálogo y concertación en determinadas situaciones y escenarios (de crisis, de conflictos).
* La ausencia de enfoques que articulen el trabajo comunicativo y de las radios locales con los procesos de desarrollo y fortalecimiento de la democracia a nivel local-regional.
* El uso de enfoques limitados sobre el quehacer periodístico (difusionismo, sensacionalismo) y su relación con la ética comunicativa.

En la mayoría de los casos, estos problemas, vacíos o ausencias, se deben básicamente a la falta de información y formación de los comunicadores y periodistas de las radios locales, quienes al no contar con conceptos, herramientas y metodologías para mejorar la calidad de su oferta radial, optan por copiar los modelos de otras radios o actuar con criterios que no son necesariamente los más adecuados.

1. **MATRIZ DE COMPETENCIAS DEL PARTICIPANTE**

**4.1 Matriz general de competencias del comunicador radial para el desarrollo**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PROPÓSITO GENERAL DE LAS COMPETENCIAS DEL COMUNICADOR RADIAL PARA EL DESARROLLO** | | | ***Valorización y redimensionamiento del aporte de la comunicación y las radios locales en los procesos de desarrollo y democracia a nivel local-regional*** |
| **PROPÓSITOS CLAVES**  **(¿Cuál es el objetivo o fin?)** | **FUNCIONES CLAVES O PRINCIPALES**  **(¿Qué debemos hacer para cumplir con el propósito clave)** | **UNIDADES DE COMPETENCIA**  **(¿Qué funciones básicas debemos cumplir?)** | **ELEMENTOS DE COMPETENCIA**  **(¿Qué sub-funciones, tareas y/o actividades debemos realizar?)** |
| 1. Establecimiento de relaciones comunicativas de calidad entre la radio y sus públicos. | Conocer y valorar a los Públicos como eje del proceso comunicativo. | 1.1. Conocer el perfil de los públicos con los cuales se vinculan, sus percepciones, necesidades y demandas comunicativas en relación a los temas de democracia y desarrollo que trabajan, estableciendo un nivel de identificación, valoración y compromiso ético con su situación y problemáticas que obstaculizan su desarrollo individual-colectivo o que impiden el ejercicio de sus derechos. | CONOCIMIENTOS  – Teorías y conceptos de comunicación. Principales paradigmas, modelos y enfoques de comunicación. Enfoque de comunicación para el desarrollo.  – Conceptos de públicos, vida cotidiana, consumo cultural, cultura, mundo subjetivo, percepciones, necesidades y demandas comunicativas.  – Conceptos y metodología de investigación de públicos.  – Técnicas de investigación cualitativas (entrevista semiestructurada) |
| HABILIDADES/PRÁCTICAS  – Aplicar el enfoque de comunicación para el desarrollo en su labor comunicativa y radiofónica.  – Identificar a los distintos públicos con los que se vincula la radio, así como sus características socioculturales, percepciones, necesidades y demandas comunicativas, su situación y problemáticas prioritarias.  – Aplicar técnicas de investigación cualitativas (entrevista semiestructurada) |
| ACTITUDES/VALORES  – Valorar el enfoque de comunicación para el desarrollo y su importancia para el trabajo radial que realizan.  – Valorar a los públicos como el eje central del proceso comunicativo.  – Valorar la importancia de la investigación de públicos. |
| 2. Promoción del diálogo entre actores para darle sostenibilidad a los procesos de democracia y desarrollo a nivel local-regional. | Asumir un rol de mediación, negociación y concertación en los procesos de democracia-desarrollo y los conflictos locales-regionales. | 2.1. Conocer el perfil y los roles de los actores a nivel local y/o regional, así como sus percepciones, necesidades y demandas comunicativas en relación a los temas que se trabajan y/o les interesan. | CONOCIMIENTOS  – Conceptos de movimientos sociales, sociedad civil y Actores,  relaciones entre ellos y Roles, importancia de la información.  – Técnica Mapeo de Actores. Matriz Roles de Actores.  – Teoría y concepto de Stakeholders. Técnica Matrices Stakeholders. Mapa de poder  – Técnica Ventana de Johari  – Técnicas de investigación cualitativas (entrevistas). |
| HABILIDADES/ PRÁCTICAS  – Identificar y analizar los distintos actores que trabajan a nivel local y/o regional, su perfil, características, percepciones, necesidades y demandas comunicativas, así como sus roles.  – Manejar herramientas que les permitan facilitar y mejorar la relación de la radio con otros actores. |
| ACTITUDES/VALORES  – Valorar la importancia de conocer y respetar a los otros.  – Valorar la importancia de la información en la relación con los otros. |
