

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



**Las implicancias de ser un canal de todos los peruanos: La
construcción de agenda en TV Perú desde la perspectiva de sus
funcionarios públicos, sus periodistas y los ciudadanos del distrito
rural de Maras (Cusco)**

Tesis para obtener el grado de licenciada en comunicación para el desarrollo
que presenta la bachiller:

Raisa Ferrer Pizarro

Asesor:

Juan Fernando Bossio Montes de Oca

Lima, Diciembre 2013

Agradecimientos

Agradezco a Juan Fernando Bossio, docente y amigo que ha motivado mi espíritu curioso desde que lo conocí durante mi primer ciclo en la Facultad, que confió en mí con entusiasmo cuando le planteé ser mi asesor y me acompañó en esta última etapa de pregrado, aconsejándome y no dejando que me retrase en el cumplimiento de esta meta. También a Augusto del Valle, a quien le tengo especial aprecio por haberme guiado académicamente y metodológicamente durante mis cursos de Seminario; cuando mi interés por el vínculo entre democracia y medios públicos empezaba a nacer y las ideas flotaban desordenadas en mi mente, él me ayudó a darles una forma lógica. De igual manera, a Mariel García, quien no tuvo reparos en compartir su experiencia en análisis de medios de comunicación, creyó en mi tema de investigación desde que se lo comenté y se ha preocupado por recibir noticias al respecto y enviarme ideas para mejorar.

A mi mamá y papá, quienes me impulsaron desde niña a encontrarme en libertad con mis intereses e inculcaron que antes de juzgar, es necesario poder sustentar ideas y que cuando estas ideas se quedan solo en palabras no logran impacto en la vida de ningún otro ciudadano. A Ximena, compañera de aventuras, quien se involucró con mi tema de investigación de una manera impresionante y, entre risas y viajes, me ayudó a concretar este proyecto.

A Omar Ochoa, quien musicalizó toda esta etapa, atento a mis ritmos reflexivos, creativos, optimistas y, por momentos, críticos e incisivos.

A Ernesto Hermoza y Martina Negrón, quienes me enseñaron qué es y cómo hacer periodismo televisivo sincero y comprometido con lo que sucede fuera de Lima. A Pedro Salvatori y José Carlos Cano, con quienes tuve las primeras conversaciones respecto a la importancia de hacer televisión de calidad, creativa y bien intencionada. A Pepe Arévalo, con quien he tenido interesantes conversaciones sobre la importancia del derecho a la comunicación. A Paolo Sosa, de quien más he aprendido acerca de temas de interés propios de las ciencias políticas. A Jorge Acevedo, quien me nutrió de información respecto al funcionamiento de los sistemas mediáticos alrededor del mundo. A María Luisa Málaga, siempre dispuesta a reunirse conmigo para compartir su experiencia en la gestión de medios de comunicación. A Gabriela Ladrón de Guevara y su familia, quienes me acogieron en el hermoso Maras.

A los peruanos como yo que desde la riqueza de sus expresiones culturales me convocan siempre a movilizarme.

Resumen

El objetivo de esta investigación es describir la naturaleza de TV Perú y las implicancias de ser un “canal de todos los peruanos”, a través de la indagación en su modo de construir contenidos periodísticos (*agenda building*), su aporte a la calidad democrática como agente de supervisión de otras agencias estatales y en cuán representativo resulta para una ciudad rural del Perú como Maras (Urubamba, Cusco). Para ello, estudia las relaciones que se tejen entre los encargados de emitir información y las fuentes de información que utilizan o personajes influyentes, tomando en cuenta que su modelo de gestión y fuentes de financiamiento otorgan al medio televisivo ciertas características específicas. En el camino se reconoce las expectativas de sus televidentes del ámbito rural que prácticamente no cuentan con otra opción televisiva de nitidez y alcance nacional y cuyas posibilidades de participar en el medio de comunicación como espacio público, ser “fuente de información” para sus periodistas o “influir la agenda mediática” son menores.

Índice

Introducción.....	5
CAPÍTULO I	12
1.1. Estado de la cuestión.....	12
1.2. Marco teórico	17
1.3. Metodología de investigación.....	36
CAPÍTULO II	39
2.1. Titulares que importan.....	39
2.2. Framing en noticieros.....	42
CAPÍTULO III	47
3.1. La televisión mirada desde adentro.....	47
3.2. Procesos para construir la agenda periodística	49
3.3. Framing televisivo	52
3.4. Participación y representatividad de TV Perú	53
3.5. Independencia periodística	57
CAPÍTULO IV	61
4.1. Consumo de medios de comunicación	61
4.2. Valoración de la programación de TVPerú.....	62
4.3. Percepciones sobre representatividad y posibilidad de participación en TV Perú.....	64
Conclusiones.....	69
Anexos	82
5.1. Anexo 1: Lista de entrevistados	82
5.2. Anexo 2: Guías de entrevista	82
5.3. Anexo 3: Guías de análisis de contenido	87

Introducción

La investigación que se presenta a continuación busca describir la naturaleza de TV Perú a través de la indagación en su modo de construir y reproducir contenidos periodísticos, proceso conocido como *agenda building* y consiste en la relación que se estructura entre los encargados de emitir información y las fuentes de información que utilizan o personajes influyentes, tomando en cuenta que su modelo de gestión y fuentes de financiamiento otorgan al medio características especiales. Asimismo, busca describir lo que lo anterior representa para los televidentes del ámbito rural que no cuentan con otra opción televisiva de alcance nacional (aunque en algunos casos sí con medios locales de radiodifusión, tienen un acceso limitado a información televisiva variada) y cuyas posibilidades de ser “fuente de información” o “influir la agenda mediática”(compartir información en medios) son menores, pese a que TV Perú usa como slogan “el canal de todos los peruanos”.

Consiste en un estudio cualitativo de alcance exploratorio debido a que el objetivo consiste en examinar un tema aún poco estudiado en Perú como es el aporte de los medios masivos a la mejora de la calidad democrática. El estudio parte del actual funcionamiento de TV Perú y en su desarrollo analítico tiene presente la misión y visión que expresa el Instituto de Radio y Televisión del Perú que guían su accionar:

“Somos la institución de Radio y Televisión del Estado encargada de producir, emitir y difundir, programas con contenidos de información periodística, educativa, cultural y de entretenimiento; a través de nuestra distribución nacional de la señal de radiodifusión, promoviendo las políticas nacionales y contribuyendo al bienestar de todos los peruanos” (IRTP s/f)

“Ser una institución de comunicación masiva, moderna, reconocida por todos los peruanos, por la calidad de sus programas audiovisuales y radiales, que garantizan el acceso a la cultura, el derecho a la educación, el sano entretenimiento y a la información permanente, interactiva y objetiva; a través de nuestra cobertura de radiodifusión que fortalece la identidad nacional, la democracia y la imagen del Perú en el mundo” (IRTP s/f)

El periodismo televisivo tiene límites y ejes de comportamiento distintos de acuerdo al tipo gestión del canal en el que se practique. En el mundo se conocen tres modelos de gestión televisiva: la de los canales privados (comerciales), estatales (financiados desde partidas estatales) y públicos (financiados a partir de cuotas ciudadanas, como la BBC de Londres) (Protzel 2001). En Perú, solo tenemos de los dos primeros modelos. En señal abierta, se tiene canales comerciales que lideran en cantidad, y gozan de la concesión de un

segmento del circuito radioeléctrico administrado por el gobierno y un canal estatal, TV Perú. En ambos casos, el poder de decidir qué aparece o no en un programa está regulado no solo por los intereses del público, medidos a través de estudios de rating o concebidos desde una serie de supuestos, sino sobre todo por los criterios del equipo de producción del programa o de los directivos más influyentes del canal.

En términos de democracia, el periodismo juega un rol esencial, en tanto cuando es ejercido con independencia de los poderes políticos, comerciales y económicos, empodera mediante información a los ciudadanos que bien informados pueden participar en la política de su país. La influencia del periodismo como entidad fiscalizadora de los poderes y su rol de proporcionar información a la ciudadanía en democracia ha sido repasada por la bibliografía estadounidense y europea desde mediados del siglo pasado. Maxwell McCombs entrevista con Paulina Leyva (2001), sintetiza las funciones de la comunicación social y del discurso periodístico en tres aspectos: vigilancia, transmisión de la herencia social de una a otra generación y sobre todo de consenso, que es necesario para toda democracia, los medios ayudan a la sociedad a llegar a acuerdos porque hacen que la gente hable o se preocupe sobre los mismos temas y aporten con argumentos para la organización y producción de respuestas de la sociedad a los problemas. Prueba tal vez de la importancia que ha tomado el resguardo del comportamiento mediático es la actual existencia de observatorios de libertad de prensa en el mundo, que la defienden más allá de la dimensión empresarial, cuidando el acceso del ciudadano a información de calidad. Tal es el caso del *International Freedom of Expression Exchange* (IFEX)¹, que reúne a una amplia variedad de grupos internacionales y locales que trabajan en red para la libertad de expresión. Asimismo, existe el Observatorio Iberoamericano que defiende la Libertad de Prensa² y el Comité para proteger periodistas (CPJ)³, principalmente avocados a resguardar la labor periodística en contextos de violencia o represión.

Por otro lado, es importante recalcar que los medios importan porque, junto a un conjunto de actores tales como personajes políticos, emprendedores de políticas⁴ y líderes de opinión diversos, tienen un rol importante en el establecimiento de la agenda pública (proceso que los teóricos llaman 'agenda setting') y aunque no determinan qué pensar, sí influyen en sobre qué pensar, a través del enfoque que dan a la noticia. Así, en el

¹ Sitio web IFEX disponible aquí: <http://www.ifex.org/es/>

² Sitio web del Observatorio Iberoamericano de Libertad de Prensa disponible aquí: http://www.infoamerica.org/libex/libex_portada.htm

³ Sitio web del CPJ disponible aquí: <http://cpi.org/es/>

⁴ El término "emprendedor de políticas" es una traducción del inglés "*political entrepreneur*", que en la academia de ciencias políticas es descrito como un actor político, del gobierno, de la sociedad civil o del sector empresarial que busca influenciar la formulación de nuevas políticas públicas. Nissim Cohen (2012) desarrolla cómo el concepto ha ido evolucionando en su libro "Policy entrepreneurs and the design of public policy: Conceptual framework and the case of the National Health Insurance Law in Israel" disponible aquí: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxqcNwb25lfGd4OjVhMGQ2ODZkZTNmZWY4MTM>

caso de los medios estatales, estos podrían formar parte de un proceso de democratización si es que éstos son gestionados de acuerdo a intereses ciudadanos y no solo del gobierno de turno.

Democratizar el Perú implica construir otro tipo de relaciones sociales y otra forma de organizar el poder. Por ello, proponemos ir más allá de una concepción procedimental de la democracia, donde las elecciones son el componente central (Franco: 1998, Flores Galindo 1999; Cameron: 2013). A partir de la tercera ola de democratización (Huntington: 1994), que significó el surgimiento de jóvenes democracias en países con profundos problemas estructurales sin resolver, se ponen en evidencia las tensiones sociales que existen en la democracia cuando es pensada solo como un régimen electoral. Por un tiempo, la literatura sobre democracia y democratización centró su vista en las transiciones (O'Donnell, Schmitter y Withehead: 1986) y luego en la consolidación del régimen (Schmitter: 1993). Sin embargo, se hizo complicado definir hasta qué punto una democracia podría seguir en un proceso de consolidación y se planteó como pregunta si acaso no serían, más bien, estas jóvenes democracias algún tipo de régimen híbrido⁵. Una de las respuestas a este debate surgió con un nuevo modo gradual de calificar un régimen más allá de la dicotomía democracia/autoritarismo, asumiendo su "calidad" como punto de referencia (O'Donnell, Vargas y Iazzetta: 2004).

Junto con un entendimiento más amplio de democracia, distintas medidas e indicadores que den cuenta del funcionamiento real de los sistemas políticos se convierten en factores que, de ser positivos, aportan a la denominada "calidad democrática", que parte de la idea de que la democracia está en constante crisis y es siempre mejorable, que existe "la perpetua ausencia de algo más", como lo explica Guillermo O'Donnell (2007: 18)⁶. Entre esos factores, esta investigación considera favorable para mejora de la calidad democrática el manejo de los medios estatales como medios ciudadanos y no como espacios publicitarios para el gobierno de turno. Asimismo, la presente tesis considera que un aporte igual de importante de los medios de comunicación a la calidad democrática es su aporte a la "accountability horizontal" (O'Donnell 2008) con críticas y seguimiento a las instituciones estatales y su configuración como un espacio, que además de estar al servicio del derecho a la información que tienen los ciudadanos, sea representativo de la vasta realidad cultural del país, y comprenda además a las regiones como creador de sentidos, no solo como receptores de contenidos elaborados desde Lima.

En un contexto de promesas incumplidas, toma importancia la realización de estudios que generen incidencia para lograr un giro de la gestión televisiva y este se encuentre efectivamente al servicio de los intereses de

⁵ Ver por ejemplo Collier y Levitsky (1996) y Levitsky y Way (2010).

todos los peruanos. Asimismo, una investigación puede servir a la futura elaboración de un proyecto de ley de medios estatales que permita que éstos pasen a ser medios con autonomía política de los gobiernos de turno (Ferrer 2012).

A la descripción del funcionamiento que históricamente ha tenido TV Perú, la tesis suma una descripción actual de cómo funciona el área de prensa del canal estatal, narrada por los propios periodistas, productores y gerentes del canal, un análisis de percepciones ciudadanas sobre el funcionamiento, utilidad del mismo y nivel de participación que se les permite en una zona rural a la cual solo llega la señal de TV Perú con fluidez, y finalmente, un análisis de los contenidos de los noticieros del canal, como en su momento hicieron Leny Huamán y Mariel García en su tesis de licenciatura sobre cobertura radial durante conflictos sociales y sobre los discursos que reproduce la versión impresa del diario El Comercio respectivamente. En la presente tesis, el análisis de contenidos solo resulta importante en tanto permite evidenciar la relación entre el discurso de los trabajadores del canal y las percepciones de los ciudadanos sobre lo que implicaría “pluralidad” y lo que reflejan los contenidos finalmente emitidos.

En términos metodológicos, se trabajó en tres niveles de investigación: Emisor, mensaje y receptor. Para recabar información, se utilizaron diferentes métodos y herramientas. Respecto del circuito de producción, para poder conocer al emisor se realizaron entrevistas a trabajadores y extrabajadores de oficinas de prensa e imagen gubernamentales, a fin de conocer sus ideas en torno a su misión, objetividad y veracidad y el uso que dan (o dieron) a TV Perú. Así, pudimos conocer los ‘frames’ utilizados (‘marcos interpretativos’) y criterios de selección de noticias.

Debido a que el mensaje oficial del gobierno es transmitido a través del marco interpretativo (frame) que se le otorga y debido a la decisión, por parte de los gobernantes y sus asesores, de alterar la programación y salir al aire fuera de los horarios de noticiero, en segundo lugar, se realizó análisis de contenido de los noticieros. Finalmente, para poder entender un particular circuito de mediación, se realizó entrevistas a profundidad a los vecinos del distrito de Maras para conocer cómo interpretan el mensaje que se les envía desde el gobierno y cuál es el efecto e inquietud que dicha forma de presentación del mensaje les despierta, para a su vez poder profundizar en cuáles son las posibilidades que los mismos tienen de participar en “la construcción de la agenda” (agenda building) siendo TV Perú un canal “de todos los peruanos”, como indica su slogan⁷.

⁷ José Llorens usa el argumento del slogan para contrastarlo con el hecho de que la radio nacional sea primordialmente representativa de los intereses musicales de aquellos ciudadanos costeños: http://www.revistargumentos.org.pe/radio_nacional___la_radio_de_todos_los_peruanos___emisora_estatal_y_practic_as_de_exclusion_cultural.html

La pregunta de investigación que busca responder la presente tesis es la de cuál es la correspondencia entre el slogan de TV Perú como canal de todos los peruanos y la realidad. Las preguntas que se desprenden de lo anterior apuntan a saber cuáles son las características del modelo de gestión del canal, cómo se construye la noticia en el área de prensa del mismo y cómo el discurso televisivo se integra a la vida cotidiana de la audiencia que consume las noticias que emite TV Perú. En ese sentido, el objetivo general de la presente investigación es discutir la naturaleza de TV Perú como canal de “Todos los peruanos” a través de la indagación en su modo de construir y reproducir discursos y lo que ello representa para los televidentes del ámbito rural que no cuentan con otra opción televisiva⁸.

Para lograr lo anterior, se plantean tres objetivos específicos. En primer lugar, se buscará describir la intencionalidad de los mensajes emitidos a través de TV Perú de acuerdo a los criterios de selección de noticias y de los patrones de presentación de la información. En segundo lugar, se identificarán las características del modelo de gestión de TV Perú y las relaciones que establece con las distintas instancias de la ciudadanía y el gobierno nacionalista para construir la agenda. Finalmente, se describirá la interacción entre los ciudadanos y gobierno de Maras (Cusco) y el medio televisivo estatal TV Perú.

Voy a proponer como hipótesis que el modelo de gestión de TV Perú responde a una agenda gubernamental y no pública, lo cual en ocasiones puede relegar fuera de la pantalla importantes tensiones existentes en la sociedad peruana e implicar centralismo en términos de contenidos noticiosos

Es así como, la construcción de la noticia en el canal del Estado tiene el reto de transmitir información veraz, pero en algunos casos también con un enfoque positivo hacia lo que los funcionarios del gobierno de turno (en este caso el de Ollanta Humala) logran o pretenden lograr. Asimismo, asumo que al ser una esfera estatal, TV Perú reproduce y opera con algunas características del propio Estado la poca claridad hacia fuera en los procesos (ciudadanía desconoce cómo opera, por ende le es más complicado encontrar canales para participar de la construcción de agenda), la dificultad para impulsar procesos de generación de propuestas y participación descentralizada que permitan que “la televisión sea de todos los peruanos”, pero por otro lado, dicho hermetismo se quiebra cuando se trata de coordinaciones gubernamentales, en las cuales la coordinación entre la oficina de comunicaciones de Palacio de Gobierno y los mandos que gestionan el canal es fluida. Así, el propio gobierno, aunque se llegara a comprobar que no influye todo el tiempo, tendría más facilidad para agendar temas en los noticieros o en la programación en general que un ciudadano de a pie.

⁸ Los ciudadanos que residen en Maras pueden ocasionalmente recibir señal de otros canales como ATV. Asimismo, consumen radio, la cual les permite contrastar la información de TV Perú.

Finalmente, la investigación estudia el caso de Maras y tiene como hipótesis que en dicha zona, en la que TV Perú es el único canal que llega con la señal adecuada, el acceso a participar en la construcción de agenda del canal estatal, que se publicita como “el canal de todos los peruanos” es limitado y el nivel de representatividad es bajo.

En términos académicos, la presente investigación se perfila como relevante en un escenario en el que la investigación sobre la cobertura y apreciaciones ciudadanas detalladas respecto al comportamiento del canal estatal es tan escasa como necesaria. En primer lugar, busca servir como aporte para la introducción de los estudios sobre medios de comunicación como indicador en un balance de la calidad democrática según el manejo de las instituciones del mismo. En segundo lugar, incluye una mirada del canal desde adentro y busca la incorporación de la mirada del televidente al análisis para calibrar la importancia que éste otorga al problema planteado: El hecho de que el canal sea principalmente gestionado desde Lima y ello excluya ciertas temáticas del ámbito subnacional.

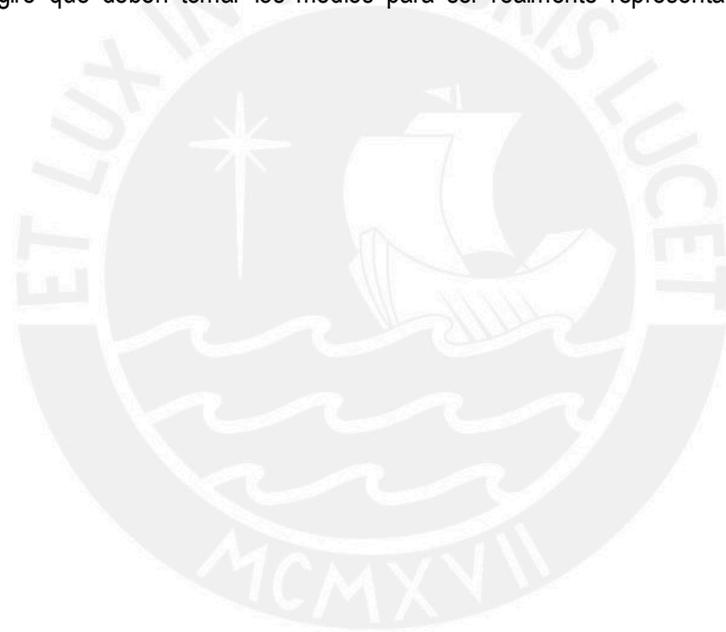
Finalmente, la elección del tema de investigación responde a un interés de aportar a la línea de investigación que integra la comunicación para el desarrollo con el estudio de sistemas mediáticos. Así, en un contexto democrático, un medio masivo como la televisión puede ser un recurso para aportar al desarrollo integral del país, entendido más allá de factores económicos y pasando por la necesidad de contar con un país en el que los ciudadanos sientan que los medios de comunicación estatales los representan, velan por sus derechos y responden principalmente a sus intereses informativos.

La tesis está dividida en cuatro capítulos principales. En el primero se describe el estado de la cuestión del tema, se define los conceptos utilizados en la presente investigación y se explica la metodología usada. El segundo señala cómo es hacer periodismo desde el canal estatal TV Perú. En este capítulo se revisa cómo es la construcción de la agenda mediática y establecimiento de marcos interpretativos en dicho canal, cuáles son los principales retos periodísticos de trabajar en un canal estatal y las alteraciones en la programación y cobertura de actividades gubernamentales. El tercer capítulo es una aproximación al modelo de gestión de TV Perú, en él se estudiarán las relaciones de poder y espacios de negociación entre el IRTP y la Oficina de Comunicaciones de Palacio, el financiamiento del canal televisivo estatal y el aporte de la gestión de TV Perú a la democracia.

Finalmente, en el cuarto y último capítulo, se estudia como audiencia a aquellos ciudadanos cuyas opciones de acceso a la información vía televisión se limitan a la señal de TV Perú y otras que llegan esporádicamente por vivir en distritos alejados sin señal de cable. Es así como abordamos el caso de Maras, un distrito que

cuenta con más de 7000 pobladores según el censo del INEI del 2007, que solo recibe señal de TV Perú y ocasionalmente de canales como Frecuencia Latina y ATV.

A manera de estudio de caso, en dicho capítulo, se describe los procesos de mediación en el Perú rural, tomando en cuenta como actores a miembros de la sociedad civil y de la Municipalidad Distrital de Maras, quienes nos dan su opinión sobre el contenido TV Perú, la utilidad de su transmisión en el distrito y la participación que ellos perciben que tienen en la construcción de la agenda. Cabe señalar que la metodología de estudio de caso permite narrar la realidad a través de la recopilación de acciones y discursos de actores en un contexto determinado, pero no obtiene resultados generalizables basados en indicadores concretos, sino más bien constituye un aporte a la comprensión de procesos de mediación en el Perú rural y abre un campo de investigación pendiente en torno al rol de los mismos en los procesos de construcción de agenda mediática y en el giro que deben tomar los medios para ser realmente representativos y “de todos los peruanos”.



CAPÍTULO I

Agenda building en la televisión estatal en el Perú

A lo largo de este primer capítulo se busca describir los procesos de construcción de agenda en TV Perú desde su fundación en 1957, describir el marco conceptual y la metodología que sustentan la presente investigación. Para ello se revisan los conceptos que forman parte del marco teórico que dará cuerpo a la presente tesis y se terminará describiendo la metodología aplicada en el proceso de investigación. En un segundo momento, se revisa el trabajo académico de Juan Gargurevich sobre el recorrido histórico de los medios estatales peruanos y los de Luis Rocca, más enfocados en el vínculo entre gobierno militares y comunicaciones; así como el trabajo de Rina Paredes y Alicia Quezada, quienes van perfilando el tipo de actuación que deberían tener los medios estatales para llegar a funcionar como públicos.

1.1. Estado de la cuestión

En el año 1957, el Estado, con la ayuda de la UNESCO, inauguró el “canal 7”. Era el primer canal de televisión y nació bajo la premisa de ser un canal educativo. El mismo se asimiló a la cartera del Ministerio de Educación. Poco a poco el canal empezó a emitir noticieros informativos, además de ser una herramienta de difusión de las distintas iniciativas del gobierno (Gargurevich 2005: 181).

En el año 1958, durante el gobierno de Manuel Prado iniciaron las emisiones esporádicas, cuya manipulación quedó a cargo de la Escuela Técnica electrónica que se financiaba con donaciones de la UNESCO con fines de promover prácticas experimentales, como en este caso, era la televisión en el Perú (Quezada y Paredes 2004: 108). Durante sus inicios hasta el año 1976, el canal estatal recibió el nombre de “Garcilaso de la Vega OAD TV Canal 7” (Quezada y Paredes 2004: 108). Meses después de que surge Canal 7, empiezan a aparecer los primeros canales privados. Así, en 1958, Nicanor González Vásquez, Antonio Umberto y Avelino Aramburú fundaron Canal 4. El año siguiente, en 1959, nace Panamericana TV Canal 13 y se da la primera señal al aire de Canal 9 TV EL SOL (Arkivperu 2008, El Comercio s/f).

