

# **Estudio Cualitativo para el fortalecimiento de medios de comunicación públicos – estatales de Lambayeque, La Libertad, Piura y Cajamarca**

**Luis R. Alarcón Ll.:** Periodista e investigador, con estudios de maestría en la Universidad San Martín de Porres y grado de magister en docencia universitaria por la Universidad César Vallejo. Es el director fundador de la Escuela de CC.CC. de la Universidad Señor de Sipán en Chiclayo desde donde mueve una línea de investigaciones en derecho de acceso a la información pública con la participación de docentes y alumnos desde 2006 y estudios de opinión ciudadana y contenidos de medios desde 2009. Entre agosto de 2010 a marzo de 2012 fue cabeza de la Red Nacional Anticorrupción para la Región Lambayeque, una iniciativa de Proética. Desde marzo de 2011 es monitor de libre expresión del Instituto Prensa y Sociedad de Perú (IPYS) y como tal coordinador del Grupo de Metodología de IFEX – ALC, grupo de 19 ONG de toda América Latina y el Caribe.

(Con la asistencia de Sharon Paredes D., Yannlui Velásquez G. y Cesar Romero V.<sup>1</sup>)

---

## **Antecedentes**

Tal y como se autodefine, el CONCORTV es un órgano autónomo, plural y consultivo adscrito al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, cuya finalidad es propiciar buenas prácticas en la radio y televisión peruanas a través de la producción de información confiable y el diálogo entre todos los actores involucrados. Fue creado por la Ley de Radio y Televisión (2004) y tiene como finalidad propiciar buenas prácticas en la radio y televisión en el Perú. Lo componen diez instituciones representativas de la sociedad, la empresa y el Estado. “En este sentido, no se rige por los intereses particulares de los sectores que lo integran, y por tanto, en las decisiones que se toman priman los intereses generales del país y de sus ciudadanos.”<sup>2</sup>

Son básicamente las Funciones del CONCORTV:

- Actuar como veedores en los concursos públicos donde se otorgan las autorizaciones para brindar los servicios de radio y televisión.
- Establecer un sistema de otorgamiento anual de premios y reconocimientos a personas u organizaciones que contribuyan al desarrollo integral y cultural del país mediante su trabajo en la radio y/o televisión.
- Propiciar investigaciones académicas que promuevan el mejoramiento de la radio y televisión.

---

<sup>1</sup> Docentes investigadores de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de Universidad Señor de Sipán.

<sup>2</sup> CONCORTV. Nosotros. Ver: <http://www.concortv.gob.pe/index.php/el-concortv/nosotros/el-concortv.html>

- Apoyar iniciativas con fines académicos para la preservación y archivo de los programas de producción nacional transmitidos en la radio y televisión.
- Emitir una opinión no vinculante dentro del procedimiento administrativo sancionador a los servicios de radio y televisión, cuando se cometan infracciones.
- Proponer al Ministerio de Transportes y Comunicaciones la celebración de convenios nacionales e internacionales que permitan el desarrollo de la radio y televisión.
- Participar en las Audiencias Públicas que organice el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- Participar en la elaboración del Plan Nacional de Asignación de Frecuencias.
- Participar en la elaboración del Proyecto de Ley de Radiodifusión Estatal y en la recomendación del estándar de Televisión Digital Terrestre a ser adoptado en el Perú.<sup>3</sup>

Desde hace varios años el CONCORTV viene impulsando el debate y discusión de la propuesta de ley de radio y televisión, recogiendo de ciudadanos y ciudadanas, en algunos puntos del país y de diversos sectores, su opinión para configurar una política de comunicación que garantice una radio y televisión públicas. Como ha recapitulado Castañeda, entre las principales recomendaciones encontradas están: redefinir la radio y TV estatal-pública, regular los medios públicos no importa su origen (ejecutivo, municipalidades, regiones, universidades), garantizar una programación inclusiva, participación de la ciudadanía, garantizar su autonomía e independencia, favorecer la descentralización comunicativa, aprovechar los avances tecnológicos de la TV digital para renovar la radio y televisión del país.

Si bien los resultados plantean recomendaciones específicas para los medios públicos en general, éstas se basan principalmente en recuperar los medios estatales en medios públicos, dada las complejas condiciones en que los medios del estado (ejecutivo, gobiernos regionales y municipales) ejercen la tenencia, producción y emisión de dichos medios. Sin embargo la consulta evidencia la ausencia de un debate específico sobre los cambios y ajustes necesarios en la dimensión legal, organizativa, técnica y comunicativa de la radio y televisión universitaria, su articulación con la comunidad académica (...)<sup>4</sup>

Esa reflexión se puede extrapolar a toda la TV y radio pública-estatal a nivel local y regional, con foco en una lectura regional o zonal, para procurar un debate que verdaderamente promueva articulación con la ciudadanía, su rol en el desarrollo y fortalecimiento de la democracia, marco necesario para la redefinición de medios de los gobiernos locales y regionales en medios públicos – estatales a lo largo del país.

Por ejemplo, la zona norte del país, que a 2013 nuclea un buen número del total de las 52 radios y 29 televisoras vinculadas a municipalidades y 2 televisoras vinculadas a gobiernos regionales. De hecho es para todo el Perú, Ancash la región de mayor número de medios públicos-estatales dependientes de gobiernos locales: 13 radioemisoras y 6 televisoras, del total de sus 20 (14 radios y siempre 6 televisoras). Otra región importante en el norte en este ranking es Cajamarca, con 10

<sup>3</sup> CONCORTV. Funciones. Disponible en: <http://www.concortv.gob.pe/index.php/el-concortv/nosotros/funciones.html>

<sup>4</sup> Castañeda, M. (2011). Diagnóstico situacional de los medios públicos universitarios. Lima, Perú: CONCORTV. P. 2.

medios públicos-estatales en total, 8 de estos están vinculados a municipalidades: 6 radioemisoras y 2 televisoras.<sup>5</sup>

Es así, que el presente estudio se propone explorar la situación de medios públicos-estatales para una zona específica del norte del país, con el propósito de levantar información sobre las condiciones en que operan para arribar a conclusiones que puedan a su vez ser insumos para recomendaciones de cara a procurar su fortalecimiento.

## Descripción del estudio

### Objetivo General

Diseñar lineamientos para promover el fortalecimiento de las radios y televisoras públicas-estatales a nivel local y regional de Lambayeque, La Libertad, Piura y Cajamarca.

### Objetivos específicos

- Identificar la situación legal, técnica e institucional de la radio y televisión pública-estatal a nivel local y regional de Lambayeque, La Libertad, Piura y Cajamarca.
- Analizar las características de las tendencias en la oferta comunicativa de la radio y televisión pública-estatal a nivel local y regional de Lambayeque, La Libertad, Piura y Cajamarca.
- Conocer los intereses, demandas y necesidades de los públicos internos y externos de las experiencias de radios y televisoras públicas-estatales a nivel local y regional a partir de dos casos emblemáticos.
- Elaborar una propuesta para el fortalecimiento de la situación de la radio y televisión pública-estatal a nivel local y regional para Lambayeque, La Libertad, Piura y Cajamarca.

### Metodología del estudio

El estudio tuvo cuatro etapas: 1) revisión documentaria y confección de agendas de contactos, 2) elaboración de directorio y realización de entrevistas a directivos, funcionarios de gobiernos locales y líderes sociales en las zonas de análisis, 3) identificación de las experiencias de radio y TV públicas – estatales, y 4) análisis de resultados, elaboración de resultados y propuesta de recomendaciones.

---

<sup>5</sup> CONCERTV (2013). Estadísticas de la radio y televisión en el Perú 2013. Lima, Perú. P. 18.

El estudio se planteó abordar los medios públicos – estatales de gobiernos en el número y nombres que se detalla, aunque después la realidad nos recordara ciertas distancias entre nuestros propósitos y lo finalmente obtenido.<sup>6</sup>

Cuadro 1: Número de medios públicos – estatales para el estudio, por Región

Región	Nº
Cajamarca	8
Lambayeque	0
La Libertad	1
Piura	4

Fuente: Elaboración propia en base a información del Concoartv (Estadísticas de la Radio y TV en el Perú 2013)

Cuadro 2: Medios públicos – estatales para el presente estudio por municipalidad, tipo y región

Nº	Municipalidad	Tipo	Región
1	Municipalidad Distrital de La Coipa	Radio	Cajamarca
2	Municipalidad Distrital de Tabaconas	Radio	Cajamarca
3	Municipalidad Provincial de Jaén	Radio	Cajamarca
4	Municipalidad Provincial de San Ignacio	Radio	Cajamarca
5	Municipalidad Provincial de San Marcos	Radio	Cajamarca
6	Municipalidad Provincial de Cutervo	Radio	Cajamarca
7	Municipalidad Provincial de Paita	Radio	Piura
8	Municipalidad Provincial de Cajabamba	TV	Cajamarca
9	Municipalidad Provincial de Cutervo	TV	Cajamarca
10	Municipal Distrital de Máncora	TV	Piura
11	Municipal Provincial de Ayabaca	TV	Piura
12	Municipal Provincial de Paita	TV	Piura
13	Municipal Provincial de Virú	TV	La Libertad

Fuente: Elaboración propia en base a información del Concoartv (Estadísticas de la Radio y TV en el Perú 2013)

<sup>6</sup> Algunos medios no operaban como tales, fue imposible acceder físicamente a uno por cuestiones de la naturaleza y en otros casos el cerramiento de las autoridades hizo inviable el acceso a data. (Se detalla más adelante)

El enfoque de investigación que se siguió fue cualitativo, ya que buscó no sólo describir sino comprender y explicar las características de la situación actual de la radio y TV de los gobiernos locales estudiados.