|  |  | 2.2 Promover el relacionamiento, diálogo y consensos entre actores (a nivel local, regional y/o nacional) y su participación en los espacios-procesos de planificación-concertación para promover el desarrollo y la democracia a nivel local-regional. | CONOCIMIENTOS  – Teoría y concepto de Redes. Redes y relaciones de poder. Técnica Mapa de Redes.  – Concepto de argumentación y metodología análisis lógicas argumentativas (matriz)  – Conceptos y metodología sobre desarrollo local, planificación concertada, presupuesto participativo.  – Teorías sobre el conflicto y la violencia.  – Conceptos y técnicas de negociación, conciliación, concertación, resolución de conflictos y crisis.  – Técnicas de manejo de grupos y reuniones. |
| HABILIDADES/ PRÁCTICAS  – Identificar y analizar las formas de relación que establecen los actores locales con otros actores del ámbito local, regional y/o nacional, así como facilitar el diálogo, relacionamiento y generación de consensos entre ellos.  – Analizar las lógicas argumentativas de los diferentes actores.  – Manejar conceptos y criterios que permitan impulsar procesos de diálogo y concertación entre actores, y manejar situaciones de conflictos y crisis. |
| ACTITUDES/VALORES  – Valorar la importancia del dialogo y la tolerancia en la relación con otros.  – Tener una actitud de respeto frente a la diversidad de opiniones.  – Motivar y facilitar el involucramiento de actores en procesos de planificación-concertación para promover el desarrollo y la democracia a nivel local-regional |
| 3. Mejorar la calidad de la intervención comunicativa de la radio a nivel local-regional | Implementar procesos de planificación comunicativa en la radio, y mejorar la programación, producción radial y estrategias comunicativas que utilizan. | 3.1. Conocer y aplicar conceptos y herramientas sobre planificación comunicativa y diseño de estrategias comunicativas. | CONOCIMIENTOS  – Conceptos de planificación, plan, plan operativo y plan estratégico. Herramientas de planificación en comunicación.  – Definición de Políticas de la Radio. Teoría y concepto de Estrategia. Relación entre Política, Plan y Estrategia en la Radio.  – Concepto de Organización Inteligente. Relación entre eficiencia, eficacia y efectividad.  – Conceptos y herramientas de monitoreo, seguimiento, validación y evaluación. |
| HABILIDADES/ PRÁCTICAS  – Identificar y comprender los distintos tipos de comportamiento de la ciudadanía frente al contexto y escenarios que se presentan.  – Identificar el comportamiento actual de la radio en relación al contexto de la zona de intervención y definir sus roles en los distintos tipos de contextos y/o escenarios. |
|  |  |  | ACTITUDES/VALORES  – Valorar la planificación como un concepto racional y moderno que plantea la importancia del sujeto que se apropia de su destino, decide sobre su vida y desarrollo.  – Valorar la importancia de la participación en la planificación, validación y evaluación del plan, estrategias y productos comunicativos.  – Tener una actitud preventiva, propositiva y prospectiva. |
|  |  | 3.2 Conocer y aplicar conceptos y herramientas sobre programación y producción radial. | CONOCIMIENTOS  – Conceptos de programación, tipos de programación, producción radial, elementos del lenguaje radial, géneros y formatos.  – Concepto de calidad y producción de programas. Relación entre valores, ética comunicativa y calidad periodística. Indicadores de calidad de programas periodísticos, de opinión y entretenimiento.  – Técnicas de investigación cualitativas (grupos focales y grupos de debates). Utilidad de la evaluación participativa con los públicos.  – Metodología para la producción de géneros y formatos participativos, dramatizados y de opinión. |
|  |  |  | HABILIDADES/PRACTICAS  – Identificar y analizar las características de la oferta programática y de producción de la radio, y manejar conceptos y herramientas que permitan mejorarlas.  – Aplicar criterios de evaluación de calidad en programas periodísticos, de opinión y entretenimiento. |
|  |  |  | ACTITUDES/VALORES  – Valorar la importancia del auto-análisis y auto-evaluación de la programación y producción radial.  – Valorar la incorporación de un enfoque de calidad y ético en la programación y producción radial.  – Valorar la importancia del uso diversificado de géneros y formatos en la radio para mejorar la calidad de la programación y establecer nuevas formas de relacionamiento con los públicos. |