En los años sesenta se transmitía programas tele-educativos producidos con equipos del MINEDU. Por ejemplo, programas de alfabetización o de manualidades que dependían de las Direcciones del MINEDU (Quezada y Paredes 2004: 108).

Entre 1962 y 1965, la televisión nacional, junto a la radio, estuvieron bajo la tutela de una Junta de Telecomunicaciones integrada por representantes del poder Ejecutivo, las Fuerzas Armadas y dos universidades locales. Como se puede apreciar, los medios estatales no fueron dados en concesión y más bien, su manejo estuvo directamente ligado a las decisiones de autoridades del Estado (Quezada y Paredes 2004: 109).

Durante la época de Juan Velasco Alvarado y su proyecto militar de 1968, se ejerció control activo sobre los medios masivos de información, tanto del ámbito estatal como comercial. En este momento histórico, es importante tener en cuenta las famosas “expropiaciones” que culminaron con la “absorción” de los distintos medios de comunicación al “Sistema Nacional de Información” (SINADI) en 1973 que agregó distintos diarios y medios televisivos a los medios que el Estado de por sí poseía (Gargurevich 2005: 182). Ello, por motivos notorios, tuvo una gran influencia en el sesgo de los contenidos de los programas informativos. El historiador Luis Rocca Torres menciona (1975: 67-69):

“En toda la historia del Perú, no ha habido un organismo burocrático que haya concentrado tanto poder en el campo de las comunicaciones al servicio del Estado burgués”

El “Plan Inca” de 1971, que otorga al sistema de comunicaciones el rol de independizar la información de los grupos de poder económico, fue aquel que permitió al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, mediante decreto supremo, expropiar el 51% del total de las acciones emitidas por las empresas explotadoras de servicios de radiodifusión. Posteriormente, en 1974, se promulga la “Ley de Prensa”, que expropia a todos los diarios de circulación nacional, pues, bajo el concepto del gobierno Velasquista, éstos tenían que estar al servicio de las necesidades públicas (Quezada y Paredes 2004: 109-110).

Tras la caída del régimen de Velasco en 1975, al inicio del gobierno de Morales Bermúdez, se crea la Empresa Pública de servicio de Informaciones (ESI). Esta institución se encargaba de emitir, a través de los distintos medios estatales y aquellos que continuaban confiscados, la interpretación oficialista de las noticias de mayor relevancia para el país (Quezada y Paredes 2004: 112-113).

Fue en el año 1980, durante el gobierno de Fernando Belaúnde Terry, que los medios de comunicación expropiados fueron devueltos. Sin embargo, el nuevo gobierno no garantizó que la televisión estatal dejara de ser difusionista respecto a las obras realizadas por el gobierno.

En 1981, los distintos medios que permanecieron adscritos al Estado formaron parte del “Sistema Nacional de Comunicación Social” (SINACOSO) y continuaron siendo parte de un sistema de difusión gubernamental. El gobierno de Alan García (1985-1990) no cambió el rumbo de la televisión estatal. Los medios públicos mostraban una ideología que iba de la mano del interés del gobierno por dar una imagen de mejora económica y financiera (Quezada y Paredes 2004: 116). La necesidad de la población de recibir información continuaba desatendida.

El gobierno de Fujimori no prestó mayor atención a los distintos medios estatales, en tanto se sirvió sobre todo de la prensa popular para recibir apoyo en la difusión de su gobierno (Gargurevich 2005: 182-183). Entre 1991 y 1992, Fujimori termina con el accionar del SINACOSO, pues, al disponer del Servicio de Inteligencia nacional (SIN), ya no requería de ningún otro organismo de control de medios de comunicación. Es importante tener en cuenta que el SIN no solo controlaba los medios estatales, sino, sobre todo, los comerciales. Las comunicadoras Alicia Quezada y Rina Paredes (2004: 118) exponen ese punto en el párrafo a continuación:

“El gobierno quitó el apoyo económico terminando por suspender la señal transitoriamente. Esto sucedió en 1991, un año antes del autogolpe. Los medios del Estado nunca fueron de mucho interés para el gobierno de Fujimori puesto que éste se centró y preocupó por negociar y dirigir los contenidos, programas y líneas informativas de los medios privados”

En 1996, se crea el Instituto de Radio y Televisión del Perú (IRTP) para dirigir la radio y canal del Estado. Tras la caída del Fujimorismo en el 2001, el gobierno de transición de Valentín Paniagua optó por no servirse de los medios masivos del Estado como voceros del gobierno y más bien aproximar el funcionamiento del canal del Estado al de un canal comercial, en términos de programación. Así, el canal del Estado dio especial atención a la emisión de programas televisivos culturales relativos al teatro, cine, literatura y distintas artes (Gargurevich 2005: 183). El cambio de gobierno también impactó la misma conformación del directorio del IRTP: Ahora ya no pertenecería al mismo ninguna persona vinculada al aparato ejecutivo y en su lugar, se convocó a profesionales con experiencia en medios de comunicación, sin afiliación a grupos políticos (Quezada y Paredes 2004: 119).

“Los informativos cubrían solo actividades de interés público y se logró una gran aceptación ciudadana. Se propugnó un enfoque multipartidario, uno de los aspectos mejor logrados en dicha administración del IRTP” (Quezada y Paredes 2004: 119).

La gestión televisiva del gobierno de Alejandro Toledo continuó en la misma línea de Paniagua y dio especial atención a la independencia periodística del noticiero central. En esta línea, el programa “Confirmado” fue probablemente uno de los informativos de mayor credibilidad en la historia de la programación periodísticos

de los medios gubernamentales (Gargurevich 2005: 183). Se intentaba que el mismo incluyera distintos puntos de vista para que el público contraste, “aparece la concepción de interés público” (Quezada y Paredes 2004: 121).

En el año 2006, el debate sobre la finalidad del canal estatal cobró intensidad a partir de la salida de la conductora Karina Borrero, tras manifestar públicamente sus expectativas respecto a la continuidad de la línea de gestión televisiva seguida durante los gobiernos de Paniagua y Toledo:

“Estamos un poco a la expectativa de los cambios porque hasta ahora solo sabemos lo que se rumorea por los pasillos. Lo que sí tengo claro es que ni yo ni mis colegas queremos trabajar en un canal sobón. Si es así, yo me voy”

La salida de Borrero motivó la renuncia de Rocío Aliaga, la otra periodista narradora de la edición central del noticiero “Confirmado”. Poco después, en septiembre, se nombró a Beatriz Llanos como miembro del directorio del Instituto de Radio y Televisión del Perú. Llanos es periodista e hija de la Presidenta del Congreso, Mercedes Cabanillas, lo que cual levantó suspicacias sobre el manejo del canal. El bloggero Jose Alejandro Godoy publicó varios artículos al respecto de las irregularidades en la gestión en el canal. Entre ellos resalta una interesante entrada respecto a la continuidad de las interrupciones en la programación del canal (Desde el tercer piso 2006):

“[Ayer] TV Perú interrumpió su programación para pasar la presentación del libro “Los Principios del Derecho del Trabajo en el Perú” cuyo autor es nada menos que Luis Nava Guibert, Secretario de Palacio de Gobierno, ex jefe de campaña de Alan García y amigo personal (y secretario particular) del Presidente de la República.

Ceremonia en la que, por supuesto, Alan García Pérez participó como presentador y se mandó un ‘speech’ que haría sonrojar a cualquier socialdemócrata que se precie (...) y demoró el relanzamiento del noticiero Confirmado”

En el 2006, Fernando Vivas, crítico de televisión, advirtió algunas irregularidades en el manejo de TV Perú en su artículo “¿Qué pasa en el 7?” (El Comercio 2006):

“(…) He recibido de fuentes confidenciales la información de que ha contratado a 29 personas, algunas de las cuales están duplicando funciones. Sus sueldos se ajustan a los límites impuestos por el Gobierno --tengo la lista completa--, pero llama mucho la atención que la nueva presidenta ejecutiva, sin experiencia previa en la gestión televisiva, haga tantas nuevas contrataciones.

Peor aún, esto contradice la política de austeridad que ha llevado a Tello a suspender las grabaciones de programas como "Costumbres", "Reportaje al Perú" y "Sucedió en el Perú"

En ese mismo año, en Octubre, se admitió un abuso de enlaces directos con Palacio de Gobierno y tras las críticas, no pasó mucho tiempo hasta que María del Pilar Tello salió del directorio. En su lugar, asumió la presidencia Alfonso Salcedo Rubio, el entonces viceministro de Turismo y miembro del directorio de IRTP.

El 27 de junio del 2009, se nombró como presidente del Canal 7 a Ricardo Ghibellini. Rápidamente medios visibilizaron la cercana relación que éste tenía con el gobierno de Alan García:

"Ghibellini Harten fue publicista de la campaña electoral del presidente Alan García en las elecciones generales del 2006, siendo creativo del spot del reggaetón que pretendía a acercar al entonces candidato con los jóvenes" (El Comercio 2009),

En febrero del 2010, tras la salida de Ricardo Ghibellini, la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) encargó temporalmente a María Luisa Málaga Silva la administración del Instituto de Radio y Televisión del Perú. La resolución, aparecida en el diario oficial El Peruano, fue firmada por el presidente Alan García y el jefe del Gabinete Ministerial, Javier Velásquez Quesquén (RPP 2010). Ella continuó en el puesto "de confianza" hasta que fue, a inicios de este año, nombrada presidenta ejecutiva del IRTP (Peru21 2012).

En 2011, como promesa de gobierno en campaña, Ollanta Humala aseguró que TV Perú dejaría de ser un instrumento del gobierno. Es así, como en su plan de gobierno anunció la conformación de un Consejo Público que logre que "los medios estén al servicio de la democracia" (Gana Perú 2010). Sin embargo hasta el momento no ha habido esfuerzo del Estado por revertir esta situación. A dos años del inicio del gobierno nacionalista, el actual manejo del canal de televisión del Estado (TV Perú) pese a tener como lema el "ser el canal de todos los peruanos" dista aún de parecerse a un medio público, en tanto en su manejo persiste el riesgo de que en ocasiones el canal se convierta en mecanismo propagandístico y, a su vez, muchos asuntos puedan ser omitidos de la programación por afectar la imagen del gobierno.

En definitiva, la instauración de la democracia institucional en el Perú no ha implicado necesariamente que los medios estatales dejen de ser medios del gobierno. En la mayoría de periodos, salvo tal vez en el gobierno de Valentín Paniagua, se registran intentos de control de los contenidos del canal y uso del mismo para generar una imagen positiva del gobierno de turno. Será labor de esta tesis continuar con la investigación sobre este tipo de uso en el gobierno que le sigue al de Alan García, el del nacionalismo de Ollanta Humala.

1.2. Marco teórico

La investigación se nutre de conceptos agrupados dentro de tres campos teóricos. El primero, que sirve para sostener las conclusiones de los capítulos II y III, hace referencia al proceso de construcción de agenda en TV Perú. En este se incluye conceptos como: agenda building, framing, televisión pública, gestión televisiva, independencia y neutralidad periodística.

El segundo agrupa los conceptos de procesos de mediación y representatividad televisiva y sirve principalmente para fundamentar las conclusiones del capítulo IV de la presente investigación, en el cual se describe la relación de los ciudadanos de Maras con el canal televisivo estatal TV Perú.

Finalmente, el tercer campo teórico atraviesa el total de la investigación y en él se busca profundizar en la relación entre medios de comunicación y calidad democrática. Lo anterior responde principalmente al interés de que la presente tesis sirva como un aporte para posicionar a la gestión de medios de comunicación como indicador de calidad democrática.

A continuación se desarrolla conceptos útiles dentro de cada campo teórico definido, los mismos que seguirán desarrollándose y apareciendo a lo largo de la investigación para fundamentar determinadas conclusiones. Cada concepto tendrá un mínimo de dos acepciones relacionadas entre sí o, en algunos casos, contrastadas. Más adelante, la investigación se irá apoyando en unos autores más que en otros y rescatará lo más útil de cada uno.

1.2.1. Procesos de construcción de agenda y características del periodismo en la televisión estatal

- **Agenda building**

Los medios de comunicación no necesariamente equivalen a un reflejo exacto de la realidad. La comprensión de Gaye Tuchman (1978: 4) de la noticia, a la cual considera “un producto de las informaciones que actúan dentro de procesos institucionales y de conformidad con prácticas institucionales”, da luces respecto a cómo las noticias son una construcción.

Por ello, cuando hablamos de agenda building la atención se pone en cómo se crean los contenidos de los medios y cómo se presentan los mismos (Sádaba 2007: 80). Lo anterior no

debe ser confundido con agenda setting, pues mientras ésta se encuentra ligada al producto noticioso ya facturado y sus efectos, la agenda building trata de inspeccionar precisamente el paso previo y mira cómo se genera la noticia y presta atención al proceso de enmarcado o 'framing' (Sádaba 2007: 84).

Es sumamente importante en esta etapa poder diferenciar a la agenda setting de la agenda building, pues como explican Weaver y Nimley (1985) aun cuando existe una correlación entre lo que la prensa enfatiza y lo que le preocupa a mucha gente, no es muy preciso hablar de que la prensa "establece" ('set') la agenda si es que principalmente implica la transmisión de prioridades establecidas por otros actores e instituciones de la sociedad.

El foco en la agenda building es saber cómo la prensa interactúa con otras instituciones de la sociedad para generar asuntos de interés público (Weaver y Nimley 1985), es decir está más interesado en cómo los temas se originan y menos preocupado en la relación entre audiencias, efectos y medios de comunicación.

▪ Framing

Para muchos autores el principal libro sobre framing escrito fue "Making news", escrito por Gaye Tuchman desde la perspectiva del constructivismo social, que se centra en la interacción entre ciudadanos y medios de comunicación y no en efectos que pasan por asumir al ciudadano como audiencia pasiva e influenciable (Neuman y otros 1992: 17). Sádaba (2001) describe cómo el libro introduce una importante novedad en los estudios del framing cuando "traslada las ideas de la sociología interpretativa al modo de entender el trabajo de los periodistas y del proceso de elaboración de una noticia". En la primera página del libro (1978: 1), Tuchman describe el "framing" usando una ventana como metáfora para describir como las características de esa ventana ('frame') pueden afectar lo que vemos:

"La noticia es una ventana al mundo (...). Pero la vista desde una ventana, depende de si ésta es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio"

Teresa Sádaba (2007: 67) explica que en su tarea mediadora, los periodistas otorgan a las noticias un enfoque o encuadre determinado ('frame') y para Shantolyengar (1991: 11), los marcos interactúan con factores psicológicos del periodista. Sin embargo, como explica Sádaba

(2007: 73), teorías psicologistas no se adaptan tan bien como las sociológicas, pues la comunicación es un intercambio de significados públicos sobre los hechos públicos, no un proceso individual.

Por un lado, los medios de comunicación masivos construyen la realidad social al 'enmarcar' ciertas imágenes de la realidad en señal abierta. Por otro, los efectos de dicha construcción son limitados debido a que interactúan con las audiencias, quienes a su vez generan nuevos y propios significados (Scheufele 199: 105). Por su parte, autores como Entman profundizan más en lo que dicho 'enmarcamiento' permite y señala que "enmarcar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y resaltarlos en un texto de difusión, de alguna manera que permite definir un problema en particular, dar una interpretación causal, una evaluación moral o una recomendación" (1993: 52). Para Gaye Tuchman (1978), los elementos que determinan los *frames* de los medios de comunicación son su organización y las actitudes profesionales de los periodistas que trabajan en ellos.

Macassi (2009) sostiene que los medios narran las noticias a través de enmarcamientos o *frames* y parte de la clasificación de 'marcos interpretativos' elaborada por Russell Neuman⁹ para dividirlos dentro de: Frames de conflicto (cuando se prioriza la disputa y la contraposición entre dos o más posturas), de interés humano (cuando prima el enfoque subjetivo, se recoge testimonios y la opinión de los afectados por la noticia), de moralidad (aquellos que juzgan una noticia de acuerdo a preceptos morales), de consecuencias económicas y sociales (la noticia cobra importancia según su impacto económico o social), de responsabilidad (identifica a los culpables) y lúdico (cuando incorpora el humor o picardía para lograr el descrédito de ciertos personajes o grupos de la sociedad).

Finalmente, Reese recuerda haber definido el "frame" como "principios de organización que son socialmente compartidos, persistentes en el tiempo y que trabajan simbólicamente para estructurar significativamente el mundo social" y señala que "son estructuras que dibujan límites, establecen categorías, definen algunas ideas como externas y otras como internas y generalmente operan para 'engancha' ideas relacionadas" (2007: 150).

⁹Los tipos de frames están listados en el libro NEUMAN, W Russell Just, M & CRIGLER, A. Common knowledge. Chicago, IL: University of Chicago Press. Publicado en 1992

La academia diferencia los “microframes” de los “macroframes”. Por ejemplo, se ha trabajado con microframes que se desarrollan en términos de salvar vidas o evitar muertes. También se puede distinguir entre frames generales (aquellos cuyos autores afirman que servirían para estudiar la cobertura de cualquier tipo de suceso) y los frames específicos, que solo sirven para determinado tema, contexto y lugar (Sádaba 2007: 99-100).

▪ **Gestión de medios de comunicación estatales**

Los profesionales de los medios de comunicación se relacionan con diversos actores de la sociedad para poder construir la agenda mediática y a su vez, los mensajes son enmarcados según criterios diversos. Los medios en manos estatales dependen del presupuesto del gobierno y a menudo es una preocupación que la televisión estatal corra el riesgo de convertirse en herramienta de los gobiernos de turno para ejercer cierto poder y auto publicitarse.

Protzel explica que la presencia del Estado es esencial como entidad promotora y difusionista de diversas expresiones culturales del Perú. Sin embargo también teme que en un afán “omnipotente”, termine subestimando de la capacidad de decidir qué es bueno por parte de la ciudadanía. Con ello, se podría recrear un régimen de verdad en el que se busca hegemonizar ciertos discursos bajo la excusa de estar “cuidando” al otro. A continuación dos citas al respecto:

“(…) es innegable que la presencia estatal es necesaria como promotora. La conservación de la memoria histórica, la difusión de los múltiples acervos del país, el fomento de la creatividad artística y del pensamiento crítico son tareas insoslayables que, pese a la estrechez de sus recursos, deben seguir teniendo su espacio” (Protzel 2001: 79)

“La idea de Estado actor omnipotente le expropia a otros actores su capacidad de representar lo social, tácitamente inferiorizándolos. Así, lo justo o lo arbitral en materia de asignación de recursos puede ser contraproducente si deviene en poder de censurar, si dicta los límites entre lo correcto y lo incorrecto. Trasladando esto a la televisión, no es difícil que un discurso político oficialista entre en simbiosis con la cultura para generar una cultura de Estado, la oficial, aparte del aprovechamiento propagandístico que practique” (Protzel 2001: 79).

Por su parte, Jesús Martín Barbero (2007:1) define a la televisión pública por contraste con los modelos comercial y el estatal, dejando entrever cuál es su concepción sobre el mismo:

“El comercial aplica a la televisión la lógica del mercado como la forma óptima de proporcionar libertad al consumidor y de satisfacer sus demandas. El estatal responde a una concepción vertical y centralista que, por un lado, otorga al Estado un peligroso monopolio, y por otro acaba confundiendo lo que es el Estado con las directrices del gobierno de turno”

▪ **Televisión pública**

Existen muchas formas de entender lo “público” en la televisión, ya sea desde su organización, su forma de financiarse u operación. Sin embargo, el concepto general de medio público hace énfasis en la información y la educación, frente al concepto de entretenimiento puro que se adscribe a los medios comerciales. Asimismo, se reconoce al medio público como una forma de servir a las minorías, a la vez que debe evitar la dependencia en el gobierno (Fernández Alonso y otros 2006).

En el caso de Estados Unidos, el interés por su existencia fue impulsado y nació gracias a la sociedad civil y no tanto por una voluntad gubernamental. Incluso actualmente las emisoras públicas de radio y televisión en dicho país realizan campañas para captar donaciones y asegurar la continuidad de su funcionamiento. Sin embargo frente al crecimiento de la televisión comercial y con serias limitaciones para representar una alternativa, los medios públicos han tenido dificultad para posicionarse (Sánchez Ruiz 1991: 37).

En Europa, existen principalmente tres diferentes opciones que han permitido que los servicios públicos en los medios sigan vigentes, y éstas son: a) mediante un impuesto establecido y aceptado por los ciudadanos, b) mediante la subvención directa de los Estados, al incluir una partida dentro de los presupuestos generales, y finalmente, c) mediante la publicidad (o comercialización parcial). Las tres formas pueden afectar el modo de comunicar del medio, existen modelos mixtos de financiamiento y en general, las características de la programación, financiamiento y popularidad del medio varían según el país (Arriaza 2008: 5-9).

El contexto para la aparición de un medio público también cuenta. Prueba de ello es el caso chileno, en el cual la Televisión nacional chilena (TVN) nace luego de que la dictadura de Pinochet terminó en 1990, en un momento en el que la ciudadanía estaba marcada por las características políticas de la transición democrática y el medio se posicionó como predilecto con gran facilidad. Para que el medio logre independencia del gobierno, se generó una Ley que cambiaba las facultades del gobernante y se las otorgaba a un directorio integrado por ciudadanos diversos. Asimismo, se decidió que el medio se autofinanciaría para asegurar su competitividad comercial, pero a la vez tendría la ideología de un medio público que viera a los ciudadanos como tales y no solo como consumidores (Moreno, Julio y Santa María 2007).

En Chile, en marzo de 1992 se promulgó la ley 19.131 que modificó al Consejo Nacional de Televisión. Los principales cambios que introdujo fueron: 1) limitar la duración de las futuras concesiones a 25 años renovables (hasta ese momento eran perpetuas) 2) redefinir la composición de su directorio, que ya no sería integrado por quienes ocuparan ciertos cargos definidos en la ley, sino via propuesta del Presidente y aprobación del Senado.; 3) le asignó la misión de velar por el correcto funcionamiento de la televisión, entendido como: «el permanente respeto, a través de su programación, a los valores morales y culturales propios de la Nación; a la dignidad de las personas; a la protección de la familia; al pluralismo; a la democracia; a la paz; a la protección del medio ambiente, y a la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud dentro de dicho marco valórico» (Moreno, Julio y Santa María 2007).

Sin embargo, no bastó con ello para convertirse en un medio público, pues requería recuperar la deteriorada imagen del medio, así como la confianza por parte de la ciudadanía. Para ello, contrató nuevos rostros periodísticos para que asumieran la jefatura de prensa (Moreno, Julio y Santa María 2007).

Por su parte, Omar Rincón (2005: 1) sostiene que los medios públicos latinoamericanos no gozan de legitimidad ni de financiamiento suficiente, a diferencia de la tradición de medios públicos estadounidenses y europeos, cuyo funcionamiento se ha querido imitar sin éxito. En la construcción de medios públicos, explica, se ha cometido una serie de errores de los que se debe aprender: Se ha confundido a los medios públicos con instrumentos de propaganda de los gobiernos, se le ha pensado como un espacio de difusión de saberes ilustrados y no de conectividad entre culturas, se ha pensado que los medios públicos son para “educar y culturizar” en lugar de ser medios para contar historias y entretener de acuerdo a las

necesidades de expresión e información de la audiencia. Con dichos antecedentes, Rincón propone (2005: 2-7) que los medios sean reconstruidos y pasen a ser laboratorios expresivos de creación y reconocimiento, para que realmente interpelen al ciudadano, quien no es visto simplemente como un consumidor.

▪ Principios en el periodismo

Desde una mirada optimista, sobre las funciones de la comunicación social, Maxwell McCombs (Leyva 2001) sostiene que el discurso periodístico más allá de informar, ejerce vigilancia, transmisión de la herencia social de una a otra generación y sobre todo tiene la función de facilitar el consenso, porque los medios logran que la gente hable o se preocupe sobre los mismos temas y aportan con argumentos para la organización y producción de respuestas de la sociedad a los problemas.

Por su lado, Kovach y Rosenstiel sostienen que, más allá de lo que se cree, la neutralidad no debería ser considerada como principio esencial del periodismo; mientras que la veracidad y la verificación a través de la búsqueda de fuentes, sí. Así, los periodistas pueden ser partidarios de ciertas ideas y tener un punto de vista propio como cualquier ciudadano, pero lo que realmente podría garantizar la búsqueda de la veracidad es la independencia (Kovach y Rosenstiel 2003), pues la imparcialidad no está garantizada.

La figura del “watchdog”, que otorga al periodismo la labor de fiscalización no está exenta de expectativas frente a lo que se encuentra. Se espera que el periodismo impulse e informe sobre renuncias políticas, acciones judiciales o legislativas (Miralles s/f).

