

Director

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica

María del Carmen Cevallos

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.
 pescandon@ciespal.net

**Portada, diseño
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

Suscripciones

Isaías Sánchez
 isanchez@ciespal.net

**Chasqui es una publicación del
CIESPAL**

Miembro de la
 Red Iberoamericana de Revistas
 de Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas
 de América Latina y el Caribe
 en Ciencias Sociales y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente
 Edgar Samaniego
 Universidad Central del Ecuador

Fander Falconi
 Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e
 Integración

Raúl Vallejo C.
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
 Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.
 Comisión Nacional de UNESCO
 para los países andinos

José Camino C.
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García
 FENAPE

Fernando Checa Montúfar
 Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177
 Fax (593-2) 250-2487

web: <http://www.ciespal.net>

weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584
 Quito - Ecuador
 Registro M.I.T.S.P.I.027
 ISSN 13901079

12000

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación
N° 105 marzo 2009

	Pág.
Personaje	
El guionista del desarrollo	4 ✓
La comunicación antes de Colón: Arqueología comunicativa	6 ✓
Luis Ramiro Beltrán: Por una "Comunicología de liberación" <i>Eric R. Torrico Villanueva</i>	8 ✓
Luis Ramiro Beltrán: Semblanza de un comunicador vanguardista <i>Alfonso Gumucio-Dragon</i>	14 ✓

Portada

Entrevista: Debemos denunciar la estructura deshumanizante y anunciar la estructura humanizante <i>Juçara Brittes</i>	20 ✓
Perú: Políticas de comunicación en la primera década del siglo XXI <i>Max Tello</i>	32 ✓
Venezuela: Necesarias políticas de comunicación <i>Andrés Cañizalez</i>	40 ✓
América Latina: ¡La utopía está más viva que nunca! <i>Carlos A. Camacho Azurduy PhD(c)</i>	46 ✓

Coyuntura

Omar Rincón: Sin tapujos <i>César Ulloa Tapia</i>	52
---	----

	Pág.
ALAIC: La apuesta por la transición a la institucionalidad <i>Octavio Islas</i>	56
Cibermedios: Opinión de los lectores <i>Natalia Raimondo Anselmino</i>	62
De la onda a la Web: Alternativas de participación para los comunicadores <i>Andrés Barrios Rubio</i>	68
Proyecto comunitario Comunicándonos hacia el desarrollo <i>Ana Lorena Malluk Marengo</i>	74 ✓

Aula

Comunicación organizacional: InMINENTES conexiones para la transición <i>Renato Dias Baptista</i>	78 ✓
Apoyo educativo : Ambientes Comunicativos de Aprendizaje <i>Julián Darío Forero Sandoval</i>	82 ✓
Diccionarios y manuales: Los auxiliares del escribiente <i>Elking Raymond Araujo</i>	86
Radionovelas: La aventura imaginaria <i>Armando Grijalva</i>	90 ✓

Publicaciones

Actividades del CIESPAL	100
--------------------------------	-----



la televisión pública

Perú:

Políticas de comunicación en la primera década del siglo XXI

Max Tello

*Peruano, licenciado en Ciencias de la Comunicación. Máster en Tecnologías de la Información. Consultor de WHO, PAHO, UNFPA, USAID, JHU-CCP, FAO.
www.maxtello.com*

En el siglo XXI el Perú se levantó convaliente de tres serias dolencias: la crisis política que llegó a niveles de violencia rayando con la guerra civil, la crisis económica, la corrupción y la falta de gobernabilidad producto de una camarilla

La comunicación no es una actividad exclusiva de periodistas, comunicadores o publicistas... Es un derecho de los seres humanos y los medios tecnológicos deben estar al servicio de la gente.

enquistada en el poder político. Mirar hacia atrás una o dos décadas y encontrar todo esto puede sonar sorprendente para una persona que llega hoy a Lima y ve una sociedad en rápido desarrollo, pujante y optimista, entregada a la comunicación global y decidida a mirar al futuro. Sin embargo, cabe advertir que muchas de las causas de estas crisis aún persisten en las profundidades geográficas y políticas del país, lo cual no deja de afectar las relaciones entre poder, comunicación y ciudadanía.