**4.2 Matrices específicas (por unidad de competencia)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **UNIDAD DE COMPETENCIA 1.1.** | **ELEMENTOS DE COMPETENCIA** | | |
| **Conocimientos** | **Habilidades/Prácticas** | **Actitudes/Valores** |
| – Conocer el perfil de los públicos con los cuales se vinculan, sus percepciones, necesidades y demandas comunicativas en relación a los temas de democracia y desarrollo que trabajan, estableciendo un nivel de identificación, valoración y compromiso ético con su situación y problemáticas que obstaculizan su desarrollo individual-colectivo o que impiden el ejercicio de sus derechos. | – Teorías y conceptos de comunicación. Principales paradigmas, modelos y enfoques de comunicación. Enfoque de comunicación para el desarrollo.  – Conceptos de públicos, vida cotidiana, consumo cultural, cultura, mundo subjetivo, percepciones, necesidades y demandas comunicativas.  – Conceptos y metodología de investigación de públicos.  – Técnicas de investigación cualitativas (entrevista semi-estructurada). | – Aplicar el enfoque de comunicación para el desarrollo en su labor comunicativa y radiofónica.  – Identificar a los distintos públicos con los que se vincula la radio, así como sus características socioculturales, percepciones, necesidades y demandas comunicativas, su situación y problemáticas prioritarias.  – Aplicar técnicas de investigación cualitativas. | – Valorar el enfoque de comunicación para el desarrollo y su importancia para el trabajo radial que realizan.  – Valorar a los públicos como el eje central del proceso comunicativo.  – Valorar la importancia de la investigación de públicos. |
| **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS:**  – Exposición (con recursos visuales, papelógrafos, pizarra y proyector multimedia), Trabajo en Grupos, Discusión en plenaria, Dinámica Lluvia de Ideas (con papelógrafos y tarjetas), Dinámicas para aplicación de entrevistas semi-estructuradas. | | **RECURSOS REQUERIDOS:**  – Equipo multimedia, Laptop, Pizarra y y plumones acrílicos, Papelografos, Tarjetas de colores, Plumones gruesos, Separatas, Bibliografía, Organización Grupo Debate. | **TIEMPO DESTINADO:**  – 6 horas |
| **CRITERIOS DE DESEMPEÑO:**  – Identificará principales teorías y conceptos de comunicación, y conceptos básicos para relación con públicos  – Aplicará conceptos y herramientas de investigación de públicos (Entrevista Semi-estructurada)  – Identificará distintos tipos de públicos con los que se vincula la radio y sus características. | | **EVIDENCIAS** | |
| **Desempeño/Productos:**  – Diagnóstico y perfil de públicos.  – Diseño de Entrevistas Semi-Estructuradas | **Conocimientos:**  – Principales teorías, modelos conceptos de comunicación.  – Conceptos básicos (públicos, vida cotidiana, consumo cultural, cultura, mundo subjetivo, percepciones, necesidades y demandas comunicativas).  – Conceptos y metodología de investigación de públicos, técnicas de investigación cualitativas (definición, características y utilidad de la entrevista semi-estructurada). |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **UNIDAD DE COMPETENCIA 2.1.** | **ELEMENTOS DE COMPETENCIA** | | |
| **Conocimientos** | **Habilidades/Prácticas** | **Actitudes/Valores** |
| – Conocer el perfil y los roles de los actores a nivel local y/o regional, así como sus percepciones, necesidades y demandas comunicativas en relación a los temas que se trabajan y/o les interesan. | – Conceptos de Actores, Roles, Información.  – Técnica Mapeo de Actores. Matriz Roles de Actores.  – Teoría y concepto de Stakeholders. Técnica Matrices Stakeholders. Mapa de poder  – Técnica Ventana de Johari | – Identificar y analizar los distintos actores que trabajan a nivel local y/o regional, su perfil, características, percepciones, necesidades y demandas comunicativas, así como sus roles.  – Manejar herramientas que les permitan facilitar y mejorar la relación de la radio con otros actores. | – Valorar la importancia de conocer y respetar a los otros.  – Valorar la importancia de la información en la relación con los otros. |
| **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS:**  – Exposición (con recursos visuales, papelógrafos, pizarra y proyector multimedia), Trabajo en Grupos, Discusión en plenaria, Dinámica Lluvia de Ideas (con papelógrafos y tarjetas), Dinámicas de trabajo individual (diseño y aplicación de entrevistas), Aplicación de Matrices, Dinámica de Mapas | | **RECURSOS REQUERIDOS:**  – Equipo multimedia, Laptop, Pizarra y plumones acrílicos, Papelografos, Tarjetas de colores, Plumones gruesos, Separatas, Bibliografía | **TIEMPO DESTINADO:**  – 6 horas |
| **CRITERIOS DE DESEMPEÑO:**  – Identificará conceptos básicos (Actores, Roles, Información)  – Manejará y aplicará técnicas de Mapa de Actores, Mapa de Poder, Mapa de Redes, Matrices de Stakeholders, Ventana de Johari.  – Identificará distintos tipos de actores con los que se vincula la radio y sus características. | | **EVIDENCIAS** | |
