

PROYECTO DE LEY QUE CREA EL COLEGIO PROFESIONAL DE COMUNICADORES SOCIALES DEL PERÚ

El Grupo Parlamentario **JUNTOS POR EL PERÚ – VOCES DEL PUEBLO – BLOQUE MAGISTERIAL** a iniciativa del Congresista **Elías Marcial Varas Meléndez**, en uso de las facultades conferidas por los artículos 102° numeral 1), y 107° de la Constitución Política del Perú y en el inciso c) del Artículo 22°, 67°, 75° y 76° del Reglamento del Congreso de la República, propone el siguiente proyecto de Ley:

FÓRMULA LEGAL

LEY QUE CREA EL COLEGIO PROFESIONAL DE COMUNICADORES SOCIALES DEL PERÚ

Artículo 1.- Objeto de la ley

La presente ley tiene por objeto crear el Colegio Profesional de Comunicadores Sociales de Perú, como institución de derecho público interno, con personalidad jurídica y autonomía administrativa, económica y funcional, encargada de agrupar, representar, fiscalizar y velar por el ejercicio ético y responsable de la comunicación social en todas sus especialidades en el país; acorde al art. 20 de la Constitución Política del Perú.

Artículo 2.- Finalidad

La creación del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales de Perú, tiene como finalidad regular, promover y defender el ejercicio de la profesión de la comunicación social en todas sus especialidades. Asimismo, busca fortalecer la identidad y el reconocimiento del comunicador social, fomentar la capacitación permanente, impulsar la investigación científica y tecnológica, promover la innovación en los procesos comunicacionales y garantizar el respeto a los principios éticos que rigen la profesión.

Artículo 3. Ejercicio de la profesión

El ejercicio de la comunicación social corresponde a los profesionales egresados y titulados de universidades, en las diversas especialidades vinculadas a esta disciplina, tales como Ciencias de la comunicación, Comunicación social, comunicación corporativa, comunicación política, comunicación para el desarrollo, Comunicación Organizacional, marketing, publicidad, comunicación digital y multimedial, diseño, y producción audiovisual y cine (fotografía, video y realización cinematográfica),

investigación en comunicación, docencia especializada, así como otras áreas afines reconocidas por el Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú.

Los profesionales que se especialicen en las áreas de periodismo y relaciones públicas que se hayan colegiado en los colegios profesionales de Periodismo y el de Relacionistas Públicos, si bien son parte de la formación académica del comunicador social, continuarán siendo regulados exclusivamente por sus respectivos colegios profesionales, conforme a la legislación vigente.

El Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú podrá, en algunos casos, trabajar en conjunto con el Colegio de Periodistas y el Colegio de Relacionistas Públicos, pero sin intervenir ni regular sus campos de acción, respetando su autonomía institucional y normativa.

Artículo 4.- Funciones Generales del Colegio

El Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú será un órgano representativo, de consulta y colaboración con las instituciones públicas y privadas en materia de comunicación, contribuyendo al diseño, ejecución y evaluación de políticas, planes y estrategias que fortalezcan la comunicación social en todas sus especialidades.

Asimismo, tendrá como finalidad promover la capacitación continua, la investigación científica, la innovación tecnológica y el desarrollo académico de sus miembros, en beneficio del interés público y del progreso nacional.

Son funciones generales del Colegio:

- a) Representar y defender a los comunicadores sociales en todas sus especialidades; como publicidad, marketing, comunicación política, comunicación para el desarrollo, comunicación digital, diseño y producción audiovisual, entre otras; ante organismos nacionales e internacionales, respetando las competencias exclusivas del Colegio de Periodistas y del Colegio de Relacionistas Públicos del Perú, con los cuales podrá coordinar acciones conjuntas de interés común, sin intervenir en sus campos de acción.
- b) Velar por el cumplimiento de los principios éticos y deontológicos de la profesión, sancionando las faltas conforme al Código de Ética.
- c) Promover el perfeccionamiento profesional, académico y tecnológico de sus colegiados.
- d) Defender la libertad de expresión, el derecho a la comunicación veraz, plural y objetiva, así como el acceso ciudadano a la información.
- e) Participar activamente en el diseño, implementación y evaluación de políticas públicas relacionadas con la comunicación social.

- f) Establecer y mantener un registro nacional actualizado de los profesionales en comunicación social en todas sus ramas y especialidades, como herramienta para la planificación y ordenamiento del sector.
- g) Fomentar la integración, cooperación y multidisciplinariedad entre las distintas áreas de la comunicación social, fortaleciendo su aporte al desarrollo cultural, social, político y económico del país.