Rafael Roncagliolo (1995) dijo que los esfuerzos por establecer políticas democráticas de comunicación, iniciados en los setentas en América Latina, han sido abandonados por los estados. Esta derrota, exacerbada por el liberalismo, se inscribe en una transformación cultural que ha afectado radicalmente la vida política. En realidad, es como si un país abandonase la idea de tener políticas educativas, culturales o de género. Imagínense una educación o una cultura librada a las fuerzas del mercado o relaciones de género libradas a la opinión pública, sus bondades y sus prejuicios.

Las políticas de comunicación no son solo las leyes y normas que en un país regulan los procesos de comunicación, sino los principios que marcan la relación entre Estado, medios de comunicación y ciudadanos. Estos principios, justos o no, pueden conducir las relaciones hacia una gama de opciones que van desde facilitar la expresión e información de los ciudadanos hasta desinformarles y tratar de manipular la expresión de los medios de comunicación.

Primero fue la apertura del mercado telefónico

Los primeros pasos para ajustar las políticas de comunicación a un esquema neoliberal se dieron en los noventa, en el contexto de la privatización de la telefonía.

Al inicio de esta década, el Estado peruano asignó los servicios públicos de telecomunicaciones al

sector privado, reservándose para sí el rol de regulador del mercado y supervisor del cumplimiento de deberes por parte las empresas operadoras. La ley No. 26285 del 12 de enero de 1994 establecía la progresiva desaparición de los servicios de telecomunicación pública de telefonía fija nacional e internacional, estableciendo un período de competencia limitada.

Así, el 16 de mayo de 1994 el Estado peruano, por una parte, y la Compañía Peruana de Teléfonos y la Empresa Nacional de Telecomunicaciones, por la otra, endosaron contratos de concesión a Telefónica del Perú S.A.A.

Pero el período de competencia limitada fue muy corto y era necesario establecer un marco que garantice los estándares y reglas para promocionar la competencia en el sector, entonces se creó la Comisión Técnica de Telecomunicaciones en 1997, por resolución suprema número N° 564-97-PCM.

En agosto de 1998, por Decreto Supremo N° 021-98-MTC, la concesión y acuerdos con Telefónica del Perú S.A.A. fueron modificados, adelantando la expiración del período de competencia limitada y abriendo las telecomunicaciones del Perú al mercado, lo cual promovió la inversión y su desarrollo.

En los años siguientes se emitieron un conjunto de leyes y normas para regular licencias, frecuencias, bandas para telefonía fija y celular, concesiones, etc. Todo en el marco de las políticas para abrir el mercado de las telecomunicaciones, aprobadas por el Decreto Supremo N° 020-98-MTC y publicadas el 5 de agosto de 1998.

Políticas de Comunicación y Comunicación Política

Las Políticas de Comunicación definen el marco de referencia para la dinámica de la comunicación política, donde Estado, medios y ciudadanos establecen sus interdependencias. Aquí se distinguen tres escenarios de interdependencia (Trelles, 2006):

a) Los efectos negativos de las disfunciones del gobierno y de los medios de comunicación que debilitan la estabilidad política y social. Durante el gobierno del presidente Fujimori, la comunicación política se caracterizó por la manipulación del "escenario massmediático, la personalización del poder y de la imagen, la proactividad en la creación de agendas públicas desde el gobierno, una ciudadanía sumisa y una participación ciudadana centrada en encuestas" (Castañeda, 2003, p.43).

Los actos de corrupción y nepotismo van acompañados de ineficacia en la conducción del gobierno. Su soporte a nivel de medios de comunicación es la manipulación de la agenda informativa y ausencia de sustento en la investigación periodística.

"El diario oficial *El Peruano*, junto con la mayoría de diarios existentes durante el gobierno de Fujimori, fueron manipulados desde el SIN con fines políticos, propagandísticos y reeleccionistas (durante su periodo dictatorial)" (Quezada-Paredes, 2008).

b) Confrontación por los resultados adversos, cuando los efectos de los medios de comunicación y del gobierno producen conflictos políticos. Es el caso del presidente Toledo, quien, al no tener una clara política de comunicación, no pudo interactuar eficientemente con los medios ni desplegar el nivel de control que se presentó en el gobierno de Fujimori, lo cual marcó su imagen política y puso en evidencia cada falla o error en su entorno. Esto puede sonar positivo y favorable a la gobernabilidad del país, pero también tiene un efecto en la vulnerabilidad de la democracia, exponiéndola en más de una ocasión a violentos ataques por parte de las fuerzas del autoritarismo.