| **Desempeño/Productos:**  – Mapa de Actores  – Matriz Roles de Actores  – Matrices de Stakeholders  – Mapa de Poder  – Ventana de Johari | **Conocimientos:**  – Conceptos de Actores, Roles.  – Técnica Mapeo de Actores.  – Teoría y concepto de Stakeholders. Técnica Matrices Stakeholders.  – Teoría y concepto de Redes. Redes y relaciones de poder. Técnica Mapa de Redes.  – Teoría y concepto de Poder. Técnica de Mapa de Poder.  – Técnica Ventana de Johari |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **UNIDAD DE COMPETENCIA 2.2.** | **ELEMENTOS DE COMPETENCIA** | | |
| **Conocimientos** | **Habilidades/Prácticas** | **Actitudes/Valores** |
| Promover el relacionamiento, diálogo y consensos entre actores (a nivel local, regional y/o nacional) y su participación en los espacios-procesos de planificación-concertación para promover el desarrollo y la democracia a nivel local-regional. | – Teoría y concepto de Redes. Redes y relaciones de poder. Técnica Mapa de Redes.  – Concepto de argumentación y metodología análisis lógicas argumentativas (matriz)  – Conceptos y metodología sobre desarrollo local, planificación concertada, presupuesto participativo.  – Teorías sobre el conflicto y la violencia.  – Conceptos y técnicas de negociación, conciliación, concertación, resolución de conflictos y crisis.  – Técnicas de manejo de grupos y reuniones. | – Identificar y analizar las formas de relación que establecen los actores locales con otros actores del ámbito local, regional y/o nacional, así como facilitar el diálogo, relacionamiento y generación de consensos entre ellos.  – Analizar las lógicas argumentativas de los diferentes actores.  – Manejar conceptos y criterios que permitan impulsar procesos de diálogo y concertación entre actores, y manejar situaciones de conflictos y crisis. | – Valorar la importancia del dialogo y la tolerancia en la relación con otros.  – Tener una actitud de respeto frente a la diversidad de opiniones.  – Motivar y facilitar el involucramiento de actores en procesos de planificación-concertación para promover el desarrollo y la democracia a nivel local-regional |
| **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS:**  – Exposición (con recursos visuales, papelógrafos, pizarra y proyector multimedia), Trabajo en Grupos, Discusión en plenaria, Dinámica Lluvia de Ideas (con papelógrafos y tarjetas). | | **RECURSOS REQUERIDOS:**  – Equipo multimedia, Laptop, Pizarra y plumones acrílicos, Papelografos, Tarjetas de colores, Plumones gruesos, Separatas, Bibliografía | **TIEMPO DESTINADO:**  – 6 horas |
| **CRITERIOS DE DESEMPEÑO:**  – Identificará y manejará teorías y conceptos básicos (Desarrollo Local, Planificación Concertada, Presupuesto Participativo, Conflicto, Violencia, Negociación, Conciliación, Concertación, Resolución de Conflictos y Crisis)  – Identificará y analizará las formas de relacionamiento entre actores locales  – Identificará y analizará diversos tipos de conflictos entre actores locales.  – Manejará y aplicará técnicas para promover la negociación, conciliación, concertación, prevención y resolución de conflictos y/o crisis, así como para el manejo de grupos y reuniones. | | **EVIDENCIAS** | |
| **Desempeño/Productos:**  – Mapa de Redes  – Matriz de lógicas argumentativas de actores  – Matrices gestión de conflictos y crisis  – Matriz ventana de los intereses (negociación)  – Matriz de planificación de reunión  – Plan para la prevención y gestión de conflictos y crisis. | **Conocimientos:**  – Concepto de redes. Técnica mapa de redes.  – Conceptos desarrollo local, PCD y PP.  – Concepto de argumentación y metodología análisis lógicas argumentativas (matriz)  – Conceptos y metodología de planificación concertada, presupuesto participativo.  – Teorías sobre conflicto, violencia y crisis.  – Conceptos y técnicas de negociación, conciliación, concertación, resolución de conflictos y crisis.  – Técnicas de manejo de grupos y reuniones. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **UNIDAD DE COMPETENCIA 3.1.** | **ELEMENTOS DE COMPETENCIA** | | |
| **Conocimientos** | **Habilidades/Prácticas** | **Actitudes/Valores** |
| Conocer y aplicar conceptos y herramientas sobre planificación comunicativa y diseño de estrategias comunicativas. | – Conceptos de planificación, plan, plan operativo y plan estratégico. Herramientas de planificación en comunicación.  – Definición de Políticas de la Radio. Teoría y concepto de Estrategia. Relación entre Política, Plan y Estrategia en la Radio.  – Concepto de Organización Inteligente. Relación entre eficiencia, eficacia y efectividad.  – Conceptos y herramientas de monitoreo, seguimiento, validación y evaluación. | – Diseñar y aplicar plan y estrategias de comunicación en la radio.  – Aplicar criterios y herramientas de evaluación y monitoreo del plan de comunicación. | – Valorar la planificación como un concepto racional y moderno que plantea la importancia del sujeto que se apropia de su destino, decide sobre su vida y desarrollo.  – Valorar la importancia de la participación en la planificación, validación y evaluación del plan, estrategias y productos comunicativos.  – Tener una actitud preventiva, propositiva y prospectiva. |
