

Las políticas de radio en el Perú de los ochenta: primera aproximación

José PERLA ANAYA
Segundo ARMAS CASTAÑEDA

La intención del presente artículo no es exponer un trabajo definitivo y general sobre el tema de las políticas de radio en el Perú, sino realizar una primera aproximación a esta materia centrándola en el decenio de los ochenta.

MARCO CONCEPTUAL

Antes de ingresar a nuestra específica revisión, es necesario aclarar que entendemos que el concepto de políticas de comunicación no se agota en la dimensión del ordenamiento jurídico, sino que incluye también los modos como de hecho se organiza y se implementa el quehacer comunicacional en tanto fenómeno social. En consecuencia, las políticas de radio no sólo se deben estudiar en cuanto a lo que se encuentre expresado abierta y explícitamente en las normas legales, sino también en lo que se regula a través de prácticas administrativas específicas e incluso por las de origen extra-estatal. Con esto queremos recalcar que el Estado, aunque generador de normas jurídicas oficiales en el país, no es el único gestor de políticas; también los entes privados —predominantemente comerciales— las formulan. A este respecto consideramos fundamental que la sociedad civil organizada y las entidades no lucrativas asuman también un rol cada vez más activo en el diseño y ejecución de políticas.

Acerca del concepto de políticas de comunicación, la versión más difundida en la década de los setenta fue la que

1. Informe de la reunión de expertos sobre la planificación y las políticas de comunicación en América Latina. Bogotá, 4-13 de julio de 1974. COM.74/CONF.617/4.

2. El informe se titula "Las políticas de comunicación en el Perú". Editorial de la UNESCO. París, 1976.

3. Zamalloa, César. Sociedad, "Comunicación y Derecho", p. 3. Ponencia presentada al III Seminario Nacional de la Coordinadora Nacional de Radio. Sep. mimeo. CNR s/f.

4. McBride, Sean y otros. *Un solo mundo, voces múltiples*, p. 209. Fondo de Cultura Económica. México, 1987.

5. Armas Castañeda, Segundo. "Democratización de las Comunicaciones". Avances de Investigación, p. 3. Sep. mimeo. Calandria. Lima, 1992.

definió la UNESCO, en 1974, como "un conjunto coherente de principios y normas delineadas para guiar el comportamiento de las instituciones de comunicación de un país"¹. Estudiosos del tema en muchos países hicieron suyo dicho concepto. En el Perú, fueron Carlos Ortega y Carlos Romero Sanjinés –aunque con algún nivel de reserva– quienes lo utilizaron como punto de partida para elaborar un informe que sobre este asunto² les encargó la Comisión Nacional de la UNESCO. El concepto resultó muy polémico, suscitando muchos debates. César Zamalloa ha subrayado sus limitaciones explicando que la definición puede ayudar inicialmente a la mayoría de los que se interesan en este debate, pero que en sí misma adolece de grandes defectos al remarcar el carácter explícito de las normas, puesto que "independientemente de que una política se exprese o no, existe; es decir que en ningún país, en ningún sistema social, puede no haber política de comunicación. En todo sistema social, aún en el nuestro, hay política de comunicación, aunque no sea explícita"³.

Más que la delimitación del concepto en sí, que nos parece importante, nos interesa más bien insertarlo en este análisis, porque suministró elementos para la definición de políticas nacionales de comunicación, promovida por el Informe de la Comisión McBride⁴, que fue la encargada por la UNESCO de hacer un diagnóstico sobre el estado de las comunicaciones en el mundo y donde se destacó la "necesidad de desarrollar políticas integrales de comunicación nacional que conecten los objetivos sociales, culturales y económicos globales". Esto significaba que las políticas de comunicación deberían subordinarse a un proyecto nacional que articulara integralmente un conjunto de políticas, entre las que destacaran –por su necesaria conexión transdisciplinaria– la educativa y la cultural. La misma Comisión demandaba que dichas políticas deberían surgir de amplias consultas con todos los sectores implicados mediante mecanismos adecuados para la amplia participación de grupos sociales organizados en su definición y ejecución. El informe planteaba con claridad la necesidad de democratizar las comunicaciones, haciendo efectivo el derecho de acceso, expresión y pluralismo de las diferentes colectividades sociales. Es decir, que "asumir la democracia comunicacional implica, en definitiva, asumir el compromiso con un nuevo modelo de articulación social que se sustenta en la capacidad de diálogo, negociación e intercambio entre unos y otros"⁵.