En su literatura sobre el rol del periodista, Ana María Miralles (2008) parte del concepto de “periodismo cívico” o “periodismo público” y lo diferencia del periodismo tradicional, en el cual predominan las fuentes oficiales y a la vista Miralles “se comporta cada vez más como una empresa privada a pesar de que trabaja con un bien público que es la información”. Miralles (2008) explica que el periodismo público surge de plantear un nuevo modo de relación entre periodistas y ciudadanos, orientado por el objetivo de construir lo público democrático y que por lo tanto no depende de los soportes de esa comunicación (como el tipo de tecnología) sino de una apuesta política.

Miralles (s/f) explica que el periodismo público es una invitación a involucrarse en la esfera de la deliberación pública, en vez de permanecer en el registro de hechos que otros producen. “El periodismo público es más que una nueva modalidad profesional para el tratamiento de la información. No se le puede confundir con un método o con una de tantas innovaciones que de vez en cuando se dan en el campo periodístico, ni entenderlo como una estrategia para captar audiencias. “Sus propósitos son mucho más de fondo”, señala. Para darle fuerza a su argumento cita al especialista estadounidense Jay Rosen, quien señala “ya tenemos información, ahora lo que nos hace falta es democracia” y explica qué implicaría incluir al ciudadano en la producción periodística, así como describe la exclusión en la que actualmente se encuentra:

“Los ciudadanos rara vez salen como protagonistas y en su lugar se convierte al poder en espectáculo, en algo para ser observado como una realidad distante cuyas funciones competen a otros. Solamente los líderes de opinión tienen un espacio y desarrollan una relación simbiótica con los medios: suministran el material atractivo para el consumo de masas” (Miralles, 2002: 24)

Para Miralles (s/f) ni existe un “público” actualmente y se debe construir. Sin embargo, no lo podría lograr el periodismo informativo, “que presupone la existencia de una esfera pública funcionando, en la cual los asuntos comunes son continuamente reconocidos y discutidos”. Alfaro (2006) explica con mayor claridad cómo el ciudadano no es adecuadamente incluido dentro de la agenda periodística:

“en la vida política y social el ciudadano está oculto y sólo emerge con visibilidad cuando es un agresor o una víctima que genera conmiseración. Así no participa con críticas ni opiniones, menos con propuestas. Pertenece al mundo de la pasividad como un espectador que no cuenta, excepto numéricamente a través de encuestas” (Alfaro 2006: 250)

Jay Rosen (s/f) explica que “al escoger a quién incluir (en un reportaje periodístico), la prensa nos dice de quién es el mundo de la vida pública, quién sabe al respecto, qué vidas son relevantes, qué voces cuentan y de quiénes son las preocupaciones centrales”.

1.2.2. Mediación en zonas rurales: representatividad y legitimidad

▪ Mediación

En sus investigaciones, Jesús Martín Barbero se pregunta por cómo funciona la TV en la cotidianeidad familiar y en qué pasa en la casa cuando se juntan a mirar la telenovela; siendo así una pregunta esencial el qué encuentra la ciudadanía en la televisión que la impulsa a verla. Así uno de los objetivos de los estudios de mediación es comprender la interacción de la sociedad con la televisión y antes de preguntarse qué logra la televisión en la audiencia, la pregunta sería qué logra la audiencia con su consumo televisivo.

Siguiendo la línea de Barbero, Gutiérrez (2003: 46) explica que la televisión no es solo un proceso de transmisión de mensajes, sino un proceso de mediación que no asume al televidente como un ser pasivo. Entenderlo así implica restar poder al medio (y a los que trabajan en éste), aceptar que el proceso no es unidireccional y que recoge la complejidad de las relaciones presentes al momento de producir un producto televisivo.

Por su parte, Orozco entiende la mediación como una instancia cultural desde donde los receptores producen y se apropian del significado y sentido. Así, acuña el término 'televidencia' para referirse al complejo proceso de interacción entre la audiencia y la televisión. Las mediaciones no proceden únicamente de los medios, de los géneros de los programas o de los mensajes, sino de fuentes diversas –internas y externas, anteriores y posteriores al proceso de recepción-, así como de las experiencias individuales y colectivas de los sujetos integrantes de la audiencia (Orozco Gómez, 1993).

▪ Representatividad, participación y legitimidad de la Televisión

La televisión existe, más allá de que sus contenidos sean óptimos o todo lo contrario, es uno de los medios más consumidos. Omar Rincón plantea que si tenemos en cuenta que la Televisión no se va a ir de nuestras vidas, resulta mejor comprenderla en su accionar social y tomando en cuenta su potencial comunicativo, pues solo así podríamos hacer de ella un dispositivo más cercano a los deseos, necesidades e intereses de las comunidades. Así, para que la televisión pueda tener una función educativa y pueda conllevar a una reflexión, debe responder a las necesidades de la sociedad y no absolutamente a lo que digan grupos minoritarios académicos o élites políticas (Rincón 2001).

ArjunAppadurai(2001) sostiene que los medios se constituyen como relevantes por ofrecer nuevos recursos para la construcción de una auto-imagen, así como de una imagen del mundo. Un 'mundo' que posiblemente se encuentre lejano físicamente, mas no distante de la eventualidad de ser imaginado por los sujetos aún sin haber estado ahí. Los medios efectivamente nos proveen de materia para hacer construcciones acerca de lo cotidiano, a través de la identificación con las imágenes, textos y discursos que reproduce. Asimismo, se posiciona como relevante el movimiento, los medios masivos y sus mensajes rápidos producen un nuevo ritmo y orden para formar subjetividades.

Para que la televisión pueda servir como conector y aproximarnos a la posibilidad de convertirnos en ciudadanos conscientes del mundo que habitamos, es importante que la construcción de los programas que emite sea fruto del análisis de las distintas culturas desde sus propios miembros, sin miradas verticales. Así, la palabra "aprendizaje" no nos debería remitir a un conjunto de estrategias enmarcadas en el sistema educativo local, sino al potencial televisivo de incentivar un saber cultural, a menudo dejado de lado por paradigmas que priorizan el conocimiento científico. Jesús Martín Barbero menciona en una entrevista que la televisión sería además capaz de transmitir saberes ciudadanos, campesinos y de otras culturas del mundo. En ese sentido, en el que no se legitima sistema alguno como superior, la televisión podría servir como una ventana para apreciar representaciones de lo que otros seres humanos hacen distinto de nosotros.

"Ni los medios son enemigos (o lo contrario) de la educación, ni están destruyendo o sustituyendo la escuela. [Lo que los medios están produciendo es una desorganización] de la hegemonía de la escuela, desafiando su pretensión de seguir siendo el único espacio legítimo de organización y transmisión de saberes" (Barbero 1993).

La TV debería servir como ventana para que se contemplen otras realidades distintas y apreciaciones estéticas diversas y así se acerquen a la riqueza cultural del país y disminuir ese sentimiento de "extrañeza" hacia aquellas manifestaciones con las que compartimos territorio. No es que los sujetos que acceden a la Televisión alteren su identidad o la cambien por otra, ver televisión se configuraría como "un intento de "diluir las fronteras entre ambas (identidades) y poder circular con fluidez entre más de una" (Ames 2000: 6).

Teresa Quiroz (2011: 37) sostiene que la televisión es “mejor apreciada por aquellas personas de menores recursos, los más pobres, como fuente de entretenimiento y de información privilegiado” y recoge argumentos de la investigación de la antropóloga Rocío Trinidad sobre qué aprenden los niños y niñas rurales de la televisión que sostiene que “para los padres la televisión resulta fundamental porque los mantiene informados a ellos ya sus hijos, más allá de lo que ocurre en la esfera local”. Así, ver ese “otro” distinto en la televisión, que en la mayoría de casos es de origen urbano, “les permite comparar sus propias vidas con personajes de programas como las telenovelas, así como a identificar conductas condenables como el maltrato y el engaño, y a valorar el rol más independiente de la mujer” (Quiroz 2011: 38).

Tras describir las bondades de la televisión, es importante pensar en cómo viabilizar dichas características. Los canales públicos enfrentan grandes retos de representar, facilitar la participación y llegar a ser legitimados por su público. En países en los que se ha iniciado a brindar un servicio público de televisión, los propios canales han tenido que lidiar con la defensa de su propia legitimidad. Los investigadores María Lamuedra y Tíscar Lara Madrid (2008) entrevistaron a profesionales de los servicios informativos de la BBC sobre su concepto de público y su mirada sobre los ciudadanos, con el fin de conocer la imagen que tienen los productores de los ciudadanos en los contextos profesionales desde los que interpretan los contenidos que elaboran.

Para ello parten de una pregunta poco usual: ¿qué información y formación tienen los productores-emisores para conformar su interpretación de los receptores, cómo ésta condiciona los mensajes que producen? Mientras los canales comerciales hablan de “consumidores”, sustentan su programación en “darles lo que ellos quieren” y definen su conformidad a través de la medición del rating, los medios públicos dicen enfocarse más en hacer del público ciudadanos comprometidos que puedan participar en el debate democrático ciudadano. Para ello ofrecen cuatro elementos: calidad, educación, integración cultural y diversidad (Lamuedra y Lara Madrid 2008: 147).

En el caso de la BBC, el discurso general de los profesionales de noticias es que tienen un contrato para prestar un servicio público a la ciudadanía, que paga un canon por ello, y que lo principal es tratar de diversificar la programación y soportes (web, radio y canales de televisión) para que cada ciudadano encuentre contenidos de su agrado en alguno de dichos soportes. Es por ello que se presta especial atención a los mensajes electrónicos que llegan, sobre todo

cuando son pedidos reiterados por varios remitentes (Lamuedra y Lara Madrid 2008: 149). Asimismo, en la BBC se tiene una dirección de Servicios Informativos que realiza encuestas para conocer las necesidades de su público. Sin embargo, algunos trabajadores del medio señalan que no se hace únicamente lo que el público sugiere como necesario, pues de ser así, ya no tendrían posibilidad de sorprenderlos con contenidos nuevos que no saben que quieren (Lamuedra y Lara Madrid 2008: 150).

1.2.3. Calidad democrática y medios de comunicación

- **Estado**

El Estado es un aparato que garantiza la igualdad ante la ley, los derechos constitucionales y ofrece los cimientos para desarrollar una ciudadanía; mientras que la nación es una comunidad imaginada y el que pueda estar dotada de un interés general manifiesta un gran reto. Es rol del Estado mediar las relaciones entre individuos para evitar obstáculos en el desarrollo de los ciudadanos pese a su diferencia, sin que un reclamo sea más válido que otro y evitando que prime el individualismo. En un plano ideal, se plantea la existencia de un Estado-nación, capaz de representar verdaderamente la justicia y el bien común (NUGENT, s/f).

El Estado representa al aparato del gobierno en su sentido más amplio, esto es al conjunto de instituciones que son “públicas” en el sentido de responsables de la organización colectiva de la vida comunitaria (Heywood 2010: 99).

Sin embargo, es relevante no olvidar que los individuos también son parte de la comunidad política y miembros del Estado debido a su condición de ciudadanos (Heywood 2010: 99). Es debido a ello que se supone que el Estado refleja los intereses permanentes de la sociedad, mientras que el gobierno está inevitablemente influido por las simpatías partidistas y las preferencias ideológicas de los políticos en el poder (Heywood 2010: 101).

El estado es una asociación incluyente que en cierto sentido abarca a toda la comunidad y comprende aquellas instituciones que constituyen la esfera pública. De este modo cabe ver el gobierno como una mera parte del Estado (Heywood 2010: 101).

- **Accountability y calidad de la democracia**

La calidad de la democracia es un concepto complejo respecto a cuya definición y patrones a evaluar no existe un consenso elemental. Asimismo, su uso como indicador solo puede darse en países que hayan alcanzado un nivel mínimo de democratización (Barreda 2010: 2). Así, para empezar a pensar en la calidad de la democracia, se debe partir de una definición mínima de la misma, en la cual se cuenten por lo menos con sufragio universal, elecciones libres, competitivas y periódicas, más de un partido político y diversos medios de comunicación.

“Un análisis de la calidad de una democracia, es decir, una comprobación empírica de cuán buena es una democracia, no solo exige una cierta definición de esta forma de gobierno, sino también una clara noción de calidad. La definición mínima de democracia sugiere que este régimen tiene por lo menos: el sufragio universal para adultos, elecciones periódicas libres, competitivas y justas, más de un partido político y más de una fuente de información. Entre los países que cumplen estos criterios de procedimiento mínimo, un mayor análisis es necesario para detectar el grado en el que han logrado los dos objetivos principales de una democracia ideal: la libertad y la igualdad” (Morlino 2009: 3)

Una vez tan extendida, la academia empezó a debatir la calidad del régimen instaurado. Asumiendo que ya no nos encontrábamos en una transición hacia la democracia, pero tampoco estamos viviendo la democracia perfecta, pues como señala O'Donnell (2007: 18) la democracia es siempre mejorable, pues “la perpetua ausencia de algo más. Es así, que la preocupación respecto a la satisfacción frente al régimen salió a la luz, sobre todo tomando en cuenta que muchas veces dentro de las democracias establecidas la realización de la libertad e igualdad por parte de los ciudadanos eran aún asunto pendiente.

“Como la democracia se ha extendido a la mayoría de los países del mundo, los estudiosos han puesto en marcha un debate sobre su calidad. Alejándose las reflexiones sobre la transición hacia la democracia, ahora el debate refleja preocupaciones académicas más generales sobre el estado de la satisfacción con la política democráticas en las nuevas democracias establecidas y al reconocimiento de que muchas de las nuevas élites han encontrado formas de eludir o distorsionar las instituciones democráticas para obtener beneficios políticos y económicos, apoyando y a menudo fomentando prácticas escasamente democráticas” (Morlino, Dressel y Pelizzo 2011)

Barreta (2010) cita a autores como Corbetta y Pérez-Liñán (2001: 150), según los cuales la democracia es “la capacidad de aprovechar el potencial único que la poliarquía ofrece en tanto régimen político”. Por su parte, Morlino destaca que una democracia de calidad es aquel régimen estable cuyas instituciones son funcionales al ejercicio de la libertad e igualdad entre ciudadanos. En sus palabras, “una buena democracia o una democracia de calidad es aquel orden institucional estable que permite la realización de la libertad e igualdad de los ciudadanos a través de instituciones y mecanismos adecuadamente funcionales” (Morlino2008 : 13).

Autores como Navas, toman el modelo de democracia que propone Habermas como punto de partida, ya que dicho modelo se basa en procesos de comunicación y más concretamente en deliberaciones. Navas explica que dichos derechos de comunicación y participación son condiciones no sólo necesarias para los procesos electorales, sino para la existencia de un proceso político democrático permanente, que se basa en una comunicación fluida entre la sociedad civil y el estado, mediante distintas expresiones que tienen lugar en el espacio público, así como distintos mecanismos de participación institucionalizados (Navas 2010: 2).

Sin embargo, la mayoría de aproximaciones conceptuales a la democracia están inspiradas en la noción de Poliarquía de Robert Dahl que son: 1) Autoridades públicas electas; 2) Elecciones libres y competitivas; 3) Sufragio universal; 4) Derecho de competir por los cargos públicos; 4) Libertad de expresión; 5) Fuentes alternativas de información; y 7) Libertad de asociación. La noción de Dahl es considerada procedimental y la mayoría de estudios sobre calidad democrática se hacen sobre la base de dicha noción.

Un aspecto concreto a evaluar de la calidad democrática es la *accountability* horizontal (Barreda 2010: 3), que se realiza a través de instituciones estatales autorizadas para monitorear, prevenir o castigar acciones presumiblemente ilegales de otros agentes estatales (O'Donnell1998). En este caso, las agencias que se encargarían de monitorear a otras del propio Estado no sólo deben poseer autoridad legal para proceder de dicha forma, sino también autonomía suficiente respecto de las segundas. Para ser autónomas, las instituciones deben tener fronteras bien delimitadas, estas fronteras deben ser reconocidas y respetadas por los actores relevantes. Ello incluye las instituciones clásicas del ejecutivo, el legislativo y el judicial, pero también abarca a diversas agencias de supervisión, 'ombudsmen', contralorías, fiscalías y semejantes (O'Donnell1998).

Finalmente, sin referirse específicamente a los medios de comunicación, Przeworski (1998: 26) se aproxima al tipo de información que requieren los ciudadanos y a cómo esta debe ser confiable y dar cuenta del trabajo que viene realizando el gobierno, al decir que “Nuestra información no debe depender de lo que los gobiernos quieren que sepamos”. A ello añade que “las implicaciones institucionales son obvias: necesitamos comisiones electorales independientes, oficinas contables independientes, agencias estadísticas independientes. Necesitamos "agencias de responsabilidad" independientes de otras ramas del gobierno”.

▪ Periodismo público y democracia

Autores como Jay Rosen¹⁰ han pensado en la contribución del periodismo a una democracia más sana y se preguntaron por cómo hacer que la democracia funcione y qué debería exigírsele a la prensa para lograrlo. Así fue que llegaron a la idea de hacer periodismo buscando el involucramiento público:

“[El periodismo público] ante todo es una discusión acerca del objetivo de la prensa. Segundo, es un conjunto de prácticas que lentamente se va transversalizando al periodismo estadounidense. Tercero, es un movimiento de personas e instituciones” (Rosen 1995: 35)

Muy contrario a lo que el periodismo tradicional plantea, para el periodismo cívico, la información es vital para la democracia, pero en sí misma es insuficiente sino que los procedimientos para recabarla y difundirla pueden llegar a producir el efecto contrario al de la causa democrática: cinismo, indiferencia, confusión, abstencionismo, privatización, apatía (Miralles s/f). Más allá de ser meramente informativo, el periodismo público puede extender la vida cívica y fortalecer la democracia, sin embargo, lo anterior no significa la supresión de lo informativo:

Todo buen periodismo cívico tiene un fuerte componente de lo mejor del periodismo informativo: investigación bien hecha, tratamiento del detalle, perspectivas creativas (...) desde el punto de vista metodológico, el periodismo cívico es un juego de ritmos entre informaciones y procesos de participación ciudadana canalizados por líneas telefónicas,

¹⁰ Para mayor información respecto a las bases del periodismo público en Estados Unidos, se puede visitar en este link (<http://www.nytimes.com/books/first/r/rosen-journalist.html>) el primer capítulo del libro “What Are JournalistsFor?” de Jay Rosen

foros deliberativos, conversaciones ciudadanas, cartas y paneles de ciudadanos (Miralles s/f)

En un contexto en el cual se desconfiaba de la viabilidad de la democracia deliberativa, el estadounidense James Bohman la defiende con énfasis y otorga a la presente investigación un fuerte argumento respecto a la importancia de que los ciudadanos puedan participar en la esfera pública manifestando sus preocupaciones, demandas y necesidades:

“Los grupos en desventaja no pueden participar en la arena pública apropiada (...) Los ciudadanos no pueden tener influencias ni alcanzar sus propios fines, si son incapaces de funcionar adecuadamente en el espacio público. Con “adecuado funcionamiento”, me refiero a la capacidad de uso absoluto y efectivos de las oportunidades políticas y libertades para deliberar, como cuando los ciudadanos hacen conocidas sus preocupaciones e inician un debate público en torno a ellas” (Bohman 1997: 325)

Es importante pensar el periodismo desde la televisión. Para ello, los autores Arroyo, Becerra, García Castillejo y Santamaría (2012: 89) citan a Bárbara Origlio, quien dice que “la televisión constituye un ámbito privilegiado para la construcción de un proyecto de país democrático en el cual el pluralismo se vea reflejado tanto en las políticas de concesión de espacios en los medios, como en la representatividad de las diferentes instancias que conforman un país multicultural, plural e igualitario.

▪ **Centralismo y descentralización**

El centralismo es considerado como un régimen político y económico en el cual se reproduce una jerarquización del territorio y las distintas autoridades del mismo, y donde dicha jerarquización rige al país. Aquellos que no ocupan los primeros puestos en la jerarquía provienen usualmente del ámbito subnacional y terminan siendo subordinados a las decisiones del “centro”. Es importante señalar cómo el “centralismo” como régimen puede afectar la gestión de las instituciones públicas y los contenidos, en el caso de la televisión, que se emiten. A continuación, una descripción de centralismo que más adelante se aterrizará al caso del periodismo televisivo:

“Hay un lugar «central» a partir del cual se irradia la nación (...) y espacios «periféricos», más bien pasivos, donde si bien existe una cultura propia y eventualmente distinta a la irradiada desde el lugar central, ella se ve subordinada a esta última, ya sea por decisión propia o impuesta. Normalmente, el espacio central está más densamente poblado y/o goza de ventajas comparativas para relacionarse con el resto del mundo o con otros centros, de los que puede obtener recursos económicos o políticos que refuerzan su liderazgo” (Contreras 2002: 6)

De lo anterior se puede deducir que aquellos ciudadanos del ámbito subnacional tienen mayor dificultad para participar de procesos que son estados desde la capital y terminan siendo “receptores” (de políticas, de información, de contenidos en general) antes que generadores.

Ante un contexto de dicha naturaleza surge la descentralización como conjunto de procesos a largo plazo y realizado por etapas en forma progresiva y ordenada, cuyo fin principal es que las regiones alcancen cierta autonomía en distintos niveles (principalmente administrativo, económico y político). Es así como la descentralización apuntaría al fortalecimiento de la democracia, a fomentar la construcción de ciudadanía y mejorar la gestión pública.

Lo anterior tiene su sustento en la ley N° 27783 sobre las Bases de la Descentralización, que tiene la finalidad de lograr “el desarrollo integral, armónico y sostenible del país, mediante la separación de competencias y funciones, y el equilibrado ejercicio del poder por los tres niveles de gobierno, en beneficio de la población” (CONGRESO DE LA REPÚBLICA, 2002). Esta es concebida como una política permanente de carácter multidimensional (económico, social, ambiental y político) mediante la cual se transfieren competencias, funciones y recursos del Gobierno Nacional a los gobiernos sub-nacionales.

La política exige que la asignación de competencias y funciones a cada nivel de gobierno sea adecuada a la mejor prestación de los servicios del Estado a la comunidad y una constante sistematización, seguimiento y evaluación. Además, debe garantizar en el largo plazo un país poblacional y espacialmente mejor organizado, económica y socialmente más equitativo, ambientalmente sostenible y políticamente institucionalizado (CONGRESO DE LA REPÚBLICA, 2002).

En este contexto, los servicios de comunicación estatal podrían ser considerados como un rubro que podría transferir competencias, capacidades y recursos a las regiones, convirtiéndose así en “un sistema descentralizado de medios estatales o públicos” (Acevedo 2013: 74). En estas circunstancias, la comunicación resulta vital, no para transferir Información, sino para ir creando un sentimiento de descentralización y aportar a la construcción de un discurso relacionado. El reto no consiste únicamente en que el tema de descentralización en la agenda pública, sino en que las estrategias de comunicación reconozcan elementos en la cultura de la población de la región y permitan un profundo cambio en el imaginario social (Instituto de comunicación para el desarrollo 2005: 8).

▪ Los derechos ciudadanos de la comunicación

Se trata de derechos emergentes referidos al público y no solo a los comunicadores, periodistas o productores de medios de comunicación. Para comprenderlos, debemos explicar su relación con la “información” y el derecho a la misma. Según Navas (2002: 19), la comunicación constituiría un fenómeno y a la vez un proceso complejo de carácter cultural, que tiene como uno de sus objetos a la información, circunscrito al ámbito de producción. Para un análisis más político de los medios Navas sugiere comprenderla también como un espacio institucionalizado de la sociedad moderna, en el cual se dan prácticas de información, en el que existen poderes, tensiones, acciones por participar de los procesos de intercambio y producción de sentidos sociales (2002: 20).

Cada derecho surge para cumplir un objetivo real. Por ejemplo, los derechos a la libertad de prensa y a la información fueron creados y han sido aplicados hasta la fecha en contextos en los que hay posibilidad de que las autoridades estatales ejerzan un control sobre la producción y la recepción de información. En el caso del derecho a la comunicación, el mismo surge en una corriente de pensamiento en la que la comunicación no puede ser considerada como un proceso mecánico de transmisión de mensajes, sino como un proceso social en el cual se desdibuja la distinción entre productor y receptor de la información, y en su lugar se establece la necesidad de que todas las personas puedan adoptar ambos roles a la vez con el fin de tener igualdad de oportunidades (Saffon 2007).

Mientras el derecho a la información regula las relaciones entre el Estado y los productores de información (asegurando la libertad de los productores contra las injerencias indebidas del

Estado) y entre éstos y los destinatarios de la misma (garantizando que éstos produzcan información acorde a las exigencias de imparcialidad y veracidad en beneficio de los destinatarios), el derecho a la comunicación emergió en virtud de la necesidad de garantizar a todas las personas no sólo el acceso a la información, sino la posibilidad de producirla y convertirla en conocimiento (Saffon 2007).

La denominación derecho a la comunicación aparece propiamente según relata Oswaldo de León, en 1969, de la mano de Jean D'Arcy, director de información de la ONU (Navas 2002: 104), quien se refirió a ella en estos términos: "Este derecho fundamental estuvo implícito y subyacente desde los orígenes en todas las libertades conquistadas, tales como la de opinión, la de expresión, la de prensa y de información (...) este derecho abarca todas las libertades, pero, además, aporta tanto para los individuos como para las sociedades, las nociones de acceso y participación a la información y de corriente bilateral de la información, nociones todas necesarias, como bien comprendemos ahora, para el desarrollo armonioso del hombre".

