

LAS TELEVISORAS LOCALES EN EL PERÚ. UNA HISTORIA DE SU USO COMO HERRAMIENTA POLÍTICA: EL CASO DE JULIACA *

Local TV Stations in Peru. A History of use As Political Tools:
The Juliaca Case

James A. Dettleff

Master of Fine Arts por Ohio University; Athens, Ohio, Estados Unidos, (1994). Comunicador Audiovisual por la Universidad de Lima; Lima, Perú (1988). Docente Principal del Departamento Académico de Comunicaciones, y profesor en la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, Pontificia Universidad Católica del Perú.

jdettleff@pucp.edu.pe

Correspondencia: Departamento Académico de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica del Perú. Av. Universitaria 1801, San Miguel. Lima 32, Perú.

* Este documento es producto de la investigación sobre televisoras locales en Juliaca, apoyada por el Departamento Académico de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Avances de esta investigación fueron presentados en el XXVIII Congreso de la International Association for Media and Communication Research, (Estocolmo, Suecia, julio 2008) y publicados en *Televisión: 14 formas de mirarla* (Perú, 2010) y *Otras voces, otras imágenes: radio y televisión local en el Perú*. (Perú, 2011).

RESUMEN

El artículo hace un recorrido por la historia de las televisoras locales en la localidad altoandina de Juliaca, en Puno, Perú. A través de éste, se plantea la situación de la presencia de una voz local frente al sistema centralizado peruano y se conocen las condiciones de producción y la manera en que estos medios –y principalmente sus programas informativos- han sido utilizados como herramientas para que sus dueños o conductores accedan a cargos públicos. Para la realización de este trabajo, el autor tuvo tres estadías en Juliaca en los años 2005, 2009 y 2010, donde pudo observar el desarrollo y cambios en las televisoras locales, entrevistar a la mayoría de los dueños de los canales, y realizar una encuesta de recepción a más de 300 pobladores de la ciudad.

Palabras clave: Televisión local, historia, política, Juliaca, Perú.

ABSTRACT

This article is about the history of local TV stations in the Andean city of Juliaca, in Puno, Peru. As we learn the history of these stations, we can see the way local voices face the centralized production system in Peru, the limited resources they have to produce their shows, and the way these stations -mainly their news programs- become tools to make the owners or anchors gain access to public offices as majors or congress members. The author has visited the city for these research three times in a five year span, allowing him watch the changes in the TV stations, interview most of its owners, and make a survey to over 300 viewers of the city.

Key words: Local TV stations, History, Politics, Juliaca, Perú.

Recibido: 22 de abril de 2012

Aprobado: 2 de junio de 2012

BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN PERUANA

No hace mucho que se cumplieron 50 años de la televisión en el Perú. De diferentes maneras, los distintos canales celebraron su primera transmisión, proyectándose a lo que será el cambio a la transmisión en digital y alta definición¹. De los canales que iniciaron la televisión en el país a fines de los años 50, solamente quedan el canal estatal² (que fue el primero en transmitir, en enero de 1958), América Televisión (el primer canal comercial del Perú, que inició sus transmisiones en diciembre de 1958) y Panamericana Televisión (que inició transmisiones en octubre de 1959). Casi nadie recuerda los otros canales originales que surgieron en Lima en esos años (y cuyas frecuencias fueron ocupadas en los años ochenta por otras empresas), y mucho menos se recuerda a Televisora Sur Peruana, empresa que surge en Arequipa (Vivas, 2001, p. 29), en el sur del país, fuera de la centralista capital.

Hoy día, más de medio siglo después de ese inicio, existen 1143 estaciones de televisión registradas³ en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), de las cuales solamente 117 se concentran en Lima. Si bien esto podría hacer creer que en los últimos cincuenta años el Perú ha dejado de lado su centralismo, en realidad esta es una ilusión. Lima sigue concentrando casi un tercio de la población del Perú, teniendo cerca del 70% de la inversión pública y recolectando casi el 88% de los impuestos del país⁴. Y en cuanto a estaciones de televisión, concentra el 55.6%⁵ de las empresas de televisión que transmiten su programación desde la capital para todo el país. Es decir, 636 de las estaciones registradas en todo el Perú, tienen su base en Lima, y retransmiten en el resto del Perú la programación centralizada. El centralismo en el Perú, como bien sostiene Plaza, “expresa un proceso de aglomeración económica, política, social y cultural, caracterizada por su carencia de vínculos sólidos y articuladores con el resto de las regiones, economías y poderes del país” (Plaza, 2005, p. 8).

Por ello, resulta interesante observar el fenómeno de crecimiento de televisoras locales en los diferentes Departamentos del Perú, donde en los últimos 10 años se ha notado una creciente aparición de estaciones en las principales ciudades, fuera de la capital. El principal motivo para este crecimiento ha sido la facilidad tecnológica que se ha dado a partir de fines del siglo pasado, que ha creado una menor necesidad de equipamiento y por ende menos recursos económicos y tecnológicos para instalar una estación de televisión.

La ciudad del altiplano, donde todo es posible

Nuestro enfoque se centra en Juliaca⁶, una ciudad de cerca de 200 mil habitantes, que se encuentra a unas cinco horas de la frontera con Bolivia, lo que la hace una ciudad comercial donde el contrabando y la informalidad son la regla visible y

tolerada. Sus habitantes son pobladores Quechuas y Aymaras, que viven en constante tensión entre su rica herencia cultural, y su homogenización con la cultura dominante. Se dice que cualquier cosa se puede conseguir o fabricar en Juliaca, sus habitantes son grandes emprendedores, que han logrado establecer negocios más allá de su zona, y son empresarios importantes en varias ciudades del sur del Perú. Si aceptamos que la “mediación comunicativa ha contribuido a extinguir para siempre saberes y haceres, visiones del mundo y modos de vivir, creencias y tradiciones” (Martín Serrano, 2004, p. 101), podríamos estar frente a la oportunidad de observar una manera de resistencia mediática en Juliaca.

Al igual que muchas poblaciones, hay un cierto resentimiento por aquello que significa Lima, ya que la capital no solo concentra a más de ocho millones de peruanos, sino que es una gran concentradora de recursos, facilidades, oportunidades, que deja poco espacio para desarrollos más locales. Como ya nos indicaba García Canclini, “los países latinoamericanos no han articulado políticas regionales que corrijan el atraso tecnológico y las asimetrías en el desarrollo audiovisual” (García Canclini, 2004, p. 9).

De esta forma, los Juliaqueños han luchado constantemente contra el centralismo limeño, y la exclusión social de la cual se han sentido víctimas durante siglos, por la clase dominante costeña, pues como afirma Valcárcel, la exclusión social no sólo se da por las estructuras económicas y políticas, sino que también está ligada “a factores como la situación geográfica y a otros como la discriminación por cuestiones de género, clase y etnia” (Valcárcel, 2007, p. 11).

La informalidad de Juliaca ha hecho que sus pobladores puedan establecer negocios, empresas, radios y televisoras, sin contar con permisos ni autorizaciones, que deben ser solicitadas y tramitadas en la capital. Los equipos son fabricados sin estándares o conseguidos en los países fronterizos, ya sea de manera formal o informal (contrabando), y sus proyectos son sacados adelante en base al empuje e ingenio, logrando con pocos recursos cosas que algunos otros ni intentarían.