Artículo 5. - De la Colegiatura y Habilitación Profesional

La inscripción en el Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú será voluntaria para los profesionales comprendidos en las especialidades establecidas en la presente Ley.

Podrán colegiarse quienes deseen acceder a los beneficios, representación y servicios que brinda el Colegio, sin que la falta de colegiatura constituya impedimento para el ejercicio de la profesión.

La inscripción se realizará previa presentación del título profesional expedido por universidad oficialmente reconocido en el país o, en el caso de títulos extranjeros, debidamente revalidados conforme a ley.

La habilitación profesional se renovará de manera periódica mediante el cumplimiento de los requisitos establecidos en el reglamento del Colegio.

Quedan excluidos de este requisito los profesionales especializados en periodismo y relaciones públicas, quienes continuarán regulados exclusivamente por sus respectivos colegios profesionales, conforme a la legislación vigente, sin perjuicio de que se puedan establecer mecanismos de coordinación y cooperación interinstitucional en beneficio del desarrollo de la comunicación social en el país.

Artículo 6.- Principios y Valores Éticos de la Profesión

El ejercicio de la comunicación social se fundamenta en los principios de veracidad, responsabilidad social, independencia, pluralismo, respeto a la dignidad humana, defensa de los derechos fundamentales y compromiso con la democracia y el bien común.

El Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú establecerá y actualizará un Código de Ética que será de cumplimiento obligatorio para todos sus miembros, así como los mecanismos de supervisión y sanción ante el incumplimiento de estos principios.

Artículos 7.- Rentas y Recursos del Colegio

Constituyen rentas y recursos del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú:

- a) Las cuotas de inscripción, habilitación y aportes ordinarios o extraordinarios de sus miembros.
- b) Los ingresos generados por servicios profesionales, académicos, técnicos y de consultoría prestados por el Colegio.
- c) Los recursos obtenidos por convenios, proyectos y actividades de cooperación nacional e internacional.
- d) Cualquier otro ingreso lícito que sea autorizado por el Consejo Directivo y permitido por la legislación peruana.

Los recursos del Colegio serán administrados de acuerdo con su Estatuto y estarán destinados exclusivamente al cumplimiento de sus fines institucionales.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS TRANSITORIAS

Primera.- El Consejo Directivo Provisional del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú será designado en un plazo no mayor de noventa (90) días calendario posteriores a la entrada en vigencia de la presente Ley, mediante una comisión organizadora conformada por representantes de universidades, institutos, gremios y asociaciones de comunicadores sociales del país.

Segunda.- El Consejo Directivo Provisional tendrá un plazo máximo de doce (12) meses para elaborar y aprobar el Estatuto del Colegio, el Reglamento Interno y el Código de Ética, así como para convocar a elecciones de las autoridades definitivas.

Tercera.- Hasta que se aprueben los reglamentos internos, el Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú se registrará por las disposiciones establecidas en la presente Ley y por las normas generales aplicables a los colegios profesionales.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera.- El Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Educación y demás entidades competentes, brindará las facilidades necesarias para el reconocimiento legal, inscripción registral y funcionamiento inicial del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú, sin que ello implique gasto de recursos del Tesoro Público.

Segunda.- Las universidades que ofrezcan carreras o programas relacionados con la comunicación social deberán remitir al Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú, de manera anual, la relación de egresados titulados, a fin de facilitar su incorporación y seguimiento profesional.

Esta información servirá también para contribuir al ordenamiento, actualización y uniformidad de los contenidos académicos y planes de estudio, promoviendo la correcta formación integral de los futuros profesionales de la comunicación social, en concordancia con las necesidades y estándares de la profesión.

Tercera.- Toda referencia normativa a los profesionales de comunicación social en disposiciones legales, reglamentarias o administrativas se entenderá referida a los miembros habilitados del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú, una vez que entre en vigencia la presente Ley.

Cuarta.- El Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú establecerá mecanismos de coordinación con otros colegios profesionales y organismos del Estado para el desarrollo de actividades conjuntas en materia de comunicación, ética, educación y capacitación.

Lima, 19 de septiembre del 2025

ELIAS MARCIAL VARAS MELÉNDEZ
Congresista de la República

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

La comunicación social constituye una herramienta estratégica para el desarrollo integral de un país. Es vehículo de transmisión de ideas, valores y conocimientos; fortalece la identidad cultural y la cohesión social; fomenta la participación ciudadana y se convierte en un pilar esencial en la formación de la opinión pública, en la promoción de la transparencia y en la vigilancia de la gestión pública y privada.