La UNESCO, en su Declaración de noviembre de 1978, señala que "los medios de comunicación deben responder a las preocupaciones de los pueblos y de los individuos, favoreciendo así la participación del público en la elaboración de la información". Sin embargo, falta todavía mucho camino por recorrer para lograr dicha premisa a plenitud (Camino 2007).

Profundizando a partir de dichos documentos que dan algunas pautas generales, asociaciones como la argentina "coalición por una radiodifusión democrática" señalan que "la comunicación es un derecho fundamental e irrenunciable, que no pasa exclusivamente por la tenencia de los medios y que se apoya fundamentalmente en los criterios de acceso y participación en igualdad de oportunidades para ingresar en la agenda temática de la sociedad, en la producción de mensajes, en el intercambio de ideas, en el debate" (Coalición por una Radiodifusión Democrática 2004: 3). Dicha coalición en un documento de 21 puntos, señala algunos derechos y pautas para una comunicación que aporte a la democracia, específico al tema de radiodifusión, pero también aplicable a otro tipo de medios de comunicación). Entre ellos figuran:

- "Nuestro derecho a difundir información y opiniones por radio y televisión
- Reivindicar a la comunicación como un derecho humano y no un negocio
- Promover el pluralismo y la diversidad

- Asegurar producción local en radio y TV
- Regular la asignación de la publicidad oficial” (Coalición por una Radiodifusión Democrática 2004: 3)

Finalmente, Navas (2002: 108) sostiene que los derechos a la comunicación no pueden ser analizados sin tomar en cuenta los ámbitos concretos de acción desde los cuales puede afirmarse la posición de los ciudadanos, tales ámbitos son la cultura y la participación, especialmente la política.

1.3. Metodología de investigación

Se trabajó en distintos niveles de investigación poniendo al ciudadano al centro y explorando su relación con la noticia, comprendiendo la construcción de agenda mediática como un proceso de mediación, en el cual no debería existir espacio para la pasividad de los distintos actores durante el proceso y en el cual los periodistas, aun trabajando en el Estado, no dejan de ser en esencia ciudadanos.

1.3.1. Descripción de la metodología y herramientas utilizadas

Para conocer cómo es la participación de los distintos actores del área de prensa del canal estatal TV Perú en la construcción de la agenda noticiosa, se realizó entrevistas a profundidad con trabajadores y extrabajadores del mismo para conocer sus percepciones sobre neutralidad, independencia, gestión televisiva y democracia, así como las relaciones de poder en el proceso de construcción de la agenda. Los entrevistados para la investigación desempeñan o desempeñaron actividades diversas: de gestión, producción y conducción televisiva.

En un segundo momento, luego de haber realizado las entrevistas, se hizo análisis de contenido de cuatro noticieros de la edición nocturna, conducidos por Josefina Townsend, emitidos durante el mes de agosto. En este análisis se observó factores como el tipo de noticia emitido (si es política, cultural o de sociedad, por citar solo algunos ejemplos), el origen de la misma (si muestra lo ocurrido en la capital del país o si presta atención a noticias fuera de Lima) y finalmente, la posición que evidencia la periodista que conduce el noticiero frente a determinado tema.

La finalidad del visionado fue identificar ‘microframes’ dentro de las notas de género político y se encontró los siguientes: oficialista (cobertura favorable al oficialismo), negativo (cobertura incluye únicamente argumentos críticos al oficialismo), de conflicto (contrasta diversos puntos de vista respecto a una temática, tanto oficiales

como de oposición), de oposición (incluye únicamente argumentos favorables a la oposición), de crítica a la oposición (incluye únicamente argumentos críticos a la oposición), indiferente (la cobertura no es favorable ni dañina para la imagen del gobierno, sea de las bancadas oficialista y de oposición). Por otro lado, las noticias de índole más social o policial fueron divididas entre aquellas “enmarcadas” según el interés del ciudadano de la capital o del ciudadano que vive en otras regiones; sin embargo luego se identificó un frame “mixto” en el cual se mira determinada problemática desde una mirada más amplia, que incluye cómo la misma problemática afecta a los ciudadanos de todo el Perú, sin distinguir la región de la que proviene.

Los titulares de los noticieros de TV Perú analizados son contrastados con la información emitida por periodistas influyentes a través de la red social Twitter. Se seleccionó tres periodistas calificados como influyentes según la “Encuesta de Poder en Perú”¹¹, realizada por Ipsos Apoyo. Se seleccionó los ‘tweets’ relativos a noticias (se excluyó aquellos que publican estados personales) de las cuentas personales de los periodistas Marco Sifuentes, Rosa María Palacios y Claudia Cisneros¹². En este punto, la intención es encontrar cómo converge la agenda de TV Perú (lo que se muestra en pantalla) con la denominada “opinión pública”.

Sin embargo, como el círculo de mediación no está completo sin los ciudadanos. Se viajó al distrito de Maras en Cusco para conocer de cerca su relación con el medio televisivo estatal, su valoración del mismo, cuán representativo de su realidad lo encontraban y sobre todo sus percepciones respecto a las vías que tenían para participar en la construcción de sus contenidos.

1.3.2. Análisis de datos

El análisis de los datos recogidos en las entrevistas y mediante las fichas de análisis de contenido dará luces sobre el interés de los equipos de prensa de TV Perú y PCM por aproximarse a las demandas e intereses de su público y no solo a los del gobierno, así como de sus percepciones acerca de los límites y oportunidades de trabajar en un canal del Estado. Se intentará abordar la existencia y naturaleza de las relaciones que se establecen con el gobierno, la sociedad civil y ciudadanía en general al momento de decidir el contenido de los

¹¹Noticia se puede leer en: <http://elcomercio.pe/politica/1326472/noticia-periodistas-mas-influyentes-segun-encuesta-poder-peru>. La lista completa aquí: <http://elpoderenelperu.com/inicio/sectores>

¹²Si bien Fabricio Torres del Águila, Editor Web de El Comercio Online, aparece en tercer lugar de periodistas web según la encuesta de poder, sus tweets no fueron tomados en cuenta debido a que el mismo no tiene una cuenta personal en la referida red social. Las cuentas revisadas fueron: <https://twitter.com/ocram> (Marco Sifuentes), <https://twitter.com/rmapalacios> (Rosa María Palacios) y <https://twitter.com/claudiacisneros> (Claudia Cisneros)

noticieros del canal. Así, se reflexionará respecto a la flexibilidad de los contenidos y la autoridad que podría obstaculizarla. Por su parte, el estudio del consumo de televisión en Maras será asociado con el concepto de mediación y representatividad.

1.3.3. Mapa de coherencia

El cuadro a continuación integra cómo las preguntas descriptivas, explicativas, hipótesis y objetivos aportan a responder la pregunta matriz de la presente investigación.

Pregunta matriz	Preguntas descriptivas	Preguntas explicativas	Hipótesis	Objetivos
¿Cuál es la correspondencia entre el slogan de TV Perú que lo describe como "canal de todos los peruanos" y su actual funcionamiento?	¿Cómo es la estructura de los noticieros de TV Perú y cuáles son los criterios de selección de noticias durante el gobierno nacionalista?		H1. Voy a proponer como hipótesis que el modelo de gestión de TV Perú responde a una agenda gubernamental y no pública, lo cual en ocasiones puede relegar fuera de la pantalla importantes tensiones existentes en la sociedad peruana e implicar cierto centralismo en términos de contenidos noticiosos	Describir la intencionalidad de los mensajes emitidos a través de TV Perú de acuerdo a los criterios de selección de noticias y de los patrones de presentación de la información
	¿Cómo es la gestión de TV Perú y qué normativa la rige durante el gobierno nacionalista?	¿Cuál es la relación entre la actual gestión del canal televisivo y el modo como se construyen las noticias?	H2. La construcción de la noticia en el canal del Estado tiene el reto de transmitir información veraz, pero en algunos casos también con un enfoque positivo hacia lo que los funcionarios del gobierno de turno logran o pretenden lograr. Asimismo, al ser una esfera estatal, TV Perú reproduce y opera con algunas características del propio Estado como la gestión pública centralista y poco participativa, así como que la coordinación entre la oficina de comunicaciones de la PCM y los mandos que gestionan el canal es fluida	Identificar las características del modelo de gestión de TV Perú y las relaciones que establece con las distintas instancias de la ciudadanía y el gobierno para construir la agenda
	¿Qué hace de TV Perú en medio estatal y no uno público?			
	¿Qué debería implicar la representación mediática en un canal como TV Perú respecto a una comunidad rural del Paús?	¿Cómo el actual discurso televisivo se integra a las expectativas de los ciudadanos del distrito rural de Maras (Cusco)?	Aunque en Maras, TV Perú es el único canal que llega con la señal adecuada, el acceso a participar en la construcción de agenda del canal estatal, que se publicita como "el canal de todos los peruanos" es limitado y el nivel de representatividad es bajo.	Describir la interacción entre los ciudadanos y gobierno de Maras (Cusco) y el medio televisivo estatal TV Perú

CAPÍTULO II

Formas de comunicar desde el canal estatal

TV Perú emite información noticiosa en programas elaborados desde Lima. Las noticias emitidas responden a diversos géneros e intereses. Observar el tratamiento que recibe cada noticia es esencial para comprobar el carácter plural de un canal. Es por ello que en el presente capítulo se observará cuáles son los 'frames' predominantes dentro de las notas periodísticas emitidas, así como la coincidencia de la agenda mediática de TV Perú con aquella que instauran los líderes de opinión a través de las redes sociales.

2.1. Titulares que importan

Cada vez que un noticiero empieza se anuncian las noticias más importantes del día., las mismas que son desarrolladas más adelante en notas informativas. Los criterios para decidir qué importa lo suficiente como para convertirse en titular de un programa de noticias corresponden al productor del noticiero, en algunos casos, asesorado por el gerente de prensa. Sin embargo, la opinión pública tiene criterios distintos para señalar qué es lo importante y el producto de dichos procesos de decidir a qué se le da mayor relevancia es visible a través de las redes sociales de Internet. Es por ello, que a continuación se describe cuáles fueron los titulares durante cuatro noticieros emitidos en fechas seleccionadas de manera aleatoria durante el mes de agosto del 2013 (ver anexo 3).

Se puede notar que por lo general se incluye noticias de origen local o internacional, agrupadas dentro de géneros diversos. Así, es posible apreciar que durante las fechas que se señala a continuación, los titulares fueron los siguientes:

Fecha	Titulares en orden
14/08/2013	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fin de Huelga. Médicos vuelven a los hospitales y se restablece a pocos atención a pacientes tras los acuerdo entre el ejecutivo y federación médica (conflictos) 2. Mañana habrá interpelación a Wilfredo Pedraza (política) 3. Aplican plan de contingencia ante paro de controladores aéreos protestaron en el aeropuerto Jorge Chávez en el inicio del paro de 72 horas (conflictos) 4. Máxima tensión en Egipto. Ejército de Egipto reprimió protestas islamistas y desalojó a seguidores de derrocado presidente (internacional) 5. No convenció. Selección peruana de fútbol empató sin goles ante Corea del sur (deportes)
22/08/2013	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cafetaleros levantan huelga (conflictos) 2. Congreso: El más corrupto (política) 3. Detenidas en chorrillos (policial)

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Dinero era de programas de juntos (policial) 5. "Soy Chelsea manning" Soldado condenado de 35 años por caso wikileaksmanfiestó su deseo de comenzar una terapia hormonal para ser mujer (internacional) 6. Estreno de "Sigo siendo" (cultura)
23/08/2013	<ol style="list-style-type: none"> 1. Megacomisión contra narcotráfico (política) 2. Fujimorismo espera invitación formal (política) 3. Flores acusa a Keiko de cálculo político (política) 4. Obregón condenada por agresión a periodista (política) 5. Evo Morales: "El país está de luto" (internacional) 6. Desalojo de proveedores (social)
26/08/2013	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Hay que bajar tono hiriente" Para el PPC es un deber cívico acudir al llamado de una autoridad legítima cuando pide una opinión, expresó Bedoya, líder del PPC (política) 2. "No hay prórroga para mineros informales", expresó ministro del medio ambiente (política) 3. Víctima número 63 del 2013. Femicidio (policial) 4. Nevadas en Puno. Causó muerte de alpacas y obstruyó tránsito (social) 5. Conflicto en Siria (internacional)

Se pudo notar que los titulares fueron leídos con naturalidad por parte de la narradora de noticias, sin demostrar posturas a favor o en contra de alguno de los enunciados. Asimismo que las noticias que comúnmente entran a los titulares corresponden al género político. Ninguno de los titulares correspondió a una actividad oficial y hubo uno que incluso levantó un tema muy crítico: Un estudio sobre la percepción en torno a la corrupción en el Congreso arroja que el mismo es considerado la entidad más corrupta del gobierno.

En solo dos de los noticieros analizados se consideró titular a un hecho ocurrido al interior del país, tal es el titular de las nevadas en Puno que venían causando desastres para los ciudadanos de la zona y el fin de la huelga del sector cafetalero. Más allá del ámbito regional, los ciudadanos de Lima solo tuvieron presencia en un titular acerca de femicidio, que narraba el caso número sesentaytres de una mujer asesinada.

Tal y como señala Alfaro (2006: 250), se puede notar cómo en la vida política y social el ciudadano está casi oculto y es sobre todo visible cuando "es un agresor o una víctima que genera conmiseración". Es por ello que se puede apreciar que en ninguno de los titulares participó con críticas, opiniones ni propuestas (Alfaro 2006: 250).

En un segundo momento se revisó las cuentas de Twitter de tres líderes de opinión identificados según la Encuesta anual de Poder como los más influyentes. De las cuentas de los tres líderes se seleccionó aquellos mensajes ("tweets") relativos a algún tema periodístico, publicados durante las mismas fechas en las que fueron emitidos los noticieros estudiados. Se omitió aquellos mensajes relativos a temas personales o

conversaciones que sostuvieron públicamente con amigos a través de la red social Twitter. Es así, como integrando las noticias que cada uno levantó en su cuenta personal como relevante, se formó la siguiente agenda, que en la Tesis se presentan como “titulares”, debido a que fueron dispuestos como importantes por líderes de opinión reconocidos:

Fecha	Temas de interés en redes sociales (sin orden de relevancia)
14/08/2013	Nancy Obregón Yarlequé del grupo colina seguirá preso Castañeda Lossio y caso Comunicore.
22/08/2013	Bradley Manning y su deseo de ser mujer Propiedad intelectual Impresora 3D Críticas al plazo dado a la minería informal Huelga cafetalera Paro contra Antamina en Ancash
23/08/2013	Ben Affleck y Batman Concentración de medios peruanos Minería ilegal Empezó audiencia contra FavioUrquizo (ex colina)
26/08/2013	El baile de Miley Cyrus Sonda espacial SOHO Nacimiento de Cortázar

Al contrastar los titulares presentados en los noticieros de TV Perú con los principales temas de interés en redes sociales se pudo constatar que prácticamente no existe una agenda compartida entre la opinión pública encontrada en las redes sociales y lo que el canal estatal considera como relevante. Según las fechas observadas y comparadas (ver anexo 3), se encontró que solo en una fecha hubo “regular” coincidencia en temas considerados relevantes (2 noticias de los twitteros son incluidas en la agenda de TV):

Fecha	Nivel de coincidencia entre opinión pública 2.0 y agenda de canal estatal
14/08/2013	Ninguna coincidencia en temas considerados relevantes
22/08/2013	Regular coincidencia en temas considerados relevantes
23/08/2013	Ninguna coincidencia en temas considerados relevantes
26/08/2013	Ninguna coincidencia en temas considerados relevantes

De lo anterior se puede deducir que si bien los titulares emitidos por TV Perú no demuestran algún tipo de preferencia por dar una imagen positiva del oficialismo, sí se suele considerar relevantes los temas de gobierno con mayor frecuencia que los que son exclusivamente ciudadanos. Así, se pudo constatar que

cuando se incluye a la ciudadanía dentro de los titulares, por lo general se hace dentro de notas de conflictos o policiales, en donde se les muestra como ‘víctimas’ o autores de conflicto.

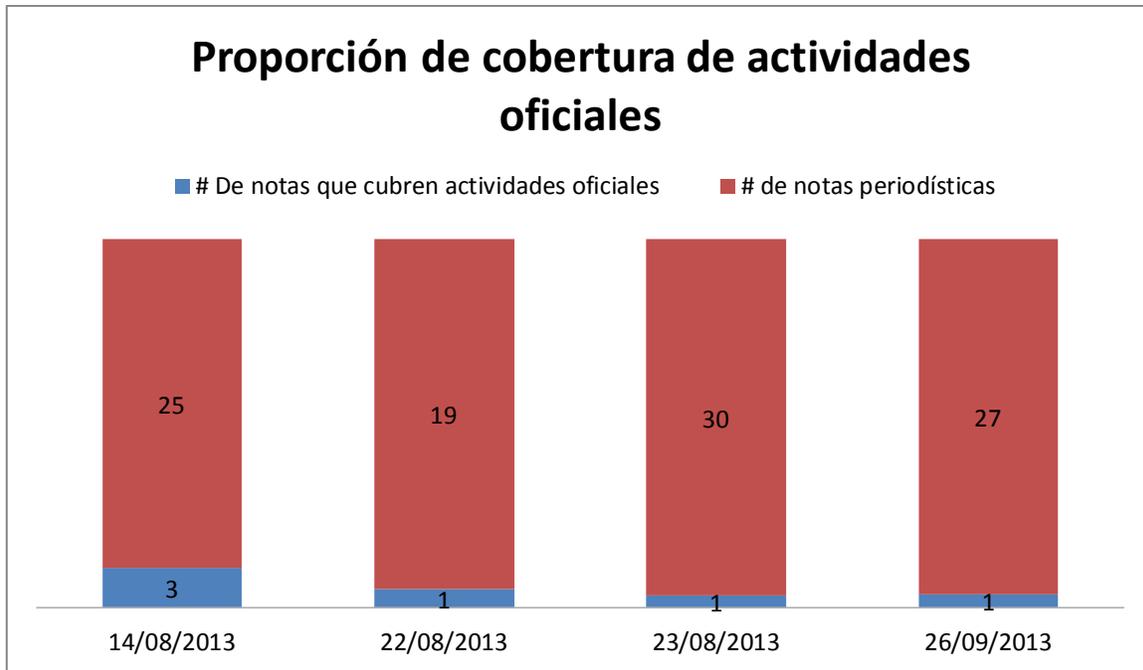
Asimismo, se puede notar que la correspondencia entre lo que los líderes de opinión expresan a través de medios personales es casi nula, salvo en uno de los casos estudiados, en el cual hubo dos coincidencias en cuanto a temas considerados como relevantes. Es posible también notar que mientras el canal estatal discute temas en titulares durante un día, en las redes sociales el mismo tema (minería informal) sigue siendo discutido en los días subsiguientes y considerado relevante.

Finalmente, es importante notar que pese a que los titulares de TV Perú anuncian un desarrollo posterior de la noticia, esto no necesariamente se concreta si es que de pronto se decide hacer una transmisión en vivo de alguna actividad oficial. Tal es el caso de la noticia que anuncia la llegada a cines de la película peruana “Sigo siendo” y que aparece en los titulares del día veintiocho de agosto, pese a que su aparición al aire no llega a darse, debido a que se inició la cobertura en vivo a una actividad oficial del Presidente Ollanta Humala en ADEX.

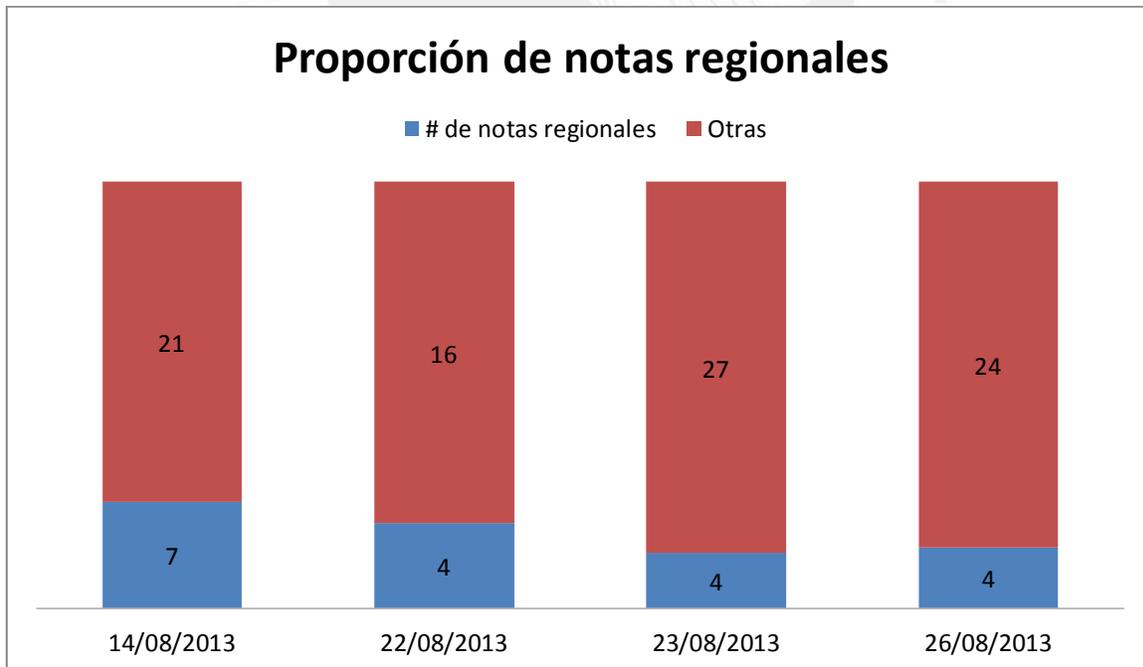
2.2. Framing en noticieros

Durante el mes de agosto se hizo observación de cuatro noticieros emitidos en la edición central de Tv Perú noticias. Se analizó principalmente tres factores: la cantidad de actividades oficiales que se cubrían por noticiero, la cantidad de notas periodísticas que incluían una mirada regional a las problemáticas difundidas y la cantidad de notas sobre temas de gobierno redactadas y editadas bajo un frame oficialista (favorable a la gestión de Ollanta Humala). A continuación, se notan los principales resultados del análisis de información recabada.

En primer lugar, se pudo notar que el número de notas que sirven para reportar actividades oficiales en el noticiero oscila entre tres y una por día. Es así como la cantidad promedio de notas dedicadas a la cobertura de alguna actividad oficial, en la cual participa el Presidente, la Primera Dama o algún Ministro, es de 1,5 por noticiero. En el gráfico a continuación, se puede apreciar el contraste entre aquellas notas de cobertura a actividades oficiales y aquellas que responden a una agenda más periodística. Se puede notar que las coberturas a actividades oficiales son una minoría y prima lo noticioso:

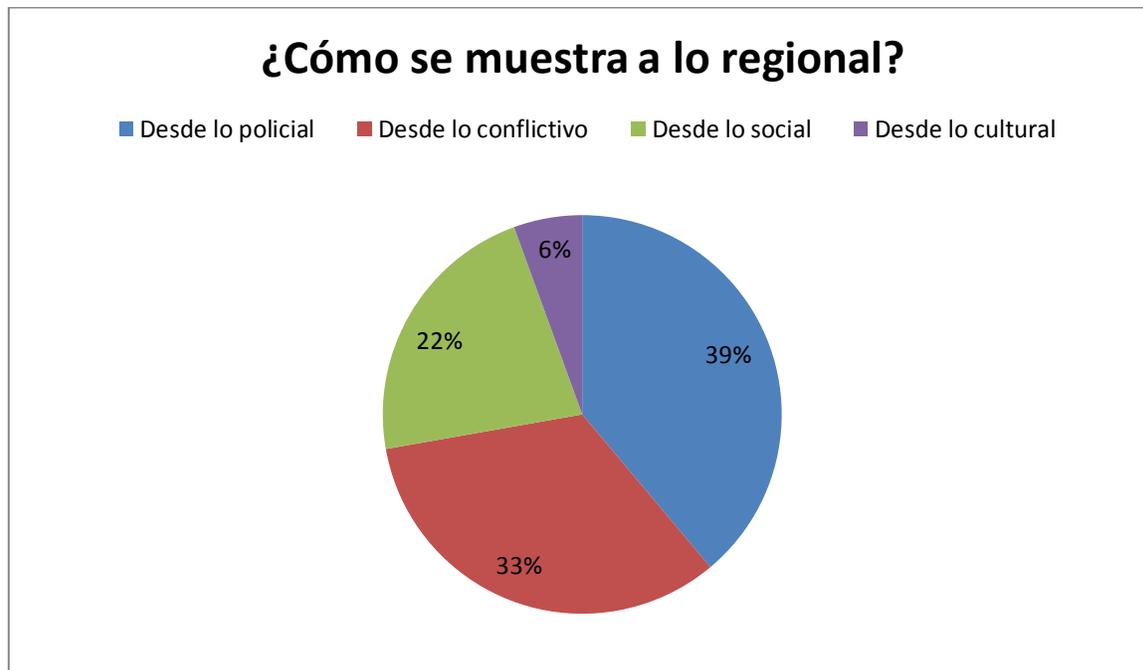


En segundo lugar, se observó la cantidad de notas periodísticas que incluían una mirada regional a las problemáticas difundidas y no solo una centrada en opiniones emitidas desde la capital del país:



Sin embargo, no solo importa que lo regional esté incluido dentro de la agenda mediática de TV Perú, sino cómo se le presenta. Así, es posible identificar que el total de cobertura a las regiones se organizó principalmente dentro de los géneros policial (39%) y de conflicto (33%). El cómo se muestra aquí resulta muy

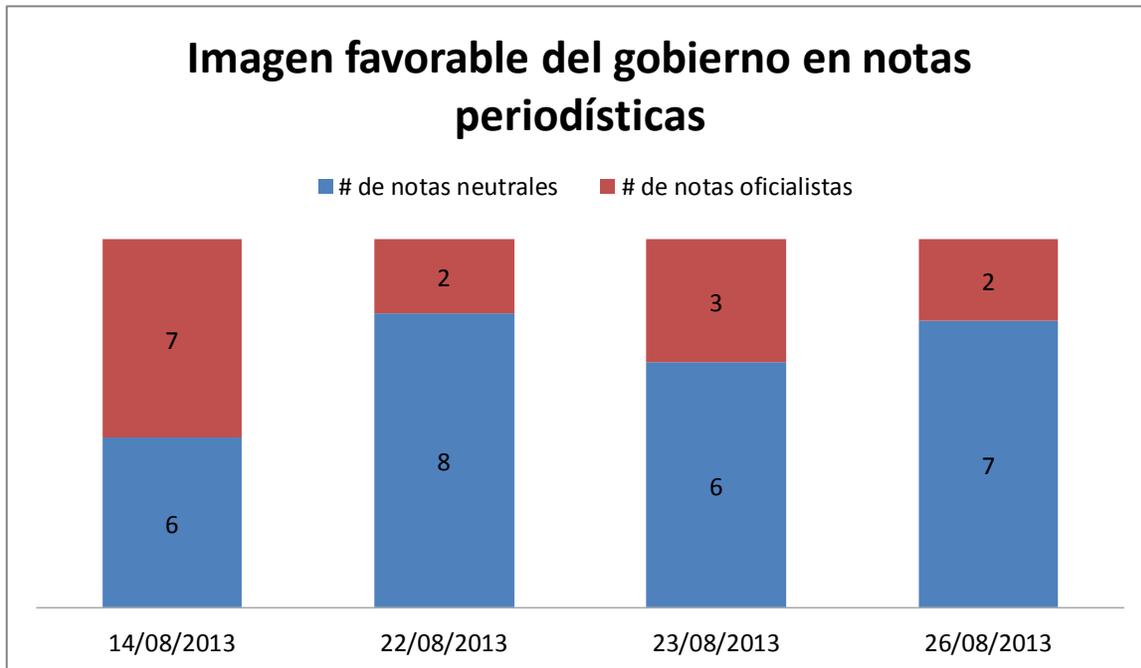
enriquecedor, en tanto sigue teniendo una explicación en palabras de Alfaro (2006: 250), “en la vida política y social el ciudadano está oculto, no participa con críticas ni opiniones, menos con propuestas”.



