

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA Y GESTIÓN PÚBLICA



**MEDIOS PÚBLICOS EN EL ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA Y SU RELACIÓN CON EL DERECHO A LA
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (DIC)**

Tesis de grado presentada para la obtención del Grado de Licenciatura

POR: ADA VANIA SANDOVAL ARENAS

TUTOR: MGR. IVÁN MIRANDA BALCÁZAR

LA PAZ – BOLIVIA
Mayo 2017

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA Y GESTIÓN PÚBLICA

Tesis de grado:

**MEDIOS PÚBLICOS EN EL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA Y SU
RELACIÓN CON EL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
(DIC)**

Presentada por: Ada Vania Sandoval Arenas

Para optar al grado académico de *Licenciado en Ciencia Política y Gestión Pública*

Nota numeral:.....

Nota literal:.....

Ha sido

Director de la Carrera de Ciencia Política y Gestión Pública:

Tutor:

Tribunal:

Tribunal:

Tribunal:

DEDICATORIA

A vos papá Isaac, fundador de la Carrera de Ciencias Políticas en la que estudié, quien me enseñó junto a mi mamá Ada Rosa, a amar la investigación que construya futuro.

AGRADECIMIENTOS

A Dios gracias, por darme la fuerza para retomar este trabajo luego de tanto, tanto tiempo.

Gracias a mi familia, a quienes están cada día y a quienes se fueron primero. Mi hija Ada Rosa y mis hermanos Carmen Dunia y Franz Isaac me ayudaron muchísimo, así como mi sobrino Rubén. Gracias a mi compañero Osman por su aliento.

Gracias a mi tutor, Mrg. Iván Miranda, por su permanente apoyo.

Gracias al universitario Ruddy Vladimir Laura por su colaboración.

Gracias a quienes desde distintos espacios creen en la democratización del espacio público, por abrir camino.

TABLA DE CONTENIDOS

PÁGINA

Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Resumen	ix
Capítulo 1. Introducción	1
1.1 Campo Temático	2
1.2. Objeto de Estudio	
1.3 Dimensión Temporal	
1.4 Dimensión Espacial	
1.5 Problema de investigación	2
1.6 Justificación, pertinencia y contribución académica	3
1.7 Objetivos	4
1.7.1 Objetivo general	
1.7.2 Objetivos Específicos	
1.8 Hipótesis	5
1.9 Operacionalización de variables	6

Capítulo 2. Marco Teórico	9
2.1 Comunicación y democracia	9
2.2 Políticas públicas promotoras del diálogo ciudadano	11
2.3 El Derecho a la Información y Comunicación (DIC)	12
2.3.1 El Derecho de Acceso a la Información Pública	15
2.4 Los medios públicos según la teoría crítica latinoamericana	23
Capítulo 3. La política pública vigente relativa a medios públicos/estatales	27
3.1 Antecedentes de la reflexión sobre medios públicos en Bolivia	27
3.2 Descripción de los medios estatales en Bolivia	28
3.2.1 Bolivia TV	29
3.2.2 Diario Cambio	31
3.2.3 Red Patria Nueva	34
3.2.4 ABI	35
3.3 La Constitucionalización del DIC	37
3.3.1 Análisis del DIC con la metodología de las 4 A	38
3.3.2 Sistematización de normas bolivianas referidas a los medios estatales	51

3.4 Gestión de los medios estatales	62
3.5 Calidad Informativa	72
3.5.1 Análisis de noticieros de Bolivia TV	75
3.5.2 Análisis de noticias del diario Cambio	85
Capítulo 4: Conclusiones y Lineamientos Propositivos	90
4.1 Hallazgos de la investigación y conclusiones	90
4.2 Lineamientos propositivos	94
4.2.1 ¿Qué deberían hacer los medios estatales para ser coherentes con la CPE?	94
4.2.2 Contenidos interculturales	96
4.2.3 Escenario para el ejercicio ciudadano de vigilancia y participación social	98
4.2.4 Contribuir a una cultura política de pluralismo y participación en etapas electorales	100
5. Bibliografía	105
6. Anexos	113
6.1 Normativa citada	113

6.2 Ejemplo de ficha de sistematización del análisis de contenido	128
--	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y CUADROS