Cuadro 3: Tipos de instrumentos aplicados para el presente estudio

<b>Tipo de instrumento</b>	<b>Lugar</b>	<b>Nº</b>	<b>Criterios y / o uso</b>
Entrevista directa a los directores / editores de los medios públicos - estatales	Cajamarca, La Libertad y Piura	6	Personas con rol clave en la dirección institucional del medio
Entrevista directa a los Jefes de Programación de los medios públicos - estatales	Cajamarca, La Libertad y Piura	3	Personas con rol clave en la programación del medio
Entrevista directa a autoridades y funcionarios de gobiernos locales	Cajamarca, La Libertad y Piura	8	Personas con rol clave en la intereses políticos y línea editorial del medio
Entrevista directa a actores de sociedad civil	Cajamarca, La Libertad y Piura	12	Personas con rol clave en la programación del medio
Revisión de página web del MTC	Perú	1	Informes de concursos públicos y estadísticas
Revisión de página web del CONCORTV	Perú	1	Informes de legislación y estadísticas
Revisión de textos sobre conceptos relacionados a radio y TV pública - estatal	Latinoamérica	18	Conceptualizaciones

## Breve conceptualización sobre los medios públicos - estatales

### ¿Una definición?

Tres de las acepciones del término público podrían dar luces para el entendimiento del espectro de los medios públicos: “3. adj. [...] potestad, jurisdicción y autoridad para hacer algo, como contrapuesto a privado; “4. adj. Perteneciente o relativo al Estado o a otra administración. Colegio, hospital público” (pero también, por ejemplo, fondos públicos); “5. m. Común del pueblo o ciudad.”<sup>7</sup>

Con esos considerandos, un medio público será contrapuesto a los medios privados (en su naturaleza, cobertura, oferta, fines); pertenecerá al estado (o sea a todos); y guardará intereses del pueblo en su comunidad.

Se puede, entonces, tentar definir un medio público – estatal como aquel que procurado por el Estado busca cubrir necesidades informativas, educativas, culturales, etc. de una sociedad. Esta aproximación, básica y blanca, presupone que no haya ningún otro interés ni propósito en su manejo fuera de los de la propia ciudadanía, completa y compleja.

Una justificación fundamental existe para su emergencia. Los medios de servicio público "buscan que la misma libertad de expresión y de prensa que gozan los medios privados de comunicación y los grupos dominantes la gocen también todos los grupos sociales, especialmente aquellos a los cuales se dirigen los esfuerzos gubernamentales para redimirlos de su perenne atraso y pobreza", ha anotado hace más de tres décadas Schenkel.<sup>8</sup>

Para decirlo en palabras más conciliadoras pero siempre realistas: “Un medio público, rompiendo ese peligrosísimo monopolio de la palabra, abre sus micrófonos y sus pantallas prioritariamente para esa inmensa mayoría silenciosa (¿o silenciada?), sin voz ni imagen pública.”<sup>9</sup>

Trejo Delarbre ha recapitulado tres características, que, en principio, deben de cruzarse para que un medio pueda ser verdaderamente público – estatal: 1) Ser financiado total o parcialmente con recursos fiscales, 2) Tener autonomía del gobierno que lo gestiona y 3) Contar con espacios de participación / retroalimentación de la sociedad.<sup>10</sup>

Sobre el primer punto acotar, que al tratarse de fondos del estado se entiende que son también de todos los contribuyentes, una justificación más para su independencia en sus propósitos:

---

<sup>7</sup> RAE (2013). Diccionario de la Lengua Española. Avance de la vigésima tercera edición. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=público>

<sup>8</sup> Schenkel, P. et al (1981). Políticas nacionales de comunicación. Quito, Ecuador: Ciespal. Colección Intiyán. P. 64.

<sup>9</sup> Radialistas apasionados y apasionadas (2012). Medios públicos: Ágoras democráticas. Disponible en: <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400420>

<sup>10</sup> Trejo D., R. (2006). Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos. México, México: GEDISA. P. 204.

Un medio público, por la elemental razón de ser costeado por la población, por todos los contribuyentes, se debe a esa población. No puede responder a una lógica comercial (ganar clientes) ni a una lógica partidaria (ganar votos) ni a una lógica religiosa (ganar devotos). Un medio público tiene que ser tan pluralista como laico.<sup>11</sup>

La participación de la ciudadanía es vital para la existencia *per se* de los medios públicos – estatales. E insistiremos en esas colectividades de las que otros medios no se ocupan, desatienden e incluso no visibilizan, y que pueden estar en algún grupo generacional (como niños o adultos mayores), tal vez un estrato de género (mujer, poblaciones LGTB), quizás un grupo social muy definido (indígenas, migrantes). Pero también insistiremos, no distantes, de esas poblaciones en ciertos temas en que los medios privados no encallan con profundidad:

[...] ciertos tópicos que en su cobertura a nivel de medios de comunicación afectan los valores, causan polémicas y han merecido la preocupación de los estados, la academia y la sociedad civil. El Desarrollo, la Niñez, la Violencia contra la Mujer, la Corrupción, el Medio Ambiente y la Seguridad Ciudadana representan en nuestro contexto nacional y regional, pero también en un panorama mundial, algunos de los más sensibles temas que pueden cubrir los medios, por su estrecha relación con los derechos humanos.<sup>12</sup>

### **Lo público frente a lo gubernamental**

Castañeda prefiere llevar el debate de los medios públicos – estatales no a su “deber ser” sino a su “ser”, es decir lo que finalmente hacen en realidad.

Lo que va a marcar su sentido y accionar, no es tanto la conceptualización o definición que podamos hacer de ellos, sino la forma en que estos se han constituido políticamente. Es un hecho que los medios públicos en Europa y Estados Unidos son distintos a los de Latinoamérica los cuales tienen un sesgo marcadamente estatal o gubernamental y han servido más de instrumentos de propaganda o para promover la imagen de las autoridades de turno.<sup>13</sup>

Otra vez el diccionario puede darnos luces sobre una semántica que en la práctica se atropella de confundir lo estatal con lo gubernamental. En tanto estatal es “1. adj. Perteneciente o relativo al Estado”, siendo estado “6. m. Forma de organización política, dotada de poder soberano e independiente, que integra la población de un territorio”, lo gubernamental se circunscribe a lo “1. adj. Perteneciente o relativo al gobierno del Estado” y “2. adj. Partidario del gobierno o de la autoridad que representa. U. t. c.”, entendido el gobierno como el “2. m. Órgano superior del poder ejecutivo de un Estado o de una comunidad política.”<sup>14</sup>

<sup>11</sup> Radialistas apasionados y apasionadas (2012). Op. cit.

<sup>12</sup> Alarcón, L. (2013). Medios de comunicación y tratamiento de temas sensibles: percepción y expectativas de los habitantes de la Región Lambayeque – 2012. En Revista científica Tzhoecoen, vol. 5, No 2. Pp. 56 -57.

<sup>13</sup> Castañeda, M. (2011). Op. cit. P. 4.

<sup>14</sup> RAE (2013). Op. cit. Todos los términos disponibles en: <http://lema.rae.es/drae/>

Castañeda misma ya había recordado que el estado debía asumir políticas públicas, en conjunto con los medios de comunicación y la Sociedad civil para impulsar la promoción y el acceso de la comunicación como derecho ciudadano pro el bienestar público. Y que esta relación de triada la libertad verdadera de prensa debía contemplar no solo la empresa sino también al ciudadano; apostar por la calidad ética y la calidad informativa, así como la inclusión de nuevos actores en la agenda pública; la elaboración de criterios orientadores de cara a una representación que más allá de la elección se amplíe hacia el diálogo, la concertación. “En esa línea del uso de los medios del estado estos deben de redefinirse como medios públicos”<sup>15</sup>

Como ha reseñado Berlín, las políticas estatales de comunicación en América Latina, datan de los 70 del siglo XX, “época de especial sentido crítico del estado latinoamericano que cuestiona desde diversos sectores los modelos verticales y comerciales de comunicación, añadiéndole la variante de coadyuvante para el desarrollo nacional”.<sup>16</sup> Aunque en el camino hayan perdido su norte, y lo gubernamental haya ganado terreno a lo público - estatal.

El I Congreso de Radiodifusión Estatal realizado por el ConcorTV, en noviembre de 2006, ya había previsto tres pasos para avanzar de pasar de tener medios estatales a medios públicos:

- Contar con procesos de mejoramiento de la radiodifusión estatal enmarcados en procesos de Reforma del Estado (que permita fortalecer la relación Estado – Sociedad civil).
- Pensar los contenidos y la programación desde un proyecto de comunicación que apunte a promover el ejercicio de la ciudadanía.
- Descentralizar los medios públicos (que no se reduzca a un canal de TV estatal de muchas retransmisoras y a una gran radio nacional que operen ambos desde Lima).<sup>17</sup>

### **Las distancias de lo público y lo privado en los medios**

Berlín insiste en que inspirada en principios democráticos una política nacional de comunicación (PNC) debe de velar por la conveniencia de salvaguardar una clara división funcional entre los medios privados comerciales y los medios educativos y culturales del Estado, además. “Las dependencias entrañables y hasta perversas de los medios latinoamericanos hacia su origen

---

<sup>15</sup> Castañeda, M. (2007). Las Políticas públicas de comunicación: de medios del estado a medios públicos. En Primer Congreso internacional de radio y TV estatal: una agenda pendiente... Lima, Perú: ConcorTV. Pp. 143 – 145.

<sup>16</sup> Berlín V., I. (1998). Radio: Los medios de servicio público: América y Europa - Apuntes para un diagnóstico. En Revista Latina de comunicación social. No 7. Tenerife, España.

<sup>17</sup> CONCORTV (2007). Primer Congreso internacional de radio y TV estatal: una agenda pendiente... Lima, Perú. Pp. 7 – 8.

financiero y conceptual han sido factores del quiebre del modelo en nuestros países como se ve una y otra vez”.<sup>18</sup>

Podríamos sumar preocupación más aun cuando en sociedades como la peruana, el síndrome de lo privado en cuanto a medios de comunicación raya en la concentración de muchos de éstos en manos de pocos. Como ha señalado Acevedo:

El alto nivel de concentración mediática en nuestro país configura una barrera de carácter estructural al pluralismo y limita seriamente la libertad de expresión, si se entiende que ésta no es un derecho exclusivo de los principales grupos mediáticos ni de los periodistas que trabajan en ellos. La estructura de propiedad de los medios de comunicación, tradicionalmente utilizados como vehículos de influencia de los grupos de poder económico, posibilita el predominio de ciertas visiones y discursos sobre la economía y la política, sobre las autoridades y su desempeño, respecto del escenario internacional, sobre los conflictos sociales y sus causas y, en general, sobre la vida social, económica y política del país. La concentración impide la construcción de un espacio público mediático más democrático y plural.<sup>19</sup>

Estudiando la concentración de medios en Uruguay, Lanza y Buquet han recordado lo que sostiene la Corte Interamericana de Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos (CIDH - OEA): “la radiodifusión sigue siendo la fuente más importante de información para la mayoría de los pueblos del mundo” y que la “promoción de la diversidad debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión”. Reza el artículo 12 de la Declaración de Principios de la Libertad de Expresión de la CIDH: “Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos”.<sup>20</sup>

### **Un sistema centralista de medios**

Pero incluso un elemento más. A la concentración mediática de medios privados se suma el carácter centralista del sistema de medios en el Perú, con lo que la situación se hace más crítica aun. Algo que no ha sido superado todavía por una legislación inclusiva y operativa. “[...] las cadenas de radio y televisión con sede en la capital transmiten más del 90% de contenidos producidos o programados en Lima”.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Berlín V., I. (1998). Op. cit.