| **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS:**  – Exposición (con recursos visuales, papelógrafos, pizarra y proyector multimedia), Trabajo en Grupos, Discusión en plenaria, Dinámica Lluvia de Ideas (con papelógrafos y tarjetas), Análisis de Casos, Técnica de la Baraja de la Planificación. | | **RECURSOS REQUERIDOS:**  – Equipo multimedia, Laptop, Pizarra y plumones acrílicos, Papelografos, Tarjetas de colores, Plumones gruesos, Separatas, Bibliografía | **TIEMPO DESTINADO:**  6 horas |
| **CRITERIOS DE DESEMPEÑO:**  – Comprenderá el sentido de la planificación e identificará distintos tipos de planificación (de acuerdo a sus objetivos y necesidades).  – Comprenderá las relaciones entre políticas, plan y estrategias de la radio.  – Diseñará y aplicará herramientas de planificación (plan de comunicación radial).  – Diseñará y aplicará herramientas de validación (guía de validación de productos radiales) | | **EVIDENCIAS** | |
| **Desempeño/Productos:**  – Políticas y plan de comunicación radial (incluye objetivos, públicos, estrategias, actividades, cronograma, responsabilidades, sistema de seguimiento y evaluación).  – Guía de validación (de productos radiales) | **Conocimientos:**  – Conceptos de planificación, plan operativo y plan estratégico. Herramientas de planificación en comunicación.  – Definición de políticas y estrategias de la radio. Relación entre políticas, plan y estrategia de la radio.  – Concepto de organización inteligente. Relación entre eficiencia, eficacia y efectividad. La Radio como organización inteligente.  – Conceptos y herramientas de monitoreo, seguimiento, validación y evaluación. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **UNIDAD DE COMPETENCIA 3.2.** | **ELEMENTOS DE COMPETENCIA** | | |
| **Conocimientos** | **Habilidades/Prácticas** | **Actitudes/Valores** |
| Conocer y aplicar conceptos y herramientas sobre programación y producción radial. | – Conceptos de programación, tipos de programación, producción radial, elementos del lenguaje radial, géneros y formatos.  – Concepto de calidad y producción de programas. Relación entre valores, ética comunicativa y calidad periodística. Indicadores de calidad de programas periodísticos, de opinión y entretenimiento.  – Técnicas de investigación cualitativas (grupos focales y grupos de debate). Utilidad evaluación participativa con los públicos.  – Metodología para la producción de géneros y formatos participativos, dramatizados y de opinión. | – Identificar y analizar las características de la oferta programática y de producción de la radio, y manejar conceptos y herramientas que permitan mejorarlas.  – Aplicar criterios de evaluación de calidad en programas periodísticos, de opinión y entretenimiento. | – Valorar la importancia del auto-análisis y auto-evaluación de la programación y producción radial.  – Valorar la incorporación de un enfoque de calidad y ético en la programación y producción radial.  – Valorar la importancia del uso diversificado de géneros y formatos en la radio para mejorar la calidad de la programación y establecer nuevas formas de relacionamiento con los públicos. |
| **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS:**  – Exposición (con recursos visuales, papelógrafos, pizarra y proyector multimedia), Trabajo en Grupos, Discusión en plenaria, Dinámica Lluvia de Ideas (con papelógrafos y tarjetas), Análisis de Casos, Análisis de Programación y Programas Radiales. | | **RECURSOS REQUERIDOS:**  – Equipo multimedia, Laptop, Pizarra y plumones acrílicos, Papelografos, Tarjetas de colores, Plumones gruesos, Separatas, Bibliografía. | **TIEMPO DESTINADO:**  8 horas |
| **CRITERIOS DE DESEMPEÑO:**  – Manejará y aplicará técnicas de análisis de programación y producción radial.  – Definirá-identificará principios y valores que orientan el accionar de su radio.  – Establecerá indicadores para monitorear la calidad de sus programas radiales.  – Manejará y aplicará conceptos y técnicas para la producción de formatos de participativos, dramatizados y de opinión. | | **EVIDENCIAS** | |
| **Desempeño/Productos:**  – Matriz de análisis de programación radial  – Matriz principios y valores de la radio  – Matriz indicadores de calidad de programas periodístico, entretenimiento y opinión  – Producción de programa (periodístico, entretenimiento y opinión).  – Diseño guías de grupos focal y de debate. | **Conocimientos:**  – Conceptos básicos (programación y producción radial, lenguaje radial, géneros y formatos, valores, ética comunicativa y calidad periodística) y manejo metodología indicadores de calidad de programas  – Técnicas de investigación (grupos focales y grupos de debate).  – Metodología para producción de géneros y formatos participativos, dramatizados y de opinión. |