Un grupo de esos proyectos sacados adelante con empuje, son los canales de televisión. Juliaca tiene 20 licencias para canales de televisión⁷, uno de los números más altos del Perú, que la coloca en décimo lugar en cuanto a licencias, frente a ciudades de mucha mayor población e importancia como Lima, Arequipa, Cusco o Chiclayo. Es importante anotar que, después de Lima, el departamento de Puno (donde está ubicado Juliaca) es el que más estaciones de televisión tiene en el Perú.

Como ya hemos afirmado anteriormente, “el Perú ve su realidad a través de los ojos limeños, y escucha sus mensajes televisivos a partir de la perspectiva

capitalina” (Dettleff, 2010, 145). Por estos motivos, los canales locales de Juliaca –sin considerar aquellos que son filiales de otras localidades- se convierten en un objeto interesante para ver cómo se desarrolla la producción audiovisual, y la manera en que los programas informativos se constituyen en un eje central de la programación, con fines muy específicos.

Planteamos realizar un recorrido por los diferentes canales locales de Juliaca, y a través de este recorrido conocer su historia, características, programación y condiciones de producción, que permitan observar la labor de los que en ellos trabajan, a través de la observación participante y el análisis de la programación. Para ello, realizamos estadias en tres oportunidades en la ciudad de Juliaca (2005, 2009 y 2010), períodos en los cuales logramos realizar entrevistas en profundidad a dueños, concesionarios y administradores de los canales, así como a productores independientes que realizan programas para ellos. Visitamos los locales de los canales de televisión (la gran mayoría en casas, no verdaderos locales televisivos), grabamos horas de la programación de los diferentes canales que luego fueron analizadas, y realizamos una encuesta (con una muestra de 300 Personas) a la población sobre consumo televisivo. Finalmente, hemos revisado documentación del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, del Consejo Consultivo de Radio y Televisión, de Registros públicos (hasta donde fue posible), y diarios y revistas regionales.

Televisiones locales, esquemas globales

Si bien la televisión en Lima y algunas otras ciudades del Perú tiene ya más de medio siglo, no se puede decir lo mismo de muchas localidades de las provincias del país. A mediados de los ochenta se dio una expansión de filiales y retransmisoras, que aún así dejó a buena parte del país sin tener una señal televisiva. Cárdenas nos narra que a inicios del siglo XXI, el alcalde de Juanjui –ciudad de la selva peruana- tuvo como una de sus primeras acciones, colocar antenas para que la señal de televisión llegara por primera vez a ese lugar. Lograr ver señales de los diferentes canales, que no eran locales, “les hacía sentirse parte de este país” con lo que nos hace notar que la televisión se ha convertido “en el medio de incorporación de enormes regiones del país, antes aisladas” (Cárdenas, 2010, p. 161). En Juliaca sucedió lo mismo en los años ochenta, y a fines de los noventa empiezan a buscar formas de producción propia, fundando sus propios canales.

Pero las empresas televisivas de esta región son llevadas adelante con el empuje y pasión que hemos descrito de los juliaqueños. Sus recursos son mínimos, su equipamiento es casi casero, sus instalaciones son muchas veces garajes o salas de casas, y en algunos casos es más el ingenio que la real capacidad televisiva lo que los hace salir adelante.

Es común ver que el tipo de programación de un canal se parece mucho al de otro, y que se repiten los mismos esquemas, pues hay poco margen para arriesgar en una realidad de producción tan precaria. “En mercados con pocos canales de televisión, sale más a cuenta repartirse el público mayoritario en cada franja, que buscar segmentos de público minoritarios. Así, se puede ver cómo las televisiones tienden a competir con el mismo tipo de programa y a copiar los formatos de éxito” (De Mateo y Bergés, 2005, p. 56). Esta afirmación se comprueba con facilidad en Juliaca donde -a pesar que no podemos decir que hay pocas estaciones- vemos que los programas musicales, la emisión de películas pirata, los programas de venta de productos, los noticieros y los programas de opinión política copan buena parte de la programación de casi todos los canales.

Este tipo de programación redundante se ha generado a partir del primer canal que se fundó en la ciudad, y los programas más exitosos (y sencillos de realizar) fueron repitiéndose cada vez que aparecía una nueva estación. Revisemos ahora la historia de la televisión de Juliaca, a partir de sus diferentes estaciones.

Una historia de informalidad en las pantallas.

La primera estación local que se estableció en Juliaca fue TV Sur. Hasta ese momento, el único canal peruano de televisión era Panamericana Televisión, que había empezado a transmitir en Juliaca en 1986, gracias a sus sistemas de retransmisión vía microondas. En un primer momento, Panamericana ni siquiera había considerado tener una señal en Juliaca, pero los pobladores de la ciudad conformaron un comité para lograr recibir la señal. “Juntaron plata y se la dieron a Panamericana Televisión para que pusiera aquí una retransmisora. Imagínate, antes la población, por tener televisión, llegó a pagar a los Delgado Parker para que trajeran su televisión aquí y pudieran lucrar con ella”, nos indicó Enrique Cáceres⁸, actual gerente de TV Sur. De esa manera, durante una década la ciudad andina contó con algunas señales nacionales, que apenas si daba unos cuantos minutos para introducir noticias locales, pero que mostraba muy poco de lo que sucedía en su región.

La familia Cáceres Velásquez, muy poderosa en la región sur andina, poseía Radio El Sol de los Andes, la estación radial más antigua de Juliaca, que transmitía en AM desde octubre de 1962. La radioemisora había sido una potente herramienta de propaganda política, que colaboró para que varios de los miembros de la familia Cáceres Velásquez y el partido al que pertenecían (Frente Nacional de Trabajadores y Campesinos, FRENATRACA) lograran puestos políticos en Juliaca, en el Departamento de Puno, y en el Congreso Nacional.

Hacia fines de los años noventa, los Cáceres deciden fundar una televisora que permitiera ampliar aún más su influencia en la zona, y el encargado de hacerlo fue

Pedro Cáceres, quien había sido congresista durante 16 años, y era alcalde de San Román (Juliaca) cuando empiezan las transmisiones hacia fines de 1996, logrando una transmisión regular el año siguiente. Muy al estilo de la ciudad, el canal transmitió durante cuatro años sin permiso del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), y recién solicitó la licencia en el año 2001.

Los primeros años de la emisora se mantuvieron en el aire pasando principalmente videos musicales, noticieros, y algún programa donde se podía diseminar las ideas del partido. Pero en 1998 transmiten en vivo el Carnaval de Juliaca, con lo que logran atraer a la audiencia, y marcan una pauta que será seguida luego por los canales locales que se irán sumando.

Tras la muerte de Pedro Cáceres en el año 2002, sobreviene una lucha por el control de la televisora, quedándose finalmente con ella su esposa e hijos, y tomando Enrique (el hijo mayor) las riendas de Sur TV en el 2003. La nueva generación de los Cáceres decide que el canal debe dejar de ser una herramienta política, e intentan convertirse en verdaderos *broadcasters* del Ande peruano. Invirtiendo en el equipamiento y en las instalaciones, logran que TV Sur se convierta en una de las televisoras con mejor infraestructura de la región.