El actual gobierno del APRA adolece de un eficaz sistema de comunicaciones. El terremoto del 2007 en el sur del Perú demostró la ausencia de una sólida política de informaciones desde el Gobierno.

"Los medios, inicialmente utilizados para proyectar una imagen positiva del Gobierno en el escenario de la desgracia, dejaron más bien al descubierto las imprevisiones y su irresponsable aprovechamiento para repeler las críticas y el clamor de los damnificados..." (Ramos de la Flor, 2008).

c) La interdependencia por los resultados favorables, que sin sacrificar las funciones específicas de la prensa, tanto el gobierno como los medios de

comunicación participan en el orden político y social". Ejemplo, en el gobierno de Alejandro Toledo, los medios de comunicación recuperaron libertad para el ejercicio profesional. Se publicaron nuevos diarios como *Correo, Perú 21* o *La primera* cuyos editoriales incisivos orientaron las opiniones del ciudadano.

Participación de la sociedad civil

El poder no se pide, se gana, se conquista, y así las Veedurías Ciudadanas de la Comunicación Social germinaron en varios países de América Latina. En Perú, desde 1999, la ONG *Calandria* patrocinó la Veeduría - www.veeduria.org.pe, que es un observatorio mediático en el que una red de ciudadanos voluntarios vigilan y debaten con los medios sobre ética y desarrollo. La misión de la Veeduría es la "evaluación permanente sobre la calidad y el desempeño público de los medios y contribuyen a una mejor educación de la sociedad peruana a través de los medios".

La Veeduría, un proyecto visionario dirigido por Rosa María Alfaro, va a ser trascendental en el proceso de producción de la Ley de Radio y Televisión.

Discusión sobre la comunicación pública

El año 2002, el entonces ministro de Educación del presidente Toledo, Nicolás Linch, levantó la cuestión relativa a la posibilidad de conversión de los medios electrónicos de comunicación del Estado -en forma concreta *Radio Nacional* y *Canal 7*- en medios de comunicación públicos del Perú. Esta discusión suscita cada cierto tiempo declaraciones y acciones de los políticos. Esto hubiera sido una gran oportunidad para que estos medios públicos sirvan de lugar de encuentro para los distintos segmentos de la sociedad (Perla, 2006). Finalmente, nada o poco ocurrió.

Pero, ya antes, en el 2001, durante el gobierno de transición del Dr. Valentín Paniagua se efectuaron cambios estructurales en el manejo de la radio y televisión estatal del Perú. Un entusiasta trabajo de Quezada y Paredes describe esta etapa tan *sui generis*: "Desde la conformación del directorio de IRTP (Instituto de Radio y Televisión del Perú) donde no había nadie vinculado al Ejecutivo, éstos eran designados por el Ministerio de Educación. Se convocó a profesionales con experiencia en medios de comunicación, sin vinculaciones políticas, personas del ámbito cultural independiente y se trabajó con jóvenes para la producción de una programación que abarcara los distintos aspectos de la realidad nacional

en la que vivíamos. Se reconoce esta época principalmente por la autonomía con la que se dotó al canal..." (Quezada-Paredes, 2008). Visto en perspectiva, es lo que correspondía a una etapa de transición después de una brutal manipulación de los media por el SIN durante el gobierno de Fujimori, pero el espíritu del *paper* de Quezada y Paredes me dio esperanzas en una nueva generación de analistas de la comunicación comprometidos con el cambio.

El gobierno de Alejandro Toledo continuó por un año con esta política. Entonces empezó un nuevo momento en el proceso de modernización de la gestión del Estado, con Decreto Supremo N°009-2003-PCM, se adscribió al IRTP al sector Presidencia del Consejo de Ministros. El poder ejecutivo manejaba nuevamente de manera directa los medios estatales y nombró una nueva administración del IRTP con personas experimentadas en radiodifusión privada y se planteó un canal neutral, de servicio público, orientado al debate, con una línea plural y objetiva. Esto se manifestó en una gama de programas periodísticos de diferentes posiciones, mostrando una pluralidad no recordada en la televisión peruana.