En un contexto donde la información circula a gran velocidad y en múltiples formatos, la labor del comunicador social requiere de competencias técnicas avanzadas, actualización permanente y un compromiso ético inquebrantable. Sin embargo, esta profesión en el Perú carece de un organismo colegiado unificado que la regule, dignifique y represente, lo que ha generado dispersión, desprotección y debilidades en la calidad y responsabilidad de su ejercicio.

Es importante destacar que la comunicación social no se limita al ámbito del periodismo ni de las relaciones públicas, áreas que ya cuentan con sus respectivos colegios profesionales conforme a la legislación vigente. La comunicación social comprende diversas especialidades, como la publicidad, el marketing, la comunicación política, la comunicación para el desarrollo, la comunicación digital y multimedial, la producción audiovisual, el diseño gráfico aplicado a la comunicación, la investigación en comunicación y la docencia especializada, entre otras áreas. Todas estas ramas, de manera conjunta, contribuyen a dinamizar la economía, fortalecer la institucionalidad, impulsar la innovación y mejorar los procesos de interacción social en el país.

La creación del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú busca llenar este vacío institucional, garantizando un ejercicio profesional ordenado, ético y altamente calificado, que responda a los retos actuales de la sociedad del conocimiento y la comunicación globalizada. Este nuevo colegio coexistirá en armonía con los colegios de periodistas y relacionistas públicos, pudiendo establecer mecanismos de coordinación y cooperación, sin intervenir ni regular sus respectivos campos de acción.

PROBLEMAS QUE PRETENDE RESOLVER

El ejercicio de la comunicación social en el Perú enfrenta múltiples desafíos, entre ellos la falta de regulación unificada, la dispersión de sus profesionales en diversas áreas sin un ente que los represente integralmente, y la ausencia de mecanismos que garanticen la actualización y ética profesional.

Actualmente, no existe un registro nacional unificado de profesionales en comunicación social que permita conocer su número total, distribución geográfica, especialidades o ámbitos de desempeño. Esta carencia impide contar con información estadística fiable para diseñar políticas públicas, establecer estándares profesionales y garantizar la calidad del ejercicio de la comunicación social en el país.

La creación del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú permitirá subsanar esta deficiencia, implementando un padrón oficial y actualizado de sus miembros. Este registro será una herramienta estratégica para el ordenamiento del sector, la formulación de políticas de capacitación continua, y la planificación del desarrollo profesional de acuerdo con las necesidades nacionales.

Por lo que, los problemas a solucionar serían:

1. Ausencia de un ente regulador que establezca estándares de calidad profesional y mecanismos de control ético.
2. Falta de reconocimiento oficial de los comunicadores sociales en la estructura profesional del país.
3. Escasa defensa laboral y gremial frente a situaciones de precariedad, informalidad o vulneración de derechos.
4. Débil coordinación entre los profesionales del sector y el Estado para el diseño de políticas públicas de comunicación.
5. Carencia de mecanismos de capacitación continua obligatoria, lo que limita la actualización tecnológica y la competitividad.
6. Implementación de un padrón oficial y actualizado de sus miembros.

RECONOCIMIENTO DE TODAS LAS ESPECIALIDADES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

El Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú reconocerá como miembros a todos los profesionales egresados de universidades con títulos y grados en las diversas áreas vinculadas a la comunicación social, tales como:



- Ciencias de la comunicación
- Comunicación
- Comunicación social
- Marketing y Publicidad
- Comunicación Corporativa e Institucional
- Comunicación Política
- Comunicación para el Desarrollo
- Comunicación Organizacional
- Comunicación Digital y Gestión de Redes Sociales
- Comunicación audiovisual en medios digitales
- Comunicación audiovisual y medios interactivos
- Producción Audiovisual y Multimedia
- Comunicación y fotografía
- Diseño Gráfico y Comunicación Visual
- Comunicación audiovisual y cine
- Locución y Producción Radial y Televisiva
- Comunicación y publicidad transmedia
- Investigación y Docencia en Comunicación

Si bien periodismo y relaciones públicas forman parte de la formación académica en comunicación social, estas áreas continuarán siendo reguladas exclusivamente por sus respectivos colegios profesionales, conforme a la legislación vigente.

El nuevo Colegio podrá coordinar acciones conjuntas con dichos colegios para fortalecer el ejercicio integral de la comunicación social en beneficio de la ciudadanía, sin intervenir ni regular sus campos de acción.

