

Políticas públicas de televisión y su articulación con los procesos de democratización en el Perú. Una perspectiva comparada.

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

Departamento de Comunicaciones

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 presentan 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 la diversidad cultural.
- No excluye totalmente a sectores provincianos y a la sociedad civil no empresarial, pero limita 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.
- Promoción de estaciones de televisión de carácter educativo y comunitario.
- Franjas gratuitas para publicidad política en períodos electorales.