Pero claro, no es que se tratara de televisión pública, eran medios estatales, gubernamentales, dedicados a mantener una apertura. Más tarde, cuando el gobierno de Toledo enfrentaba el cargamontón de la oposición, esta apertura no tuvo más remedio que reducirse y los medios estatales se alinearon a las necesidades gubernamentales. Lo mismo ha sido reproducido por el actual gobierno del APRA.

Visto en perspectiva, y a la luz de las nuevas tecnologías, me imagino qué flaco favor haríamos a las organizaciones de la sociedad civil invitándoles a organizar su programación en un canal de televisión y estación de radio con la herencia de sucesivas burocracias, con la típica actitud de oficina estatal, temerosos de las decisiones del poder y con poco o ningún compromiso con las diferentes causas sociales que abundan en el país.

En estos tiempos de televisión digital e Internet, las organizaciones sociales tienen la oportunidad de desarrollar sus propios medios de comunicación usando tecnologías de bajo costo y alcanzando audiencias nacionales y globales.

Nueva Ley General de Telecomunicaciones

Estando en Lima por unos meses, entre una y otra misión de campo, recibí el encargo de la Facultad de

Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres de elaborar un *paper* que fuera un aporte de la Universidad para la nueva ley de radio y televisión que entonces se discutía. A estas alturas del siglo XXI me acordé de la reflexión de Roncagliolo sobre los 30 años de discusión de este tema y traté de ponerme en el espíritu de gentes que no habían vivido las discusiones del Nuevo Orden ni de las Políticas de Comunicación.

Así que me hice una pregunta básica: ¿quién controla la televisión en los Estados Unidos? Era la forma de decirles a los políticos, basado en evidencia, que las políticas de comunicación no solo eran posibles sino necesarias (Max Tello, 2004). Entonces me sumergí en los recovecos de la Comisión Federal de Comunicaciones y en sus impensables y espartanas regulaciones de las comunicaciones en el *big brother*. Presenté mi *paper* un par de veces en el Congreso, y en la Comisión encargada de desarrollar la ley fue bien recibido. Percibí su interés y entiendo que fue de utilidad.

El 16 de julio del 2004 vio la luz la Ley 28278, que estableció el nuevo marco para el desarrollo de la radio y televisión en el Perú. Entre otros aspectos, esta ley regula la clasificación de servicios, la participación extranjera, la proyección de los servicios de transmisión, el Consejo Consultivo de Radio y Televisión, las obligaciones económicas por transmisión y las sanciones en caso de faltas. Esta regulación fue aprobada por medio del Decreto Supremo N° 005-2005-MTC del 15 de febrero del 2005.

La Ley 28278 fue el resultado de un múltiple esfuerzo ciudadano llevado a cabo desde el año 2001 tras la corrupción en el sector televisivo durante la década de los 90. Para llegar a la actual norma legal se barajaron más de 20 proyectos en el Congreso de la República. Al ser producto de una larga negociación, la ley finalmente promulgada no ha satisfecho completamente las expectativas de nadie. Pero, es un paso adelante y expresa la base de posibles realizaciones de mejor desarrollo del sector.

La ley define la radio y la televisión como servicios privados de interés público. Se refiere a la radio y televisión en el concepto tradicional, no en el contexto de las nuevas tecnologías digitales y *online*.

Algunos avances de la ley

En el artículo 7, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones convoca a Audiencias Públicas

Descentralizadas cuando menos dos veces al año, para atender consultas y recibir propuestas que contribuyan al mejoramiento de las actividades de radiodifusión.

Las Audiencias Públicas no se orientan a injerir en el contenido de la programación.

El artículo 46 de la Ley reconoce el derecho de acceso comercial equitativo a la radio y la televisión de los candidatos participantes en un proceso electoral.

La Ley ordena al servicio de radiodifusión estatal que ejercite el principio de equidad informativa y de pluralismo de opiniones.