Apuestan por una programación variada y diversa, que los coloca al frente de las preferencias por algunos años. A pesar de tener casi todos los programas en vivo, mantienen estándares de producción que, para el mercado de la zona, son muy por encima del promedio. Además de tener programas musicales juveniles y de folklore, apuestan por un programa infantil con alguna remembranza del desaparecido “Nubeluz”⁹, un programa de comedia, un noticiero realizado por una casa productora local, y un magazín informativo semanal que revisa las noticias locales más importantes de la semana y realiza entrevistas a los diferentes actores sociales y políticos de la región.

Otra característica principal del canal es que durante buena parte de las mañanas llenaba su programación con películas, que conseguía en el mercado informal de Juliaca, sin pensar en los derechos ni permisos necesarios para hacerlo.

Pero a pesar de sus esfuerzos, propuestas de programación, y la respuesta del público, TV Sur no pudo mantener el ritmo debido a la feroz competencia que empezó a darse en el mercado televisivo local.

“Nos ha tocado competir contra un montón de canales; algunos están regularizando sus papeles pero otros son piratas. Eso no permite cobrar las tarifas reales, pues ellos cobran la cuarta o quinta parte del valor real. Pero no

se dan cuenta de lo que van a tener que gastar para reponer esos equipos en el futuro” nos comentaba Enrique Cáceres en el año 2005, cuando el canal tuvo que entrar a reestructurar su programación por los costos que ésta implicaba.

El canal se recompuso y supo mantener una programación bastante variada, manteniendo el noticiero local (Sur Noticias), nuevos programas musicales, agregando un programa de deportes que se transmitía antes por el canal Santa Fe, e incorporándose a Red TV, que emite “Enlace Nacional”, el noticiero colaborativo que se realiza con la red de 30 canales en 28 ciudades del Perú, lo que crea una “sensación cotidiana en el público de que se trata de un noticiero realmente nacional que promueve una mayor integración del país” (Beteta, 2011, p. 93).

Junto con esto, continúa programando películas y documentales sin licencia ni permisos, con los cuales llena la programación durante la mañana.

El segundo canal de televisión local de Juliaca apareció en el año 1999. Fama TV es un canal que tiene el secretismo como su característica principal. Dueños de Radio Fama, la familia Gómez León¹⁰ siguió los pasos de los Cáceres para poder tener un apoyo en sus aspiraciones políticas. A diferencia de los Cáceres, que consiguieron su licencia y la asignación de una frecuencia (son el único canal local de Juliaca que transmite en VHF, a través del canal 4), Fama TV ha tenido que ir pasando por diferentes frecuencias, siendo la más utilizada la que corresponde al canal 15, cuya licencia está en manos del ex-alcalde Mariano Portugal Catacora¹¹, por lo cual muchos afirmaban que el canal era de su propiedad. Sin embargo, desde el año 2009 Fama se emite por el canal 27, cuya licencia está otorgada desde el 2004 a Empresa Radiodifusora Copacabana, empresa que está a nombre de Norma Amelia Gómez León.

Si bien Fama TV empezó con un esquema de programación similar al de TV Sur (videos musicales y algunos programas informativos) poco a poco empezó a destacarse en la programación local de Juliaca gracias al espacio que alquiló al periodista David Sucacahua, quien dirige “Noticias al día”, que es el noticiero más sintonizado en la ciudad. En los últimos años, Sucacahua ha intentado infructuosamente ser alcalde de la ciudad, llevando en las filas de su partido a algunos miembros de la familia Gómez León¹².

Junto con el programa estrella liderado por Sucacahua, el canal transmite Informe Dominical (conducido por el mismo periodista), un programa de fin de semana que enfoca con algo más de profundidad las noticias resaltantes de la semana. El resto de la programación es completada con programas esotéricos, musicales, de venta de productos, y con transmisión de películas piratas.

En el año 2009, el canal era el más visto de Juliaca, y David Sucacahua era el personaje de televisión más recordado por la población, muy por encima de cualquier otro personaje de la televisión nacional o local: 39% de recordación, frente a 4% del segundo personaje de televisión más recordado (Dettleff, 2011, p. 124-126).

En el año 2000, aparece el tercer canal local de Juliaca: Radio Televisión San José. Marino Apaza era trabajador en el sector educación en Puno, cuando llegó su edad de jubilación. En ese momento, José Paredes Enríquez¹³ le propuso fundar una radio como una forma de negocio. Sin embargo, viendo la cantidad de radios que ya estaban establecidas en la ciudad, decidieron solicitar una licencia para un canal de televisión. Apaza tuvo que viajar a Lima varias veces y reformular el proyecto para la televisora. “El proyecto que hicimos aquí en Juliaca no me lo aceptaron, a pesar que fue realizado por un ingeniero especialista. Ya sabemos cómo es la burguesía en Lima y tuve que rehacerlo con los ingenieros de allá”, se quejó Apaza en la entrevista que le realizamos en enero de 2005.

Durante varios años, los dueños de San José Televisión estuvieron en desacuerdo con la frecuencia que el MTC les había asignado (canal 45) y simplemente decidieron transmitir por el canal 22, haciendo gala de la informalidad que es casi una regla en Juliaca. Sin embargo, luego de varias advertencias de las autoridades, en el año 2009 debieron retornar a la frecuencia que les había sido asignada originalmente.

San José empezó sus transmisiones contratando a un grupo de periodistas, pues entendían que en la parte informativa local era donde deberían dar la batalla. De esta manera, fueron mezclando sus programas de entretenimiento con noticieros y lo que en Juliaca se conoce como “programas de opinión”, donde un conductor dedica buena parte del tiempo a editorializar, desde su perspectiva y no necesariamente con bases informativas sólidas. En sus inicios, el canal fue uno de los que contaba con mayor número de trabajadores (cerca de 25 personas entre personal técnico, artístico y administrativo), pero luego fue decayendo hasta tener cerca de 10 personas laborando hacia fines de la década.

Como parte de su política de supervivencia, empezaron a alquilar algunas horas de su programación, emitiendo así programas producidos por productoras externas, o alquilando el local y equipos para que otras personas emitan su programa desde sus estudios. Muchas iglesias evangélicas y congregaciones han terminado alquilando bloques horarios de su programación.

Sin embargo, el canal continúa dedicando buena parte de su esfuerzo a los programas informativos y de política, pues su noticiero “Mundo noticias” comparte las noches con los programas de opinión política “Crítica y razón” y “El perro del hortelano”.

El camino de la radio a la televisión

A fines del año 2002 surge un nuevo canal local en la ciudad, llamado Líder Santa Fe. La familia Humpiri había intentado sin fortuna conseguir una licencia, cuando se enteró que el poseedor de la licencia del canal 25 (Radio Líder) estaba a punto de perderla por no haber iniciado actividad televisiva¹⁴. De esta manera, logran un acuerdo y se inician las transmisiones del canal Santa Fe.