No nos toca ahora rememorar toda la política velasquista de comunicaciones y específicamente de radiodifusión, pero es necesario subrayar que asumió a su modo la tesis sobre política nacional de comunicación, interpretándola de hecho dentro del dominio estatista, aunque al dar cierto campo libre para el nivel discursivo mantuviera también un hábito social o socialista.

Como bien sabemos, tal experiencia fracasó estrepitosamente y las huellas traumáticas que dejó aún no han desaparecido del todo.

EL RETORNO DE BELAUNDE

En el Perú, la década de los ochenta, que se inicia con el retorno del sistema democrático –luego de un docenio de dictadura militar– no ofrece grandes novedades legislativas en comunicaciones durante los gobiernos de Acción Popular (1980-1985) ni del Apra (1985-1990). En ninguno de ellos se percibe la voluntad política de legislar ni explícita ni novedosamente en materia comunicativa. La Ley General de Telecomunicaciones (Decreto Ley 19020), promulgada por el gobierno de facto del general Juan Velasco el 9 de noviembre de 1971, sólo derogada en los artículos relativos a la participación e intervención estatal, continuó siendo la única norma legal dominante sobre radiodifusión.

El Sistema Nacional de Información (SINADI), creado por el régimen militar el 5 de marzo de 1974, con el propósito de apoyar la difusión política del gobierno de facto, siguió su marcha durante la administración de Belaunde bajo el nombre de Sistema Nacional de Comunicación Social (SINACOSO), creado por el Decreto Legislativo N° 178, el 12 de junio de 1981. Su continuidad tuvo como única condición por parte de quienes manejaban las comunicaciones en ese momento la siguiente: la radio y la televisión devueltas a sus propietarios no deberían ser interferidas por el Estado. El SINACOSO resultó ser así un organismo decorativo respecto a las comunicaciones privadas, y propagandístico respecto al Gobierno.

En líneas generales, es dentro de este marco jurídico que se inscribe la radio de los ochenta. Como ya señalamos, la Ley General de Telecomunicaciones de Velasco ha sobrevivido hasta 1991, excepto que el gobierno de Belaunde, en sus únicas manifestaciones de *política de comunicación explícita* al inicio de su Gobierno (1981), al devolver los medios de comunicación a sus antiguos dueños, le quitó su esencia misma, que consistía en que “reservaba para el Estado la explotación de los servicios públicos de telecomunicaciones, poniendo bajo su control los servicios de radiodifusión pues eran considerados como medios de educación masiva”⁶. La devolución de los medios se justificó argumentando que la confiscación de los mismos había sido un acto de *despojo* patrimonial y tecnológico y que, en ese sentido, el Estado estaba obligado a reponer las acciones, equipos y bienes de varias estaciones de radio y televisión, a cambio de que las empresas afectadas renunciaran expresa e

6. Tello, Max. *Televisión y Radio en el Perú. Políticas y Control*. En Cuadernos CICOSUL N°5, p.53. Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, 1986.

irrevocablemente a la interposición de cualquier demanda judicial y/o reclamación administrativa. Ejercitando lo que podríamos calificar como un acto de "reparación civil" o de "indemnización", se concedió una serie de beneficios y exoneraciones tributarias a los medios afectados, a través del Decreto Legislativo N° 79, publicado el 4 de mayo de 1981, y otras normas reglamentarias. Los beneficios que comprendió este Decreto Legislativo fueron:

- a) Reducción del Impuesto a la Renta que gravaba la capitalización de las utilidades no distribuidas o reservas libres, durante los ejercicios gravables de 1971 a 1979.
- b) Reducción a la tasa única del 5% de los derechos arancelarios que afectaba la importación de bienes de capital, relativos al equipamiento esencial de las empresas de radiodifusión sonora y por televisión, según Programas de Modernización y Expansión que aprobara el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- c) Exoneración del Impuesto de Alcabala de Enajenaciones (6%) que gravaba las adquisiciones de inmuebles.
- d) Regularización de las importaciones efectuadas a partir del 1° de enero de 1980 y que se hubieran realizado con carácter de internación temporal, a fin de convertirlas en importaciones definitivas.
- e) Fraccionamiento por el Banco de la Nación, sin cobro de intereses y hasta por veinticuatro meses, del pago de tributos adeudados al Gobierno Central y que se hubiesen generado durante el periodo de los actos de despojo, condonándose los recargos, multas e intereses a que hubiere lugar.
- f) Fraccionamiento por el Instituto Peruano de Seguridad Social, hasta por veinticuatro meses del pago de las contribuciones que se adeudaren, pero sujeto al pago de intereses.
- g) Aval hasta por la suma máxima de U.S. \$ 18'000,000, en conjunto para las operaciones de crédito en moneda extranjera.