La Ley crea el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), integrado mayoritariamente por representantes de diferentes sectores de la sociedad civil: uno del Gobierno, y nueve miembros de diferentes sectores privados: dos del ámbito de la radiodifusión, uno del académico, uno de los consumidores, dos de los medios de prensa, uno del ámbito publicitario, uno del de educación y uno de las organizaciones civiles. La norma estableció que este nuevo órgano administrativo solo actuará como una instancia consultiva del Ministerio de Transportes y Comunicaciones y en áreas muy específicas. Nada remotamente comparable con la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos. Este ente de composición pluralista y democrática tiene una estructura muy simple, semejante a la del actual Consejo Nacional de Cinematografía (CONACINE), creado por la Ley 26370 de 1994. Pero aunque las atribuciones que se otorgan al CONCORTV son pocas, bien aprovechadas podrían servir para el mejoramiento integral de la radio y la televisión de señal abierta.

"La Ley de Radio y Televisión establece diversos mecanismos de consulta y de participación de los ciudadanos mediante audiencias públicas ordinarias y extraordinarias, acceso permanente a la información actualizada del portal del Ministerio, presentación de quejas y otros, encaminados a establecer de una manera distinta la relación entre los operadores de medios electrónicos, el público y el Estado. Esta variación sustancial en la composición de los actores de la comunicación social puede ser útil y productiva solo si se tiene conciencia de su utilidad y si el órgano representativo de los ciudadanos ante el Ministerio, es decir el CONCORTV, actúa cotidianamente como punto de confluencia entre todos" (José Perla 2005, pag. 115).

La ley peruana de radio y tv incluye a todos los sectores: empresarial, universitario, gubernamental, pero no olvida al principal, a los consumidores, constitutivo elemental de los medios.

La Veeduría Ciudadana de la Comunicación observa los siguientes problemas en la Ley:

- No coloca restricciones o límites a la inversión extranjera (artículo 24).
- El Poder Ejecutivo sigue con todo el poder posible (en general). El Consejo debe ser autónomo para impedir la influencia política de turno.
- Fusión de empresas al 40 por ciento es oligopolio (artículo 22).
- La renovación de licencias sigue siendo automática (artículo 15).
- No aparecen prevenciones ni sanciones contra la corrupción y la venta de libertad de expresión; no es causa de suspensión de licencia; no hay obligación de transparencia informativa sobre ingresos y egresos económicos.
- No hay defensorías del televidente ni del oyente.

Decisiones sobre tecnología

A lo largo de la primera década del siglo XXI, en Perú se ha procurado regular los servicios de satélite y las nuevas tecnologías como la Internet y la televisión de alta definición.

El Decreto Supremo N° 022-2005-MTC (publicado el 24 de agosto del 2005) regula el correcto desarrollo de proveedores de servicios de satélite, siguiendo las tendencias en regulaciones y acuerdos internacionales.

La Ley N° 28493, del 12 de abril del 2005, regula la publicidad electrónica no solicitada o SPAM a través del correo electrónico.

Cuando llegué al Perú a mediados del 2008 me sorprendió encontrar una vieja discusión: qué estándar tecnológico decidir. En esta ocasión el tema era la televisión digital, y claro, la discusión era que la tecnología no era neutral y todo lo demás. Las opciones eran las reconocidas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT): Advanced Television System Committee (ATSC, norteamericano), Digital Video Broadcasting (DVB, europeo) e Integrated Services Digital Broadcasting (ISDB, japonés).

Me recordó las historias de la televisión a color, los formatos de videocinta y los formatos de video digital. Hoy las discusiones giran en torno a la capacidad de *multicasting* del sistema europeo, las ventajas del sistema japonés para equipos móviles y los requerimientos de ancho de banda del sistema americano. Como en anteriores debates, todos los productores coinciden que tarde o temprano los sistemas se igualarán en capacidades tecnológicas, y esta discusión no será más que una discusión por un mercado en su momento inicial.

Nuevas tecnologías, nuevos desafíos

No me molesta decir que el tema de las políticas de comunicación ha sobrepasado la capacidad de pensar y actuar de los políticos y las decisiones políticas. Las nuevas tecnologías están más allá de la imaginación de la mayor parte de nuestros decisores y lo que puedan normar en más de una ocasión no va a poder alcanzar la capacidad de la tecnología de actuar sobre la realidad global.