En tercer lugar, se contabilizó la cantidad de notas sobre temas de gobierno redactadas y editadas bajo un frame oficialista, es decir uno que resalta lo positivo del gobierno a manera de “buena imagen institucional”. Dentro de este rubro, se tiene noticias tales como: “PPC destacó diálogo con el gobierno” (reconocimiento positivo del gobierno por parte de otra bancada), “Lourdes Flores respalda diálogo con gobierno”, “Aniversario de mi chacra emprendedora” (Ministra de Inclusión Social y Primera Dama visitan comunidades en Huancavelica, se les muestra dando un discurso encima de un estrado, mientras los ciudadanos escuchan), “Agradecen a PCM suspensión de la huelga” (se muestra gratitud de la sociedad civil frente a iniciativa del gobierno), entre otros.

Resulta pertinente citar a Guillermo O’Donnell (1998) en este punto y su concepto de accountability horizontal, que para ser efectiva deberían existir agencias estatales autorizadas y dispuestas a supervisar, controlar, rectificar y/o sancionar actos ilícitos de otras agencias del propio Estado. En este caso, la búsqueda de la buena imagen institucional que puede ejercer el contenido de un noticiero estatal no muestra disposición al monitoreo del comportamiento de las agencias del Estado.

A continuación, se puede apreciar la proporción entre las notas enmarcadas con cierta independencia con respecto al gobierno y aquellas que buscan dar una imagen favorable, según cada día. En total se pudo percibir que del total de notas que tocaron temas del gobierno durante los cuatro noticieros (41), 14 notas fueron enmarcadas de manera positiva (el 34,15 % del total) contribuyeron a dar una buena imagen del gobierno. Dicho 'frame' parece intentar que la noticiasea una ventana que permite ver la realidad con un halo de optimismo, usando la metáfora de Tuchman (1978: 1).



A manera de conclusión del presente capítulo, podemos señalar que los 'frames' o 'enmarcamientos' que organiza el equipo periodístico de TV Perú pueden llegar a ser optimistas o positivos respecto a las acciones del gobierno, sin embargo este tipo de frame no es el más usual y predomina la narración que intenta ser más independiente.

De igual manera, lo analizado demuestra que el contenido TV Perú aún se encuentra lejos de ser un canal que represente a los peruanos en sus distintas dimensiones. En primer lugar porque la información emitida respecto a las regiones es considerablemente menor a la suman las notas sobre la capital al país o la realidad internacional. También queda claro que el espacio que se le dedica a la ciudadanía de zonas rurales suele ser en notas de tipo policial o de conflictos, en los que los ciudadanos aparecen principalmente como rebeldes o víctimas. Lo anterior no representa una práctica encaminada a construir lo público democrático (Miralles 2008)

desde la relación entre periodistas y ciudadanos, que sigue siendo muy lejana como para reflejar los intereses ciudadanos y representarlos de una manera más amplia.



CAPÍTULO III

Dinámicas de producción informativa de TV Perú

Televidentes, periodistas, funcionarios públicos y académicos ostentan percepciones diversas respecto al modo de operar de TV Perú. Sumado a ello, es posible señalar que a diferencia de los canales comerciales, al canal del Estado no lo rige el mercado, sino una agenda propia, derivada de otro tipo de criterios. Asimismo, es importante analizar la labor del canal tomando en cuenta que por ser parte de la arquitectura estatal, en la manera cómo se gestiona y opera TV Perú se reproducen algunas de sus características comúnmente identificables en muchos otros organismos estatales. En este segundo capítulo, se desarrollará puntos clave respecto al modelo de gestión de TV Perú y las relaciones que establece con las distintas instancias de la ciudadanía y el gobierno para construir la agenda, en palabras de gerentes, productores, asesores y periodistas que trabajan o trabajaron en los dos primeros años del gobierno de Ollanta Humala.

3.1. La televisión mirada desde adentro

Una de las principales características que distingue a TV Perú del resto de canales que se transmite en señal abierta es su forma de financiamiento, principalmente basado en fondos públicos y no en publicidad, como sucede en los canales comerciales.

Para Karla Romero, asesora de la Presidencia del IRTP, lo que da forma al canal es la forma en la que recauda sus ingresos y sobrevive. “Hay varias formas de recaudar sus ingresos y son los recursos que nos asigna el estado directamente que en el caso actual los tienes por unas licencias por impuestos ante del operador, a quienes usan el espectro radioeléctrico”. Sin embargo, no es su única forma de ingreso, explica, pues “sí se vende publicidad, como anuncios de comerciantes, de campañas del estado, otras se dan en el marco de una políticas de apoyo” y también se tiene “donaciones”.

Al no ser la publicidad ni el rating prioridades para la existencia del canal, Karla Romero explica que no se pone al aire “noticias sensacionalistas, la sangre, la niña que la violaron, la cara pegada”, “nuestro comportamiento sea distinto porque no tenemos la necesidad de generar de hacer puntos de rating para

generar unos ingresos, esto es muy importante”. Lo anterior también es reconocido por José Vargas, Gerente de Prensa del IRTP:

“Nosotros no estamos trabajando como un canal comercial que busca rating porque rating es solvencia, porque me va a dar más posibilidades de vender el programa y eso significa más dinero para el canal”

Sin embargo, lo anterior no debería ser interpretado como una invitación a que no los vean, recalcan distintos personajes de la familia de TV Perú. Aunque el rating no los preocupa, sí les importa producir contenidos con cierta aceptación en el público, tal y como lo explica Paola Pejovez, periodista narradora del noticiero TV Perú Mundo, al decir “Nosotros competimos. Queremos que nos vean, pero no creo en el rating. A mí me importa lo que la gente dice en la calle”.

José Vargas respalda esa opinión y explica que el hecho de que su principal objetivo no sea crecer en rating, “no quiere decir que no soñemos con que nos vean, sí queremos que nos vean”. Finalmente, resalta que dicho afán por ser visto no responde a un deseo de popularidad, sino a equilibrar la oferta televisiva existente, que califica de menor calidad:

“Yo quisiera hacer algo para que me vean, no por una cuestión de oye mira yo soy un buen productor porque tengo 15, 10 puntos de rating, sino simplemente porque quiero que mi producto que yo considero que es de calidad lo vean y de esta manera combatir la televisión actual cuyo nivel ha caído”.

Sin embargo, el desinterés por el rating no es lo único que los define como grupo humano. Paola Pejovez describe que “la labor del canal estatal es educar e informar” y, por su lado, Mónica Maldonado, asesora de la Gerencia de Prensa del IRTP durante 2011-2012, señala que “el medio debe recordar a los ciudadanos cuáles son sus derechos y deberes” y debe procurar ser inclusivo, así rescata cómo es que TV Perú es el único canal en el que se incluye lenguaje de señas para que personas sordas puedan estar informadas. Para Guillermo Noriega, productor periodístico de la edición nocturna de TV Perú noticias, es también importante explicar que el canal donde trabaja informa hechos que otros medios pasan desapercibidos:

“Como canal del Estado llegamos a lados que otros no llegan, los ministerios hacen muchas actividades en el interior del país, llevan muchas veces ayuda o van a inaugurar programas, oficinas o cosas que otros canales no lo sacan porque ellos piensan más en hacer el rating o noticias que venden más, entre comillas. Nosotros sí nos interesamos y sí nos preocupamos de informar ciertos aspectos de lo que hacen los ministerios”

Sin embargo, el hecho de que las actividades oficiales tengan mayor cobertura, puede implicar algunos cortes de la programación o recortes de segmentos noticiosos, previa coordinación con la Secretaría de Prensa de Palacio de Gobierno. Lo anterior da cuenta cómo la noticia es un producto de las informaciones que actúan de conformidad con prácticas institucionales (Tuchman 1978: 4).

Paola Pejovez, explica que a veces le pueden cortar hasta treinta minutos de su programa. Sin embargo, no lo ve como problema, pues entiende que es la forma de operar del canal para el que trabaja. Hay quienes se preguntan cuál sería la forma de informar acerca de los actos presidenciales sin que se modifique demasiado las pautas noticiosas, pero para Paola es ciertamente un asunto complejo:

“Lo ideal sería sacar las notas en diferido, editadas, pero ellos quieren que las saques en vivo, pero igual los que están fuera se quejan, porque si tú no lo sacas en vivo, te dicen: ¿por qué lo editaste?”
(Paola Pejovez, periodista TV Perú Mundo)

Quienes pudieron notar la transición de la gestión que tuvo el área de Prensa, con el paso del gobierno aprista al nacionalista, resaltan que “ahora es más tranquilo que con García” y “se coordina con un día de anticipación”. Desde adentro, también hubo cambios, señala Mónica Maldonado que se “empezó a pedir informes al área de prensa y se les pidió que los firmen, eso no se hacía antes y los reporteros estaban desmotivados”.

La mirada a TV Perú desde adentro resalta básicamente dos aspectos para entender el funcionamiento del canal como entidad estatal: El financiamiento que hace que sobreviva al aire y el rating que hace que valga la pena estar en el aire. Entre los fondos que alimentan el funcionamiento de TV Perú están aquellos designados por el gobierno y los que obtienen de manera independiente, por donaciones o cesión de espacios publicitarios. Respecto al ‘rating’ no existe un aprecio de este como forma de medición y más bien lo consideran como un obstáculo para ejercer periodismo responsable, sin embargo sí desean ser vistos, valoran lo que emiten como información de calidad que merece ser vista, de calidad superior a la de los canales comerciales.

3.2. Procesos para construir la agenda periodística

La adscripción del Instituto de Radio y Televisión del Perú a la Presidencia del Consejo de Ministros es vista como facilitadora de procesos burocráticos. El ritmo televisivo exige cumplimiento de plazos ágiles de producción. Por ejemplo, si setiene que hacer una cobertura al extranjero y el IRTP perteneciera a un Ministerio, el trámite sería más complejo. Karla Romero explica que se tendría “que pedir una carta, una resolución a tu ministro, en este caso al Ministro de Cultura, de allí lo enviaban a la PCM y de la PCM recién

se iba al Presidente, ¿qué es lo que hemos ganado?, ya que no vamos a cultura, ahora es IRTP, PCM y Presidente, así nos da agilidad, más menos, o sea nuestras coordinaciones son más rápidas”.

Tomando en cuenta lo anterior, podemos decir que en la construcción de la agenda periodística de los noticieros de TV Perú participan actores diversos que ostentan el poder según la coyuntura. En este canal la agenda construida se plasma tanto en espacios específicos como noticieros, como en la programación en general de TV Perú, que se interrumpe cada vez que existe una actividad “oficial”, es decir una en la que participe el presidente de turno. Guillermo Noriega, productor periodístico del canal, explica que la Secretaría de Prensa envía una nota de prensa “un día antes de que va a haber una actividad en tal lugar y el canal al día siguiente el canal ya sabe y manda los equipos para cubrirlo”. Así lo explica José Vargas, gerente de prensa del IRTP:

“Hoy el Presidente a las 12 del día ha tenido una reunión en Palacio para premiar a la comida peruana. Entonces interrumpimos la programación normal y salimos con esta actividad, porque es una obligación del canal”

“Si está el presidente Ollanta Humala o el presidente del consejo de ministros se convierte en una actividad oficial”, explica Noriega. “No nos podemos desligar del Estado, porque nuestra norma de creación, habla de la transmisión de actos oficiales. Las actividades oficiales necesariamente pasa por nuestra señal”, afirma María Luisa Málaga (2013), quien tras ello destaca que de igual manera en lo informativo sí se trata de mantener un carácter plural.

Además de la transmisión en vivo, se prepara notas explicativas de la ocasión, cuya fecha de transmisión decide el gobierno, aunque no su prioridad dentro del noticiero. Continúa Vargas:

“Se prepara una nota para los noticieros sea del medio día o de la noche o la hora que ellos quieran, si es para la mañana o para el medio día y si es para la noche se prepara para esa hora y nosotros decidimos cómo va, si es una noticia para abrir el noticiero o es una actividad que tiene que ver más con las costumbres, no es el tema político donde el gobierno toma una medida que nos va a afectar para bien o para mal a los peruanos o es una actividad que puede ir en el segundo bloque”

Karla Romero, asesora de la Presidencia del IRTP aclara que lo que TV Perú tiene como información oficial, lo tienen todos los medios de comunicación, “las agendas del Presidente, de la Primera dama, del Premier, del Presidente del Congreso las maneja su responsable de comunicación y ellos tienen contacto con todos los medios de comunicación, todos los medios de comunicación si hacen las coordinaciones pueden realizar estas transmisiones, no es que sean exclusividad”. Sin embargo, existe también “un grupo especializado para hacer la cobertura de la actividad oficial, tienen una oficina, un espacio donde están”, describe Romero.

María Luisa Málaga (2013) explica que es común que las personas del gobierno interesadas en aparecer en TV Perú se contacten con los jefes de área o los puestos más altos en general. Ante ello, recalca que “el trabajo del IRTP es un trabajo de resistencia. Siempre llaman al jefe. Esas llamadas van a estar todos los días, no solo del gobierno, sino del congreso”.

Los miembros del canal son conscientes de que muchos los reconocen como gobernistas y ponen en duda sus funciones y compromiso con la neutralidad. Sin embargo, consideran que transmitir las actividades oficiales forma parte de su labor informativa. “Cuando ponga algo que es una nota informativa como con el Consejo de Ministros de Ollanta, que estamos cumpliendo nuestra misión de servicio, mucha gente va interpretar esto como que soy gobernista, por eso es que es una papa caliente”, explica Karla Romero.

Fuera de la cobertura de actividades oficiales, existe espacio para la negociación cuando instancias del gobierno desean posicionar determinado tema en la pauta del noticiero, según explica Guillermo Noriega, productor periodístico. “Ellos hacen algo de casos sociales, seguimiento y nos dan algunos casos, nos informan de eso y un equipo de acá va a cubrir esos casos de gente que necesita ayuda y que se le está brindando la ayuda y nosotros lo emitimos como una noticia normal en los noticiero”, describe. Como en todo medio, existe un criterio periodístico para evaluar y seleccionar noticias, “en estos casos de los temas sociales todo es digno de emitir, de repente no he encontrado hasta ahora algo que no sea atractivo [si no] no saldría simplemente”, indica Noriega.

Finalmente, la agenda se construye también tomando en cuenta las notas de prensa, los registros que entran por llamadas o por twitter. Internamente, Guillermo Noriega explica que todo se coordina:

“Yo hago la producción pido hacer tal o cual informe pero el gerente de prensa constantemente está enterado de lo que se está haciendo, incluso cuando yo estoy haciendo mi pauta de lo que va a salir en el noticiero tengo una reunión con él donde definimos si es que está bien el orden, si está bien lo que va a salir le explico cómo va a salir y me da su opinión, esta es una coordinación diaria antes de salir el noticiero”

De lo conversado con diversos entrevistados se encuentra como principales conclusiones que todos ellos reconocen que existe cierto nivel de coordinación con la Secretaría de Prensa del gobierno en las cuales este les anuncia la agenda de transmisión en vivo del día siguiente. Reconocen que en algunos casos esta información podría ser presentada en un formato editado, pero argumentan que ello no se sabe hasta que termina la acción que se está cubriendo. Son conscientes de que el estigma de ser “periodistas gobernistas” es algo con lo que cargan por el simple hecho de trabajar en TV Perú, aunque ellos no se sientan como tales y más bien armen la pauta periodística como cualquier otro medio. Por otro lado, en los casos en los que sí incluyen asuntos de gobierno en el noticiero, señalan que lo hacen porque realmente creen que están

haciendo un servicio, mostrando lo que el resto de canales comerciales no muestran, y que le dan a la noticia la importancia que tiene, no necesariamente la ponen siempre para abrir el noticiero.

En el resto de entidades estatales, la coordinación es como en los medios comerciales: Se les envía notas de prensa para que presten atención y los comunicadores de Ministerios los llaman.

3.3. Framing televisivo

La manera de presentar ciertos tipos de noticias es descrita y reconocida como distinta de la de la oferta comercial por los periodistas de TV Perú. Explican que no están prohibidos determinados géneros, es solo que la noticia es tratada con responsabilidad y se guarda respeto a los televidentes, sin dejar de ser entretenida. Lo anterior no viene necesariamente de una línea editorial estatal, sino de las indicaciones que la persona a cargo da a los periodistas y productores.

"No es que esté prohibido los policiales porque los policías son noticia, pero yo no la voy a tratar de la misma manera, es decir yo tengo una noticia en donde entran los delincuentes y disparan y matan al señor, pero no lo puedo poner un crimen porque estaría faltando el respeto al mismo muerto que ya está muerto pero ya no importa, a su nombre, a su familia y al televidente. Para mí la televisión es como alguien que viene toca la puerta de tu casa y tú abres la puerta y allí está (...) tú no puedes permitir que entren a tu casa y te falten el respeto, hay otras personas que sí lo hacen porque les puede parecer gracioso, para mí la televisión tiene que ser buena y tiene que ser entretenida y ser entretenida no quiere decir que tiene que ser vulgar" (José Vargas)

Por otro lado, señalan que le hablan a un público que no forma parte de una élite económica, sino a uno que tienes ciertas limitaciones económicas y está interesado en seguir progresando.

"El tema económico no llega al 'élite' de esto que la bolsa, sino de la preocupación del hombre de a pie que se preocupa para ver si me alcanza para pagar colegio, si ese impuesto me va a afectar en mi bolsillo, a mi familia en fin" (José Vargas)

Respecto a la neutralidad de la información, los miembros de TV Perú coinciden en resaltar su esfuerzo por mostrar información que recoja puntos de vista diversos. Incluso, resaltan que sus reporteros y conductores no emiten opiniones y solo se encargan de informar.

"Nosotros no damos opinión, nosotros estamos dando la noticia, tú forma tu opinión, yo no te voy a jalar, ese es el trato que le damos. Tú générate una opinión, yo no te voy a hablar de PPK, que

Lourdes, qué candidata, ni que Toledo, te voy a mostrar todo lo que ellos muestran. Sírrete de esta información” (Karla Romero)

“Buscamos al de la empresa para que pueda dar su versión y bueno salió, no solo en el tema político sino en cualquier otro, siempre buscar las dos partes y tratar de estar equilibrados en el momento de escribir los informes” (Guillermo Noriega)

Los representantes de TV Perú explican también que existe la tendencia a incluir información acerca de cómo afrontar determinadas problemáticas o cómo prevenirlas. Es así como en casos de emergencia, los periodistas del canal no solo describen el caso, sino que acuden a las distintas autoridades a consultar soluciones:

“No usamos mucho el tema policial como identificación del noticiero, no nos quedamos en el solo hecho de ese aspecto policial sino que vamos un poquito más allá y analizamos un poco más el tema, por decir en un crimen que cosa pasó, de repente luego un asalto, vamos a la policía que nos de recomendaciones para la gente para evitar que se den estas cosas o de un incendio, no nos quedamos con los muertos del incendio, sino también explicarle a la gente que es lo que debe hacer o no hacer para prevenir accidentes y cosas por el estilo” (Guillermo Noriega)

Los periodistas han descrito su esfuerzo por incluir puntos de vista diversos dentro de lo que se muestra sobre un tema. Señalaron que principalmente el tema policial, que es mostrado de manera sensacionalista por los medios comerciales, es tratado con especial cuidado, en el cual se evita imágenes de heridos o personas fallecidas. Asimismo, señalaron que en sus informes no solo incluyen las voces de los afectados, sino que buscan la respuesta de los líderes responsables del bienestar de determinada comunidad. En el caso de político, se trata de darle un matiz de neutralidad mediante la inclusión de declaraciones de congresistas de distintas bancadas, los miembros de TV Perú explicaron que los conductores no suelen dar su opinión, sino que se dedican a facilitar información para que los televidentes generen una opinión propia. Finalmente, se trata de usar una lengua sencilla que facilite la comprensión de aquellos temas más técnicos, como los de economía.

3.4. Participación y representatividad de TV Perú

Más allá de su naturaleza estatal y de la importancia de su transmisión en cada rincón del país, TV Perú resalta a través de su slogan (“el canal de todos los peruanos”) su interés por ser un canal representativo de las distintas manifestaciones, demandas, necesidades y celebraciones de las regiones del Perú. Producir siguiendo dicho lineamiento tiene una serie de implicancias para los productores televisivos, periodistas y

funcionarios de TV Perú en general, quienes se encargan de plasmarla misión y la visión del canal a la pantalla, sin embargo el proceso no está exento de dificultades técnicas y de falta de personal.

Los funcionarios y periodistas entrevistados son conscientes de que el canal en el que trabajan se ve en todo el país y consideran que poder ser visto (“llegar al público”) por distintas regiones es un mérito que otros canales comerciales no poseen. “TV Perú llega a todos los rincones donde no llegan los canales comerciales, donde no les interesa, es porque nosotros sí tenemos interés en llegar al público con buena programación, con buenos programas de televisión y con un buen periodismo”, explica José Vargas.

Por su parte, Mónica Maldonado, exasesora del área de prensa de TV Perú, explica que el expresidente “Alan García desactivó las filiales de TV Perú y ahora dichas oficinas solo retransmiten” la señal enviada desde Lima. Describe que se tiene oficinas dedicadas únicamente a ello en lugar de espacios de producción de material propio. Lo dicho por Maldonado da cuenta de que lograr que la señal de TV Perú llegue es solo uno de los asuntos a considerar cuando pensamos en las características que un canal que se considera “de todos los peruanos” debería tener, pues implica también que se dedique tiempo especial a cobertura de noticias regionales, práctica para la cual “lamentablemente no tiene la capacidad por ahora”, explica Vargas, quien añade que no se tiene “todavía una buena red de corresponsales” y “ha quedado en el tintero un noticiero matinal, que va en las mañanas, donde íbamos a poner muchas noticias de provincias, no de las noticias que se cayó el ómnibus, sino las noticias positivas que los pobladores del interior del país también tienen que saber, poder decir por ejemplo cómo trabajan los cafetaleros”.