<sup>19</sup> Acevedo, J. (2011). La concentración mediática es la principal amenaza para la libertad de expresión. Disponible en: <http://alainet.org/active/51238>

<sup>20</sup> Lanza, E. y Buquet, G. (2011). La Televisión privada comercial en Uruguay. Caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la facturación. Montevideo, Uruguay: Friedrich – Ebert –Stiftung. P. 10.

<sup>21</sup> Acevedo, J. (2011). Op. cit.

El centralismo informativo, tipología centralista ejercida desde los medios de comunicación, se inscribe en un todo estructural mayor cuyo estudio ha reducido su visión a los terrenos de las ciencias políticas, las ciencias económicas o el derecho, es cierto, pero que como un pulpo abraza con sus tentáculos varias esferas sociales en la práctica. Así, el centralismo puede observarse a nivel cultural y educativo<sup>22</sup>, la investigación científica<sup>23</sup>, y también -en una estrecha relación con lo anterior- desde los medios de comunicación.<sup>24</sup>

“El centralismo informativo [...] consiste en la concentración de la información en los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, agencias, etc.) [...] y cuyo enfoque periodístico y distribución de las noticias entre las regiones del país recae en relativamente pocas personas, que la mayor de las veces, desconocen la realidad de esas zonas y, por lo tanto, las necesidades que tienen en la materia”.<sup>25</sup>

El centralismo informativo es culpable de que desde los medios de comunicación autodenominados nacionales o regionales y afincados en ciudades capitales (ya en departamento, región o país) la cobertura noticiosa se limite a ocurrencias enmarcadas en las fronteras de, precisamente, la ciudad capital de donde emiten o publican. Y cuando se ocupan de la periferia, los hechos noticiosos portan una carga negativa.<sup>26</sup>

El centralismo informativo, lógicamente, aporta al centralismo en general; o sea, contribuye a esa esfera de vida pública parcial e injusta.

“El bajo porcentaje de temas regionales -especialmente relacionados con desarrollo y cultura- en la prensa, reafirma que los medios son el reflejo de los criterios centralistas del país. Al mismo tiempo conducen a cuestionar el rol que estos cumplen para intentar

<sup>22</sup> En un documento académico, una especialista en educación y tecnologías postula estrategias para “plantear un corrimiento del actual centralismo de la cultura letrada”. Bergomás, G. A. (2005). Las Alfabetizaciones múltiples como eje de la alfabetización docente. En Razón y Palabra, N° 63. México, México. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/gbergomas.html>

<sup>23</sup> Rodríguez S., M. (2007). Prensa e identidad regional. En Légete estudios de comunicación y sociedad, N° 9. Concepción, Chile: Universidad Católica de la Santísima Concepción. P. 36.

<sup>24</sup> Se reconoce en los medios -sobre un estudio aplicado en México- una “gestión mayoritariamente acrítica, su vinculación inorgánica con las necesidades prioritarias de nuestra sociedad, su alto centralismo [...]”. Esteinou M., J. (2003). Ecología, medios de comunicación y cambio de la conciencia humana. En Razón y Palabra, N° 18. México, México. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n18/18jesteinou.html>

<sup>25</sup> González V., C. (1997). Propuesta general para la creación de una agencia regional de información en el Noroeste de México. Sonora, México: Universidad de Sonora. P. 35. Disponible en: [http://www.biblioteca.uson.mx/digital/tesis/dig\\_TesisWebDet.asp?h\\_opcion=INDICE&h\\_valor=P](http://www.biblioteca.uson.mx/digital/tesis/dig_TesisWebDet.asp?h_opcion=INDICE&h_valor=P)

<sup>26</sup> “En cuanto al análisis de contenidos, nos delata que las notas muy pocas veces están relacionadas con el desarrollo y que se favorece lo policial. Por otro lado, el ciudadano común casi nunca es el actor central [...]”. Alarcón, L. (2011). El Centralismo informativo y la cobertura de medios en Lambayeque, 2009 – 2010. En Otras voces, otras imágenes: radio y TV local en el Perú. Lima, Perú: PUCP. P. 108.

revertir el fenómeno y motivan a una revisión de los procesos de producción y selección de las noticias, en busca de otras respuestas.

La escasa atención de los principales MCM a los procesos regionales, desde toda perspectiva, acentúa los criterios centralistas y desconoce el valor de las ricas identidades nacionales en la imagen global de país”<sup>27</sup>

El centralismo informativo es injustificable, más cuando los medios se ofertan como nacionales o regionales.<sup>28</sup> La responsabilidad de los medios en cuanto a la apuesta por lo positivo, la diversidad de sus públicos, queda radicalmente a un lado por el centralismo.

“El inusitado despliegue noticioso sobre la provincia [...] lleva a preguntarse a un lector por qué las provincias pequeñas, el resto del país como él las llama, aparecen en la prensa únicamente cuando hay tragedias.

[...]

Lo primero que habría que poner en duda, ciertamente, es el carácter nacional de los medios de comunicación, especialmente de la prensa y la radio. Estamos frente a medios que responden a sus espacios más inmediatos, a sus principales mercados, y a los problemas de sus audiencias y lectores más directos.”<sup>29</sup>

Dentro del centralismo informativo, E. Vera ha reconocido lo que ha llamado centralismo *opinativo*: “tendencia desproporcionada a percibir y asumir los temas de discusión pública nacional desde la perspectiva de un centro hegemónico”. Así, los medios de comunicación, líderes de opinión, empresas encuestadoras, etc., desde un centro de opinión, sin conocimiento mayor de la periferia, profundizan un visión parcial de la realidad.<sup>30</sup>

El fenómeno del centralismo informativo, ocurre en la Región, en México, Costa Rica, Chile y Perú, como recoge siempre Vera, enfatizando en el caso peruano: “La opinión desde Lima o producida

<sup>27</sup> Stambuk M., P. (1999). El Desequilibrio informativo en Chile: discriminación de la noticia regional en la prensa nacional. En Revista Latina de Comunicación Social, N° 14. Tenerife, España. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/icom98/133valparaiso.htm>

<sup>28</sup> “Hablamos de prensa regional cuando queremos decir prensa de regiones. Esto es lo primero que debe definirse, que en sentido estricto no tenemos diarios regionales, aunque sí tengamos diarios en las distintas regiones, los que vienen a representar hoy en día un valioso instrumento para el desarrollo de la identidad regional”. Rodríguez S., M. (2007). Op. cit. P. 36.

<sup>29</sup> EXPLORED (1999). Centralismo informativo. Disponible en: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/centralismo-informativo-15635-15635.html>

<sup>30</sup> Vera, E. (2009). Centralismo opinativo en el Perú: otra práctica autoritaria. Disponible en: <http://autocosmofilia.blogspot.com/2009/08/centralismo-opinativo-en-el-peru-otra.html>

en Lima es la apreciación correcta y adecuadamente informada de lo nacional; es decir, el 'interior' no produce hechos ni información relevante para la discusión pública de lo nacional".<sup>31</sup>

### **En resumen**

Es con esas premisas que los medios públicos – estatales adquieren su sentido: procurar una oferta mediática –y todas las bondades que eso supone- para equilibrar una oferta privada cuyo accionar, como se sabe, se desenvuelve ante las exigencias del rating, el lucro, las leyes del mercado y sus bemoles, en suma, además -por cuestiones de centralismo- distante de los públicos en sus coberturas, su acercamiento, su participación como ciudadanos, y la generación de opinión que los considere ciertamente.

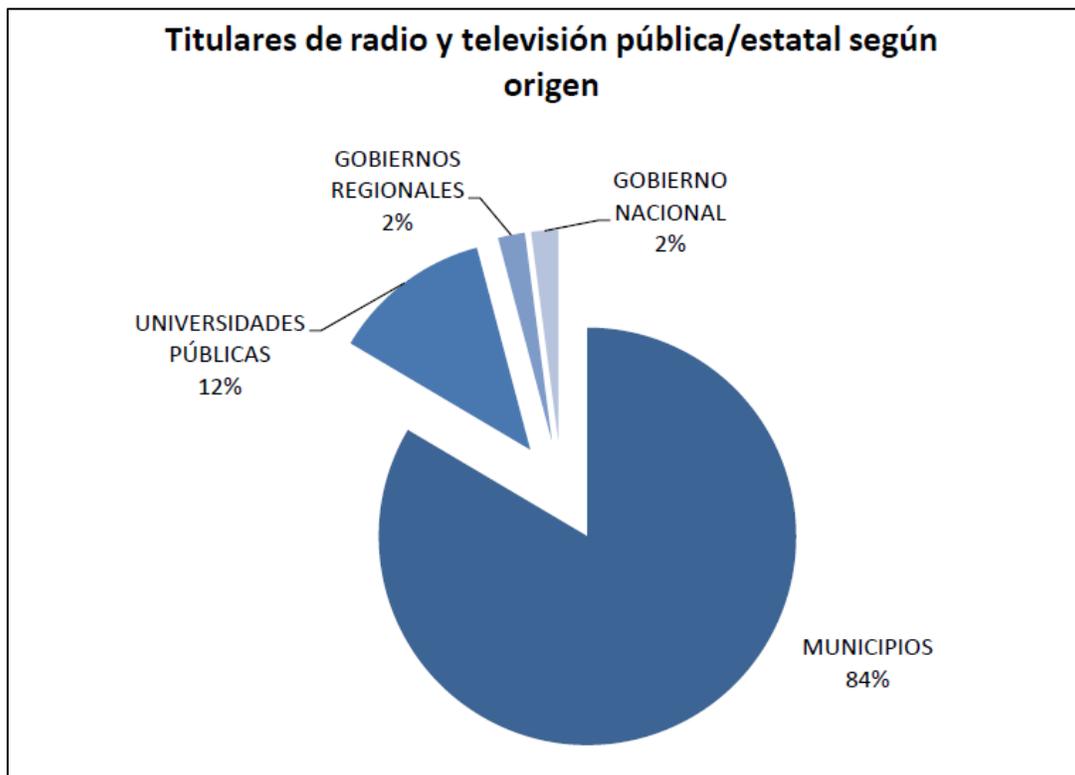
---

<sup>31</sup> Vera, E. (2009). Op.cit.