Otro espacio de demandas a repensar en cuanto a las políticas de comunicación es el de la transformación de los medios. Rafael Roncagliolo describió agudamente el movimiento de primacía de los electrónicos, los desplazamientos de los impresos y la transformación del consumo cultural que significa el cable. Esto ha sufrido una rápida revolución. Es muy acertado seguir las tendencias del mercado para entender los cambios en el poder, dúos y tríos, incorporando teléfono, cable e Internet nos muestran la tendencia a una vida refugiada en la privacidad. Cada día me sorprende al trabajar en casa con las cosas que antes me hubieran tomado meses de idas y vueltas a bibliotecas y centros de documentación, mi actividad social, de participación y discusión es cada



vez más mediada por *facebook* y me pregunto qué políticas de comunicación permiten esto y cuáles son las consecuencias para la sociedad y la política.

A lo largo de los últimos 15 años he realizado mi trabajo de comunicador por el mundo. Hace una década, un nuevo medio apareció en la lista de mis clientes, el *website*. Afortunadamente nunca me tocó hacer nada impropio ni muy escandaloso. Lo más subversivo fue uno para introducir la anticoncepción de emergencia en un país y otro para promover la legalización del aborto. Pero lo que sí sé es que este medio escapa a todo control.

La experiencia me ha enseñado que lo más práctico es utilizar servidores de grandes compañías como *geocities* o *yahoo*, los cuales tienen extraordinarios estándares de seguridad, y desde allí dirigirme a audiencias globales o localizadas en alguna parte del mundo. Luego, las políticas *framework* de estos *Web* no son las que emanan del gobierno peruano, sino probablemente de la *Federal Communications Commission*, o finalmente de ninguno, ya que los servidores son cientos de espejos instalados en diferentes partes del mundo y si por alguna razón de control uno deja de operar el usuario no nota la diferencia.

El futuro mediático inmediato es medios corriendo por la Internet, y la Internet corriendo por el cable y los canales de la televisión digital satelital. Es la nueva generación del matrimonio entre informática y telecomunicaciones. Ya hablaba de ello hace 30 años. Poco pueden hacer los países del sur para controlar estos flujos. Eso es una ventaja extraordinaria. Hace unos meses estaba viviendo en Zimbabwe, todo el discurso de la oposición a Mugabe corría a través de la Internet y el gobierno estaba absolutamente desarmado ante esta realidad. Otro "nuevo canal": SMS por los teléfonos celulares.

Lección aprendida, los nuevos medios han abierto espacios de respuesta y control desde la sociedad civil impensables diez años atrás. Confieso a mis casi 50 que muchas de las opciones de participación y respuesta que veo hoy en día eran impensables cuando empecé mi vida de maestro universitario, y eso me da una gran esperanza en la capacidad de las próximas generaciones de recrear un país más integrado y democrático.

Cuando veo la oferta de cable de Perú realmente me sorprende, con los canales de noticias nacionales 24 horas donde uno puede ver en directo el juicio al

presidente Fujimori, canales transmitiendo los debates del Congreso de la República en directo, horas de horas, aburridísimas, pero que permiten el acceso de los interesados a información que antes era reservada a un reducido grupo de periodistas y visitantes. Los dos mega eventos internacionales auspiciados por el Gobierno del Perú en 2008 fueron realmente megamedia-eventos, con intensa cobertura en televisión, Internet, prensa y radio.

Internet ha hecho que las legislaciones sean revisadas. Otro impacto es el uso de la telefonía celular: la movilidad y la facilidad de uso, marcan la preferencia de aplicaciones.


Otro extraordinario reto de la década venidera será la globalización de la educación *online*. No más educación tradicional, basada en una carpeta, viajando horas a una escuela limitada por los recursos locales. La educación media, técnica y profesional será *online* y las escuelas valdrán por su calidad intrínseca y no por la validación que pueda darle el Ministerio de Educación de un país específico. Esto es completamente válido en la universidad inglesa, con marcado éxito de sus ramas *online* basadas en todo el mundo. Será el reto de los próximos años de la educación en Latinoamérica. Gracias a su libertinaje con el software Perú ha sido un país de avanzada en procesos informáticos y varios proyectos de esta naturaleza germinan en la iniciativa privada.