Al frente del canal está Sofin Humpiri, quien había trabajado en radio Wilcamayo de Sicuani (Cusco), antes de llegar a Juliaca, donde trabajó en TV Sur, en el canal estatal, y en Fama TV. Con sus 27 años de experiencia en medios, Humpiri inició su canal emitiendo con una licencia que no era propia, y trabajando únicamente con algunos miembros de su familia como el único personal estable. En el año 2005 tres personas (Humpiri, su hijo y su ahijada) llevaban adelante todo el canal. Hacia el 2010, dos personas más ayudaban, pero la base del personal seguía siendo el mismo. El esquema que manejaron desde el inicio es el de alquilar los espacios de la programación -estos llegan a ser el 70% de su tiempo al aire-, a diferentes personas que producían y financiaban los programas, mientras Santa Fe les provee de equipos y personal de planta para que puedan salir al aire.

Al igual que las otras estaciones, la base de su programación fueron los programas musicales, donde los conductores presentan videos de distintos géneros musicales, llenando así con facilidad la programación diaria¹⁵. Igualmente, abrieron espacios deportivos, que mezclan información del acontecer local, nacional e internacional (estos últimos, simplemente pirateando señales que captan del aire o cable), con éxito similar al de los programas musicales. Años más tarde, el programa deportivo de mayor éxito del canal (Multideportes) migró a TV Sur.

Una tercera línea de su programación son algunos espacios que ellos denominan “de juegos”, programas de concurso, sencillos, que invitan a la participación del público a través de preguntas, mientras mezclan la charla informal con algunos videos musicales. El gran atractivo de estos programas, sin embargo, son los regalos que hacen a los televidentes que “ganan” los concursos.

Como es frecuente en todos los canales locales, el eje central del canal son los informativos, y los programas políticos, donde se utiliza el canal como un medio de propaganda, o como trampolín político para algún cargo público. De esta forma, uno de los programas más vistos en Santa Fe era “Sin pelos en la lengua”, conducido por César Huasaca, quien intentó ser regidor de la municipalidad de Juliaca por el Movimiento Andino Socialista en el 2010, y congresista nacional por el partido Aprista en el 2011. El noticiero CTV Noticias, por su parte, era conducido por Zacarías Quispe, quien también postuló a un cargo municipal en el 2010 por el Movimiento Regional de Integración Andina, del cual es personero legal.

Si bien el canal luchaba con los otros canales locales para captar a la audiencia de la ciudad y los alrededores, se sentía con suficiente respaldo como para intentar abrir nuevas emisoras en Abancay y en Huaraz, donde los encargados serían las parejas de las hijas de Humpiri, manteniendo así la idea del negocio familiar.

Poco tiempo después que entrevistáramos a Sofin Humpiri, desacuerdos con la dueña de la licencia hicieron que tuviera que dejar la frecuencia en la que habían estado emitiendo, y realizar un nuevo contrato con la familia Hilasaca, poseedores de la licencia del canal 47. Santa Fe empieza a emitirse por esa frecuencia, modificando su nombre a Telefe. Atrás quedaron los trámites para lograr licencias propias en Juliaca y en otras ciudades del Ande peruano, pero el espíritu se mantuvo.

En Telefé, los Humpiri continuaron con el esquema de alquilar horas de la programación a nuevos productores, generando así una parrilla con muchos programas musicales, pero contando ahora también con presencia de programas evangélicos y de ventas de productos de salud. Los programas informativos ocupan un menor espacio de la programación, emitiendo los noticieros “URM Noticias”, e “Impacto Regional”.

Juliaca no solo posee señales que llegan de Lima o de la propia ciudad, sino que también cuenta con canales cuya base son otras ciudades, como Arequipa o Puno, capital del Departamento e histórica ciudad rival de Juliaca. En el año 2004 Radio Continental de Arequipa abrió una sucursal de su canal de televisión en la ciudad altiplánica, aunque no lograba tener programación suficiente para todo el día, la cual llenaban con películas piratas y otros programas de poca producción.

Graciela Vargas es una trabajadora de la municipalidad de Juliaca, que había tenido un programa diario en Radio Juliaca durante más de siete años, y se encontraba en esos momentos buscando tener un espacio propio. “Me pregunté ¿por qué no puedo alquilar o conseguir un medio para mí? Y me dije: yo voy a conseguir un medio donde yo pueda expresarme (...) y no quería ya radio, ya quería pasar a la televisión, porque ya estaban entrando los canales”, nos contó en el 2005. Fue así que habló con la administradora y los dueños de Continental, y llegó a un acuerdo para tener las 5 horas finales de la programación. De esta manera surge Grami TV, donde durante esas horas de la noche se producía un noticiero, un programa de opinión política llamado “El malpensante” (cuyo conductor logró ser regidor de la municipalidad en el periodo 2006-2010), un programa de turismo (conducido por su hija) y se alquilaba el espacio a DHAPS producciones, que emite fiestas sociales

y religiosas de la zona. Pero el gran proyecto de Graciela Vargas era “La cruda Verdad”, programa a ser conducido por ella donde realizaría periodismo de investigación.

En el año 2007 la señora Vargas logra finalmente que se le adjudique una licencia de funcionamiento, dejando así el canal 21 de Radio Continental para trasladarse al canal 57, y producir cerca de 18 horas diarias de programación.

Para lograr tener ocupada la señal, siguió un camino similar al de sus competidores emitiendo programas musicales, religiosos, de venta de productos naturales y algunas películas. Pero a partir de las 5 de la tarde, el canal emite sus programas principales, que son el noticiero “Primera Plana”, un programa de debates y el programa producido por DHAPS. Diversos problemas de salud han seguido postergando su proyecto personal “La cruda verdad”, y los hijos de Graciela Vargas han contado con programas de turismo y agricultura, pero de poca duración. En total, el canal sigue siendo llevado adelante con personal mínimo: siete personas.

La familia adquirió también la licencia de una radio AM, y convirtieron ambos medios en herramientas para intentar que su esposo Miguel logre ser elegido regidor de la alcaldía de Juliaca¹⁶, cosa que no lograron.

La televisión como (otro) negocio

La aparición de varias estaciones televisivas a fines del siglo pasado y en los primeros años de este siglo, empezó a hacer que muchas personas vieran una oportunidad de negocio, más allá de las posibilidades políticas que algunos veían en ellas. A pesar que muchos propietarios de canales locales indican que la idea de contar con un canal es porque resulta un buen negocio, la verdad es que casi ninguno vive de ellos, y tienen otras actividades paralelas que son las que realmente les dan sustento, y a veces permiten solventar gastos del canal. Este es un fenómeno que se da en todo el Perú, como relata Cárdenas, citando el caso de Ucayalina de televisión: “su propietario tiene al costado del canal una ferretería, de la cual vive. Por supuesto, él combina ambos negocios y me contaba que, en algún momento, financiaba con la ferretería la existencia del canal de televisión” (Cárdenas, 2010, p. 163).