## Aproximación sobre la situación de la radio y TV pública – estatal peruana zona norte

### Las pistas de las estadísticas

En el Perú, al año 2013, el número de estaciones de radio y TV a nivel nacional suman 4,694 (3,421 radios y 1273 televisoras). De este número, 3,560 (el 76%) tienen licencias comerciales y 1,133 (24%) licencias educativas. Apenas 97 son medios públicos – estatales, correspondientes a medios de universidades, de municipalidades provinciales y distritales, gobiernos regionales y al IRTP.<sup>32</sup>



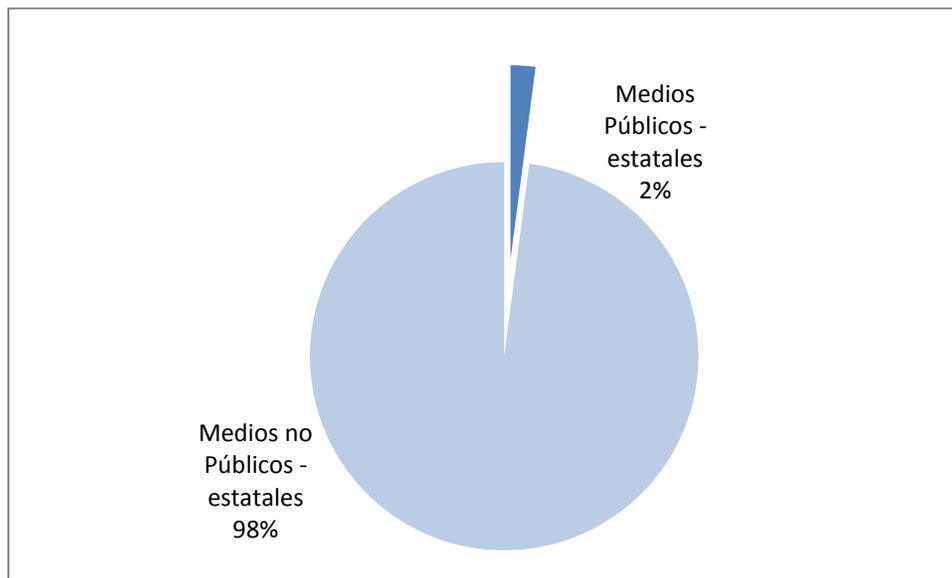
Fuente: Estadísticas de Radio y TV en el Perú 2013. ConcorTV.

Aunque en términos porcentuales, las municipalidades manejan el promedio de medios públicos - estatales en el Perú, frente a una poca presencia de universidades públicas y de una casi imperceptible participación de gobiernos regionales y el propio gobierno nacional, en la práctica no sólo estamos hablando de sólo 86 radios y televisoras públicas – estatales en manos de municipalidades para todo el país frente a los más de 4,600 radios y televisoras privadas, sino además que puede estar pasando con las emisoras públicas – estatales que nos ocupan el ser objeto de los bajos niveles de sintonía, tal y como ocurre en el resto de Latinoamérica.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> CONCOR TV (2013). Op cit. Pp. 3 - 16.

<sup>33</sup> Fuenzalida, V. (2006). *Reformas en la TV pública de América Latina*. En De lo Estatal a lo público: ¿Medios de quién para qué? Lima, Perú: Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social. Pp. 19 – 20.

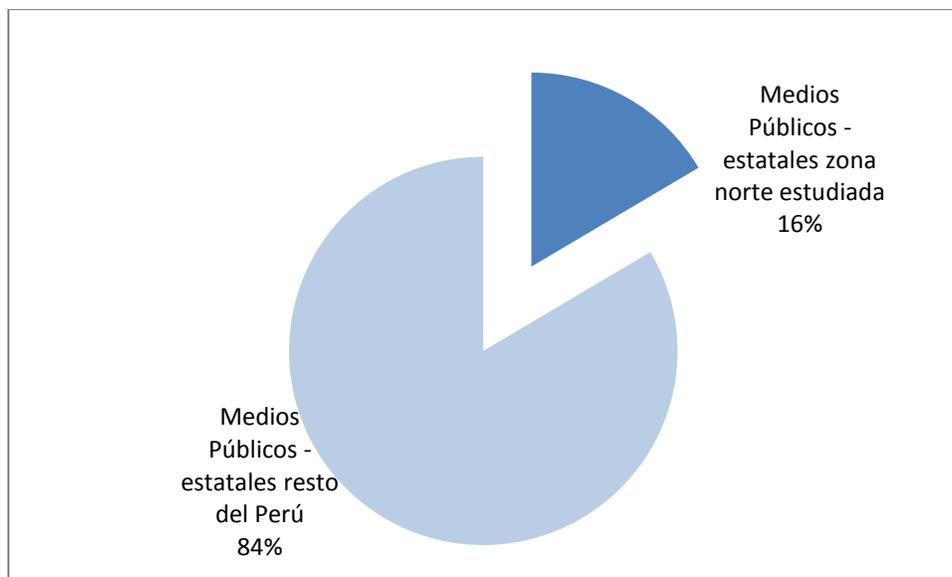
**Grafico 1: Comparación entre medios públicos y no públicos en Perú**



Fuente: Elaboración propia en base a información del Concoartv (Estadísticas de la Radio y TV en el Perú 2013)

En efecto, los medios públicos – estatales son apenas una minúscula porción de todos los que operan en el país, y que son en órdenes muy superiores en números radioemisoras y televisoras privadas.

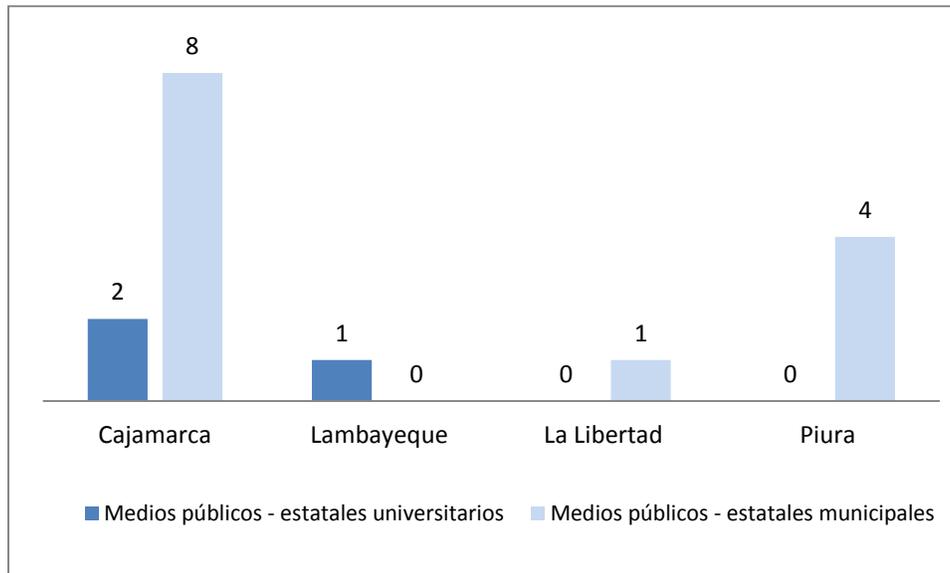
**Grafico 2: Comparación entre el total de medios públicos del Perú y zona norte estudiada**



Fuente: Elaboración propia en base a información del Concoartv (Estadísticas de la Radio y TV en el Perú 2013)

Algunas de estas radioemisoras y televisoras se hallan en la macro región norte. De hecho, el 16% se encuentra en las regiones de Cajamarca, Lambayeque, la Libertad y Piura, en algunas de sus municipalidades provinciales o distritales o en alguna universidad.

**Grafico 3: Comparación entre tipos de medios públicos de la zona norte estudiada**



Fuente: Elaboración propia en base a información del Concoartv (Estadísticas de la Radio y TV en el Perú 2013)

Una sola región de las de la zona norte de nuestra investigación no presentaba un medio público – estatal municipal: Lambayeque. La tenencia de estos de parte del resto de regiones es dispar como se aprecia en el gráfico precedente.

Para el estudio, contactamos con varios de los funcionarios a cargo de los medios públicos – estatales estudiados según regiones y municipalidades, de quienes recogimos información de primera mano. Y también a representantes de la sociedad civil, en una visita in situ. El único medio (una radio) al que fue imposible acceder fue al de la Municipalidad Distrital Tabaconas en Cajamarca, fue imposible dada una temporada de lluvias que mantiene incomunicado al distrito.

Siempre en Cajamarca, pese a contar con licencia para una radio, la Municipalidad Provincial de Jaén no emite señal. En la Municipalidad Provincial de San Marcos, el cerramiento institucional impidió cualquier acceso a detalles de su radioemisora (hubo problemas hasta para recibarnos una carta de presentación, en lo que incumplen con la Ley 27444, de procesos administrativos). En La Coipa ese cerramiento fue parcial.

En principio, aclarar que no todos los medios se encuentran operativos como tales, pero que tampoco se encuentran sin operar. Muchos no emiten su señal para la que cuentan con autorización y han optado por alquilar o “conseguir” espacios en otros medios comerciales. En Cajamarca, en la Provincia de Cutervo y la Provincia de Cajabamba, sus municipalidades cuentan

con autorizaciones, pero sus señales las limitan a retransmitir; la primera una señal de TV comercial; y la segunda, una señal de otro medio público – estatal, con sede en Lima, TNP. La Municipalidad de Cutervo además alquila un espacio noticioso en Cable Real.

Es el caso también de La Municipalidad de Paita, que no opera su radio, y alquila espacio en radio Nor Perú; la municipalidad de Máncora, que tampoco opera su radioemisora y alquila espacio en dos privadas: Morena y Onda Mix; a la inoperativa televisora de Ayabaca “le ceden” un informativo en TV Cable Mi Cautivo. En sí, ningún medio público – estatal de la Región Piura (de la relación usada del CONCORTV) opera a plenitud. Pero otro medio reciente, sí: una radioemisora de Ayabaca, cuya licencia data de hace dos años, que opera recién y que sumamos al análisis.