El 12 de junio de 1981, el Gobierno de Belaunde, a través del Decreto Legislativo N° 182, hizo extensivos los beneficios tributarios concedidos a las empresas afectadas por los actos de despojo a todas las empresas de radiodifusión sonora y televisión que operaban en el país, con la idea de fomentar su modernización y desarrollo, dado el atraso tecnológico en que se encontraban. El texto del Artículo Unico de dicho Decreto dice: "Extiéndase a las empresas de radiodifusión sonora y por televisión, los beneficios y exoneraciones tributarias otorgados

en los incisos a), b), c) y d) del Artículo 1° del Decreto Legislativo N° 79. La reducción de los derechos arancelarios a que se refiere el inciso b) mencionado comprenderá también los repuestos e implementos relativos al equipamiento esencial de radiodifusión sonora y por televisión⁷.

A nombre de la democracia, pero sin dictar las normas a través del Congreso, sino de su Consejo de Ministros, Belaunde cumplió con lo que se había comprometido públicamente durante su campaña electoral: restaurar la libertad de expresión, devolviendo los medios a sus antiguos propietarios. Podemos reconocer que esta vez sí ejecutó un proyecto político explícito de comunicaciones, un hecho con pocos precedentes en la historia peruana. Además, el Gobierno de Belaunde no sólo devolvió los medios confiscados a sus antiguos dueños, sino que promovió un proceso de innovación tecnológica y modernización del sector privado de radiodifusión, a costa del erario nacional. Mientras tanto, el sector estatal se siguió encogiendo. Con las amplias ventajas que ofrecían los decretos legislativos en referencia, las condiciones estaban abonadas para que la incipiente actividad de la radiotelevisión creciera, y así fue. Despegó la inversión privada y aparecieron nuevos medios, se modernizaron y renovaron equipos, y se ingresó a las nuevas tecnologías (vía satélite, televisión a color, frecuencias FM y UHF para radio y televisión, computarización de los sistemas de diseño e impresión gráfica, etc.). Sin embargo, este proceso de crecimiento de las comunicaciones fue y es desigual porque lógicamente las reglas del mercado así lo plantean, originándose procesos de concentración y expansión del sector de telecomunicaciones (por parte de las empresas más solventes) y de formación de cadenas y redes nacionales a través de nuevas licencias o de la compra o el alquiler de espacios en los medios provincianos o mediante la instalación de repetidoras. En el caso de la radio, cuatro son las cadenas que concentran el mercado nacional: Radio Panamericana, Radio Programas del Perú, 1160 y Radiomar.

7. Sistema Nacional de Comunicación Social, p. 57. Impreso en Editora Perú. Folleto s/f.

LA RADIO DE LOS AÑOS OCHENTA

Como consecuencia de la política de comunicación llevada a cabo desde los inicios del Gobierno belaundista y que –como hemos señalado– consistía en ofrecer beneficios muy ventajosos a la radiodifusión, en los años ochenta se produjo una “superpoblación” de las frecuencias de radio. Es por ello que en este momento el dial de la radio limeña está completamente distribuido. En provincias también surgieron nuevas emisoras, pero el peso de lo “limeño” (o, mejor dicho, de la llamada

8. Acevedo, Jorge. Ponencia presentada en el Foro "La Radio hacia el año 2000", organizado por el Área de Radio de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima. Julio, 1992.

9. A julio de 1992, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones registró el siguiente crecimiento:

Lima	: 106	emisoras
Provincias:	800	emisoras.

"moda limeña") se hace sentir en la oferta de estas emisoras, cuya propuesta "es algo así como el calco mal hecho de lo que ofrecen las emisoras comerciales de Lima (...); es un poco imitar lo que hace Radio Panamericana, Mar, RPP, etc." 8.