Siendo “un canal de todos los peruanos” y considerando que autores reconocen “al medio público (a lo que aspira ser TV Perú según lo que expresa la misión y visión del IRTP) como una forma de servir a las minorías”(Fernández Alonso y otros 2006), TV Perú debería poder funcionar de manera descentralizada. Sin embargo, las limitaciones que existen aún dejan entrever centralismo en la construcción de la agenda mediática. La solución a dicho centralismo no depende únicamente de voluntad de los profesionales, sino de esfuerzos sistemáticos que la ley N° 27783 sobre las Bases de la Descentralización desarrolla al decir que la descentralización debe ser de carácter multidimensional y exige la transferencia de competencias, funciones y recursos del gobierno central a los gobiernos sub-nacionales. Es importante también rescatar en esta etapa que no basta con transferir competencias o recursos, pues como explica el productor José Vargas, es necesario el desarrollo de capacidades periodísticas y de gestión de medios en los distintos departamentos y localidades del país.

Los que trabajan en TV Perú resaltan que es de poco conocimiento público que TV Perú compra derechos para poder transmitir cierta información desde escenarios relevantes, al igual que las traducciones a

castellano en caso sea necesario. Karla Romero, asesora de la Presidencia del IRTP, narra el caso de cuando el Estado viajó a defender su soberanía en el conflicto marítimo con Chile ante la corte de la Haya:

“Esto no lo sabe mucha gente, porque no se difunde y los medios de comunicación no tienen interés en que se difunda: TV Perú mandó el equipo allá, ha comprado los derechos, ha pagado un montón de dinero, para traer desde La Haya esa información para que toda la población tenga acceso. Le hemos dicho a los canales privados[que se cuelguen de nuestra señal], la transmisión que a nosotros nos ha costado, ellos la han pasado gratis, si nosotros no hacemos esa transmisión posiblemente no se habría podido dar un debate o un análisis del conflicto marítimo de la magnitud que se ha hecho, solo hubiéramos tenido unas notas o pedacitos chiquitos de lo que han sido estos debates. Nosotros hemos traducido desde la mañana, porque estaba en inglés” (Karla Romero)

Los periodistas de TV Perú señalan que su aporte es dar información plural, “no le decimos estos es ‘a’ y esto es ‘b’, sino le decimos analiza tú la información, porque cuando un medio es plural colabora para que el televidente pueda formar un criterio y tener una conclusión y tienes tu participación en la democracia y vas a poder elegir con la información adecuada, que si yo no te doy esa información y no te la da ningún otro medio de comunicación cómo te ayudo a elegir?”, concluye Romero. Guillermo Noriega, productor periodístico del canal da una explicación similar al preguntarle cuál es la importancia del medio en el que trabaja y su principal labor:

“Que la gente sepa que está pasando en realidad del país que escuche todos los factores que hacen la noticia y que el fin para democratizar digamos es que la gente esté informada y que sepa qué hacer o cómo actuar y qué decir, qué reclamar, viendo los noticieros, que esté enterada de todo lo que está pasando y cómo le afecta” (Guillermo Noriega)

Finalmente, Noriega concluye que otra responsabilidad de los noticieros es no alarmar, sino buscar a las autoridades correspondientes para que puedan dar la cara en situaciones de conflicto, en las que existen muchas dudas y reclamos:

“La responsabilidad del canal es no azuzar a la gente como lo hacen otros canales y a veces la gente se contagia de eso, está enviando un mensaje de tranquilidad y buscar a las autoridades correspondientes para que puedan responder ese reclamo, básicamente eso no, solucionar el conflicto” (Guillermo Noriega)

Aunque las personas entrevistadas se enfocaron en describir su labor informativa como el principal aporte a la democracia peruana, algunos de ellos identificaron también el rol de la ciudadanía en la construcción de un canal para todos los peruanos y explicaron que en coyunturas y días específicos las líneas telefónicas del

canal se abren para recibir consultas de los ciudadanos. Un ejemplo importante, describe Mónica Maldonado, sucedió durante la campaña de la reforma magisterial, cuando “se abrió minutos para llamadas en las que los profesores podían llamar para que sus dudas sean absueltas”. José Vargas resalta las llamadas en las mañanas de sábados y domingos como una novedad de su gestión:

"Traemos a Indecopi, o sea para que la gente participe, 'quiero también opinar, quiero hacer mi consulta', para eso están las redes, los teléfonos, que nos permiten junto a los medios de televisión hacer algo simpático, hay una interacción entre los conductores, los periodistas"

Asimismo, describen que muchos pedidos ciudadanos llegan a la Presidencia de la República para realizar ciertas transmisiones. En casos como este, se puede apreciar cómo la prensa interactúa con otras instituciones de la sociedad para generar asuntos de interés público (Weaver y Nimley 1985). Por ejemplo, “si se desea transmitir la Ceremonia de Conmemoración de los 110 años de Miguel Grau”, explica, Karla Romero:

“La PCM nos traslada, no nos dice hazlo, [sino] atención, o sea atención significa tú evalúa, ve qué haces, y nosotros evaluamos. Muchas veces por ejemplo la marinera, tú ves conciertos, en nuestra pantalla pasan conciertos (...) así nos hacen solicitudes y atendemos muchas veces sí y muchas veces no, por ejemplo pásame un carnaval de un colegio o de una universidad que está haciendo por su aniversario, eso no ponemos porque no es de interés [público], pero sí hay muchos pedidos que llegan de la sociedad civil, que llega a la PCM y que la PCM nos traslada y que sí se hace la evaluación ¿Está o no está de acuerdo a nuestro fines? ¿Tenemos, no tenemos la plata? Eso es lo que marca la diferencia y la cubrimos, por ejemplo el concierto de Gian Marco, lo cubrimos”

A partir de lo anterior se puede deducir que el personal del canal considera que su primera y principal labor es ofrecer información de carácter plural y hacer participar a las autoridades pertinentes de los informes que realizan. En segundo lugar se menciona el rol que tiene el Estado en la transmisión íntegra de diferentes actividades que medios comerciales no llegan a cubrir, pero de la cual terminan beneficiándose con el permiso del canal. Se desprende de las entrevistas que los pedidos de cobertura de ciertas actividades impulsadas por ciudadanos son recibidos por la PCM y enviados al canal para que el mismo evalúe si es de relevancia pública transmitirlos y si se cuenta con los medios económicos para hacerlo.

Maria Luisa Málaga (2013) explica que desde hace dos años, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) se comprometió con ayudarlos en su labor a través de encuestas ciudadanas sobre el desempeño de TV Perú, “les preguntamos sobre calidad y les preguntamos qué les gustaría ver”, señala.

“Investigamos qué es lo que la gente quiere ver. El instituto nacional de estadística nos va aportando ese conocimiento. El tópico ganador es evidentemente el fútbol. Todos querían que la TV y la radio empiece a transmitir fútbol, antes el fútbol estuvo restringido al cable. Ahora todos los domingos, TV Perú tiene fútbol en las casas”

Sin embargo, más allá del entretenimiento que debe garantizar la televisión, se reconoce que las provincias están aun insuficientemente representadas en los noticieros, aunque sí existe una editora de noticias regionales que selecciona algunas notas relevantes para ser incluidas. Entre los obstáculos que plantean para fortalecer la cobertura regional están la ausencia de redes de corresponsales, así como una decisión previa que hizo las filiales fuera de Lima se dediquen solo a la retransmisión y no a la generación de contenidos propios. Finalmente, cuando se les pregunta acerca de los mecanismos que ofrece el canal para que los ciudadanos puedan participar, mencionan principalmente el uso de llamadas que son transmitidas al aire en coyunturas especiales, en las que existe mucha duda respecto a promesas estatales o lanzamientos de programas sociales.

3.5. Independencia periodística

Por más esfuerzo que se haga en demostrar lo contrario, “lo gubernamental está impregnado en la idea que se tiene sobre tv Perú”, explica Mónica Maldonado. Guillermo Noriega, productor periodístico, señala que “siempre va a haber ese estigma del canal del estado porque siempre ha estado conducido por personas allegadas al gobierno de turno” y recuerda “que hace tiempo está descansando un Proyecto que no se ha vuelto a poner en el tapete: Una televisión pública”, que implicaría una gestión pública integral, como describe a continuación:

“Directorio con sociedad civil, empresarial, con universidades, algo que sea muy plural para que ya no haya la idea de que el canal está a favor o que está defendiendo los intereses del gobierno más allá de lo que esté sucediendo en realidad pero ese es el ideal del canal del estado, pero mientras de repente los que manejen el canal sean elegidos a dedo por el gobierno de turno siempre va a estar esa idea de no ser muy imparcial que digamos, pero tratamos de que eso no sea la imagen que se proyecta al menos ahora, siendo bien objetivos, plurales y todo lo demás”

José Vargas, gerente de prensa del IRTP, recuerda también dicho proyecto y trata de esbozar una respuesta ante el incumplimiento de la promesa:

"Cuando estás en el gobierno y yo lo entiendo, porque yo estoy acá y esto es una cosita así [gesto de señalar algo pequeño], al lado de gobernar un país, me imagino que deben tener muchos dolores

de cabeza para estar preocupándose de las propuestas y los acuerdos que hubo con respecto a la televisión"(José Vargas)

José Vargas señala inmediatamente que su objetivo como periodista es lograr que los periodistas se sientan orgullosos de trabajar en un canal con independencia de quien es el gobernante de turno, "que no digan oye, hay cambio de gobierno, quién vendrá como jefe, qué nos obligarán a hacer, que vengan y que digan, oye yo no puedo hacer esto, no es conveniente, no es ético hacerlo". Vargas define su rol como el de "equilibrar en la medida que no se note ni que no somos del gobierno, pero tampoco somos de oposición, somos el periodismo correcto, si hay una noticia donde golpean al gobierno la vamos a poner así mañana no esté en el canal".

Es común que los periodistas reciban normalmente preguntas acerca de si son independientes o si en realidad realizan publicidad para el gobierno. Ante preguntas de ese tipo, ellos responden comparando su actual puesto con los anteriores y desmienten presiones. Paola Pejovez, periodista de TV Perú, explica que "todos los medios tienen intereses" y "más represión se daba en canal 2, en la época de Baruch Ivcher que ahora aquí" (Paola Pejovez).

Guillermo Noriega, productor periodístico, explica que aunque él no recibe llamadas del gobierno en las que se le diga que "ponga o no ponga algo", "siempre hay un sector más que todo político que denuncia un uso indebido de la señal del canal para intereses propios, pero en realidad no existe". Por su parte, José Vargas señala que "ha sentido más presión en los canales comerciales" donde trabajó anteriormente que en TV Perú, donde había presión no solo de los auspiciadores, sino también de los gobiernos.

"Estoy tranquilo, porque no hay la presión que sí existe que si he vivido en otros canales, yo he vivido en la época más oscura de la televisión peruana, porque aparecieron los propietarios de dinero" (José Vargas)

Asimismo, Vargas señala que es inevitable decir la verdad, porque nadie vería el canal si constantemente se les dijera que "todo es maravilla":

"¿Tú me creerías que te diga que todo esto es una maravilla, que con este país no pasa nada, que es una sensación y que realmente estamos viviendo una seguridad? No. Porque tú sabes que no es así. Entonces por eso te digo, cómo le miento yo a la gente, yo no puedo mentir, yo tengo una obligación con el televidente, con el ciudadano más que con el gobierno y eso me puede costar el trabajo" (José Vargas)

Respecto a la posibilidad de expresar comentarios favorables o desfavorables acerca de sucesos, la periodista Paola Pejovez es clara al decir que en principio “el periodista informa, no opina, se muestran los diferentes puntos de vista y que la gente decida qué opinar”. Insiste en que “una periodista a la que le guste dar su punto de vista no podría trabajar” en TV Perú, pero luego recuerda ocasiones en las cuáles, no precisamente ha emitido opiniones directas contra algún político local, pero sí ha mostrado una postura y señala, “nosotros en el programa le damos duro a Maduro”.

Karla Romero, asesora de la Presidencia del IRTP, explica que se tiene dos tipos de autonomía, aquella política y la financiera, y que en un plano ideal ambas converjan en una sola para que los periodistas puedan tener “una imparcialidad plena”. Para Romero, muchas de las veces que el límite de ha sido sobrepasado, ha sido porque “los que han estado aquí sentados muchas veces no han tenido mucho tino o tratado con mucho cuidado como vierten la información del estado”. Añade que “la información estatal no es mala, que salga el presidente no es malo, porque como medio de comunicación tu labor, además de transmitir educación cultural e información entretenida, tienes que ser un vehículo de informar a la población de lo que está pasando en el Perú, de lo que está haciendo el gobierno” y aclara finalmente que ello no implica “hacer campaña a favor del gobierno”.

Se deduce que los periodistas de TV Perú son conscientes del estigma que se tiene sobre su trabajo, considerado por muchos como poco independiente. Sin embargo, señalan que nunca han recibido llamadas del gobierno corrigiéndoles una declaración o pidiendo que se quite algo. Reconocen como reto el emitir información sin ser gobernistas ni de oposición. A su parecer, es un modo correcto de hacer televisión, aunque más interesante sería contar con autonomía absoluta con una televisión que sea pública, pues ahora sí consideran dentro de sus labores difundir qué es lo que está haciendo el gobierno.

No se encontró en el discurso del equipo periodístico ni asesor afirmaciones que se aproximen a las funciones fiscalizadoras, ni más allá de emitir información, incorporar al ciudadano dentro de los procesos de construcción noticiosa. La figura del “watchdog” (Miralles s/f), que otorga al periodismo la labor de fiscalización al gobierno, estuvo ausente dentro de los argumentos utilizados.

Tampoco se mencionó como relevante la existencia de canales (por ejemplo, redes sociales) que inviten a la participación de los ciudadanos. Si recordamos a Jay Rosen (s/f), quien explica que “al escoger a quién incluir (en un reportaje periodístico), la prensa nos dice de quién es el mundo de la vida pública, quién sabe al respecto, qué vidas son relevantes, qué voces cuentan y de quiénes son las preocupaciones centrales”, es posible señalar que las voces ciudadanas aún no están completamente consideradas dentro del ámbito público, sino que más bien, como explica Miralles los ciudadanos rara vez aparecen como protagonistas (Miralles, 2002: 24).

Se concluye que el problema no es que se emita información relativa a las actividades presidenciales, sino la forma en la que eso se hace que no debe ser publicitaria, sin embargo el hecho de que no se haga campaña a favor del gobierno está muy ligado a los funcionarios que estén a cargo y su interés por mantener una línea editorial neutral y puede ser fácilmente transgredida si es que entran personas de cierta afiliación partidaria.



CAPÍTULO IV

Procesos de mediación en el Perú rural

En Perú existen ciudadanos cuyas opciones de acceso a la información vía televisión se limitan a la señal de TV Perú y otras que llegan esporádicamente por vivir en distritos alejados sin señal de cable. Es el caso de Maras (Cusco), un distrito que cuenta con 6258 ciudadanos, de los cuales 73.9% viven en su parte rural, según el censo del INEI del 2007, que solo recibe señal televisiva de TV Perú y ocasionalmente de canales como Frecuencia Latina y ATV.

Sin embargo, más allá de enumerar las alternativas de consumo de medios de comunicación, el presente capítulo se enfoca en la mediación, en aquella relación que tienen los ciudadanos con los medios de comunicación en un contexto rural. Para poder responder cuál es la correspondencia entre el slogan de TV Perú como canal de todos los peruanos y la realidad, este capítulo buscará describir cómo el discurso televisivo se integra a la vida cotidiana de la audiencia que consume las noticias que emite TV Perú, y qué posibilidades o interés tienen los mismos de participar en la construcción de la agenda del canal de todos los peruanos.

La elección de Maras como objeto de estudio de caso se justifica debido a que se trata de un distrito en el que viven ciudadanos con limitado acceso a información a través de la televisión, pues solo cuenta con señal nítida de TV Perú. Asimismo, resulta un caso interesante, en tanto al tener solo una señal televisiva que se aprecia con nitidez (ocasionalmente o con ayuda de una antena, puede llegar canal ATV), los contenidos de dicho canal toman mayor relevancia en términos de cuán representativos perciben los ciudadanos que son respecto a la realidad que viven, considerando que dicho canal es de “todos los peruanos” y debería, en ese caso, pretender ser representativo de la realidad vivida y valorada en la zona.

4.1. Consumo de medios de comunicación

Como se ha mencionado anteriormente, en el distrito de Maras, ubicado en la provincia cusqueña de Urubamba, llega principalmente la señal de TV Perú, aunque ocasionalmente ciertos movimientos de la antena pueden permitir captar señales de otros medios televisivos.

El medio que los ciudadanos declararon consumir más fue la radio, principalmente para escuchar música o las noticias que les son más cercanas. Lo audiovisual es percibido como un formato que facilita entretenimiento, en dichos términos, hay quienes responden que prefieren ver DVDs, novelas y reality shows de competencia como “Combate”, y ven a TV Perú como un canal a través del cual se pueden enterar de las noticias, aunque descartan que estas son principalmente las de Lima o del gobierno central:

“Escucho radio, emisora Santa Beatriz, música y noticias. No veo mucha televisión. Casi no vemos televisión, videos sí, dvd sí” (Delfina, 27 años)

“Escucho más radio. Radio nacional, también RPP. Me parecen más interesantes (...) Veo un poco de televisión en la noche TVPerú a las ocho... noticias, novelas” (Trabajadora municipal, 27 años)

“A las 8 en la noche, veo noticias, ese es el de Josefina Townsend. Combate, un poco no todos los días” (Trabajadora municipal, 27 años)

“Escuchamos radios locales. Todos los medios que tenemos en la provincia de Urubamba (...) Por ejemplo: radio Lasalle, radio Urubamba, radio Huaynapicchu, radio San Cristóbal, radio ... y radio del Cuzco, Santa Mónica, radio Universal, Santa Beatriz y está también Radio Inti Raymi. Radio de la ciudad capital: Radio Oxígeno, radio programas del Perú y radio nacional” (Comunicador municipal de Maras)

Los ciudadanos comunes no se informan a través de periódicos, pues no hay puestos de venta de los mismos en la localidad. Los entrevistados explican que Maras se encuentra muy aislado debido a que la pista está fuera del distrito. “No tenemos redes de comunicación, hasta incluso para trasladarnos es un caos”, señala una trabajadora municipal de 27 años. Sin embargo, Miguel Morales, alcalde de Maras sí menciona algunos medios impresos, “La República, Peru 21, Correo y algunas veces Comercio de Lima y del cuzco Diario Sol, también Comercio y algunas veces por internet accedemos a diarios que se cuelgan”. Cuando se le pregunta por TV Perú, menciona “ah sí, también” y deja claro que no es su primera opción para informarse.

4.2. Valoración de la programación de TVPerú

Los ciudadanos reconocen que el canal del Estado incluye dentro de su programación contenido propio y emitido por otras cadenas televisivas. Se cree que no se muestra de manera suficiente los errores del gobierno, pero no lo perciben como negativo, sino como una reacción natural por ser un canal estatal o una

acción positiva al mostrar en qué trabaja el Presidente. Señalan que cuando el canal difunde las culturas del Perú, cumple un rol importante de difusión e intercambio con otras culturas.

"Me parece muy bien, pero hay veces como es un canal del Estado, de repente un poco más que apoyo... no muestra las cosas malas... no las muestra como los otros canales. Tiene buena programación, incluso tiene esos reportajes que los pasan en Discovery. Difunden las costumbres que tiene cada pueblo. Me parece interesante para que los demás sepan cómo se vive en esos pueblos. Porque a veces la base es Lima. Es lo que hace reportaje al Perú que se va a los lugares más lejanos para hacer conocer otras realidades" (Policía, 45 años, Maras)

"En TV Perú más muestran del Presidente, todas las cosas que hace. Sí me parece bien" (Trabajadora municipal, 27 años)

Los ciudadanos resaltan que TV Perú muestra cómo viven los demás pueblos en programas como "Costumbres" y "Reportaje al Perú", considerados como contenidos interesantes. Le reconocen ser un canal "serio", que prioriza lo educativo, pero reflexionan en que finalmente es su labor y no pueden hacer otra cosa, pues como explica un policía local: "el Estado estaría mal visto si difunde programas que no sean educativos".

Más de uno señaló que le hace falta identificar entre sus públicos a los niños y niñas, para quienes no se ha pensado un programa adecuado para su edad. Además, es el único canal que consideran que tiene un compromiso con los ciudadanos, pues los demás canales no tienen intención de transmitir en zonas rurales, pues es una gran inversión que no le será devuelta en más ganancias por publicidad:

"Yo tuve la oportunidad de ir a los canales en Lima solicitándoles que pongan aquí. Nosotros cuidamos, hacemos un convenio, no tocamos para nada, pagamos la luz, etc., pero que se difunda, 1, 2, 3, 4, 5 canales, pero nunca hemos tenido respuesta, entonces esos canales, excepto TV Perú no tienen una intención de proyección social, seguramente aquí no es un mercado abierto para sus productos de publicidad. Sería un bonito gesto que el Estado pueda obligar que tengan sus transmisores o repetidoras en lugares como éste o simplemente no se les ocurre" (Miguel Morales, Alcalde de Maras)

Por su parte, el comunicador municipal aclara que no existe dificultad técnica para que otros canales puedan llegar: "nosotros en la parte del cerro tenemos un espacio y es una muy buena ubicación para poder mandar señal abierta en lo que es la parte de telefonía, radio y televisión".

Como se puede apreciar, existe una valoración positiva sobre la programación de TV Perú y se naturaliza o comprende la presencia del Presidente por tratarse de un canal estatal. Se reconoce que a diferencia de otros

canales, es más serio y enfocado en lo educativo, y se ha esforzado en llegar a donde los demás canales no están interesados en transmitir. Sin embargo, la principal autoridad del lugar, el Alcalde, considera que es necesario contar con la presencia de otros canales para que los ciudadanos puedan tener mayor variedad para elegir.

4.3. Percepciones sobre representatividad y posibilidad de participación en TV Perú

Según Navas (2002: 19), la comunicación constituiría un fenómeno y a la vez un proceso complejo de carácter cultural, que tiene como uno de sus objetos a la información, circunscrito al ámbito de producción. Desde la perspectiva del derecho a la comunicación, los ciudadanos de Maras deberían poder ser parte de este espacio institucionalizado de la sociedad moderna y poder participar de los procesos de intercambio y producción de sentidos sociales (2002: 20). Siguiendo algunas pautas básicas, este derecho se expresaría en la posibilidad de difundir información y opiniones por radio y televisión, acceder a contenidos que promuevan el pluralismo y la diversidad y tener la posibilidad de contar con producción local en radio y TV (Coalición por una Radiodifusión Democrática 2004: 3).

Los ciudadanos de Maras recuerdan aquella vez que el programa Costumbres visitó su distrito. Sin embargo, no participaron en la forma en la que se decidió mostrar el lugar donde viven, pues esta estuvo confiada al equipo televisivo que acudió a registrar. Cuando se les pregunta a ciudadanos comunes de qué forma sienten que pueden participar en la construcción de contenidos del canal de TV Perú, no reconocen ninguno ni lo tienen pensado como posibilidad.

Aunque teóricos como Gutiérrez (2003) y Orozco (1993) reconocen a la mediación como una instancia cultural donde los públicos producen y se apropian del significado y sentido, se puede detectar que los ciudadanos no se reconocen a sí mismos como televidentes activos y más bien comprenden a la televisión como un proceso unidireccional de transmisión de mensajes, no como uno de mediación. En este caso, los ciudadanos otorgan al medio la responsabilidad de mejorar sus contenidos o volcarlos hacia su realidad, debido a que la interacción entre ellos como público y la televisión es nula.

En este caso, la comunicación resulta prácticamente un proceso mecánico de transmisión de mensajes y no un proceso social todas las personas pueden adoptar ambos roles a la vez con el fin de tener igualdad de oportunidades, como señalaría Saffon como ideal del ejercicio del derecho a la comunicación (2007: 15), para quien el derecho a la comunicación emergió en virtud de la necesidad de garantizar a todas las personas no sólo el acceso a la información, sino la posibilidad de producirla y convertirla en conocimiento.