1. **METODOLOGÍA DEL PROGRAMA**

**5.1 Características del Programa**

El programa de formación tiene dos modalidades presencial y a distancia. En el caso de la modalidad presencial se van a realizar 2 talleres y luego se realizará un seminario taller nacional (en Lima). En el intermedio de estas actividades se brindará asistencia técnica a distancia a los participantes (vía página web y/o blog y correo electrónico). En el caso de la modalidad a distancia se subdividirá en 5 módulos los cuales serán trabajados mediante la página web (link de aula virtual) y correo electrónico.

**5.2 Metodología del Programa**

Para la implementación y funcionamiento del programa de formación se han establecido las siguientes etapas:

***Primera etapa: Diseño del Programa***

Esta primera etapa es de diseño y preparación del módulo de formación y de los materiales educativos e informativos (separatas, documentos y CDs con materiales), así como las herramientas electrónicas a utilizar (web o blog, correo electrónico).

***Segunda etapa: Convocatoria y difusión***

En esta etapa, la convocatoria y difusión se hará en forma directa y a través de medios electrónicos. Como parte de ello se enviarán cartas de invitación (personal e institucional), con los materiales de la convocatoria (donde se señalan la fundamentación, los objetivos, metodología, cronograma, requisitos y compromisos).

***Tercera etapa: Organización y logística***

En esta tercera etapa se ven y coordinan los aspectos organizativos y logísticos que va a demandar la realización de las actividades del programa de formación (transporte, alimentación y alojamiento, locales de trabajo, equipos).