El Gobierno de Alan García se mantuvo ajeno al tema, fomentando el desorden administrativo en la asignación de frecuencias y usándola a veces para favores políticos. A fines de los 80, la Dirección General de Telecomunicaciones registraba 104 estaciones de radio en Lima, y un total nacional de 620 emisoras debidamente autorizadas⁹. Este proceso de crecimiento de la radio también trajo consigo una lucha abierta por el mercado publicitario. Hugo Cabello, Gerente Comercial de Radio Moderna, ha declarado que, frente a un mercado con una competencia tan fuerte, se necesita de mucho ingenio para lograr ubicarse en los rankings de sintonía. Esta competencia por el mercado publicitario significa, en concreto, la disputa por ganar los públicos. Es a partir de aquí que el interés por el receptor adquiere mayor importancia. En consecuencia, las radios optan por especializar sus públicos y buscar estrategias comunicativas (estilos de locución, tipo de música, publicidad, etc.) que satisfagan las demandas de sus públicos y así mantenerse en el aire. Pocas son las emisoras con "éxito económico", ya que la gran mayoría de ellas trabaja sólo para cubrir costos de producción y, en algunos casos, atraviesan serios problemas financieros.

La saturación de la frecuencia AM favoreció el "boom" de la FM. Aunque en ésta las emisoras surgieron con propuestas elitizadas para públicos "selectos", poco después el ingreso de la música salsa a la FM marcó el inicio de un proceso de popularización que cada vez adquiere características más saltantes en sus propuestas musicales, sus textos verbales, su estilo publicitario, etc. El sentido de este proceso, como fenómeno social, ya no consiste solamente en que los sectores populares logran tener acceso al medio radial para reivindicar su condición de ciudadanos en la capital -lo que sucedió en su momento con las AM-, sino en que las FM les dan a estos sectores la posibilidad de acceder a la modernidad (como productores o como oyentes), de la mano con las *nuevas tecnologías del sonido*. Ello reafirma la idea de que los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en la definición de los procesos socio-culturales.

En este momento, la radio se ha complejizado, reflejando así las características de la sociedad peruana, cuya identidad se vuelve cada vez más indefinida. La radio es una suerte de "mosaico" donde encontramos de todo, por donde desfila una constelación de estrellas que hace 20 ó 30 años atrás jamás hubiera podido imaginarse. En las ondas radiales están confun-

didados la Pastorita Huaracina, Chacalón, el Ronco Gámez, Koko Giles, Gina Parker, Roy Morris, Denis Vargas, Speedy Gonzáles, entre otros, que al imponer sus propios estilos otorgan una variedad de propuestas a la programación radial.

El universo radial cobija así en su conjunto propuestas muy diversas. Sin embargo, en la FM –no obstante mantenerse esta tendencia– la oferta se presenta menos heterogénea respecto a la de la AM. Esta diferencia se aprecia en los perfiles de las propuestas programáticas de ambas bandas. Mientras en la FM todavía podemos percibir con nitidez la existencia de radios salseras, informativas, musicales, etc., en la AM, muchas emisoras han hecho de sus propuestas un verdadero amasijo, donde hay cabida para todo.

El proceso de popularización de la FM, que se inició con el ingreso de la salsa y siguió con la chicha, tiende a acelerarse aún más y, curiosamente, los primeros lugares del rating lo comparten las emisoras *mass*-mediáticas informativas (RPP, Cora) y las populares-urbanas (Mar, Panamericana, 1160)¹⁰. Algunas características de este proceso de “popularización” de la FM se manifiesta en la creación de ambientes de fiesta, “gritos” en la locución, mezclas musicales, concursos y regalos de víveres (“las bolsatélites”, “la batea familiar”). Hay una tendencia a la agudización de este proceso aun cuando sabemos con certeza que algunas emisoras, entre las que se encuentran Miraflores, Doble 9 y Telestéreo, mantendrán su propuesta programática actual, pues no les interesa “pelearse” por el pequeño pedazo que queda de la super-fragmentada “torta” radial¹¹. Su propuesta apunta más bien a mantener un público cautivo de acentuada preferencia musical anglosajona.

NUEVOS ACTORES EN EL ESCENARIO RADIAL

Ya dijimos que el regreso de la democracia a inicios de los ochenta, y las “medidas proteccionistas” del Gobierno belaundista fueron factores claves para el crecimiento de la radiodifusión, y que asimismo trajeron consigo una lucha desigual entre las emisoras por ganar el mercado comunicacional. Pero este nuevo escenario hizo posible también la aparición de nuevos actores comunicativos en la radio. De un lado, muchas Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo (ONGD), superando sus prejuicios respecto a los medios masivos y aprovechando la apertura comunicacional, optaron por impulsar sus propias emisoras o alquilar espacios en alguna estación de radiodifusión comercial para emitir programas radiales de corte educativo dirigidos a los públicos beneficiarios con los que trabajan. Y, de otro lado, se suscitó un

10. Se denomina emisoras *mass*-mediáticas a aquellas que con sus discursos pretenden llegar a una amplia variedad de públicos, pero se dirigen a un hombre medio representativo, que supuestamente unifica a esos públicos. Se denomina emisoras populares-urbanas a aquellas que privilegian un tipo de relación con los públicos populares criollos de todo el país, pero que tienen como modelo y estereotipo al público popular limeño.