Cuando se pone como ejemplo la posibilidad de usar el medio estatal como espacio de denuncia, consideran que no es necesario llegar a tal punto cuando se tiene autoridades encargadas del desarrollo de Maras que pueden solucionar los conflictos que surjan. Así, el medio, en este caso TV Perú, no tiene un rol mediador legitimado por sus televidentes, ni es reconocido como las distintas autoridades como un espacio en el que puedan salir a declarar en una coyuntura específica. Los ciudadanos de Maras incluso llegan a no verle sentido al hecho de salir a declarar a un medio un problema que puede llegar a ser solucionado internamente, o cuya solución puede ser gestionada por el Alcalde local:

“Supongo que en principio yo como ciudadana tengo que llegar a las entidades competentes que se preocupan por el desarrollo de Maras, porque obviamente eso es, en todo caso tendría que recurrir a la Municipalidad y ella la verá a qué otras entidades va con más fuerza” (María Elena, 22 años, no ve los medios como espacio de denuncia)

“Nosotros no podemos salir a declarar a la televisión. Es difícil. Tenemos que pedir una autorización (...) Lo que te van decir es que Maras tiene una autoridad, tiene un alcalde, entonces no tienes que ir a los medios” (Policía)

“Mayormente nunca hay esos problemas, acá lo solucionan en la comisaría” (Joven de 19 años cuando se le pregunta qué hacer si se desea denunciar un tema en medios)

“Bueno, tendría que acudir dependiendo de quién es mi superior inmediato y si no iría donde el otro y así sucesivamente. En mi opinión no es cuestión de que de un impacto así de que todo el mundo se entere” (trabajadora municipal 27 años)

Cuando se consulta a la máxima autoridad de Maras, el Alcalde, acerca de si considera importante aparecer en TV Perú, él no duda en afirmar que sí. Resalta lo positivo que sería que se muestre las riquezas de su localidad, pero considera que existe un desinterés por parte del Estado al respecto. El Alcalde llega incluso a plantear un máximo de oportunidades anuales que los dejaría satisfechos, pese a reconocer que TV Perú es una institución del Estado que debería estar al servicio de todos los peruanos:

“Cómo no me va a gustar que las obras que estamos haciendo (se vean), promocionar el turismo, mostrar nuestra diversidad ecológica mostrar nuestras costumbres y cultura viva, nos gustaría pero el acceso creo es muy difícil. (Podría verse) si hay una política de esta institución que es del Estado podría por lo menos a la semana, al mes, al año, una vez o dos veces estaríamos satisfechos, estar dos veces por TVPerú y que pasen nuestras riquezas, eso nos bastaría” (Miguel Morales, alcalde de Maras)

El Alcalde describe que actualmente se tiene un convenio con TV Perú que permite la transmisión de su señal. Actualmente, la municipalidad paga la electricidad y financia un guardián que cuida la antena. "El municipio de Maras tiene un convenio con TV Perú y TV Perú ubica sus transmisores en un predio o propiedad del Municipio, el Municipio aprueba el Convenio, pagamos la electricidad y ponemos un cuidante, cuida, por eso se tiene TV Perú permanentemente". El comunicador municipal, encargado de difundir las actividades institucionales y hacer campañas educativas, explica específicamente los compromisos de ambas partes:

"La municipalidad asume por completo eso, lo que es la parte de mantenimiento, instalación de la antena, todo estos gastos lo asume la municipalidad, entonces cualquier desperfecto que pase la municipalidad envía una solicitud a lima para que los técnicos puedan venir y solucionar este problema"

Sin embargo, dicho convenio solo les permite replicar la señal de TV Perú, no generar contenidos nuevos, pues, explica el Alcalde Miguel Morales, "en el convenio está establecido que no podemos tocar, primero el canal, segundo los equipos, solo ellos lo manejan, exclusivamente sale información de TV Perú, no hay otra información que nosotros podamos adicionar desde nuestra localidad". El convenio se aceptó tal cual, aunque sí considera que le deja un panorama difícil para poder participar en la construcción de la agenda mediática. En caso se quisiera llegar a agendar algo desde Maras, el Alcalde indica:

"Tendríamos que tener una conversación con Lima porque es desde ahí que se transmite, pero lo veo un poco difícil porque las noticias allá son pues generales y una noticia así pequeña desde Maras como distrito no le daría mayor importancia (Además) para acceder a TV Perú es difícil o acceder a RPP es difícil, no tenemos corresponsal y seguramente muy poca atención nos van a prestar"

El estudio de Lamuedra y Lara Madrid (2008: 149) narra cómo hizo la cadena de medios públicos BBC para poder configurarse como una acción confiable y representativa. En primera instancia, describe los vínculos y canales en los que estos se establecen, tales como la correspondencia por Internet. En Maras se pudo constatar que no se usa el Internet para enviar solicitudes para difundir sus actividades culturales en los programas, ni tampoco se piensa al medio como un espacio en el cual puedan hacer públicos sus reclamos para que lleguen a oídos de autoridades del gobierno central. Salvo por la instalación de la antena de TV Perú y la visita del programa "Costumbres", los ciudadanos ni gobernante reconocen otras formas de aproximación del canal estatal o incluso funciones que el mismo debería cumplir, como la de rendición de cuentas (O'Donnell 1998)

Lo anterior implica desconocimiento de los ciudadanos de su derecho a la comunicación o que es aún limitado, en tanto solo reconoce la importancia de contar con más de un medio de comunicación para contar con mayor información. Así luce muy lejana la descripción de dicho derecho que en su momento, Jean D'Arcy, director de información de la ONU describió como un "derecho que abarca todas las libertades, pero, además, aporta tanto para los individuos como para las sociedades, las nociones de acceso y participación a la información y de corriente bilateral de la información (Navas 2002: 104).

Los discursos respecto a la importancia de los medios de comunicación no radican únicamente en torno a su forma de operar, sino también respecto al hecho de que pocos medios de comunicación televisiva lleguen a Maras. El mayor interés de los ciudadanos y autoridades es que su cultura sea difundida:

"Yo pienso que debería haber más comunicación, medios de comunicación, como te digo en Maras poco o nunca así sucedan cosas importantes ha sido enfocado por los medios, por la radio. Hay eventos culturales que se realizan, como un rito que se hace al inicio del año agrícola que es en agosto, y la fiesta patronal de San Francisco de Asís que es el 4 de octubre, entonces esas son cosas importantes los medios de comunicación puedan enterar y muchos podrían visitar, entonces faltaría ese mostrar todos los recursos turísticos de Maras y poder colaborar con el sector económico de este distrito" (Maria Elena, 22 años)

"Cuanto más medios de comunicación hay en un pueblo se genera mayor nivel cultural te genera mayor disponibilidad expresiva, comunicativa, es decir hay comunicaciones que muchas veces las personas no logran alcanzar o conocer los significados... le voy a poner un ejemplo: hay un canal bien hermoso que se ve en Cusco, en Urubamba, porque allí llega cable mágico, se ve por ejemplo a los niños, o de los animales o de las medicinas naturales, eso de acuerdo al estudio psicológico de las personas y la persona, ve, escucha, aprende rápido, ve escucha y hace aprende mucho más y si solo escucha su aprendizaje es menor, de los niños, de los adultos, de los jóvenes, entonces el medio de comunicación es fundamental" (Miguel Morales)

Tal y como sostiene Arjun Appadurai(2001) los contenidos de TV Perú, permiten que los ciudadanos tengan una imagen del mundo, así como a reproducir la idea que ellos tienen de sí mismo. Los ciudadanos de Maras son conscientes de dichas posibilidades. Es por ello que entre sus demandas de aparecer en televisión le siguen a menudo justificaciones de cuánto les gustaría que el resto de personas conozcan a través de la televisión cómo es Maras.

Barbero (2003) sostiene que los medios no son enemigos (ni lo contrario) de la educación, ni están destruyendo o sustituyendo la escuela, sino que desafían la hegemonía de la escuela como único espacio de aprendizaje. Esto también es reconocido por los ciudadanos de Maras, para quienes la posibilidad de tener

más de una señal televisiva implica también la capacidad de “aprender más” respecto a lo que sucede en el país. Asimismo, los entrevistados coinciden con Ames (2000: 6) en que la televisión no afecta su identidad, sino que les permite conocer más de cerca otras identidades que conviven en el país, a la vez que es una oportunidad para hacerse conocidos ellos mismos.

Contar con la señal de TV Perú en Maras implicó la firma de un convenio en su momento, a través del cual el municipio se comprometió al cuidado de la antena. Los ciudadanos de Maras no se sienten suficientemente empoderados para generar contenidos en TV Perú, ni creen que el medio estatal cumpla un rol mediador cuando están insatisfechos por algún problema social, más bien creen que lo más lógico es acudir directamente a las autoridades: Si hubo un robo, se deberá ir a la policía; si hace falta alguna infraestructura en su ciudad, irán a demandarla al Alcalde. Cuando se les presenta la posibilidad de aparecer en TV Perú lo ven como una oportunidad útil en tanto pueden mostrar el potencial turístico de su ciudad a otros ciudadanos, es decir, valoran el fin promocional de la Televisión.

Sin embargo, no se identificó en los ciudadanos de Maras encuestados un discurso claro respecto al derecho a la comunicación, pese a que el ejercicio del mismo les permitiría no solo recibir información, sino emitir la suya propia, aportando con nuevos sentidos a los contenidos del canal, tal y como señala la UNESCO, en su Declaración de noviembre de 1978 los medios de comunicación deben responder a las preocupaciones de los pueblos y de los individuos, favoreciendo así la participación del público en la elaboración de la información (Camino 2007). Asimismo, tampoco muestran interés por la posibilidad de que el medio les rinda cuentas respecto al cumplimiento de promesas del gobierno o su desempeño en el cargo, por ejemplo, que Guillermo O'Donnell (1998) considera esencial para garantizar una alta calidad democrática.

Conclusiones

Luego de revisar en cuatro capítulos previos cómo se ha dado la construcción de agenda periodística en la televisión estatal peruana, describir cuáles son las formas de comunicar que existen en el canal estatal, reconocer las dinámicas de producción de información dentro del mismo y calificar cómo es el proceso de mediación en zonas rurales del Perú, a continuación haré un resumen de las principales conclusiones de la presente tesis en respuesta a las hipótesis que se planteó en la investigación antes de iniciar el trabajo de campo.

Como primera hipótesis se sostuvo que el modelo de gestión de TV Perú responde a una agenda gubernamental y no pública, lo cual en ocasiones puede relegar fuera de la pantalla importantes tensiones existentes en la sociedad peruana e implicar centralismo en términos de contenidos noticiosos. También se sostuvo que la construcción de la agenda periodística responde a una agenda gubernamental y que el rating jugaba un rol poco importante en la determinación de contenidos. Finalmente se planteó que la mezcla de lo anterior puede en ocasiones relegar fuera de la pantalla importantes problemas, conflictos, intereses y logros en la sociedad peruana por no provenir de las fuentes oficiales.

Luego de la investigación, se encontró los titulares emitidos por el noticiero central de TV Perú no demuestran interés por dar una imagen positiva del oficialismo, pero que ello no implica que los temas de gobierno aparezcan con mayor frecuencia que aquellos temas ciudadanos. También se halló que las veces en las que se incluye a la ciudadanía dentro de los titulares, se hace mayormente dentro de notas de conflictos o policiales, en donde los mismos aparecen 'víctimas' o autores de conflicto. También se pudo notar que existe muy poca o nula correspondencia entre lo que los líderes de opinión expresan a través de medios personales y lo que la televisión estatal elige mostrar como relevante. Finalmente, se notó que aun cuando los criterios periodísticos del canal estatal son importantes, pesa siempre más el hecho de que la norma de creación del Instituto de Radio y Televisión del Perú (IRTP) señala la transmisión de actos oficiales como una de sus funciones, lo cual puede terminar dejando de lado material propio del noticiero para transmitir en vivo actos oficiales del Presidente de la República, la Primera Dama y los Ministros de turno.

Una segunda hipótesis planteada fue que al ser una esfera estatal, TV Perú reproduce y opera con algunas características del propio Estado como la gestión pública centralista y poco participativa. Asimismo, se anticipó que la coordinación entre la oficina de comunicaciones de la PCM y los mandos que gestionan el canal es fluida, a diferencia que la que se establece con los ciudadanos de a pie, quienes no encuentran canales para vincularse con la construcción de la agenda mediática de los noticieros.

De lo anterior se pudo confirmar que las distintas personalidades del equipo de prensa de TV Perú coinciden en que existe una imagen de medio gobernista reforzada principalmente por la cobertura que se hace a las actividades oficiales. Sin embargo, luego de hacer el análisis de titulares y empezar el análisis de los contenidos de cuatro emisiones del noticiero de la edición central del canal, se pudo encontrar que del total de notas periodísticas emitidas que tocaron temas del gobierno durante los cuatro noticieros (41), catorce (14) de ellas fueron enmarcadas de manera positiva (el 34,15 % del total), intentando contribuir a la buena imagen del gobierno, sin llegar a ser propagandística.

Ante ello, se puede concluir que si bien el equipo de prensa de TV Perú es consciente del reto de comunicar con veracidad desde un canal estatal, la información puede a veces responder a intereses superiores a ellos, cuya existencia los propios periodistas reconocen o, en algunos casos, a intereses que comparten como preferir informar respecto a las acciones positivas del gobierno, que llegar a hacer lo que los canales comerciales hacen para conseguir más rating (por ejemplo, mostrar situaciones que exacerbaban el morbo).

Como señaló una periodista, todos los medios de comunicación responden a intereses y TV Perú no es una excepción. Varios de los entrevistados reconocen que prefieren tener que negociar constantemente con los distintos personajes políticos del gobierno que hacerlo en un contexto de canal comercial, en el cual existe menor posibilidad de diálogo y es más probable que el rating triunfe por sobre la veracidad. En el caso de TV Perú, los funcionarios explican que su interés es brindar un servicio público de información y mostrar aquellas acciones del gobierno que otros canales no muestran. Asimismo, recalcan que los periodistas y narradores no expresan al aire opiniones favorables al gobierno. Lo anterior pudo ser comprobado, pues la conductora del noticiero de la noche no demostró preferencias durante su presentación de las noticias. Lo anterior no retira lo dicho anteriormente respecto a la manera de “enmarcar” las propias noticias, que sí reproduce cierto grado de información favorable al gobierno.

También, se pudo constatar a través de las entrevistas que más allá de su labor de “informar”, los periodistas entrevistados no resaltaron la fiscalización ni la motivación a la participación ciudadana como parte de sus labores, lo cual los aleja del ejercicio de un periodismo cívico y público que aporte a una mayor calidad democrática que sume puntos a un país más igualitario y libre (Morlino 2009). Finalmente, mientras los periodistas señalaron sentirse independientes en el desarrollo de sus labores, los mandos más altos sí admitieron que las llamadas de mandos del Ejecutivo o Legislativo son comunes, pero añadieron que son acciones con las que se debe lidiar y respecto a las cuáles en muchos casos, se pueden tomar decisiones favorables o en contra.

La tesis abordó la opinión de los ciudadanos del distrito de Maras debido a que la construcción de la agenda televisiva en un canal que se publicita como de “todos de los peruanos” debe intentar al menos representar a un porcentaje de ellos y tener programas variados y contenidos noticiosos integradores. Es por ello que como tercera hipótesis de investigación se partió de la sospecha de que en zonas como Maras, en las que TV Perú es el único canal que llega con la señal adecuada, el acceso a participar en la construcción de agenda del canal estatal era limitado y el nivel de representatividad era bajo.

Si recordamos a Gutiérrez (2003: 46), quien entiende a la Televisión como un proceso de mediación que no asume al televidente como un ser pasivo al cual solo se le transmite mensajes, así como a Orozco (1993), quien usa el término “televigencia” para referirse al proceso de interacción entre público y televisión, se pueden notar que tales interacciones no existen entre los ciudadanos de Maras y TV Perú, pues los primeros no llegan a participar planteando contenidos a difundir.

Lo anterior podría cambiar si es que se empieza a producir localmente y las filiales del IRTP fuera de Lima dejan de únicamente retransmitir. María Luisa Málaga (2013) en el Foro sobre Derecho a la Comunicación, sostuvo que “a partir de enero, tendremos tres macroregiones que van a producir localmente. En los tres puntos tenemos local propio para montar todo un aparato de producción. Las sedes estarán en: Piura, Arequipa e Iquitos.

Desde el ámbito rural existe la demanda de estar representados en la televisión, de poder mirarse a sí mismos, pero también de que otros puedan mirarlos. Mientras lo regional se siga presentado en notas periodísticas que aluden al carácter delincuencial o rebelde de la ciudadanía, es difícil que los ciudadanos se sientan conformes con lo que ven. No se trata únicamente de “aparecer en pantalla”, sino de que esa forma de aparecer esté ligada de manera más amplia a la realidad ciudadana.

También existe la demanda de que haya más de un canal disponible, que les permita obtener mayor información y aprendizaje. Sin duda, la televisión es percibida como un medio que facilita conocer otras culturas y en ese sentido, es considerado positivo. Sin embargo, la mayor preocupación de los ciudadanos de Maras no va por el lado de lo noticioso, pues a menudo se informan de lo que ocurre a su alrededor a través de radios de Urubamba, sino por cómo en un sentido más amplio la parrilla está atenta a sus necesidades.

Aquí resulta importante destacar cómo hizo la cadena de medios BBC para poder configurarse como una institución confiable y representativa (Lamuedra y Lara 2008), en tanto es el camino que podría seguir TV

Perú, para además de lograr la participación ciudadana que les permita ser realmente “un canal de todos los peruanos”, pueda ganarse la escucha y el visionado de los mismos.

Varios destacaron la inexistencia de un programa infantil que esté pensado desde un enfoque intercultural, que permita que sus hijos aprendan mientras ven televisión. Ninguno de los entrevistados destacó el visionado de fútbol como un acto de entretenimiento, sin embargo sí destacaron programas como “Reportaje al Perú” y “Costumbres”, explicaron incluso que alguna vez aparecieron en alguno de ellos. Finalmente se puede apreciar que en el distrito rural de Maras, TV Perú no juega un rol de mediador ni es considerado como un espacio de denuncia para recibir atención del gobierno central.

En un contexto en el que la televisión digital cobra protagonismo, será interesante ver cómo los funcionarios a cargo aprovecharán las señales para compartir información que satisfaga a las distintas audiencias a la vez que las incorpora en los procesos creativos y genera canales para su participación y reconstrucción constante. Lo anterior no solo pasa por que se motive a la ciudadanía a participar en la producción televisiva, sino sobre todo en la producción periodística. Pasa también por la generación de capacidades que faciliten la formación de redes de periodistas que alimenten el contenido de los noticieros, tal y como los señalan dos de los entrevistados para esta tesis.

Si tomamos en cuenta que nuestro país ha alcanzado la definición mínima de democracia, en tanto nuestro régimen contempla el sufragio universal para adultos, elecciones periódicas libres, competitivas y justas, más de un partido político y más de un medio de comunicación (Morlino 2009:3), es importante empezar a detectar el grado en el que se ha logrado los dos objetivos principales de una democracia ideal: la libertad y la igualdad” (Morlino 2009: 3), así como si se ha logrado que los medios de comunicación, especialmente los estatales, lideren procesos de *accountability* horizontal (O'Donnell1998) que permitan prevenir o castigar actos no adecuados por parte del gobierno. La democracia que tenemos es mejorable si los medios de comunicación se convierten en un espacio público y las decisiones de contenidos dejan de centrarse únicamente en Lima, pues ambos factores aportarán a una mayor libertad ciudadana e igualdad para la convivencia.

Desde una mirada ciudadana y fuera de la iniciativa que el Estado pueda tener de eventualmente generar medios públicos, comunitarios o de buscar la participación de la ciudadanía en procesos de construcción de agenda televisiva, es importante resaltar que dicho proceso será largo si los ciudadanos no se reconocen a sí mismos como activos, así es menos probable que en el futuro el canal TV Perú sea de todos los peruanos

Bibliografía

ACEVEDO, Jorge

2013 De la instrumentalización política al servicio público en los medios estatales. En: Revista Quehacer 191, ed. Desco, pp. 70-75

ALFARO Moreno, Rosa María

2006 Otra brújula. Innovaciones en comunicación y desarrollo. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

AMES, Patricia

2000 Ilusiones que se desvanecen o apuestas que se transforman? Educación, diversidad e integración en contextos rurales. Informe preliminar para el programa de investigaciones "Globalización, diversidad cultural y redefinición de identidades en los países andinos". Lima: IEP

APPADURAI, Arjun

2001 La modernidad desbordada, dimensiones culturales de la globalización. Buenos Aires. Fondo de cultura económica de Argentina.

ARKIVPERU

2008 "Cronología de la Televisión Peruana (1939-2005)". Disponible en: <<http://www.arkivperu.com/cronologia-de-la-television-peruana/>> Última visita: 10 de octubre, 2013

ARRIAZA Ibarra, Karen

2008 "La transformación de los medios públicos europeos en la nueva era digital". En: ÁREA ABIERTA N° 20.

ARROYO, Luis; Martín Becerra, Ángel García Castillejo y Oscar Santamaría

2012 Cajas mágicas: El renacimiento de los medios públicos en Latinoamérica. Editoria:ITecnos.

BARREDA, Mikel

2010 Accountability y calidad de la democracia en América Latina: un análisis comparado. Disponible en: <http://www.regionalcentre.lac->

undp.org/images/stories/DESCENTRALIZACION/boletin/accountability.pdf. Fecha de consulta: 17 de diciembre 2013

BOHMAN, JAMES

1997 "Deliberative Democracy and Effective Social Freedom: capabilities,resources, and opportunities".
En: James Bohman and William Rehg (Eds), DeliberativeDemocracy: essays on reason and politics,
Cambridge, MA: MIT Press.

CAMERON, Maxwell

2013 Los partidos políticos en América Latina: Algunos apuntes para la reflexión sobre la importancia del ordenconstitucional. Documento de Trabajo N° 1. Lima: Asociación Civil Politai.

CAMINO, José

2007 La comunicación como un derecho humano. Disponible en: <http://alainet.org/active/20180&lang=es>.
Fecha de consulta: 17 de diciembre 2013

Coalición por una Radiodifusión Democrática

2004 21 puntos básicos por el derecho a la comunicación. Disponible en:
<http://www.telam.com.ar/advf/imagenes/especiales/documentos/2012/11/509435587ec92.pdf>. Fecha
de consulta: 17 de diciembre 2013

COLLIER, David y Steven LEVITSKY

1996 Democracy "With Adjectives": Conceptual Innovation in Comparative Research. WorkingPaper #230.
Notre Dame: Kellogg Institute.

CONGRESO DE LA REPUBLICA

2002 Ley N° 27783. Ley de Bases de Descentralización.

CONTRERAS Carranza, Carlos

2002 El centralismo peruano en su perspectiva histórica.- Lima: IEP (Documentode Trabajo, 127. Serie
Historia, 24)

Desde el Tercer piso

2006 El canal de todos los amigos. Por: Jose Alejandro Godoy. Publicado el 12 de diciembre del 2006.

2006 Cambios en el 7. Por: Jose Alejandro Godoy. Publicado el 12 de octubre del 2006.

2006 ¿Disciplina = no disenso? Por: Jose Alejandro Godoy. Publicado el 27 de setiembre del 2006.

El Comercio

2006 ¿Qué pasa en el 7? Por: Fernando Vivas. Publicado el 12 de setiembre del 2006.

2009 Designan como presidente del IRTP a publicista que ideó campaña a Alan García. Publicado el 27 de junio del 2009.

S/F 50 años de la televisión en el Perú. Sección cronología. Disponible en: <<http://elcomercio.pe/ediciononline/estaticas/especial-televisio/index.html>>Última visita: 10 de octubre, 2013

ENTMAN, Robert

1993 Framing: Towards clarification f a fractured paradigm. Journal of communication, pp. 51-58.

FERRER Pizarro, Raisa

2012 Entrevista a Jorge Acevedo “Los medios influyen más en los políticos que en la propia gente”. Disponible en: <<http://bit.ly/QVn9jq>> PUCP: Departamento de Ciencias Sociales: PeruDebate

FLORES GALINDO, Alberto

1999 La tradición autoritaria: violencia y democracia en el Perú. Lima: APRODEH : SUR

FRANCO, Carlos.

1998 **Acerca del modo de pensar la democracia en América Latina.** Lima: Fundación Friederich Ebert.

GANAPERÚ

2010 “La gran transformación. Plan de gobierno 2011-2016”. Disponible en: <<http://e.elcomercio.pe/66/doc/plandegobiernoganaperu.pdf>>

GARCÍA, Mariel

2011 La fantasía neutral: el diario El Comercio y las estrategias discursivas del poder en el Perú.

GARGUREVICH, Juan

2005 Perú, medios del Estado y gobiernos, un breve recorrido histórico. Publicado en: Alfaro, Rosa María. "Comunicación y política en una democracia ética por construir". Pp 175-183

GUTIÉRREZ, Mario

2003 Géneros informativos de Televisión. Universidad de Lima. Fondo de desarrollo editorial. Lima.

HEYWOOD, Andrew

2010 Introducción a la teoría política. Valencia: Tirant lo Blanch

HUAMÁN, Leny

2012 Medios de comunicación en conflictos socio-ambientales: Tratamiento periodístico del conflicto socio-ambiental QUELLAVECO

HUNTINGTON, Samuel P.

1994 La tercera ola. La democratización a finales del Siglo XX. Barcelona: Paidós

INSTITUTO DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

2005 Estudio de percepciones y análisis de los medios de comunicación de la región norte y Arequipa. Fundación Konrad Adenauer. Disponible en: <http://www.kas.de/wf/doc/kas_7543-1522-4-30.pdf?051206172035> Fecha de consulta: 15 de julio, 2013

INSTITUTO DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ – IRTP

S/F Misión y visión del Instituto de Radio y televisión del Perú. Disponible en: <http://www.irtp.com.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=64> Fecha de consulta: 11 de octubre, 2013

IYENGAR, Shanto

1991 Is Anyone Responsible? How television frames political issues, The University of Chicago Press, Chicago.

KOVACH, Bill y Tom Rosenstiel

2003 Los elementos del periodismo. Todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar. Ed. El País Madrid

LAMUEDRA, María y Tíscar Lara Madrid

2008 El ciudadano en la información periodística de la BBC. En: Comunicar, n° 31, v. XVI, Revista Científica de Educomunicación, páginas 145-152.