En Virú, la única televisora pública – estatal de la región La Libertad su programación es –cuando estaba al aire- casi el 70% en calidad de retransmisora de una señal de TV comercial capitalina.

Cuadro 4: Relación de medios de municipalidades por situación legal y situación operativa

No	Municipalidad	Tipo de Medio	Distrito - Provincia - Región	Situación Legal MTC	Situación Operativa
1	Municipalidad Provincial de Cutervo	Radio	Cutervo - Cutervo - Cajamarca	Autorizado	Sí
2	Municipalidad Provincial de Cutervo	TV	Cutervo - Cutervo - Cajamarca	Autorizado	Sí
3	Municipalidad Provincial de Jaén	TV	Jaén - Jaén - Cajamarca	Autorizado	No
4	Municipalidad Provincial de San Ignacio	Radio	San Ignacio - San Ignacio - Cajamarca	Autorizado	Sí
5	Municipalidad Provincial de San Marcos	Radio	Chancay - San Marcos - Cajamarca	Autorizado	Sí
6	Municipalidad Distrital de la Coipa	Radio	La Coipa - San Ignacio - Cajamarca	Autorizado	Sí
7	Municipalidad Distrital de la Tabaconas	Radio	Tabaconas - San Ignacio - Cajamarca	Autorizado	N /D *
8	Municipalidad Provincial de Cajabamba	TV	Cajabamba - Cajabamba - Cajamarca	Autorizado	Sí
9	Municipalidad Provincial de Virú	TV	Virú - Virú - La Libertad	Autorizado	No
10	Municipalidad Provincial de Paita	Radio	Paita - Paita - Piura	Autorizado	No
11	Municipalidad Provincial de Paita	TV	Paita - Paita - Piura	Autorizado	No

<b>12</b>	Municipalidad Distrital de Máncora	TV	Máncora - Talara - Piura	Autorizado	No
<b>13</b>	Municipalidad Provincial de Ayabaca	TV	Ayabaca - Ayabaca - Piura	Autorizado	No

Elaboración propia en base a información estadística del ConcoTV, visitas in situ y cruce de datos con web del MTC (Autorizaciones de Estaciones de Radiodifusión Sonora y de Radiodifusión Televisiva dispuestos en [http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/concesion/radiodifusion/Autorizadas\\_Sonora.PDF](http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/concesion/radiodifusion/Autorizadas_Sonora.PDF) y [http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/concesion/radiodifusion/Autorizadas\\_Televisión.PDF](http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/concesion/radiodifusion/Autorizadas_Televisión.PDF))

\* No determinado, pues no se accedió al lugar.

Cuadro 5: Relación de representantes de municipalidades contactadas para este estudio

No	Municipalidad	Medio (Nombre)	Distrito - Provincia - Región	Representantes del Medio entrevistado o encuestado
<b>1</b>	Municipalidad Provincial de Cutervo	Radio La Kariñosa	Cutervo - Cutervo - Cajamarca	1 Nombre: Elver Hoyos Cabrera Cargo: Jefe del área de Imagen y Comunicaciones Celular: 942095882 E-mail: edin_ah9@hotmail.com  2 Nombre: Edin Altamirano Herrera Cargo: Regidor Celular: 970002873 E-mail: edin_ah9@hotmail.com
<b>2</b>	Municipalidad Provincial de Cutervo	América TV (Retransmisión)	Cutervo - Cutervo - Cajamarca	1 Nombre: Elver Hoyos Cabrera Cargo: Jefe del área de Imagen y Comunicaciones Celular: 942095882 E-mail: edin_ah9@hotmail.com  2 Nombre: Edin Altamirano Herrera Cargo: Regidor Celular: 970002873 E-mail: edin_ah9@hotmail.com
<b>3</b>	Municipalidad Provincial de San Ignacio	Radio Diplomat	San Ignacio - San Ignacio - Cajamarca	1 Nombre: Carlos Quintana Litano Cargo: Jefe imagen Institucional Celular: 970049716 E-mail: carlosquintana15@hotmail.com  2 Nombre: José Salazar Aldaz Cargo: Regidor Celular: 973999226 E-mail: choqueko@yahoo.es

<b>4</b>	Municipalidad Distrital de la Coipa	Radio La Coipa	La Coipa - San Ignacio - Cajamarca	<p>1 Nombre: Manuel Pazo Galan. Cargo: Gerente Municipal Celular: E -mail: www.facebook.com/manueljesus.pazogalan</p> <p>2 Nombre: Ramiro Cruz Ramírez Cargo: Ciudadano Celular: E -mail: cruzramiro1@hotmail.com</p>
<b>5</b>	Municipalidad Provincial de Cajabamba	Televisión Nacional del Perú (Retransmisión)	Cajabamba - Cajabamba - Cajamarca	<p>1 Nombre: Rafael Moreno Vásquez Cargo: Jefe de Imagen institucional Celular: 981873278 E -mail:</p> <p>2 Nombre: Martha Martínez Merino Cargo: teniente Alcalde Celular: #010179 E -mail:</p>
<b>6</b>	Municipalidad Provincial de Virú	TV	Virú - Virú - La Libertad	<p>1 Nombre: Carmen Elvira Margarita Morales Loyola Cargo: Gerente/ Director / editor, etc. Celular: 969979768 E -mail: k_rmita@hotmail.com</p>
<b>7</b>	Municipalidad Provincial de Paita	Radio (Espacio alquilado en Radio Nor Perú)	Paita - Paita - Piura	<p>1 Nombre: Ronal Alburqueque Vásquez Cargo: Coordinador de Pograma Celular: RPM #968906369- Mov.968906369 E -mail: ronalburqueque@gmail.com</p> <p>2 Nombre: David Anibal Guevara Benites Cargo: Jefe de Imagen Institucional y Comunicaciones- Municipalidad de Paita. Celular: 96296640 E -mail: Davidguevaraben@hotmail.com</p>

<b>8</b>	Municipalidad Distrital de Máncora	Radio (Espacio alquilado en Radio Morena y Onda Mix)	Máncora - Talara - Piura	1 Nombre: Anibal Bayadolid Zapata Cargo: Coordinador de medios (Radio Morena y Onda Mix) Celular: Mov. 947030753 - RPM # 947030753 E -mail: anibal_91_1@hotmail.com  2 Nombre: Sandra Pintado López Cargo: Jefa de Imagen Institucional y Turismo de la Municipalidad de Máncora. Celular: 990877857 E -mail: O.imagen@mancora.gob.pe
<b>9</b>	Municipalidad Provincial de Ayabaca	TV (TV Super cable Mi Cautivo)	Ayabaca - Ayabaca - Piura	1 Nombre: Alberto Calle García Cargo: Coordinador de TV Super Cable Mi Cautivo. Celular:RPM *954401376 - Mov. 954401376 E -mail:lualcg_10@htomail.com
<b>10</b>	Municipalidad Provincial de Ayabaca	Radio (La voz del Campesino)	Ayabaca - Ayabaca - Piura	1 Nombre: Franco Rodrigo Yanayaco Mijahuanga Cargo: Coordinador de Radio Municipal “La voz del campesino”. Celular: Mov. 968064620 - RPM *614620 E -mail: richard_yana@hotmail.com  2 Nombre: Edwin Paucar Troncos Cargo: Jefe de Secretaría General e Imagen Institucional. Celular: 943397051 E -mail: adonis8180@hotmail.com

A continuación, resumimos los resultados de la investigación mediante el cruce de las entrevistas a los representantes de los 10 medios públicos – estatales contactados, y el análisis de otros materiales, de acuerdo a las dimensiones propuestas para este estudio.

## **Situación legal, técnica e institucional de la radio y televisión pública – estatal de la zona norte estudiada**

### **Las demandas de licencia**

Para las regiones de Cajamarca, Lambayeque, La Libertad y Piura entre los años 2007 y a lo que va de 2013 sólo hubo seis (06) postulaciones de parte de gobiernos locales (no regionales) para operar medios públicos – estatales, el 100% para radioemisoras. En todos los casos el MTC dio la buena pro, adjudicando las señales solicitadas.

En lo que sabemos el primer proceso de adjudicaciones de este año 2013, se han dado el mayor número de esas buena pro: cuatro (04). Ha sido la Municipalidad de Hualgayoc (Cajamarca) la que postuló y obtuvo adjudicación de cuatro radioemisoras en FM. Para este mismo proceso hubo 16 aprobaciones a medios privados (6 comerciales y 10 educativos) todos en radio y en Cajamarca.

En el año 2012, hubo dos procesos de otorgamiento de autorizaciones del servicio de radiodifusión a nivel nacional. En ningún caso postuló una municipalidad de la zona estudiada. Sin embargo, para el primer proceso, hubo cinco (05) aprobaciones a radios privadas (todas en AM) y educativas: 4 en Cajamarca y 1 en Piura. Y en el segundo proceso, 17 aprobaciones a medios privados, todos radios: 13 FM y 4 AM, de los que ocho (08) correspondían a corte educativo.

En 2010, las municipalidades de San Ayabaca (Piura) y San Marcos (Cajamarca) se adjudicaron radioemisoras. En el primer proceso 2010 se tuvo dos (02) aprobaciones para radios privadas en FM corte educativo, en La Libertad, y una más en AM, en Piura. Para el segundo proceso, hubo cinco (05) adjudicaciones a radios privadas todas en AM, tres (03) en Piura y dos (02) en la Libertad. De éstas una sola en la categoría educativa.

Ni en 2009 ni en 2007 se registraron postulaciones de parte de las municipalidades de la zona norte estudiada. No obstante, en 2009 hubo 14 adjudicaciones a radios privadas (11 en FM y 03 en OM): cuatro (04) en Lambayeque, cinco (05) en Piura y cinco (05) en La Libertad. De este total, fueron señales siete (07) educativas y siete (07) comerciales.

Para 2007 se tuvieron tres procesos de adjudicaciones de parte del MTC. Fue un año interesante pues la convocatoria incluía televisoras. Sólo para el tercero, hubo siete adjudicaciones para TV privada en UHF sólo en Cajamarca, tres con fines educativos.