Cuadro 1: Operacionalización de variables	6
Cuadro 2: Análisis del DIC, metodología 4 A	40
Cuadro 3: Sistematización de normas sobre medios estatales	54
Cuadro 4: Temas en los noticieros de BTV	78
Gráfico 1: Fuentes de las noticias BTV	81
Gráfico 2: Tipos de fuentes de las noticias BTV	82
Gráfico 3: Temas de las noticias BTV	83
Gráfico 4: Temas (desglose) de las noticias BTV	84
Gráfico 5: Temas de las noticias del diario Cambio	88
Gráfico 6: Fuentes de las noticias del diario Cambio	89

RESUMEN

El Derecho a la Información y Comunicación (DIC) está reconocido por la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia (CPE) desde el 2009, en consonancia con lo propugnado por la Teoría Crítica Latinoamericana, que sostiene la necesidad de que existan espacios públicos institucionalizados e independientes de las gestiones gubernamentales, para la expresión ciudadana y la democratización del acceso al espacio público.

La investigación se propuso definir si los medios estatales bolivianos cumplen el rol de medios públicos y permiten el ejercicio del DIC, mediante el análisis de las normas vigentes en el Estado Plurinacional de Bolivia, el modo en el que los medios dependientes del Estado son gestionados y administrados, y los contenidos periodísticos del área política que ofrecen. El trabajo incluye, luego del marco teórico, la sistematización y el análisis normativo, el análisis de contenido de las noticias del área política de Bolivia TV y el diario Cambio (dos medios informativos estatales).

Las conclusiones afirman que los medios de comunicación estatales en el Estado Plurinacional de Bolivia no aportan al ejercicio pleno del DIC y por lo tanto el ejercicio de los derechos de participación democrática ciudadana, al no brindar espacios de acceso público a la ciudadanía, donde se debatan las ideas de manera plural y con participación de grupos diversos de la sociedad civil. En Bolivia, existen medios de comunicación estatales progubernamentales, y medios comerciales o comunitarios que brindan servicios públicos. No existen medios públicos.

El DIC establece que la información noticiosa es un bien público, en coincidencia con los códigos de ética nacionales e internacionales de los periodistas. A partir de ello, se evidencia que los medios estatales no cumplen con los estándares de calidad del periodismo en su área noticiosa informativa, es decir, con el pluralismo, equidad, equilibrio informativo. De acuerdo a los hallazgos del presente trabajo, expuestos a

detalle en el Capítulo 3.5, tanto Bolivia TV como el diario Cambio presentan información noticiosa casi totalmente construida a partir de declaraciones de autoridades oficiales.

La investigación concluye con una propuesta de líneas de acción para que los medios dependientes de Estado aporten al ejercicio del DIC de Bolivia, posibilitando la expresión de actores interculturales, la participación ciudadana en la gestión pública, y el debate plural en procesos electorales. Esta concepción de lo público como lo común, es decir, como lo que es asunto de todos, está vinculada con una idea dinámica de ciudadanía, y requiere información periodística de calidad.

Palabras clave : Derecho a la información y comunicación, medios públicos, espacio público, ciudadanía

Summary

The Right to Information and Communication (DIC) is recognized by the Political Constitution of the Plurinational State of Bolivia (CPE) since 2009, in line with what is advocated by the Latin American Critical Theory, which maintains the need for institutionalized public spaces and Independent of government efforts, for citizen expression and democratization of access to public space.

The research aimed to define whether Bolivian state media play the role of public media and allow the exercise of the DIC, through the analysis of the rules in force in the Plurinational State of Bolivia, the way in which the means dependent on the State are managed and Administered, and the journalistic contents of the political area that they offer. The work includes, after the theoretical framework, the systematization and the normative analysis, the content analysis of the news from the political area of Bolivia TV and the newspaper Cambio (two state news media).

The conclusions affirm that the state media in the Plurinational State of Bolivia do not contribute to the full exercise of the DIC and therefore the exercise of democratic citizen participation rights, by not providing spaces of public access to the citizens, where they are debated. The ideas of plural form and with participation of diverse groups of the civil society. In Bolivia, there are pro-government state media, and commercial or community media that provide public services. There are no public means.

The DIC establishes that the news information is a public good, in agreement with the national and international codes of ethics of the journalists. From this, it is evident that the state media do not comply with the quality standards of journalism in its news area, that is, with pluralism, equity, informational balance. According to the findings of the present work, exposed in detail in Chapter 3.5, both Bolivia TV and the newspaper Cambio present news information almost totally constructed from statements of official authorities.