Este reconocimiento permitirá una representación plural y equitativa, garantizando que cada especialidad comprendida en esta Ley cuente con voz y voto dentro del Colegio.

SUSTENTO CONSTITUCIONAL – ARTÍCULO 20 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ

El artículo 20 de la Constitución Política del Perú establece que:

“Los colegios profesionales son instituciones autónomas con personalidad de derecho público. La ley señala los casos en que la colegiación es obligatoria.”

En aplicación de este precepto, la presente propuesta establece la creación del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú como una institución de derecho público interno, con autonomía y facultades para regular el ejercicio profesional, de acuerdo con la ley y los principios democráticos.

PERFIL DEL COMUNICADOR SOCIAL

El comunicador social es un profesional con formación multidisciplinaria, capaz de investigar, producir, gestionar y difundir información en distintos formatos y canales, con la finalidad de informar, educar, persuadir y generar cambios positivos en la sociedad.

Sus competencias abarcan el manejo de herramientas tecnológicas, la comprensión de los procesos sociales, el análisis crítico, la creatividad y la responsabilidad ética.

Según Mendivez (2016), el profesional en ciencias de la comunicación está preparado para:

- Construir una actitud crítica ciudadana y una visión plural de los grupos sociales, en base a la libre iniciativa y trabajo en equipo, respetando los principios éticos.
- Elaborar estrategias, materiales en campañas publicitarias, para medios impresos, audiovisuales, digitales y alternativos, desarrollando su inventiva, trabajo colectivo a presión y respeto a los principios éticos con el fin de mostrar la idoneidad de productos y/o servicios útiles a los distintos grupos sociales.
- Planificar, desarrollar y evaluar planes de comunicación organizacional y corporativa para optimizar la producción y productividad de las empresas, promoviendo su responsabilidad social y respetando la normatividad de las organizaciones, de manera crítica y creativa.
- Diseñar y ejecutar propuestas comunicacionales alternativas, para generar cambios sociales e integradores, con apertura y tolerancia hacia los diversos actores sociales promoviendo la conciliación.
- Producir discursos dentro de la especialidad de la comunicación audiovisual y empresas para mostrar y sensibilizar respecto a situaciones sociales del sector público y privado, con originalidad e innovación.
- Desarrollar investigación científica sobre temas comunicacionales con el fin de propiciar un encuentro de soluciones a problemas del área y superar deficiencias encontradas, con un enfoque académico-científico de manera creativa, considerando a los actores sociales y al contexto pertinentes.

AMBITO LABORAL

El comunicador social se desempeña en una amplia gama de sectores:

- **Instituciones Públicas:** Los comunicadores sociales desempeñan un papel clave en la gestión de la comunicación gubernamental, trabajando en oficinas de prensa, imagen institucional, relaciones con la ciudadanía y vocería oficial.

Su labor se centra en garantizar la transparencia, la comunicación efectiva de políticas públicas y la construcción de confianza entre el Estado y la población.

- **Empresas Privadas:** En el ámbito corporativo, los comunicadores se encargan de diseñar estrategias de marketing, publicidad, comunicación interna y externa, manejo de crisis, reputación y responsabilidad social empresarial, fortaleciendo la competitividad y la identidad de las marcas.
- **Medios de Comunicación Masiva:** Incluye prensa escrita, radio, televisión y medios digitales. Los comunicadores participan en la generación, gestión y difusión de contenidos informativos, educativos y de entretenimiento, aportando a la pluralidad y veracidad de la información y fomentando la libertad de expresión.
- **Producción Independiente:** Muchos comunicadores optan por trabajar de manera autónoma, desarrollando proyectos audiovisuales, de fotografía, multimedia, diseño gráfico, comunicación digital o gestión de redes sociales.
- Consultoría y asesoría en estrategias de comunicación y relaciones públicas.
- **Organizaciones No Gubernamentales (ONGs):** Los comunicadores sociales contribuyen a diseñar e implementar campañas de sensibilización, promoción de derechos humanos, programas de comunicación comunitaria y estrategias de comunicación para el desarrollo, fortaleciendo la relación entre la organización y la sociedad.
- **Agencias Cooperantes y Organismos Internacionales:** Participan en proyectos de cooperación internacional, gestionando la comunicación estratégica de programas sociales, ambientales, educativos o de salud, asegurando la correcta difusión de los objetivos y resultados de cada iniciativa.
- **Agencias de Marketing, Comunicación, Diseño y Publicidad:** Se encargan de planificar, crear y ejecutar estrategias integrales que incluyen branding, marketing digital, diseño gráfico, publicidad y comunicación corporativa para empresas e instituciones.
- **Agencias de Marketing Audiovisual y Comunicación:** Especializadas en producción de contenidos audiovisuales, campañas publicitarias y material multimedia para medios tradicionales y digitales, reforzando la identidad visual y narrativa de marcas, productos y servicios.
- **Agencias Digitales y Audiovisuales:** Focalizadas en el entorno digital, gestionan redes sociales, marketing de contenidos, comunicación transmedia y campañas interactivas, integrando tecnología y creatividad para optimizar la comunicación en plataformas virtuales.
- **Freelance o Profesional Independiente:** Los comunicadores pueden ofrecer servicios independientes como consultores o creadores de contenido en áreas como marketing digital, producción audiovisual, locución, fotografía, diseño gráfico y asesoría en comunicación estratégica.