Con ello, se arriba a destacar lo poco que las municipalidades de la zona norte estudiada han postulado licencias para medios públicos – estatales en los últimos siete años, así como que el MTC ha reducido su oferta a señales radioemisoras básicamente. Buen número de señales concedidas a entes privados son con fines educativos, en lo que pudiera ser un empoderamiento de una función que las municipalidades no toman como suya.

Cuadro 6: Consolidados de demandas de frecuencias de medios públicos – estatales de Gobiernos locales y regionales 2007 - 2013 Zona Norte (Cajamarca, Lambayeque, La Libertad y Piura)

<b>Año</b>	<b>Municipalidad</b>	<b>Región</b>	<b>Tipo de Medio</b>	<b>Aprobación</b>	<b>Frecuencia</b>
<b>2013</b>	Provincial de Hualgayoc	Cajamarca	Radio	Sí	FM
<b>2013</b>	Provincial de Hualgayoc	Cajamarca	Radio	Sí	FM
<b>2013</b>	Provincial de Hualgayoc	Cajamarca	Radio	Sí	FM
<b>2013</b>	Provincial de Hualgayoc	Cajamarca	Radio	Sí	FM
<b>2012 - 2</b>	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna
<b>2012 - 1</b>	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna
<b>2010 - 2</b>	Provincial de San Marcos	Piura	Radio	Sí	FM
<b>2010 - 1</b>	Provincial de Ayabaca	Piura	Radio	Sí	OM
<b>2009</b>	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna
<b>2007 - 3</b>	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna
<b>2007 - 2</b>	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna
<b>2007 - 1</b>	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna

Elaboración propia en base al cruce de datos de documentos sobre Evaluación de otorgamiento de autorizaciones del servicio de Radiodifusión y Adjudicatarios de la buena pro del concurso público entre los años 2007 a 2013 dispuesto en

<http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/concesion/radiodifusion/concurso/>

\* 2011 no hubo llamado del MTC a postulaciones

De acuerdo al promedio de las respuestas de los entrevistados (los que conocían), la postulación para las licencias se dio una sola vez, algo que resulta creíble si cruzamos con la información del MTC. Los entrevistados señalan que entre los problemas que se presentaron al momento de su postulación por licencia estaban los trámites burocráticos, problemas geográficos y logísticos y mucho tecnicismo

¿Con qué finalidad postularon las licencias? Los respondientes dan tres claves que luego parecen cumplirse en lo real: difusión de las actividades de la Municipalidad, retransmisión de cadenas nacionales y difusión de cultura y temáticas educativas

Las sugerencias que los entrevistados aportarían al MTC para los procesos de obtención de licencias para radios y televisoras públicas - estatales: Claridad de los requisitos y asesoramiento técnico, exoneración de pagos y facilidades en el trámite, descentralización del MTC.

Cuadro 7: Total de adjudicación de frecuencias de medios Públicos – estatales de Gobiernos locales y regionales 2007 - 2013 por tipo de medio y año

Año	Radio FM	Rafio OM	TV
2013	4	0	0
2012	0	0	0
2010	1	1	0
2009	0	0	0
2007	0	0	0
<b>TOTALES</b>	5	1	0

Elaboración propia en base al cruce de datos de documentos del MTC

### Situación legal y código de ética

Los medios estudiados cuentan en efecto con licencia. La última es una radio emisora de Ayabaca cuya Resolución Ministerial es la 277-2013 mtc03- 7 junio 2013(Fines educativos), aunque en la malla de postulaciones obtuvieron la buena pro en 2010. El tema es que como se puede ver en el Cuadro N° 4 la mayoría teniendo licencia no opera, algo que se da sobre todo en la región Piura. Las autoridades no pudieron contestar sobre esta inoperatividad, y en el total de los casos se limitaron a decir que no operaban simplemente o que no tenían los medios públicos – estatales por los que se indagó.

Otro asunto es el de sus códigos de ética. Ninguna de las municipalidades entrevistadas los tiene como tales para los medios públicos – estatales que administra. Se limitan a responder que trabajan con el del MTC pero no los muestran o tienen visibles. En un caso, de la Municipalidad de Cajabamba (Cajamarca) refirieron que la ética la enmarcan en base a lineamientos de la Institución, una pista más sobre la orientación política o de gestión gubernamental que se estaría dando a los medios.

### Características formales

La mayoría de los medios entrevistados opera con el nombre de la misma municipalidad. Algunas han tomado nombres diferente al que figura en el MTC por cuestiones de impacto marketero, según el decir de los entrevistados. Algunas usan incluso el nombre de la señal que retransmite, como es el caso de las televisoras de las municipalidades de Cutervo y Cajabamba (Cajamarca).

En promedio, los medios que operan lo hacen con entre tres (03) a seis (06) personas. Virú TV, canal 9, de la Municipalidad de Virú mantiene a un solo trabajador profesional en funciones también en las oficinas de la propia municipalidad y no opera.

En promedio los trabajadores de los medios entrevistados son empíricos en un 100%, sin mayor preparación profesional. Además de Virú TV, la excepción puede ser La Voz del Campesino, radio de Ayabaca (Cajamarca) donde el total de los trabajadores son profesionales en Ciencias de la Comunicación, según la entrevista cedida. El promedio de los trabajadores, labora por contratos establecidos.

Sobre los documentos de gestión con los que los medios cuentan están apenas un organigrama. Los medios (y las iniciativas de proyectos municipales que se contratan en otros medios privados) en promedio dependen de Gerencia o Secretaría Municipal y están dentro del área de Imagen Institucional de la Municipalidad. De hecho, el equipo de los medios cumplen actividades del área de Imagen institucional, con lo que su quehacer estaría no sólo distendiéndose, distrayéndose sino que también quizás perdiendo autonomía.

### **Ubicación dentro de la municipalidad**

Las instalaciones de los medios funcionan dentro del Edificio Municipal o dentro de una propiedad Municipal, y son financiados íntegramente por la Municipalidad. Radio Kariñosa de la Municipalidad de Cutervo (Cajamarca) recibe ingresos por alquiler de espacios y por la torre, el fluido eléctrico para otros medios.

A decir de los entrevistados, se factura a nombre de la Municipalidad, con lo que tampoco contablemente tienen independencia. Otro elemento más para lo que también responden claramente: La línea editorial es definida por las oficina de Imagen y RR.PP. de las municipalidades que gestionan los medios.

## Características de la programación y producción de la radio y TV pública – estatal

### Objetivos de la programación

Las radioemisoras y televisoras públicas – estatales de la zona norte estudiada atraviesan serias deficiencias en la orientación de sus programaciones si nos ajustáramos a su “deber ser”. En principio, sus objetivos no parecen desconectarse de una visión gobiernista de uso de los medios, algo evidente según la respuesta del promedio de los entrevistados.

Hay una confusión sobre el uso que los medios que administran deben hacer y hay una autocomplacencia en enfocarlos en promover la gestión municipal de turno, lo que es a su decir la prioridad del medio. Esto ocurre incluso confundiendo el sentido del término “informar” para circunscribirlo a difundir sobre los hechos de la municipalidad y correr el riesgo de una generar una suerte de apología del gobierno local.

### Temas tratados

Cuando se trata de temas culturales o educativos, y con poblaciones específicas como niños y adolescentes, también los filtran por el tamiz de las oficinas ediles. Y no hay ni enfoques ni producción fina o dedicada. Los temas no se renuevan con algún método específico ni al parecer válido de contacto ciudadano. Los representantes de los medios entrevistados coinciden que lo hacen en base a “comentarios” sin dejar más luces de cómo llegan a ellos.

Aunque la mayoría de los medios entrevistados trabajan con programas propios, hay varias experiencias en que lo hacen más bien con enlatados, o retrasmitiendo (lo que, por ejemplo, ocurre con la única televisora que nos cedió su parrilla de programación). En la mayoría de los casos (sobre todo, en radio) la conducción es de un solo sujeto y –otra vez- la participación del público es apenas esporádica, intermitente. Cada medio infla sus porcentajes sobre su oferta educativa y cultural, algo que luego no se ve reflejada necesariamente en las parrillas de programación. También la inflan en lo informativo, que atraviesa la misma falencia, aunque porcentualmente mucho menos en las radios que en la TV cuyas parrillas de programación conseguimos para el estudio.

### Géneros y formatos usados

Es difícil concluir qué transmiten exactamente las televisoras públicas – estatales a partir de lo que ocurre apenas en una de ellas (incluso con una programación en papel porque en el momento del análisis de campo la señal estaba fuera del aire ya hace meses). Sin embargo, podemos inferir las deficiencias que existen para producir programas propios y levantar una programación por sí solas a la luz de la inoperatividad de varias de ellas y de los convenios de retrasmisión de otras con canales privados de señal capitalina.

Cuadro 6: Programación de televisora pública estatal por horas semanales y tipos de programas

Tipo de programa	Horas / Semana	%
Entretenimiento	10	13.87
Musical	6	8.31
Informativo	5	6.94
Opinión	1	1.38
Retransmisión	50	69.5
<b>Totales</b>	<b>72</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia en base a información de parrilla de Televisora de Municipalidad de Virú.

Por ejemplo, para TV Virú y con el 69.5% de retransmisión de un canal privado nacional, poco es lo que le queda para explayar programación alternativa. La salida es enlatar música y entretenimiento en órdenes que sumados hacen 16 horas semanales o 22.18 % de la programación. Su informativo (que nos han reconocido, se centra en gestión municipal) es de apenas el 6.94% del total de su parrilla. Su espacio de opinión (edil también) es de una hora semana o el 1.38% de la programación total.

Con las radioemisoras públicas- estatales de municipalidades el panorama es algo distinto. Pero casi la mitad de su programación (según la muestra de las 3 a cuyas parrillas accedimos) dedican su tiempo a música (49.85%). Lo informativo y cultural se divide a partes iguales en rangos del 13.99% y el 13.41%, respectivamente. Lo educativo, una función en que debieran encallar los medios públicos estatales es apenas del 4.37%.

Las tres experiencias de radios públicas - estatales cuya sumatoria mostramos en cuadro abajo retratan, sin embargo, posturas distintas de administrar contenidos y modos de trabajo. Unas tienen una orientación en sí más comercial: las de las municipalidades de San Ignacio y Cutervo (región Cajamarca), algo que no esconden ni sus programadores, ni lo deja de percibir el público, y es evidente en sus parrillas. La tercera radio, correspondiente a la municipalidad de Ayabaca (región Piura) se engarza más en lo comunitario con un énfasis en lo campesino, incluso partiendo de su nombre. Esta es el medio de licencia y puesta en marcha más reciente de todos los analizados. (Ver Anexo 3).