11. Los últimos estudios de sintonía dan cuenta de que los rating más altos están por debajo de los 4 puntos.

fenómeno singular en la historia de la radiodifusión peruana: la aparición en provincias de una serie de emisoras radiales por la vía ilegal.

Hay que juzgar el origen y funcionamiento de estas emisoras ilegales desde diferentes ángulos.

En primer lugar hay que subrayar que con la legislación vigente resulta una "vía crucis" lograr la autorización y la licencia para operar una radio. En este sentido es revelador el testimonio de Rolando Ojeda, quien señala que "para poder conseguir la licencia de funcionamiento y operación de una emisora, hay que hacer un largo peregrinaje por el mundo burocrático del Ministerio de Transportes y Comunicaciones(...) la burocracia en el país es pesada, pero la de éste no tiene punto de comparación"¹². Las frecuencias están todas tomadas y no hay una movilización en el espectro; o se asignan con intereses políticos y económicos. El camino más fácil es adquirir equipos a través del comercio informal y lanzarse al aire, infringiendo la ley. Lo que llama la atención es la facilidad con la que estas emisoras operan en la onda radial ya que ya que identifican su dirección y venden publicidad al más puro estilo del mercado formal (aunque nunca difunden el número de la frecuencia donde están ubicadas). Cuando la Dirección General de Telecomunicaciones interviene (porque no se tiene padrino político o comercial), la emisora cierra sus puertas hasta un pronto retorno.

En segundo lugar, son de destacar algunas informaciones que dan cuenta de que varias de estas emisoras ilegales ocupan los primeros lugares de sintonía en provincias. Este es un dato que causa preocupación, ya que estarían compitiendo por el mercado publicitario en condiciones muy ventajosas respecto a las emisoras formales, obligadas a cumplir con los requisitos de ley para operar (trámites, tributaciones, etc.). Este inédito panorama de la radiodifusión peruana obliga a repensar el tema de las políticas de radiodifusión. No creemos que la solución sea la de ignorar, perseguir y clausurar a estas emisoras, sino más bien proponer alternativas para ofrecer las mismas posibilidades y oportunidades a todos los que quieran incursionar en la comunicación radial masiva. La legislación actual¹³ que regula las licencias y el funcionamiento de la radiodifusión sonora es, en ese sentido, inoperante y obstaculizadora porque sus exigencias no pueden ser cumplidas ni por todas las emisoras formales existentes, ni por aquellas que están incursionando ilegalmente.

A fines de 1991, el Gobierno de Alberto Fujimori reemplazó en parte el Decreto Ley 19020 por el Decreto Legislativo 702. Este busca básicamente establecer nuevas reglas de administración y operación de los servicios de telecomunicaciones, promoviendo la inversión privada en el sector. Sobre este

12. Ponencia presentada por Rolando Ojeda, Director de Radio Cutivalú (Piura), al "Primer Seminario Nacional de Comunicación", organizado por la Coordinadora Nacional de Radio. Lima, noviembre de 1988.

13. Es necesario anotar que aún está pendiente de elaboración el Reglamento del Decreto Legislativo N° 702, el cual deberá precisar las nuevas reglas de juego para el funcionamiento de la radiodifusión. Sin embargo, estamos inclinados a creer que Fujimori no abrirá el espectro radioeléctrico ni a una real competencia libre ni a una concepción verdaderamente pluralista.

asunto, el Artículo 3º del Decreto Legislativo 702 es claro al señalar que "dejándose a salvo las normas establecidas en el Decreto Ley N° 19020, referidas al régimen de infracciones y sanciones y lo mencionado en la segunda disposición transitoria del texto que aprueba el presente Decreto Legislativo, deróganse todas las disposiciones de igual o inferior jerarquía que se opongan a este dispositivo legal"¹⁴.

Sopesando el verdadero sentido y naturaleza universal de la libertad de expresión y de comunicación, y apreciando que una competencia equitativa en el mercado radial supone la distribución de un bien escaso, de naturaleza pública, se debería tomar en cuenta, por ejemplo, que las emisoras más grandes y solventes tienen mayor ventaja y deben responder por ello respecto a las más pequeñas que cada día enfrentan una dura lucha por sobrevivir.