Una de las últimas acciones de Bush antes de dejar la Casa Blanca fue firmar el Tratado de Libre Comercio con Perú, premio a los múltiples esfuerzos de nuestra economía de alinearse a los requerimientos del *big brother* y realmente una hazaña para un país que hace una década se debatía en crisis, falta de gobernabilidad y violencia. No suelo sentirme orgulloso de nuestras relaciones con el vecino del norte, pero hay que reconocer que fue una expresión del cambio cultural que se está produciendo en el país.

Como dirían los comentaristas de fútbol, estamos aprendiendo a tener capacidad resolutive. Lo que me pregunto es cómo se va a solucionar la contradicción entre Tratado de Libre Comercio y los millones de DVDs y *software* piratas que circulan en el país. La decisión política lógica sería reprimir este mercado, lo cual sacaría del acceso a bienes culturales a gran parte de los segmentos B, C y D de la población. Sin contar con la casi imposibilidad de controlar la producción en cada esquina del país, estoy casi seguro que DVDs "*made in Perú*", sobrecitos de papa a la huancaína y ocopa en polvo, *software* de la avenida Garcilaso y jugo de ceviche pre elaborado están en las preferencias de los casi tres millones de peruanos que viven en el extranjero, vienen de visita al país y vuelven a sus nuevos hogares en ultramar.

En la primera década del siglo XXI, ni los actores políticos ni los medios de comunicación canalizan con eficiencia las demandas sociales. Mientras Lima y algunas provincias festejan el boom de desarrollo del país, en las provincias del sur, la sierra sur y la selva se viene cultivando un extenso malestar producto de la falta de acceso a los beneficios del desarrollo y la incapacidad de expresar su voz con suficiente fuerza e impacto a través de los canales políticos y mediáticos. La comunicación política presenta fallas y produce la desconexión entre el gobierno y la sociedad civil.

Los medios de comunicación construyen una realidad paralela que muchas veces, por su carácter simbólico, genera nuevos significados, resaltan acciones políticas disfuncionales y hace visibles las falencias comunicativas del gobierno.

Una eficiente relación política en la comunicación podría estar determinada, por un lado, por medios orientados por los principios democráticos y éticos, un Consejo de Radio y Televisión con mayor iniciativa, mecanismos de autorregulación, capacidad de intervención y de repensar las posibilidades de los nuevos medios para contribuir al desarrollo del país; por el otro lado, por gobiernos que respeten la libertad de prensa, muestren transparencia en la gestión y promuevan una comunicación política eficiente. 

Referencias:

Castañeda, Marisol. "Relaciones entre Estado y sociedad civil en el proceso de transición. Balance de los modelos de comunicación" en Castañeda, M. y Alfaro, M. (ed). *¿Concertación o vigilancia? Relaciones entre Estado y Sociedad Civil*. Perú: Calandria. 2003.

Anaya, José Perla. *La Ley de Radio y Televisión*. Análisis y comentarios. Lima: Asociación Calandria. 2005.

----"Medios Públicos para Espacios Públicos en una era de grandes cambios" en *De lo estatal a lo público. Medios: ¿de quién y para qué?* Lima: Calandria. 2006.

Quezada, Alicia y Paredes, Rina. "Hacia medios públicos en el Perú, una ruta histórica compleja" en *De lo estatal a lo público Medios: ¿de quién y para qué?* Lima: Calandria. 2006.

Ramos de la Flor, Jorge. *Las políticas de comunicación y su aporte a la seguridad nacional*. Universidad Nacional Federico Villarreal (Online) Disponible en: <http://www.unfv.edu.pe/site/willana/politicas.html>. 2008.

Roncagliolo, Rafael. "De las políticas de comunicación a la incomunicación de la política" en *Nueva Sociedad* Nro. 140 noviembre - diciembre 1995, pp. 102-111 Lima: 1995.

Tello, Max. "¿Quién controla la televisión en los Estados Unidos?" (Online) Disponible en <http://www.maxtello.com/links.htm>. 2002.

Trelles Cruz, Martín Eduardo. "Medios de comunicación y gobernabilidad. Escenarios de interdependencia en la comunicación política" *UNIrevista* - Vol. 1, n° 3. Lima: Universidad San Martín de Porres. 2006.