La familia Cosi tenía negocios agrícolas, y vio en Juliaca una oportunidad para crear una red de televisoras que pudieran cubrir diferentes localidades del Departamento de Puno. Ascencio Cosi Apaza, el director de esta empresa, había distribuido algunas películas de la zona y empezó adquiriendo equipos para poder realizar los comerciales de esas películas. “Al final teníamos bastantes equipos, y nos preguntamos ¿qué hacemos?, ¿para qué tener los equipos? Vimos que teníamos lo básico para hacer televisión, para transmitir programas de

microondas, teníamos todo. Entonces vino la idea de comprar un canal”, nos indicó Cosi en julio de 2009. Sin embargo conseguir la licencia no fue tan fácil, y aunque decidió comprar una licencia a otro canal, esta le fue cancelada 15 días después.

A pesar de todo ello, Cositel inició sus actividades en el año 2005, y desde entonces establecieron cinco diferentes televisoras en Puno (sin embargo ellos afirman que son siete), manteniendo a Juliaca como la base de operaciones. Aunque la licencia adquirida fue para la frecuencia del canal 59, realizan sus emisiones por el canal 51. En el 2006 la limeña Red Global les ofrece manejar su señal en Juliaca, cosa que ellos aceptan, convirtiéndose en una filial del canal capitalino con mínima producción local. Como sentían que la producción estaba funcionando a buen ritmo, empiezan a emitir a través del canal 33 una nueva señal, convirtiéndose así en los únicos poseedores de tres canales en la ciudad. Sin embargo las quejas de sus competidores hicieron que en el 2008 cerraran la señal del canal 33, aunque mantuvieran la señal pirata del canal 51, y la retransmisión de Global.

Cositel llegó a contar con 18 trabajadores en las diferentes ciudades de Puno¹⁷, manteniendo un equipo de 12 personas en Juliaca. Desde esta ciudad, producían para las demás ciudades, en las cuales se elaboraban principalmente los espacios informativos de cada localidad, y los segmentos para su noticiero regional “Red Noticias”.

La producción centralizada de noticias en Lima, hace que cada vez se preste menor atención a lo que sucede en el resto del país, a menos que sea una noticia de gran implicancia política o que afecte directamente a la capital. Esto ya había sido advertido por De Mateo y Bergés, quienes indican que al tratar de reducir costos y maximizar la producción, los canales de televisión termina con “rutinas de producción informativa cada vez más alejadas de los criterios de pluralismo, diversidad y contraste de la información” (De mateo y Bergés, 2005, p. 58).

Por este motivo, a consideración de la familia Cosi su noticiero es el programa estrella del canal. Han creado una red de corresponsales en sus distintas ciudades, y logran contar así con un informativo que tiene presencia en buena parte de la región. De esta forma, se enfrentan a los noticieros llamados “nacionales” que se transmiten desde Lima, y que a duras penas consideran noticias que no sean generadas en la capital. De igual manera, el noticiero regional ofrece información más allá de la ciudad misma en la que se emite, intentando generar un programa de información de la región altiplánica.

Junto con el noticiero, el canal ofrece también un programa de opinión política, con el sugestivo nombre de “La verdad, sin pelos en la lengua”, que sigue la misma tónica de programas similares en los otros canales, comentando y opinando sobre diferentes situaciones políticas o de actualidad, muchas veces sin comprobar la veracidad de la información.

El resto de la programación busca captar a una población juvenil y a las amas de casa. Son uno de los pocos canales de Juliaca que transmite telenovelas (sin poseer los derechos de transmisión de ninguna de ellas) e igualmente cubren parte de su programación con la emisión de películas pirata. El mediodía está dedicado al deporte, pues tienen un programa de este corte que se alimenta con las noticias deportivas que provienen de los diferentes canales que poseen en las otras ciudades.

Al igual que la competencia, tienen varios programas musicales, aunque sin tanto énfasis de lo folklórico como es en los otros canales, pues por el contrario hay más presencia de la cumbia. Aún así, alquilan horas a ciertos productores, y algunos de ellos emiten fiestas folklóricas o celebraciones, como es el caso de la hora alquilada por el colegio Encinas. Otros que alquilan horas de la programación son los programas de venta de productos, y algunos grupos evangélicos, que tienden a cerrar su programación de 21 horas diarias.

Los fines de semana tiene un programa musical y de concursos, que busca la participación del público ya sea a través de llamadas telefónicas, o asistiendo al set ubicado en lo alto del cerro Huaisapata.

Hacia fines del 2010 se dieron problemas internos en Cositel, que generó un cisma en la familia, haciendo que algunos de sus miembros fueran separados de la televisora. Sin embargo, el canal continuó con sus labores, y sigue intentando posicionarse como el canal regional de mayor importancia, y enfrentando las quejas de sus competidores por sus prácticas informales.

Roberto Zevallos Quispe fue locutor radial durante más de 10 años, y siempre tuvo la ilusión de comprar una radio FM. Sin embargo, la vida le otorgó más bien la oportunidad de hacerse de un canal de televisión. “Jamás había soñado tener un canal de televisión. Pero conocí a unos amigos que estaban vendiendo algunos equipos y bueno, acepté comprarlos e ingresar a este mundo de las comunicaciones”¹⁸. De esta forma, Zevallos funda su canal Xtremo TV, y mientras intenta conseguir una licencia, alquila la licencia que estaba en manos de la empresa Radiodifusora Copacabana y empieza a transmitir por el canal 27 en enero del 2006. Una de sus primeras emisiones, es la transmisión en vivo del carnaval de Juliaca, lo que le da bastante audiencia en sus inicios.

Sin mucha experiencia en la producción televisiva, el canal se va abriendo camino lentamente, hasta que finalmente ingresa a laborar a la empresa Jet Traverso, un editor con amplia experiencia en la televisión regional, que ayuda a mejorar la calidad del canal.

Xtremo va haciéndose de un lugar en la audiencia juliacaña, gracias a sus programas musicales y su noticiero. Sin embargo, problemas con la dueña de la licencia hacen que deban dejar la frecuencia hacia fines del 2008, entrando a una etapa de búsqueda de un nuevo espacio, pasando por canales que tenían problemas legales, hasta que finalmente en junio del 2009 logran un nuevo acuerdo con los dueños de Radio Líder, poseedores de la licencia de canal 25, frecuencia por la cual emiten desde entonces.

Con un personal estable de 13 personas, el canal apuesta por una programación informativa basada en tres emisiones de su noticiero (al inicio de la programación, al mediodía, y en la noche) y el programa político “Pueblo Unido” con el que se cierra la programación. Sin embargo, el canal hace una clara distinción con éste último, al ser un espacio alquilado por su conductor. “Nosotros vendemos esa hora, y no nos responsabilizamos por lo que puedan decir. Aunque tampoco permitimos que haya infamias e insultos a personas. Es importante mantener la ética periodística dentro de ese programa” declaró Zevallos en la entrevista que le realizamos en el 2009. Esto es bastante discutible, porque la característica de los programas de “opinión política” en Juliaca se caracterizan por críticas sin fundamentos claros ni pruebas totalmente verificadas.

Otra parte de la programación de 18 horas diarias de Xtremo son sus programas musicales, donde tiene tanto programas folklóricos que son conducidos por presentadores que mezclan el español con algo de quechua y aymara¹⁹, como programas que pasan videos musicales de música pop/rock en inglés. Igualmente, alquila varias horas de las mañanas a representantes de cantantes folklóricos de la región y promotores de espectáculos, que utilizan ese tiempo para mostrar en pantalla una y otra vez los videos y publicidad de sus patrocinados.