Cuadro 7: Programación de radioemisoras públicas – estatales por horas semanales y tipos de programas

Tipo de programa	Horas / Semana	%
Informativo	48	13.99417

Institucional (cedido)	5	1.457726
Musical	171	49.85423
Religioso	13	3.790087
Cultural	46	13.41108
Entretenimiento	27	7.87172
Educativo	15	4.373178
Consultorio	2	0.58309
Concursos	1	0.291545
Otro	15	4.373178
<b>Totales</b>	<b>343</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia en base a información de parrilla de tres radioemisoras municipales: Cutervo, San Ignacio y Ayabaca.

### Actores ciudadanos y rol de los medios

De hecho, los sujetos a los que los medios debieran beneficiar no están identificados plenamente y, en la mayor de las veces, grupos más vulnerables apenas son referidos no dentro de roles protagónicos y pocas veces con voz propia. Hay, con todo, algunas experiencias con comunidades campesinas que podrían ser relevantes.

El rol que se trazan los medios públicos – estatales materia del estudio respecto a sus públicos es de informador (pero ya adelantamos que se trata de una visión circunscrita a la propaganda gobiernista). De los ciudadanos intuyen sus necesidades informativas, nunca verificadas más allá técnicamente. Los representantes de los medios entrevistados son conscientes, no obstante, que cumplir ese rol es difícil dada la baja capacitación y una suerte de conflicto reconocido con los funcionarios, a lo que se suma carencias materiales como equipos y en sí, tecnología.

## Intereses, demandas y necesidades de los públicos internos y externos de la radio y TV pública – estatal

Hay algunas serias diferencias entre lo que los públicos internos (funcionarios, autoridades) y los públicos externos (nos centramos en representantes de la sociedad civil) entienden sobre intereses, demandas y necesidades de las radioemisoras y televisoras públicas – estatales de la zona norte estudiada. El contraste puede dar interesantes luces.

### **Demandas y necesidades de información**

Mientras que de acuerdo al promedio de las autoridades y los funcionarios de los medios estudiados, éstos deberían transmitir información municipal, para los actores de sociedad civil entrevistados los medios públicos – estatales deben de emitir programas educativos, culturales, información de la localidad, y aspectos del manejo de los recursos municipales, con lo que (por esto último) se evidencia una vocación fiscalizadora, consecuente en el juego ciudadano democrático.

Las autoridades y los funcionarios consideran que los medios, respecto a cuestiones de la municipalidad deberían ser transmitidas a la población por su emisora, estas deben de ceñirse a Información de la gestión municipal (respondieron en una radio: “Temas sobre gestión y ejecución municipal, tanto en el aspecto interno como externo, respecto a proyectos y obras”). Los ciudadanos opinan algo más distante sobre que debe darse información, siempre con ojo veedor, presupuesto de las obras y su realización.

¿Qué asuntos de la población deberían ser transmitidas por la emisora? Las autoridades y los funcionarios responden en clave genérica: Asuntos de interés público, y sí señalando cultura y educación. Los son más amplios en sus respuestas: Información local en espectros múltiples (problemáticas y servicios: “Principalmente los problemas que aquejan a la sociedad: la seguridad ciudadana, la limpieza pública y campañas de valores”, dijo un entrevistado), cuestiones culturales como el turismo de cultura local.

La a emisora estaría atendiendo las demandas de información de la población, según las autoridades y los funcionarios entrevistados, dentro de las mejores perspectivas, en información elaborada por el área de Imagen de las municipalidades. Y en esto los actores de sociedad civil señalaron su descontento: las demandas no se atienden; “el medio es el vocero oficial del municipio.”, respondió uno de los entrevistados.

Aunque, las autoridades y los funcionarios consideran que los medios atienden casi todas las necesidades que se perciben, son conscientes que falta mejorar sobre todo en el tema educativo y cultural. También reconocen que entre los intereses de la población aun no atendidos por la emisora, a su parecer, está una mayor participación del público. A su turno, los actores de

sociedad civil encuestados claman porque se atiendan los valores y lo cultural, así como problemáticas sociales: salud, educación y seguridad ciudadana, en promedio.

Las autoridades y los funcionarios reconocen que hay demandas educativas, culturales sociales de la población que deben de cumplirse en sus medios, y que las atienden de acuerdo a sus posibilidades. En lo primero coinciden plenamente con los ciudadanos representantes entrevistados.

Sobre el nivel de importancia para que la localidad cuente con un medio de comunicación municipal, las autoridades y los funcionarios le dan la máxima en dos sentidos: uno edil y otro como comunidad, un doble rol que en el segundo punto puede generar diálogo y participación ciudadana. Para los actores de sociedad civil, también es importante pero deslindan de lo político y de ser órgano de gestión, en el que además hay que invertir técnicamente y recurso humano.

Los dos grupos de entrevistados coincide en que los medios públicos – estatales de sus municipalidades cumplen con los fines de la institución, ya que por medio de la radio se difunden las principales actividades realizadas por la Municipalidad. Eso no significa la aprobación de la ciudadanía: “Por supuesto, lo único que busca esta emisora es promocionar al alcalde”, respondió un entrevistado.

### **Valoración de los medios**

Las autoridades y los funcionarios valoran a sus medios como educativo, social, cultural parcialmente pero se acepta que como medio educativo tiene muchas deficiencias. Los actores de la sociedad civil, en promedio espentan siempre que son medios políticos o de intereses del alcalde de turno. Algunos en clave porcentual desaprueban también.

Para las autoridades y los funcionarios el medio cumple con las expectativas completa o parcialmente, algo que a decir de las respuestas previas de los ciudadanos contactados es distinto. Y responden (sin haber usado en la mayoría instrumentos técnicos de medición) en términos de rating: la valoración que la población otorga al medio se toma en función a la audiencia, aunque luego reconocen que sus medios son parcialmente valorados en los aspectos educativo, social y cultural.

De hecho los actores de la sociedad civil no le tienen esa valoración, sino más bien como de entretenimiento o social, a lo mucho. Esto se condice con lo que finalmente las parrillas de programación muestran sobre lo que los medios públicos – estatales finalmente están ofreciendo.

### **Recomendaciones de mejora**

Desde la óptica de las autoridades y los funcionarios las emisoras podrían mejorar respecto a los intereses de la municipalidad, brindando mayor enfoque social y mejor información. Desde la óptica de los actores de sociedad civil los medios podrían mejorar respecto a los intereses de sus poblaciones si 1) procuraran más participación de instituciones o personajes que cultiven la educación y cultura, 2) presencia de personal capacitado o profesional, y 3) equipos y tecnología.

En este punto autoridades y funcionarios son consecuentes en que los intereses ciudadanos se alcanzarían mejor brindando mayor accesibilidad y representatividad del público en el medio.

¿Cómo podría mejorar el medio para conseguir fines más educativos, sociales y culturales? Las autoridades y los funcionarios creen que involucrando más a los responsables de las áreas o de instituciones afines de las mismas municipalidades. Los ciudadanos encuestados refieren que al promover la participación de las instituciones y promoción de valores y al promover temáticas sociales.

Respecto a los temas debería abordar / incluir la programación de los medios, las autoridades y los funcionarios sugieren temas variados que se desarrollen dentro de las temáticas sociales, de educación y cultura. No distantes sino más amplificadas en sus respuestas, los actores de sociedad civil recomiendan, en efecto, temáticas sociales y educativas varias, pero también –en específico- promoción del cuidado del medio ambiente.

Sobre los temas que se tratan, y cuáles no deberían estar en la programación, si hay desentendimientos. Las autoridades y los funcionarios responden –distantes- que todos los temas que programan los medios que representan debieran estar. Los ciudadanos rechazan: 1) temas políticos parcializados, y 2) violencia social, sobre todo.

¿Qué temas –incluso no tratados en la programación actual- de los medios no debería abordarse nunca? Hay consenso: Temas que generen conflictos personales y/o sociales como de farándula. También, esto más destacado en las respuestas de los ciudadanos, violencia social y la política. Incluso a decir de dos respondientes la música que incita más a la sensualidad, como el reguetón.

Los programas que deberían los medios incorporar a su parrilla de programación, van para las autoridades y los funcionarios en un espectro variado dentro de lo educativo, cultural y social. Más específicos los ciudadanos recomiendan promoción de los valores y la ecología, e inclusive música pero peruana.

¿Qué programas educativos, culturales, sociales debería estar en las parrillas de programación de los medios? De acuerdo a las autoridades y los funcionarios programas de participación de profesionales en temas diversos y de concursos de conocimientos, algo en lo que concuerdan con los actores de sociedad civil entrevistados.

Según las autoridades y los funcionarios, ninguno de sus programas de los medios públicos – estatales de sus municipalidades deberían bajarse de su oferta mediática, aunque dos manifestaron la música que induce a lo sexual y las noticias de violencia. Los actores de sociedad civil le bajan el dedo a los 1) informativos parcializados, y 2) Algunos programas de señal abierta nacional (Esto es guerra y Combate) y música comercial.

Finalmente los programas incluso fuera de los que cuenta la emisora que nunca deberían incorporarse a la parrilla de programación, pasan por aquellos que generen conflictos sociales (respuestas de las autoridades y los funcionarios), y programas de violencia y de Farándula y realitys (actores de sociedad civil)

## **Propuesta de lineamientos para fortalecer la gestión de la radio y televisión pública – estatal a nivel local y regional**

Con los insumos aportados por la información obtenida y procesada para el presente estudio, planteamos una reflexión puntual y siempre provisional de acuerdo a lo que consideramos los puntos más delicados que deben de superarse para que efectivamente se pueda fortalecer la gestión de los medios públicos – estatales a nivel local y regional (con foco en la zona norte estudiada).

### La concepción de los medios públicos como tales

Es básico que no sólo las autoridades sino incluso la ciudadanía reconozcan las diferencias entre lo que supone lo estatal, lo público y lo gubernamental y eso aplicarlo a los medios públicos – estatales. Las autoridades y los funcionarios no pueden seguir de espaldas a esta realidad, circunscribiendo los medios que gestionan para el usufructo de la imagen de la gestión y/o la autoridad de turno.