En tercer lugar, recordamos que la presencia de las ONGD en la radio fue motivada justamente por la idea de ofrecer una alternativa ante el acaparamiento comercial de la banda radial, facilitando el acceso y la participación protagónica de los públicos sectoriales con los que las ONGD, venían trabajando. Sin embargo, este planteamiento inicial no ha tenido éxito completo e incluso se observa a veces la involución de la propia experiencia a las formas tradicionales, lo que plantea dos desafíos: 1) cómo enfrentar la masividad en la radio; y 2) cómo conciliar educación con entretenimiento. Pero la presencia de las ONGDS en las ondas radiales es importante porque ha puesto nuevamente en el debate la responsabilidad educativa del medio, y también porque incorpora una nueva forma de hacer radio masiva en el Perú. Algunas de sus experiencias han ganado el reconocimiento de la población en el interior del país y, en ciertos casos, como el de Radio Cutivalú en Piura, han logrado ocupar el primer lugar de sintonía.

La propuesta de estas emisoras y programas radiales de ONGD viene ayudando a democratizar la comunicación radial, pues suele dar mayor relevancia a la participación pluralista de la población. Muchas emisoras están trabajando además para organizar redes de corresponsales que hagan posible integrar a los pueblos dentro de sus respectivas regiones, intercambiando información y opinión. La institución que agrupa a estas radios es la Coordinadora Nacional de Radio (CNR), la misma que está ligada a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), con sede en Quito, Ecuador.

14. Decreto Legislativo N° 702: "Declaran de necesidad pública el desarrollo de las telecomunicaciones y aprueban normas que regulan la promoción de inversión privada en telecomunicaciones", promulgado el 05 de noviembre de 1993 por el gobierno de Alberto Fujimori, al amparo de las facultades legislativas extraordinarias concedidas por el Congreso de la República.

APUNTES FINALES

Por todo lo expuesto anteriormente podemos afirmar que, al margen de la existencia de una política oficial o nacional de comunicación encaminada al apoyo privatista comercial inusitado, en la década de los ochenta se realizó una gran revolución social en la radio peruana. Nunca antes la radiodifusión había vivido un proceso de regeneración popular, de la magnitud del que tenemos ahora. Todos somos de algún modo protagonistas de este fenómeno.

Resumiendo, algunas de las principales características de la radiodifusión en los diez últimos años han sido las siguientes:

- Crecimiento acelerado de emisoras en todo el país, legal e ilegalmente.
- Procesos de diversificación de las ofertas programáticas radiales.
- Incremento del mercado laboral en la radio.
- Configuración de nuevos actores sociales y, por ende, mayores posibilidades de acceso y participación de la población en los procesos de producción y consumo radial.
- Mayor inversión privada en radiodifusión.
- Descentralización de la inversión y producción endógena regional.
- Creación de un sector organizado de emisoras en manos de ONGD.

A la luz de esta situación, que en parte es el resultado de políticas de comunicación impulsadas desde arriba, por los Gobiernos de Belaunde y García, y desde abajo por instituciones y sectores involucrados con la radiodifusión, señalamos dos conclusiones finales:

1. La ausencia de una política de radiodifusión explícita de consenso que recoja los procesos comunicacionales en marcha creciente en nuestra sociedad demuestra el poco interés, sobre todo de los Gobiernos, pero también de la sociedad civil y política organizada para enrumbar proyectos de largo alcance y de alto vuelo sobre la radio¹⁵. Algunas prácticas sociales actualmente vigentes en la radiodifusión, impulsadas silenciosamente primero y luego más abiertamente, deben llevar a la necesidad de formular políticas explícitas y coherentes acordes con los propósitos de la democratización y desarrollo nacional.
2. La política gruesa y sin base técnica que asume que el mercado debe regular la vida de la radiodifusión y que la libertad del consumidor se limita a cambiar el dial ha traído consigo una superpoblación y un des-

15. Idea tomada del Dr. José Perla Anaya, quien la sustentó durante su ponencia en el Foro "La Radio hacia el año 2000", organizado por el Área de Radio de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, Julio, 1992.

perdicio de las frecuencias AM y FM, originando una fuerte disputa entre opciones prácticamente idénticas dentro del mercado radial, por lo que es necesario convertirlo en un bien realmente disponible, que garantice la apertura del derecho a la comunicación y a una competencia en igualdad de condiciones, favoreciendo una verdadera y legal diversificación.