Como en la mayoría de nuevos canales en Juliaca, también alquila horas para las ferias de venta de diversos productos, y tiene un bloque de dibujos animados. E igualmente transmite diariamente películas piratas, con lo cual cubre más de cinco horas de su programación, siendo muchas de ellas producciones que recién se están estrenando. “Cuando viajo a Lima trato de buscar las películas que salen al último, cuyas copias recién están apareciendo” nos dijo orgulloso.

Caso diferente es Peruana TV, que se emite a través del canal 15, frecuencia que es de propiedad del ex-alcalde y actual congresista Mariano Portugal. La emisora

empezó a funcionar en el 2009, y su programación está cubierta mayormente por películas piratas y musicales. Su producción se centra en tres programas principalmente: su espacio deportivo y los noticieros Peruana Noticias y CNA.

Este último es sin dudas el programa “estrella” del canal, que aunque no goza con tanta audiencia como ellos mismos imaginan (Dettleff, 2011, p 124), tiene como conductor a José “el Pato” Figueroa, uno de los representantes más claros de lo que se entiende por periodismo en Juliaca, y en muchas partes del Perú. Sin tener fundamentos o pruebas contundentes, es común que el conductor en base a supuestos, indicios o simplemente intuiciones, tenga un largo monólogo donde opine y juzgue a una persona, donde los adjetivos y calificativos abundan.

Obviamente, estos largos monólogos (que pueden durar 20 minutos o más) se vuelven más comunes cuando se trata de personajes públicos y sobre todo autoridades locales o regionales. De esta forma, Figueroa (al igual que Sucacahua en Fama TV, u otros conductores de los programas de “opinión”) puede dedicar una gran sección de su programa -y programas sucesivos en la semana- para atacar al alcalde de turno, a algún regidor, al Presidente Regional, etc. En algunos casos, se puede notar que detrás de los comentarios hay rencillas personales o intereses específicos, que algunos indican son una forma de chantaje o presión para lograr algún beneficio personal, o para la empresa.

Si bien en el caso de Peruana de TV esto es bastante más obvio, no debe pensarse que es el único canal en que sucede. Por el contrario, casi todos los canales sienten una necesidad de tener un noticiero y un programa de “opinión”, pues también es frecuente que en los noticieros, luego de emitir alguna noticia, el/la conductor/a del programa opine sobre lo relatado, y critique a la autoridad local, si la noticia tiene relación con alguna institución pública. De esta manera, muchas veces se puede notar que el objetivo de contar con un medio es principalmente el de tener un instrumento que permita ciertas negociaciones políticas.

Otro canal de Juliaca es Televisión Perú, que se emite a través del canal 31. Esta frecuencia está asignada a la empresa Radio-TV Perú HFG, y el canal posee un local en Juliaca y produce algunos programas musicales en él. Sin embargo, no fue posible conversar con ningún responsable del canal, pues nos indicaban que no se encontraba en su oficina en Juliaca. “¿Por qué no intenta buscarla en Puno?” nos dijeron una vez, cuando preguntamos por Lidia Hanco Navarro.

La empresa pertenece a Hanco y al abogado (autodenominado periodista) Hernán Fuentes Guzmán, quien ha sido Presidente regional de Puno en el período 2006-2010. Se hizo conocido por ser un dirigente gremial de posición extremista, y por supuestas vinculaciones de su familia con el grupo

terrorista MRTA, y fue fundador de Radio Perú a fines de los años noventa, donde condujo el programa “Puntos de vista”. Hacia mediados de la década del 2000, funda Televisión Perú, donde condujo el programa “Contrapunto semanal”, que sirvió de plataforma para su candidatura que le permitió ganar las elecciones.

Cuando Fuentes ha estado en el poder, los programas informativos y de “opinión” del canal han servido principalmente de medios de propaganda de sus acciones en la Presidencia Regional y para defenderlo de los ataques y acusaciones recibidas²⁰. En uno de los procesos abiertos al ex-Presidente Regional éste negó ser propietario de la empresa de radio y televisión; sin embargo, se comprobó que en enero de 1999 él y Hanco (pareja de Fuentes) inscribieron la empresa a nombre de ambos. En la actualidad la empresa se encuentra sólo a nombre de ella.

Pequeñas televisoras de supervivencia

Como hemos indicado líneas arriba, las empresas de los Cáculos -Radio El sol de los Andes y TV Sur- fueron pioneras en Juliaca, y como tales, mucha gente trabajó y se formó en ellas. Este fue el caso de Carlos Chambilla Farfán, quien participó en la radio desde sus inicios, y durante una época llegó a ser director de su noticiero central “El pensamiento Andino”. Algunos años después, Chambilla fundó la radio Unión Collasuyo, que transmite por la frecuencia 970 en AM, a través de su empresa radiodifusora Virgen de Copacabana. Más adelante solicita una licencia para radiodifusión televisiva, la cual logra para el canal 55, que se emite con el nombre de Collasuyo Televisión. De los catorce canales y empresas productoras que visitamos en estos años en Juliaca, este es sin duda el canal más precario de todos. Con equipamiento mínimo, aún más casero y antiguo que los que utilizan las demás empresas, Collasuyo transmite desde la azotea de un edificio y tiene apenas dos pequeños cuartos como local para producir, controlar y transmitir. El canal inició sus emisiones en el 2003, y ha salido del aire varias veces: entre el 2005 y el 2007 estuvieron intentando repotenciarlo, en el 2007 emitieron por algunos meses y luego cerraron nuevamente, hasta enero del 2009 en que regularizan sus transmisiones. Carlos Chambilla –que fue gerente de la Empresa Prestadora de saneamiento (agua y desagüe) de Juliaca- estuvo varios años buscado por la justicia regional por cargos de malversación de fondos.

Al frente del canal quedó como administrador Antonio Tacuchi, quien intenta mantener a flote el canal. Con muy poca producción, personal de seis trabajadores -que comparten su labor con la radio- y escasos medios, el canal emite un promedio de 15 horas diarias, de las cuales un gran porcentaje es dedicado a pasar dibujos animados (sin autorización legal) o películas pirata, y cerca de la mitad de la programación es alquilada a gente que promueve artistas o emite videos musicales. El canal ha tratado en varias oportunidades de contar con

un noticiero que cierre la programación, pero éste no ha logrado durar mucho tiempo en el aire por las exigencias de producción. El gran esfuerzo del canal fue mantenerse vigente y en el aire para intentar lograr presencia durante las elecciones municipales del 2010, y las presidenciales y parlamentarias del 2011. Sin embargo, en la actualidad su futuro es muy incierto, sobre todo pensando en lo que va a ser la migración a la televisión digital.