- **Industria Cinematográfica:** Desarrollan guiones, dirección, producción y gestión de proyectos audiovisuales de cine y streaming, participando en la creación de contenidos de entretenimiento, educativos o culturales con impacto nacional e internacional.
- **Universidades y Centros de Educación Superior:** Los profesionales en comunicación social también pueden desempeñarse en la docencia e investigación, formando a nuevas generaciones, diseñando programas académicos y desarrollando estudios especializados en tendencias comunicacionales y su impacto en la sociedad.

II. EFECTO DE VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La presente iniciativa legislativa propone una ley que ordene la creación del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales, guarda concordancia con lo establecido en el artículo 20 de la Constitución peruana que faculta al Congreso la creación y regulación de los colegios profesionales, la cual indica:

"Artículo 20. - Los colegios profesionales son instituciones autónomas con personalidad de derecho público. La ley señala los casos en que la colegiación es obligatoria".

III. ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO

La presente iniciativa legislativa no implica erogación de recursos del erario nacional, dado que el Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú se financiará exclusivamente con recursos propios, provenientes de cuotas de inscripción, habilitación, aportes ordinarios y extraordinarios de sus miembros, así como de servicios profesionales, académicos y técnicos que preste, y otros ingresos lícitos previstos en la ley.

a) Beneficios:

BENEFICIO	DESCRIPCIÓN
Mejora en la calidad profesional	La colegiatura obligatoria y el cumplimiento de un Código de Ética fortalecerán el ejercicio responsable, veraz y ético de la comunicación social.
Protección del derecho ciudadano a la información	La fiscalización del ejercicio profesional contribuirá a prevenir la difusión de información falsa o sesgada.

Fortalecimiento del mercado laboral	Al contar con un registro oficial de profesionales habilitados, se fomentará la contratación de personal calificado en medios de comunicación, instituciones públicas y privadas.
Actualización y capacitación permanente	El Colegio promoverá la formación continua de sus miembros, adaptando sus competencias a los avances tecnológicos y a las nuevas tendencias de la comunicación.
Incidencia en políticas públicas	El Colegio será un ente consultivo para el diseño de estrategias de comunicación social, contribuyendo al desarrollo democrático, cultural y social del país.
Ordenamiento académico	El intercambio de información con universidades e institutos permitirá orientar la malla curricular y uniformar criterios de formación profesional según las necesidades reales del sector.

IV. VINCULACIÓN CON LAS POLÍTICAS DE ESTADO DEL ACUERDO NACIONAL

La presente iniciativa se encuentra enmarcada en las siguientes políticas de Estado del Acuerdo Nacional:

II. Equidad y Justicia Social

Así también vinculada a la política de:

14. Acceso al Empleo Pleno, Digno y Productivo

Con este objetivo el Estado: (a) **fomentará la concertación entre el Estado, la empresa y la educación** para alentar la investigación, la innovación y el desarrollo científico, tecnológico y productivo, que permita incrementar la inversión pública y privada, el valor agregado de nuestras exportaciones y la empleabilidad de las personas, **lo que supone el desarrollo continuo de sus competencias personales, técnicas y profesionales y de las condiciones laborales;** (b) **contará con normas que promuevan la formalización del empleo digno y productivo a través del diálogo social directo.**

En este marco, la creación del Colegio Profesional de Comunicadores Sociales del Perú contribuye directamente a estas políticas, ya que busca fortalecer las competencias de los profesionales en todas las especialidades de la comunicación social, promover su actualización permanente, y asegurar el ejercicio digno, ético y formal de la profesión en beneficio de la sociedad y del desarrollo nacional.

Lima, 19 de septiembre del 2025