Es importante que, en ese sentido, amplíen su visión y transparenten incluso la información de sus medios (algo que vimos no sucede en el marco de esta investigación), para que la ciudadanía se entere de ellos y confíe en ellos. El rechazo y/o distancias de los ciudadanos para con sus medios es evidente y eso trunca comunicación política y participación ciudadana voluntaria.

Una visión pública de los medios públicos – estatales pasa casi naturalmente por una conexión y participación ciudadanas que no encontramos en el promedio de los medios estudiados, y que al no ser reconocida por las autoridades y funcionarios no es promovida ni atendida como debería. Se trata de procurar ofertas en que las temáticas crucen intereses ciudadanos y no los partidistas de quienes los conduzcan.

### El interés en la oferta – demanda y manutención de los medios

Preocupa también lo poco que las municipalidades de cuatro regiones de la zona norte del país han postulado por medios públicos – estatales en los últimos siete años (sólo cinco veces). Con eso se está evidenciando un distanciamiento escondido en el afán comunicativo de los líderes de gobiernos locales y regionales, un desinterés por obtener canales masivos de conexión ciudadana

Este punto se radicaliza luego ante el virtual abandono que en promedio los medios públicos estudiados y con cuya licencia cuentan, operan efectivamente. Los medios entonces son abandonados o cedidos para retransmitir señales de medios privados (sobre todo en TV) con lo que se reniega de la finalidad educativa para la que se solicitaron.

Es claro que para operar medios hace falta presupuestos y verse además como una inversión política – cívica y no un gasto que es lo que parece ocurrir ante tal abandono, por lo que las municipalidades deben de prever recursos financieros para sostener los medios que ya tienen o

pensar en tener dichos recursos para postular a ellos y darles sostenimiento en recursos humanos, tecnología y soporte técnico.

Pero es también el Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo los que deben de articular políticas y legislación que favorezcan tales postulaciones y manutención de dichos medios en procura de democratizar verdaderamente la comunicación social que como sabemos cada vez se limita a la administración de privados y, en exacto, unas cuentas manos privadas.

#### La visión no centralista de los medios

Los medios públicos – estatales de gobiernos locales y regionales deben su naturaleza, quehacer y alcances a darse ellos mismos una oferta que los medios del centro o las capitales no les procuran. Esta es una visión que hay que retomar en las municipalidades en cuestión. No por un enfrentamiento a los medios privados que ya operan en sus zonas sino para complementar y ampliar la visión que se tiene de sus propias localidades.

Hay al respecto mucho pan que rebanar desde distintas instancias. Las condiciones del MTC por ejemplo podrían (haría falta que la ley lo dispusiera) que esa fuera una condicionante para la dación de la autorización a un medio público - estatal de gobierno local y regional.

Las mismas municipalidades deberían de tener claro eso. Pero ante un virtual desentendimiento, las ONG de las zonas, los colectivos civiles y las universidades (vía escuelas y facultades de comunicación) deberían recordárselo, fiscalizar y colaborar con sus propuestas.

#### Institucionalidad, recursos humanos y TICs

Los medios públicos - estatales de gobiernos locales no se gestan como instituciones autónomas (no sólo debido a la visión de voceros de la gestión) y terminan siendo entes supeditados a estructuras organizacionales y financieras dependientes sin lo que pueden operar en libertad y con criterio propio, un círculo del que sin la debida atención (esto es otorgarle autonomía) se podrá salir.

Generalmente alejados del centro de sus regiones, los medios públicos - estatales de gobiernos locales adolecen de personal calificado, preparado profesional y técnicamente. En muchos casos el peso de diseños de programación y gestión de los medios es soportado por las espaldas de funcionarios de imagen de las municipalidades ya con otras cargas administrativas (además distantes en sus focos de interés). La conducción se suele repartir entre funcionarios también o quienes casi voluntariamente puedan hacerlo. Es obvio que el recurso humano capacitado falta en estos panoramas.

También, y sobre todo en el caso de televisoras públicas - estatales estudiadas, las pobres condiciones técnicas y tecnológicas suponen serias barreras para que los medios operen eficientemente, compitan con una oferta más atractiva de los medios privados comerciales, y cumplan finalmente los fines que se trazan para con sus públicos. La inyección de tecnología y

procesos sistemáticos más acorde a los tiempos es algo a lo que los medios públicas – estatales no tienen por qué darle la espalda.

## **Recomendaciones**

### Gobiernos locales y regionales

- Asumir su interés por procurarse medios públicos - estatales como parte de sus políticas de acercamiento y participación ciudadanas.
- Disponer fondos para los procesos de postulación tan importantes como preverlos para su implementación y manutención técnica, tecnológica y en recursos humanos.
- Encontrar salidas para brindar a los medios en sus manos autonomía administrativa y financiera de cara a que cumplan su verdadero rol público.
- Generar convenios con universidades, ONG, y grupos civiles de modo que la tenencia de los medios y el peso administrativo así como su gestión se comparta y procura mayor participación ciudadana y transparencia.
- Disponer canales de información sobre sus propios medios para que los investigadores y la ciudadanía puedan saber de ellos y aportar recomendaciones.

### Ministerio de Transportes y Comunicaciones

- Mejorar su oferta de señales para medios públicos – estatales con una visión descentralizadora y atractiva para generar interés en los gobiernos locales y regionales.
- Prever formas más amistosas y menos burocratizadas de acceso a concesiones de suerte que los gobiernos locales y regionales tengan ventajas naturales para su acceso.
- Disponer procesos descentralizados para la postulación a medios públicos – estatales.
- Promover información de los procesos en campañas verdaderamente abiertos usando canales de comunicación efectivos para que los gobiernos locales y regionales se enteren y se animen a postular.

### Consejo Nacional de Radio y Televisión

- Realizar giras de concienciación con triadas compuestas por autoridades y funcionarios públicos, representantes de la sociedad civil y universidades más allá de ciudades capitales de departamento para enterar a las comunidades de lo que significa la tenencia de un medio público – estatal.
- Disponer estudios como el presente en otros puntos y zonas del país, de cara a sistematizar resultados y tener lecturas más completas de un panorama que seguramente tiene propios matices de acuerdo a tiempos y espacios dados.
- Gestionar convenios con universidades del interior del país para que se interesen en el estudio y ayuda técnica de sus medios públicos - estatales de gobiernos locales.

- Diseñar e implementar un sistema de monitoreo de participación activa en línea, telefónica o por otras vías para que la ciudadanía opine, fiscalice y mejore sus medios públicos – estatales.

#### Universidades, ONG, y colectivos civiles

- Considerar en los planes de estudios de sus escuelas y facultades de comunicación el interés por el estudio de los medios públicos – estatales con foco en las localidades de su alcance en donde están basados.
- Generar convenios con gobiernos locales y regionales, ONG, y grupos civiles para brindar ayuda técnica en la gestión de medios públicos - estatales locales.

## ANEXO N<sup>o</sup> 4

### BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS CONSULTADA

- Acevedo, J. (2011). La concentración mediática es la principal amenaza para la libertad de expresión. Disponible en: <http://alainet.org/active/51238>
- Alarcón, L. (2011). El Centralismo informativo y la cobertura de medios en Lambayeque, 2009 – 2010. En *Otras voces, otras imágenes: radio y TV local en el Perú*. Lima, Perú: PUCP.
- Alarcón, L. (2013). Medios de comunicación y tratamiento de temas sensibles: percepción y expectativas de los habitantes de la Región Lambayeque – 2012. En *Revista científica Tzhoecoen*, vol. 5, No 2.
- Bergomás, G. A. (2005). Las Alfabetizaciones múltiples como eje de la alfabetización docente. En *Razón y Palabra*, No 63. México, México. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/gbergomas.html>
- Berlín V., I. (1998). Radio: Los medios de servicio público: América y Europa - Apuntes para un diagnóstico. En *Revista Latina de comunicación social*. No 7. Tenerife, España.
- Castañeda, M. (2011). Diagnóstico situacional de los medios públicos universitarios. Lima, Perú: CONCERTV.
- Castañeda, M. (2007). Las Políticas públicas de comunicación: de medios del estado a medios públicos. En *Primer Congreso internacional de radio y TV estatal: una agenda pendiente...* Lima, Perú: Concertv.
- CONCERTV (2013). Estadísticas de la radio y televisión en el Perú 2013. Lima, Perú.
- CONCERTV (2007). *Primer Congreso internacional de radio y TV estatal: una agenda pendiente...* Lima, Perú.
- Esteinou M., J. (2003). Ecología, medios de comunicación y cambio de la conciencia humana. En *Razón y Palabra*, No 18. México, México. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n18/18jesteinou.html>
- EXPLORED (1999). Centralismo informativo. Disponible en: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/centralismo-informativo-15635-15635.html>
- González V., C. (1997). Propuesta general para la creación de una agencia regional de información en el Noroeste de México. Sonora, México: Universidad de Sonora. P. 35. Disponible en:

[http://www.biblioteca.uson.mx/digital/tesis/dig\\_TesisWebDet.asp?h\\_opcion=INDICE&h\\_valor=P](http://www.biblioteca.uson.mx/digital/tesis/dig_TesisWebDet.asp?h_opcion=INDICE&h_valor=P)

Lanza, E. y Buquet, G. (2011). La Televisión privada comercial en Uruguay. Caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la facturación. Montevideo, Uruguay: Friedrich – Ebert –Stiftung.

Radialistas apasionados y apasionadas (2012). Medios públicos: Ágoras democráticas. Disponible en: <http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400420>

RAE (2013). Diccionario de la Lengua Española. Avance de la vigésima tercera edición. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=público>

Rodríguez S., M. (2007). Prensa e identidad regional. En Légete estudios de comunicación y sociedad, No 9. Concepción, Chile: Universidad Católica de la Santísima Concepción.

Schenkel, P. et al (1981). Políticas nacionales de comunicación. Quito, Ecuador: Ciespal. Colección Intiyán.

Stambuk M., P. (1999). El Desequilibrio informativo en Chile: discriminación de la noticia regional en la prensa nacional. En Revista Latina de Comunicación Social, No 14. Tenerife, España. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/icom98/133valparaiso.htm>

Trejo D., R. (2006). Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos. México, México: GEDISA.

Vera, E. (2009). Centralismo opinativo en el Perú: otra práctica autoritaria. Disponible en: <http://autocosmofilia.blogspot.com/2009/08/centralismo-opinativo-en-el-peru-otra.html>