

Políticas públicas de televisión y su articulación con los procesos de democratización en el Perú

Una perspectiva comparada

COMUNICACIONES



- INVESTIGADOR RESPONSABLE → Jorge Luis Acevedo Rojas
- ASISTENTES DE INVESTIGACIÓN → María José Castro Bernardini
- FINANCIADO POR → Vicerrectorado de Investigación PUCP, Departamento de Comunicaciones PUCP, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina - Fundación Friedrich Ebert Stiftung (C3)
- INSTITUCIONES INVOLUCRADAS → PUCP-C3 FES

El proyecto tuvo como propósito describir y analizar las políticas de televisión en el Perú y su articulación con procesos de democratización, en tres etapas: (i) Etapa fundacional de la televisión (1957–1958); (ii) Retorno a la democracia luego de los 12 años de dictadura militar (1980); y (iii) Transición democrática tras de la caída del gobierno de A. Fujimori (2000–2004). En cada etapa se ha analizado el tipo de régimen político, la correlación de los principales actores internos en la definición de las políticas, así como las tendencias y actores transnacionales en las industrias de la televisión.

Para la descripción y el análisis de las políticas, se ha estudiado, entre otros componentes específicos, los siguientes: (i) Órgano regulador del sector y sistema de adjudicación de licencias; (ii) Niveles de concentración de la propiedad, de las audiencias y de la inversión publicitaria; (iii) Perfil de la televisión estatal; y (iv) Publicidad política en períodos electorales.

El proyecto ha contemplado un análisis en perspectiva comparada con las políticas públicas diseñadas e implementadas en España, Argentina y Chile, en contextos similares y en función de los componentes de política seleccionados para el caso peruano. Ello con el fin de establecer semejanzas y diferencias, e identificar y valorar otras posibilidades de política pública en televisión en relación con el fortalecimiento de la democracia.

A continuación se presenta resultados en avance.

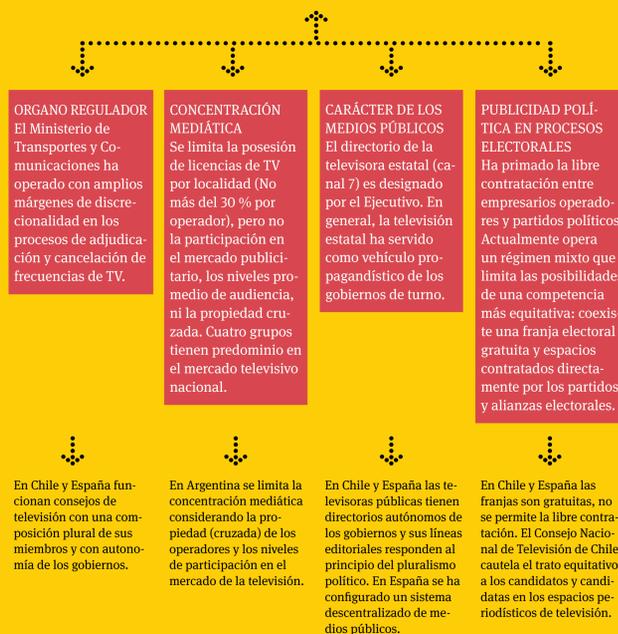
RASGOS PRINCIPALES DEL MODELO DE POLÍTICA DE TELEVISIÓN EN EL PERÚ

- Define a la televisión como un campo de negocio, un servicio privado de interés público.
- Las estructuras del modelo se han mantenido a lo largo de más de 50 años, aunque se produjo una ruptura durante el gobierno militar (1968–1980) en el marco de una reforma que sería posteriormente desmontada.
- El modelo ha generado concentración oligopólica que limita el pluralismo político y los espacios para la expresión de diversidad cultural.
- No excluye totalmente a sectores provincianos y a la sociedad civil no empresarial, pero limita a sus posibilidades de crecimiento y desarrollo.
- Tiene como principales actores a políticos (gobernantes y parlamentarios) y a empresarios operadores, quienes construyen relaciones de mutuo beneficio o confrontan a partir del control que tienen los primeros del aparato político administrativo estatal, y del control de las vías de acceso al espacio público que mantienen los operadores de la televisión. Estas relaciones han devenido, en ciertos casos, en colusión y corrupción.

AGENDA PENDIENTE PARA UN SISTEMA DE TELEVISIÓN MÁS PLURAL

- Creación de un Consejo de Radio y Televisión, autónomo de los gobiernos de turno y con una composición plural.
- Redefinir los límites a la concentración mediática considerando la propiedad cruzada de medios de comunicación y los niveles de participación en el mercado televisivo.
- Transformación de la televisora y radio estatales en medios públicos, con directorios plurales y autónomos del poder ejecutivo.
- Promociones de estaciones de televisión de carácter educativo y comunitario.
- Franjas gratuitas para publicidad política en períodos electorales.

COMPONENTES DE LA POLÍTICA DE TELEVISIÓN



MECANISMOS DE NEGOCIACIÓN Y PRESIÓN DE POLÍTICOS Y EMPRESARIOS OPERADORES