Otro canal con dificultades para sobrevivir en la superpoblada esfera televisiva juliaqueña, es Star TV. Juan Larico Zevallos es un ex dueño de Radio Continente, que fue Consejero Regional de San Román (Juliaca) en el período 2002-2006. Intentó ser reelecto en el 2006, pero sin lograrlo. En el año final de su periodo en el consejo regional, y con su radio fuera de funcionamiento, Larico intenta conseguir una licencia para instalar el canal de televisión. Como en muchos otros casos, la licencia no le es otorgada, y entonces recibe la oferta de Felicitas Apaza, quien no podía contar con una emisora propia a pesar de ser la poseedora de la licencia del canal 43, y logran un acuerdo para que por esa frecuencia se empezara a emitir Star TV.

Con un personal de apenas 3 trabajadores y algunos “familiares que eventualmente apoyan por una propina”²¹, buena parte de la programación es alquilada, lo cual le permite emitir programas musicales, un programa “cultural” a cargo de un profesor, y el programa deportivo Afición. Muchos de los programas alquilados vienen ya pre-armados y el canal sólo se dedica a emitirlos. En otros casos, se realizan en el mismo canal, pero los conductores deben llevar a su propio personal para realizarlo. Al igual que en otros canales, la emisión de películas piratas y programas de esoterismo, le ayudan a completar la programación de 17 horas diarias.

La producción y personal del canal está dedicado a su noticiero matutino “Primera edición”, al noticiero nocturno “Star Noticias” -conducido por su hermano Samuel- y al programa “Vale todo” –conducido por el propio Juan Larico- que mezcla noticias y comentarios políticos con entrevistas de la farándula local; a pesar de ello, Larico reconoce que los programas estrella del canal son los programas alquilados, que en cualquier momento pueden trasladarse a otra emisora de la ciudad.

El equipamiento y las instalaciones de Star TV son mínimas, tanto así que su transmisor no logra cubrir toda la zona urbana de Juliaca. Eso hace que su audiencia sea muy restringida, y no logre financiarse con los ingresos de publicidad. Larico está esperanzado en el cambio de la señal televisiva a la transmisión digital y al reordenamiento de frecuencias, pero es consciente que los altos costos que eso acarrearán posiblemente lo dejen otra vez fuera del negocio de la radiodifusión.

Otras televisoras fantasmas

El registro nacional de frecuencias del MTC del Perú muestra que hay 14 licencias otorgadas en Juliaca para la radiodifusión televisiva local. Más allá de los canales que poseen su propia licencia, de aquellos que emiten a través de una licencia alquilada, y de las licencias otorgadas que están inactivas, uno puede encontrar algunos otros canales cuya procedencia es bastante dudosa.

Uno de ellos es Canal Amistad, que se transmitía por la frecuencia 17 de la UHF en el año 2005, cuando fue fundado. Su programación se basaba en películas piratas, programas juveniles y un noticiero, que se veían en algunas zonas de Juliaca, ya que su transmisor no era de mucha potencia. Sus recursos para la producción eran muy limitados y laboraban en la empresa solamente tres personas. En las nuevas visitas que realizamos a Juliaca en el 2009 y 2010, Canal Amistad salía intermitentemente por la frecuencia 17, en la que a veces se observaban otros canales. La información que logramos recabar es que su licencia era de Puno, y que no tenía permiso para emitir en Juliaca. Mientras tanto, en el MTC la frecuencia del canal 17 no está asignada a ninguna empresa (ni lo ha estado en los últimos siete años). En la entrevista que realizamos a Juan Diego Flores, el administrador del canal, se limitó a indicar que los dueños eran “personas muy religiosas” y que por ello querían guardar en reserva su identidad y que no vivían en Juliaca.

Por su parte, el Canal Pontificia emite irregularmente por varios canales. Con una programación que aparecía y desaparecía, era posible captar su señal de vez en cuando, y observar que su tiempo estaba principalmente ocupado por programas musicales, donde incluso ni siquiera había presencia de un conductor, sino que se emitían videos musicales uno tras otro.

A pesar que hemos podido identificar con claridad estas dos emisoras, no tenemos dudas que deben existir algunas más que emiten de manera pirata, tomando de forma intermitente frecuencias que no les pertenecen, y con radios de cobertura menor.

El trampolín político

A través de este recorrido por trece canales, hemos tratado de dar una muestra de cómo en una mayoría de casos, hay una directa relación entre tener programas informativos y/o políticos, y utilizarlos como herramientas políticas, para tratar de acceder a un cargo público. Desde los hermanos Cáceres que utilizaron su radio y su canal para alcanzar diversos cargos en la región y en el Perú, hasta Hernán Fuentes que ha dejado la Presidencia Regional no hace mucho, pasando por los alcaldes, regidores y congresistas Portugal, Gómez, Paredes, Larico y los candidatos Sucacahua, Huasaca, Vargas -entre varios más- la radio primero y la

televisión en la primera década del siglo, ha sido codiciada para ser manejada de manera política y para responder a este tipo de intereses. En una zona de alta informalidad como Juliaca, esto se ha vuelto posible con mayor facilidad, y el periodismo ha cedido el terreno de la información, frente al juego de presiones, manipulaciones y beneficios personales o familiares.

De esta forma, en Juliaca podemos observar que las negociaciones entre las formas de poder propuestas por Thompson se visibilizan, sobre todo en lo que se refiere al poder simbólico y sus acciones, las cuales “podrían dar lugar a un incremento de las reacciones, podrían llevar a otros a actuar o responder de determinadas maneras, y dar preferencias a un tipo de acción antes que a otro, para creer o dejar de creer” (Thompson, 1998, p. 34). Este poder simbólico que tiene como recursos a los medios de comunicación, es manejado constantemente por los políticos –y aspirantes a serlo-juliaqueños, y por ello la gran cantidad de autorizaciones y canales en una población de ese tamaño.

De esta manera, los dueños de buena parte de los canales intentan hacer uso de la radiodifusión (tanto en la radio como en la televisión, aunque en este documento sólo nos ocupamos del segundo) con diferentes fines, donde finalmente lo simbólico es una herramienta para afianzar o lograr alguno de los otros poderes propuestos por Thompson. Así, aquellos que ya poseen parte del poder político y del económico (como los Cáceres), han utilizado los medios para afianzar su poder, intentando perpetuarse en los cargos principales de la región a través de ellos. Cuando la segunda generación de los Cáceres decide separar el canal de la utilización política, los miembros de la primera generación ven mermada su influencia. De otro lado, aquellos que desean lograr cargos públicos se hacen a canales o programas, para a través de la auto-construcción simbólica de personajes honestos, críticos al *establishment*, personalidades vigilantes de la sociedad, intentar atraer a los votantes, a veces de manera efectiva, o a veces sin lograrlo, como hemos indicado líneas arriba. El respaldo que un conductor televisivo puede lograr más allá del medio, está plagado por la manera condicional de la propuesta de Thompson.

Así, podríamos afirmar que la relación entre contar con un canal y lograr un puesto público no resulta completamente directa, y que no basta con un medio y atacar a los que están el poder, para ser sus sucesores. Hay más en el imaginario juliaqueño que tiene que ver con relaciones personales, razones étnicas y de organizaciones de base, pero que son materia de otra investigación. De cualquier manera, los actores políticos de la esfera juliaqueña aspiran la posesión del poder simbólico mediático, a la espera de que éste les permita acceder al poder.