LEVITSKY, Steven y Lucan WAY

2010 Competitive Authoritarianism: Hybrid regimes after the cold war. Cambridge: Cambridge University Press.

LEYVA Muñoz, Paulina

2001 “Hay que reinventar el concepto de noticia. Entrevista a Maxwell McCombs”. En: Sala de Prensa N° 34, agosto 2001 Año III Vol. 2. Disponible en: <<http://www.saladeprensa.org/art247.htm>>. Fecha de consulta: 13 de febrero, 2012

MACASSI, Sandro

2009 “Medios y conflictos sociales entre el rating y el activismo”. Diálogos de la Comunicación N°78, ENERO - JULIO 2009. Disponible en línea: <<http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/81-revistadiálogos-medios-y-conflictos-sociales-rating-y-activismo.pdf>> Fecha de consulta: 10 de Octubre 2013.

MÁLAGA, María Luisa

2013 Medios Públicos y Comunitarios en Debate. Ponencia presentada en: Foro Derecho a la Comunicación. Lima.

MIRALLES, Ana María

2002 Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Bogotá: Norma

S/F La construcción de lo público desde el periodismo cívico

2008 Periodismo público no es periodismo ciudadano. Disponible en: <<http://www.rnw.nl/espanol/article/periodismo-p%C3%BAblico-no-es-periodismo-ciudadano>> Fecha de consulta: 08 de octubre, 2013

MORENO, JULIO Y SANTA MARÍA

2007 TVN 1990: La clave de una gestión exitosa. Cuadernos de información n° 21.

MORLINO, Leonardo, Björn Dressel y Riccardo Pelizzo.

- 2011 The quality of democracy in Asia-Pacific: Issues and findings. En: International Political Science Review, volumen 32, número 5.

MORLINO, Leonardo

- 2009 Qualities of Democracy: How to Analyze Them. Editado por: Istituto Italiano di Scienze Umane, Florencia. Disponible en: <http://indicatorsinfo.pbworks.com/f/Morlino+Qualities+of+Democracy.pdf>
Fecha de consulta: 08 de octubre, 2013
- 2008 Calidad democrática entre líderes y partidos. En: Conferencias magistrales. Instituto Federal Electoral. México. Disponible en: <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DECEYEC/DECEYEC-MaterialesLectura/docs/CONFERENCIA-16-MORLINO-Y-ALCANTARA.pdf> Fecha de consulta: 08 de octubre, 2013

NAVAS, Marco

- 2002 Derechos fundamentales de la comunicación: una visión ciudadana. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Quito 2002.
- 2010 Derecho a la Información y teoría democrática: algunos acercamientos. En: DIÁLOGOS DE LA COMUNICACIÓN, N°82, SEPTIEMBRE – DICIEMBRE 2010

NEUMAN, W Russell Just, M & CRIGLER, A.

- 1992 Common knowledge. Chicago, IL: University of Chicago Press. Disponible en línea: <http://www.wrneuman.com/works/commonk.pdf> Fecha de consulta: 10 de octubre, 2013

NUGENT, David

- s/f Estado y nación vistos desde el margen: reconfigurando la arena moral en el Perú durante el siglo XXI. En: www.cholonautas.edu.pe, Biblioteca virtual de Ciencias Sociales >

O'DONNELL, Guillermo

- 2007 Las crisis perpetuas de la democracia. En: Polis, volumen 3, número 1, pp. 11-20. Disponible en: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/polis/cont/20071/art/art2.pdf> Fecha de consulta: 02 de octubre, 2013
- 1998 Accountability horizontal. Publicado en : AgorA, núm. 8/ Verano de 1998, págs. 5-34. Disponible en : <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/odon.pdf>. Fecha de consulta: 07 de diciembre, 2013

1993 “Dialéctica de la mediación televisiva – estructuración de estrategias de recepción por los televidentes”, en Anàlisi. Barcelona, nº 15. pp. 31-44

O’DONNELL, Guillermo, Phillipe SCHMITTER y Laurence WHITEHEAD

1986 Transitions from an authoritarian rule. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

O’DONNELL, Guillermo, Jorge VARGAS y Osvaldo IAZZETTA

2004 (Eds.) The Quality of Democracy: Theory and Applications. Notre Dame : Notre Dame University Press.

OROZCO, Guillermo

2003 “Dialéctica de la mediación televisiva – estructuración de estrategias de recepción por los televidentes”, en Anàlisi. Barcelona, nº 15. pp. 31-44

PRZEWORSKI, Adam

1998 Democracia y representatividad. Publicado en: Revista del CLAD Reforma y Democracia. No. 10 (Feb. 1998). Caracas

PERU 21

2012 “IRTP tiene nueva presidenta ejecutiva”. Miércoles 07 de marzo del 2012. Disponible en: <<http://peru21.pe/2012/03/07/actualidad/irtp-tiene-nueva-presidenta-ejecutiva-2014876>> Fecha de consulta: 23 de junio, 2012

PROTZEL de Amat, Javier

2001 Televisión pública: ¿solo del estado o de la sociedad civil? En: Cuestión de estado-- No. 29

QUEZADA, Alicia y Rina PAREDES

2004 “Hacia medios públicos en el Perú. Una ruta histórica compleja”. Publicado en: ALFARO, Rosa María. De lo estatal a lo público. Medios: ¿de qué y para quién?. ACS Calandria – Veeduría Ciudadana de la Comunicación social, Lima. Pp. 101-179

QUIROZ Velasco, María Teresa

2011 La televisión: vista, oída y leídapor adolescentes peruanos. En: Comunicar, nº 36, v. XVIII, 2011, Revista Científica de Educomunicación; pp. 35-41

REESE, Stephen

- 2007 The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. En: Journal of Communication 57, International Communication Association. Disponible en: <<http://journalism.utexas.edu/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/jcom-final-framing-commentary-copy.pdf>> Fecha de consulta: 11 de octubre, 2013

RINCÓN, Omar

- 2001 Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Bogotá: Convenio Andrés Bello
- 2005 Los medios públicos: De la retórica ilustrada al activismo y experimento estético. México DF, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

ROCCA Torres, Luis

- 1975 El Gobierno Militar y las comunicaciones en el Perú. Editorial Epasa, Lima.

ROSEN, Jay

- s/f Re-enmarcar el reportaje público. Disponible en: <<http://scar.gmu.edu/Reenmarcar%20el%20reportaje.pdf>> Fecha de consulta: 16 de octubre, 2013
- 1995 Public Journalism: A Case for Public Scholarship. En: Change, Vol. 27, No. 3 (May - Jun., 1995), pp. 34-38. Publicado por: Heldref Publications. Disponible en: <<http://www.bk.psu.edu/documents/academics/rosen.pdf>> Fecha de consulta: 07 de octubre, 2013

RPP

- 2010 "Nombran temporalmente a nuevo presidente ejecutivo de IRTP". Sábado, 27 de Febrero 2010. Disponible en: <<http://www.rpp.com.pe/detalle.php?nid=245829>> Fecha de consulta: 23 de junio, 2012

SÁDABA, Teresa

- 2007 Framing : el encuadre de las noticias : el binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía
- 2001 "Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación". En: *Comunicación y Sociedad*, vol. XIV, n. 2, 2001. Fecha de consulta: 04 de octubre, 2013. Disponible en: <http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=335>

SAFFON, María Paula

2007 EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN: UN DERECHO EMERGENTE. Bogotá, 2007. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. www.c3fes.net.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique

1991 La televisión pública en Estados Unidos, una descripción acrítica. En: Comunicación y Sociedad N° 12, mayo-agosto 1991 pp. 29-52

SCHEUFELE, Dietram

1999 Framing as a theory of media effects. International communication association.

SCHMITTER, Philippe

1993 La consolidación de la democracia y la representación de los medios sociales. Revista Mexicana de Sociología, Vol. 55, N° 3.

TUCHMAN, Gaye

1978 Making News. Free Press, New York.

WEAVER, David & Swanzymimley Elliott

1985 Who Sets the Agenda for the Media? A Study of Local Agenda-Building.

Anexos

5.1. Anexo 1: Lista de entrevistados

Lugar/Año de entrevista	Nombre / Tipo de actor
Lima, 2013	José Vargas (Gerente de Prensa TV Perú)
Lima, 2013	Karla Romero (Asesora de Presidencia TV Perú)
Lima, 2013	Mónica Maldonado (ex asesora Prensa TV Perú)
Lima, 2013	Guillermo Noriega (Productor de Prensa Noticiero TVPerú)
Lima, 2013	Paola Pejovez (Periodista TV Perú)
Maras, 2013	Miguel Morales Enriquez (Alcalde de Maras)
Maras, 2013	Fredy (Responsable de comunicaciones de la Municipalidad de Maras)
Maras, 2013	Melissa (ciudadana)
Maras, 2013	Eloid (policía)
Maras, 2013	Maria Elena (ciudadana)
Maras, 2013	Delfina (ciudadana)

5.2. Anexo 2: Guías de entrevista

5.2.1. Entrevista a funcionarios IRTP

Guía de entrevista a gerente de prensa de TV Perú

1. Buenos días/Buenas tardes, mi nombre es Raisa Ferrer y soy bachiller en comunicación para el desarrollo en la Universidad Católica. Actualmente realizo una tesis sobre procesos de construcción de la agenda en el medio televisivo estatal y su recepción por parte de ciudadanos del distrito de Maras, Cusco. A través de esta entrevista, busco explorar el funcionamiento de TV Perú tomando en cuenta dos ejes principales: su naturaleza de micro esfera estatal y su baja vinculación al rating. La entrevista pretende ser una conversación y no una evaluación, por lo cual todas sus opiniones son de sumo interés.
2. Introducción
 - ¿Cuál es su profesión?
 - ¿En qué consiste su actual cargo en TV Perú?
 - ¿Cuál ha sido su experiencia previa?
3. Televisión
 - ¿Qué clase de solicitudes recibe el área de prensa de un canal del Estado por parte de la ciudadanía y el gobierno?
 - Actualmente, el IRTP se encuentra adscrito a la PCM, ¿cuál es el beneficio en la práctica de que ello haya ocurrido? ¿Y lo negativo o el riesgo?
 - En su opinión, ¿en qué consiste el reto de ser periodista en un canal estatal?
4. Roles/Decisión/Procesos
 - ¿Cómo evaluaría la coordinación entre el IRTP y la PCM? ¿Qué rol asume cada parte en la

- gestión del canal?
- ¿Cómo es el tratamiento de la información que se da en TV Perú?
 - ¿Cuál es el proceso para recibir un pedido del gobierno o ciudadanía? ¿Qué requiere para ser “noticia” e ingresar a la pauta de un noticiero?
 - ¿Existe un proceso oficial para recibir un pedido de la PCM o de determinado grupo ciudadano para hacer una transmisión?
 - ¿Cuándo estas se aceptan y cuando no proceden? (caso de Chehade) ¿Es posible la negociación? (solo treinta minutos del oficialismo, solo 30 de la oposición?)
 - ¿Qué oficinas deben dar su visto bueno?
 - ¿Quién sugiere el criterio respecto a en qué programa debe aparecer una noticia?
 - ¿Cuándo un discurso es de carácter urgente? ¿Cuál es el proceso en ese caso? (tiene que salir de inmediato)

5. Democracia

- ¿Cómo asegurar el carácter plural del canal estatal? (que las noticias no solo sean de Lima o que no todo vaya orientado a dar una buena imagen del gobierno, por ejemplo)
- ¿En qué consiste el aporte de TV Perú a la democracia del país?
- ¿En qué consiste el reto de gestionar el área de prensa de un canal del Estado y evitar la dependencia del gobierno?
- Existen quienes hablan de la modernización de IRTP, cuando pasó a depender de la PCM, Valdés señaló que “la idea es repotenciar el canal de televisión del Estado, darle importancia para que se constituya en un medio con mayor dimensión en cobertura e información”, ¿cómo se ha dado esto?
- ¿Cuál es el rol del medio en situaciones de conflicto? ¿de cambio de titulares en ministerios?

5.2.2. Entrevista a periodista/productor TV Perú

1. Buenos días/Buenas tardes, mi nombre es Raisa Ferrer y soy bachiller en comunicación para el desarrollo en la Universidad Católica. Actualmente realizo una tesis sobre procesos de construcción de la agenda en el medio televisivo estatal y su recepción por parte de ciudadanos del distrito de Maras, Cusco. A través de esta entrevista, busco explorar el funcionamiento de TV Perú tomando en cuenta dos ejes principales: su naturaleza de micro esfera estatal y su baja vinculación al rating. La entrevista pretende ser una conversación y no una evaluación, por lo cual todas sus opiniones son de sumo interés.

2. Introducción

- ¿Cuál es su profesión?
- ¿En qué consiste su actual cargo en TV Perú?
- ¿Cuál ha sido su experiencia previa?

3. Televisión

- ¿Qué tipo de noticias suele levantar en este medio?
- ¿De qué fuentes se alimenta?
- ¿Cuál cree que es el aporte de su medio a los ciudadanos?
- ¿Qué diferencia a TV Perú de medios comerciales locales? ¿y de medios como la BBC, denominados públicos?
- ¿Qué clase de solicitudes recibe el área de prensa de un canal del Estado por parte de la ciudadanía y el gobierno?

- En su opinión, ¿en qué consiste el reto de ser periodista en un canal estatal?
4. Roles/Decisión/Procesos
- ¿Cómo evaluaría la coordinación entre el IRTP y la PCM? ¿Qué rol asume cada parte en la gestión del canal?
 - ¿Cómo es el tratamiento de la información que se da en TV Perú?
 - ¿Cuál es el proceso para recibir un pedido del gobierno o ciudadanía? ¿Qué requiere para ser “noticia” e ingresar a la pauta de un noticiero?
 - ¿Existe un proceso oficial para recibir un pedido de la PCM o de determinado grupo ciudadano para hacer una transmisión?
 - ¿Cuándo estas se aceptan y cuando no proceden? (caso de Chegade) ¿Es posible la negociación? (solo treinta minutos del oficialismo, solo 30 de la oposición?)
 - ¿Qué oficinas deben dar su visto bueno?
 - ¿Quién sugiere el criterio respecto a en qué programa debe aparecer una noticia?
 - ¿Cuándo un discurso es de carácter urgente? ¿Cuál es el proceso en ese caso? (tiene que salir de inmediato)
5. Democracia
- ¿Cómo asegurar el carácter plural del canal estatal? (que las noticias no solo sean de Lima o que no todo vaya orientado a dar una buena imagen del gobierno, por ejemplo)
 - ¿En qué consiste el aporte de TV Perú a la democracia del país?
 - ¿En qué consiste el reto de gestionar el área de prensa de un canal del Estado y evitar la dependencia del gobierno?
 - ¿Cuál es el rol del medio en situaciones de conflicto? ¿de cambio de titulares en ministerios?

5.2.3. Entrevista a funcionario de equipo de Comunicaciones del gobierno

1. Buenos días/Buenas tardes, mi nombre es Raisa Ferrer y soy bachiller en comunicación para el desarrollo en la Universidad Católica. Actualmente realizo una tesis sobre cómo se hacen las noticias en el medio televisivo estatal y su recepción por parte de ciudadanos del distrito de Maras, Cusco. A través de esta entrevista, quisiera conocer su opinión sobre el contenido del canal TV Perú, ¿podría grabar esta conversación?
2. Información general
 - Nombre
 - Su rol en la oficina
 - ¿Cuánto tiempo trabaja ahí?
3. Televisión
 - ¿A qué medios de comunicación apela su área cuando desea levantar una noticia del gobierno?
 - En el caso de TV Perú, ¿qué clase de solicitudes les hacen llegar?
 - ¿Cuál es el beneficio de que el IRTP esté adscrito a la PCM? ¿Y lo negativo o el riesgo?
6. Roles/Decisión/Procesos

- ¿Cómo evaluaría la coordinación entre su oficina y el IRTP? ¿Qué rol asume cada parte en el contenido del canal?
- En términos periodísticos o de contenidos, ¿cómo son los procesos de coordinación para levantar al aire un tema que el gobierno desea posicionar en determinado programa de la parrilla?
- ¿Existe un proceso formal de solicitud? ¿Qué oficinas deben dar su visto bueno?
- ¿Alguna vez una solicitud no ha procedido? ¿Cuál, por ejemplo?
- ¿Quién sugiere el criterio respecto a en qué programa debe aparecer una noticia?
- ¿Cuándo un discurso es de carácter urgente? ¿Cuál es el proceso en ese caso? (tiene que salir de inmediato)
- ¿Cuál es el rol de su área en situaciones de conflicto? ¿de cambio de titulares en ministerios?

7. Democracia

- Hay quienes señalan que la programación de TV Perú es de calidad superior a la de los medios comerciales. Por otro lado, existen quienes piensan que es un medio gobernista. Desde su perspectiva, ¿cómo se podría asegurar el carácter plural del canal estatal?
- ¿Cómo describiría el aporte de la oficina en la que trabaja a la democracia del país?
- Existen quienes hablan de la modernización de IRTP, cuando pasó a depender de la PCM, Valdés señaló que “la idea es repotenciar el canal de televisión del Estado, darle importancia para que se constituya en un medio con mayor dimensión en cobertura e información”, ¿cómo se ha dado esto?

5.2.4. Entrevista a Alcalde de Maras

1. Buenos días/Buenas tardes, mi nombre es Raisa Ferrer y soy bachiller en comunicación para el desarrollo en la Universidad Católica. Actualmente realizo una tesis sobre cómo se hacen las noticias en el medio televisivo estatal y su recepción por parte de ciudadanos del distrito de Maras, Cusco. A través de esta entrevista, quisiera conocer su opinión sobre el contenido del canal TV Perú
2. Introducción
 - Nombre
 - Edad
 - Ocupación
 - Grado de instrucción
3. Información
 - ¿Cómo se informa acerca de lo que ocurre en su localidad?
 - ¿Qué medios de comunicación consume diariamente?
 - ¿Cómo le sirve a su gestión la información emitida por los distintos medios?
4. TV Perú
 - ¿Considera que TVPerú refleja la realidad de su región y localidad? ¿Cómo la refleja?
 - ¿Recuerda algún caso específico?

- ¿A quien acude usted cuando desea denunciar un caso o sacar a flote una noticia?
- ¿Cuán importante le parece que la pantalla del canal del Estado informe acerca de lo que sucede en Maras?
- ¿Existe coordinación entre usted y la oficina de comunicaciones del gobierno de Lima?
- ¿Existe coordinación entre usted y corresponsales de TV Perú?

¿Tiene algo que agregar sobre el tema de la entrevista?

5.2.5. Entrevista a ciudadano de Maras

4. Buenos días/Buenas tardes, mi nombre es Raisa Ferrer y soy bachiller en comunicación para el desarrollo en la Universidad Católica. Actualmente realizo una tesis sobre cómo se hacen las noticias en el medio televisivo estatal y su recepción por parte de ciudadanos del distrito de Maras, Cusco. A través de esta entrevista, quisiera conocer su opinión sobre el contenido del canal TV Perú, ¿le molesta si grabo nuestra conversación?

5. Introducción

- Nombre
- Edad
- Ocupación
- Grado de instrucción

6. Información

- ¿Cómo se informa acerca de lo que ocurre en su localidad?
- ¿Qué medios de comunicación (radio, tv, prensa) consume diariamente?
- ¿En qué momento del día suele usted ver Televisión?
- ¿Dónde ve Televisión?
- ¿Realiza otras actividades cuando ve Televisión?
- ¿Para qué le sirve ver Televisión? ¿Cómo le sirve la información emitida por Televisión?

7. TV Perú

- ¿Qué programas de televisión TV Perú usted ve?
- ¿Qué noticiero de TV Perú?
- ¿Qué opina del trabajo de TV Perú?
- ¿En qué podría mejorar TV Perú? (Por ejemplo: En su programación/horarios/contenido)
- ¿Cuán importante le parece estar al tanto de la política del Perú?
- ¿Cuán importante le parece la presencia de los políticos en la pantalla?
- ¿Cuán confiable le parece la información emitida por los noticieros de TV Perú?
- ¿Cuán representativo de su realidad le parece el contenido emitido por TV Perú?
- ¿Recuerda algún caso relativo a alguna de las anteriores situaciones? ¿Cuál?
- ¿Cuál cree que es el camino si es que un ciudadano se encuentra interesado en que un tema que le interese aparezca en TV Perú?
- ¿Cuán importante cree que es la participación del ciudadano en el medio estatal?

8. ¿Tiene algo que agregar sobre el tema de la entrevista?

5.3. Anexo 3: Guías de análisis de contenido

5.3.1. Análisis de notas informativas dentro de noticiero

Fecha de emisión:

Tipos de noticia
Internacional
Cultural
Policial
Actividad oficial
Política
Conflictos
Economía
Deportes
Social/Ciudadana
¿Incluye mirada regional?
Si
No
Oficialista
Si
No
Posición de la periodista (conductora)
Se muestra a favor/defiende/justifica una postura
Se muestra en contra/ataca/condena una postura
Imparcial (se dedica a narrar los hechos)

5.3.2. Análisis de correspondencia entre “opinión pública” y titulares de noticieros

Fecha	Síntesis de temas en Twitter	Titulares en edición central TV Perú	Coincidencia
14/08/2013	Nancy Obregón, Yarlequé del grupo colina seguirá	1. FIN DE HUELGA. Médicos vuelven a los hospitales y se restablece a pocos atención a	Ninguna coincidencia

	<p>preso, Castañeda Lossio y caso Comunicore.</p>	<p>pacientes tras los acuerdo entre el ejecutivo y federación médica. Presidente del gremio César Palomino calificó de positiva la huelga, mientras que Humala los criticó x haber desatendido a los pacientes y les pidió que vuelvan a trabajar</p> <p>2. MAÑANA HABRÁ INTERPELACIÓN. Fujimoristas llevan marcha atrás en retiro de interpelación de Ministro Wilfredo Pedraza. Vocero Julio Gagó dijo que querían hacer un gesto político al gobierno hacia el gobierno por caída de cabecillas terroristas, pero que respetarán moción firmada por otros partidos. Sobre operación Camaleón, VicePresidente Marisol Espinoza respondió a Alan García diciendo que cuando el gobierno va bien todos son padres de la criatura</p> <p>3. APLICAN PLAN DE CONTIGENCIA. Controladores aéreos protestaron en el aeropuerto Jorge Chávez en el inicio del paro de 72 horas. Demandan mejoras económicas y técnicas. Algunos vuelos se retrasaron, según CORPAC esto no tuvo que ver con las medidas de fuerza y garantizó la seguridad de las operaciones</p> <p>4. MÁXIMA TENSIÓN EN EGIPTO. Ejército de Egipto reprimió protestas islamistas y desalojó a seguidores de derrocado presidente Mohammed Morsi. Más de 270 muertes dejó la incursión militar, hay 43 policías y 2 periodistas muertos tmb. Mientras q el vicepresidente de Egipto renunció tras matar.</p> <p>5. NO CONVENCÍÓ. Selección peruana de fútbol empató sin goles ante Corea del sur en su última prueba antes del partido ante Uruguay por las eliminatorias mundialistas. El equipo nacional logró mejorar en el 2do tiempo, pero dejó dudas para el próximo encuentro</p>	
<p>22/08/2013</p>	<p>Bradley Manning y su deseo de ser mujer, Propiedad intelectual, Impresora 3D, Críticas al plazo dado a la minería informal, Huelga cafetalera, Paro contra Antamina en Ancash</p>	<p>1. Cafetaleros levantan huelga 2. Congreso: El más corrupto (encuesta de apoyo) 3. Detenidas en chorrillos (noticia sobre mujeres acusadas de tráfico de drogas, 11 kg) 4. Dinero era de programas de juntos (Policía detenido robaba dinero en Yurimaguas) 5. "Soy Chelsea manning" Soldado condenado de 35 años por caso wikileaksmanfiestó su deseo de comenzar una terapia hormonal para ser mujer 6. Estreno de "Sigo siendo" (anuncio)</p>	<p>Regular coincidencia</p>
<p>23/08/2013</p>	<p>Ben Affleck y Batman,</p>	<p>1. Megacomisión contra narcotráfico.</p>	<p>Ninguna</p>

	concentración de medios peruanos, minería ilegal, empezó audiencia contra FavioUrquiza (ex colina)	<ol style="list-style-type: none"> 2. Fujimorismo espera invitación formal. 3. Flores acusa a Keiko de cálculo político 4. Obregón condenada por agresión a periodista 5. Evo Morales: “El país está de luto” (incidente en prisión) 6. Desalojo de proveedores (entradas no serán vendidas en el estadio) 	coincidencia
26/08/2013	El baile de Miley Cyrus, Sonda espacial SOHO, nacimiento de Cortázar	<ol style="list-style-type: none"> 1. “Hay que bajar tono hiriente” Para el PPC es un deber cívico acudir al llamado de una autoridad legítima cuando pide una opinión, expresó Bedoya, líder del PPC 2. “No hay prórroga para mineros informales”, expresó ministro del medio ambiente 3. Víctima número 63 del 2013. Femicidio 4. Nevadas en Puno. Causó muerte de alphacas y obstruyó transto 5. Conflicto en Siria. 	Ninguna coincidencia

Leyenda:

Ninguna coincidencia	0 coincidencias
Baja coincidencia	Solo una noticia de los twiteros fue incluida en la agenda de TV
Regular coincidencia	2 noticias de los twiteros son incluidas en la agenda de TV
Alta coincidencia	Más de tres noticias de los twiteros son incluidas en la agenda de TV