***Cuarta etapa: Realización de talleres y asesoría a distancia***

1. En esta etapa, se realizarán 2 talleres en Lima. En los talleres se aplicarán dinámicas y técnicas participativas (trabajo individual y en grupo, análisis y discusión de casos, proyección y análisis de materiales audiovisuales, análisis de medios, etc.). En los talleres se realizarán también ejercicios para la elaboración de productos (productos radiales, elaboración de planes, diseño de herramientas de investigación, etc.). En el primer taller se dejarán trabajos individuales a los participantes los cuales serán revisados en el segundo taller. Igualmente, los trabajos que se dejen en el segundo taller, serán revisados en el seminario nacional.
2. Asimismo, entre talleres se desarrollará una labor de asistencia y facilitación a distancia de los participantes (vía web, blog y correo electrónico). Esta labor está orientada más bien en ofrecer un soporte y ayuda a los participantes en relación a inquietudes, dudas y/o consultas generales sobre las materias y temas del curso. Asimismo, en facilitar y fomentar el intercambio de ideas, opiniones, experiencias y materiales entre los participantes.

***Quinta etapa: Realización de Seminario Nacional y Evaluación del Programa***

Posteriormente se realizará un SeminarioTaller Nacional (Lima) en el cual se contará con algunos especialistas invitados y donde también se revisarán y evaluarán los trabajos y productos desarrollados por los participantes. Al final del seminario se hará una evaluación del Programa.

***Sexta etapa: Entrega de certificación a participantes que aprobaron el programa y transferencia de propuesta a Universidad Regional***

Como parte del proyecto se va a establecer un convenio con una universidad regional (Universidad Nacional Hermilio Valdizan de Huanuco) para la validación y certificación del Programa de Formación. La idea, por un lado, es que los participantes cuenten con un certificado oficial que acredite su participación en el programa de formación. Asimismo, que este curso sirva de validación para transferir los contenidos y metodología a esta universidad para que puedan incorporarlo en su curricula o perfeccionar la propuesta que tienen actualmente sobre comunicación para el desarrollo (sea como curso regular, diplomado, curso de postgrado). Esto último se haría luego de concluir el proceso de formación y mediante una reunión con las autoridades y docentes de la universidad involucrada.

1. **SISTEMA DE CALIFICACIÓN**

La calificación de los participantes se hará sobre el porcentaje total (100%) y  en función a los siguientes criterios y actividades:

|  |  |
| --- | --- |
| **Actividades** | **% Calificación** |
| Pruebas de conocimientos (2) | 20% |
| Trabajos de investigación (2) | 20% |
| Productos elaborados (2) | 20% |
| Controles de lecturas (5) | 20% |
| Participación en sistema a distancia | 20% |
| **Total** | **100%** |

**Descripción de las actividades:**

1. En relación a las pruebas de conocimientos: se aplicarán dos pruebas, una al intermedio del proceso y otra al final. En las pruebas se aplicarán preguntas de conocimientos, de opinión y de análisis.
2. En relación a los trabajos de investigación: cada participante elaborará dos monografías en relación a temas que ellos mismos hayan definido y priorizado (vinculados a la investigación de públicos y actores, y a la programación y producción de su radio). Cada trabajo monográfico tendrá una extensión promedio de 10 páginas (sin incluir los anexos).
3. En relación a los productos elaborados: cada participante elaborará dos productos (uno vinculado a la planificación y otro a la producción radiofónica).
4. En relación a la participación en sistema interactivo de educación a distancia: se calificará también el nivel y la calidad de la participación a través de la página web o blog, con sus opiniones, aportes, propuestas y materiales de intercambio (que se adjunten) en relación a los temas abordados en el programa de formación.
5. En relación a los controles de lecturas: se realizarán fichas resúmenes de las lecturas señaladas para cada módulo.
6. **SISTEMA DE MONITOREO Y EVALUACIÓN**

Para la ejecución del curso se ha establecido un Sistema de Monitoreo y Evaluación: el Monitoreo se hará tomando en cuenta las metas y actividades programadas, y la Evaluación en función a los objetivos del Proyecto y del Programa de Formación.

Para el Monitoreo se tomarán en cuenta la información generada por los informes parciales de actividades, las fichas de los participantes (con opiniones en relación a las actividades realizadas), las pruebas de conocimientos, los trabajos de investigación, los productos elaborados por los participantes y su participación en el sistema a distancia (plataforma de educación interactiva a distancia).

Para la evaluación se ha previsto una reunión de evaluación al final del proyecto (en el Seminario) con todos los participantes, así como la aplicación de una guía de evaluación general del proceso.

*[[1]](http://illa.org.pe/?p=137" \l "_ftnref1) Informe Final de Encuesta a Radios Locales, ILLA Centro de Educación y Comunicación, Lima, 2005.*