Lo que queda en duda ahora es el futuro de los canales locales, pues el Perú ha empezado la transición a la televisión digital terrestre, que acarreará grandes costos para aquellos que intenten continuar con esta labor. Viendo este fenómeno

en Brasil, Bolaño y Brittos advertían que ese proceso “redundará en una crisis de endeudamiento que las hará (a las empresas de televisión) frágiles en el momento de implantación de la televisión digital (... y así se enfrentarán a la) entrada del capital extranjero” (Bolaño y Brittos, 2004, p 45). Eso podría significar una drástica reducción de las televisoras locales en el país, o podría mostrarnos una nueva forma de reinención e ingenio de poblaciones como Juliaca. Quedaremos a la espera de lo segundo.

NOTAS

1. En abril del 2009 el Perú eligió el sistema ISDB-T como su estándar de televisión digital. Ha establecido un cronograma de cambio del sistema analógico por el digital que va del año 2020 al 2030 por lo menos, dependiendo de las diferentes regiones del país. Para Juliaca la fecha del llamado “apagón analógico” es el 2024.
2. Hoy llamado TV Perú, este canal ha cambiado de nombre innumerables veces, y en muchas ocasiones ha sido más bien un canal del gobierno de turno, antes que un canal público.
3. Estudio CONCORTV realizado en enero de 2011.
4. Datos recabados del portal de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.
5. Según el listado de las estaciones autorizadas, en la página web del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
6. Juliaca es la capital de la provincia de San Román. El Perú está dividido en departamentos, los cuales a su vez están divididos en provincias, que a la vez están divididas en distritos. La provincia de San Román es parte del departamento de Puno, que es el departamento fronterizo con Bolivia, y donde se encuentra el lago Titicaca. Este departamento del sur andino altiplánico del Perú es uno de los más pobres del país, a pesar del comercio y las actividades mineras que posee.
7. Aquí se incluyen tanto canales locales, como canales filiales de televisoras de Lima, Arequipa o la ciudad de Puno.
8. Entrevista personal, febrero 2005.
9. Nubeluz fue un programa infantil producido por Panamericana Televisión a inicios de los años 90, que tuvo impresionante éxito no solamente en el Perú, sino en varios países de América Latina. Fue la producción más costosa de la televisión peruana, en lo que a programas infantiles se refiere.

10. Sin una confirmación oficial, podemos indicar que José Luis y Marcio Silver Gómez León son los dueños de este canal, aunque más correcto es indicar que pertenece a la familia Gómez. En general, los miembros de este canal guardaron bastante hermetismo y no fue fácil conseguir una entrevista con ellos.
11. Portugal ganó la alcaldía provincial de Puno en el 2002, postuló nuevamente a la alcaldía en el 2010 (sin éxito), y fue elegido Congresista de la República en el 2011.
12. Marcio Gómez fue elegido regidor a la alcaldía de San Román (Juliaca) en el 2010, postulando en la lista de Sucacahua.
13. Paredes Enríquez fue regidor de la Municipalidad de San Román (Juliaca) en el período 2002-2006.
14. Entrevista personal, febrero 2005.
15. En todo el Perú (y en Juliaca mucho más) es muy fácil conseguir videos musicales “piratas” de todos los géneros, de música popular a rock pesado, y hay un gran mercado de cantantes y conjuntos folklóricos de la región que producen videos musicales, que se transmiten en las televisoras locales.
16. Entrevista personal, febrero 2009.
17. A pesar que Ascencio Cosi no indicó en el 2009 que tenían licencia en 7 ciudades, su televisora tenía señal en Juliaca, Puno, Huancané, Azángaro e Ilave, y en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones sólo consta una licencia a su nombre, en la ciudad de Puno, adjudicada el 13 de noviembre del 2006 y publicada oficialmente en julio de 2007.
18. Entrevista personal, febrero 2009.
19. Este es uno de los pocos ejemplos que hemos encontrado en la televisión Juliaqueña donde el programa tiene fragmentos en lengua nativa. Prácticamente toda la programación es en español.
20. En la actualidad Fuentes está involucrado en un proceso de malversación, acusado de haber contratado y pagado con fondos públicos a tres supuestos expertos, que resultaron ser trabajadores de Radio-TV Peru HFG.
21. Entrevista personal, febrero 2009.

REFERENCIAS

- Beteta, Juan José. (2011). “Enlace Nacional: un noticiero colaborativo”. En: Giuliana Cassano (Editora) *Otras voces, otras imágenes: radio y televisión local en el Perú*. (pp. 91-102). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Bolaño, César y Brittos, Valérico. (2004). Políticas de comunicación en el Gobierno de Lula. *Diálogos de la Comunicación*, (70).
- Cárdenas, Carlos. (2010). Televisoras locales: multiplicando pantallas. EN: Giuliana Cassano (Editora) *Televisión: 14 formas de mirarla*. (pp. 157-165). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- CONCORTV, portal (2011). Disponible en <http://www.concortv.gob.pe/es/> [consultado el 23 de marzo de 2011].
- CONCORTV (2011, 8 de marzo) Estudio de la situación de la radio y televisión en el Perú. Disponible en http://www.concortv.gob.pe/es/index.php?option=com_content&view=article&id=734:2011-estadisticas-de-la-radio-y-television-en-el-peru&catid=7:estudios&Itemid=60 [consultado el 23 de marzo de 2011].
- De Mateo, Rosario y Bergés Saura, Laura. (2005). Tendencias en la televisión privada en Europa. *Diálogos de la Comunicación*, (72).
- Dettleff, James. (2010). Cultura, identidad y negocio: la realidad de las televisoras locales hoy y su perspectiva de futuro. En: Giuliana Cassano (Editora) *Televisión: 14 formas de mirarla*. (pp. 145-155). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Dettleff, James. (2011). La programación informativa y el periodismo televisivo local. EN: Giuliana Cassano (Editora) *Otras voces, otras imágenes: radio y televisión local en el Perú*. (pp. 115-127). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- García Canclini, Néstor. (2004). ¿Industrias, negocios o servicios? Cambio de agenda en las industrias culturales. *Diálogos de la Comunicación*, (70).
- García Canclini, Néstor. (2006). *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.
- Martin Serrano, Manuel. (2004). Orígenes históricos de los usos actuales de la comunicación pública. *Diálogos de la Comunicación*, (69).
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones, portal (2011). Disponible en <http://www.mtc.gob.pe/portal/icomunicaciones.htm> [consultado el 1 de abril de 2011].

- Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2011). Autorización de estaciones de Televisión. Disponible en http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/concesion/radiodifusion/Autorizadas_Televisión.PDF [consultado el 1 de abril de 2011].
- Orozco, Guillermo. (2001) Televisión, audiencias y educación. Buenos Aires: Norma Plaza, Orlando. (2005). Descentralización y Regionalización: una hipótesis de trabajo. *Coyuntura*, año 1, (1).
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, portal (2011). Disponible en <http://www.sunat.gob.pe/index.html> [consultado el 1 de abril de 2011].
- Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Valcárcel, Marcel. (2007). Globalización y exclusión. *Coyuntura*, año 3 (15).
- Vivas, Fernando. (2001). *En vivo y en directo. Una historia de la televisión Peruana*. Lima: Universidad de Lima.