The research concludes with a proposal of lines of action for the state-dependent media to contribute to the exercise of the DIC of Bolivia, enabling the expression of intercultural actors, citizen participation in public management, and pluralist debate in electoral processes. This conception of the public as the common, that is, as the subject of all, is linked to a dynamic idea of citizenship, and requires quality journalistic information.

Keywords: Right to information and communication, public media, public space, citizenship

TITULO

Medios Públicos en el Estado Plurinacional de Bolivia y su relación con el Derecho a la Información y Comunicación DIC

Introducción

El Derecho a la información y comunicación (DIC) está reconocido por la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia (CPE). En tal sentido, este trabajo se constituye en un aporte para enlazar lo teórico y lo práctico en el ejercicio de este derecho en la coyuntura actual boliviana, asumiendo la presente coyuntura como un proceso iniciado el 2009, cuando entra en vigencia la nueva CPE.

La propuesta de una comunicación democrática y democratizadora propugnada por la Teoría Crítica Latinoamericana de Comunicación –que sirve de referente teórico para esta investigación– sostiene la necesidad de que existan espacios públicos institucionalizados e independientes de las gestiones gubernamentales, para la expresión ciudadana y la democratización del acceso al espacio público.

Se trata de disminuir las inequidades en el acceso de todos los actores sociales al debate y la incidencia en la esfera pública y de contribuir para que los actores sociales y políticos ligados a las políticas públicas, puedan tener herramientas para avanzar en pos de la democratización de la comunicación. En esta línea surge el Derecho a la Información y la Comunicación (DIC), que dentro de sus principios promueve la existencia de estos espacios, entre los que se encuentran los medios públicos.

CAPÍTULO 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Campo Temático

El campo temático del estudio será el ejercicio del Derecho a la Información y Comunicación (DIC) en Bolivia, en la política pública referida a los medios públicos-estatales, dentro de la corriente teórica metodológica llamada Teoría Crítica Latinoamericana de Comunicación.

1.2. Objeto de Estudio

El objeto de estudio serán los medios públicos/estatales en el Estado Plurinacional de Bolivia, en cuanto a la normativa que los involucra, en cuanto a su gestión administrativa y en cuanto a sus contenidos periodísticos.

1.3 Dimensión Temporal

Desde el año 2009, cuando entró en vigencia la CPE se trabajará en el análisis del rol de los medios públicos/estatales en Bolivia, abarcando hasta el año 2016.

1.4 Dimensión Espacial

El foco del estudio estará en los medios públicos/estatales del Estado Plurinacional de Bolivia, con énfasis en Bolivia TV, la Red Patria Nueva y el Diario Cambio.

1.5 Problema

¿Cuál la relación entre medios públicos/estatales y ejercicio del Derecho a la Información y Comunicación (DIC) en el Estado Plurinacional de Bolivia, desde el 2009 al 2016, a partir de la normativa que los sustenta, su gestión administrativa y los contenidos periodísticos que ofrecen?

1.6 Justificación, pertinencia y contribución académica

La CPE garantiza el DIC en su Art. 106. A partir de la constitucionalización del DIC es necesario aplicarlo en políticas públicas concretas. Una de las formas es abrir el acceso a espacios públicos en los medios de comunicación, donde pueda expresarse la diversidad de grupos excluidos de la agenda mediática comercial, y también de la agenda política ligada a los partidos políticos.

Entre estos grupos excluidos están por ejemplo colectivos de jóvenes, mujeres, adultos mayores, pueblos indígenas y grupos que expresan diversidades sexuales. Es lo que se llama la expresión plural e intercultural de colectivos que tienen menores posibilidades de acceso al espacio público, y por ello, a participar de la gestión de los recursos comunes.

La descripción analítica de los medios llamados públicos, que en Bolivia son estatales, ha sido una tarea pendiente. Se han hecho trabajos de investigación sobre estos medios pero no se había logrado una mirada analítica integral de los medios estatales que reúna y actualice los insumos existentes. Esta descripción analítica es pertinente por la relevancia que han tomado los medios estatales durante el gobierno actual, formando parte de una estrategia gubernamental que privilegia la construcción de discursos concretos y la generación y multiplicación de canales para su difusión en toda la geografía boliviana. Es necesario definir si existen o no en el Estado Plurinacional de Bolivia medios públicos –según el concepto y la definición de la Teoría Crítica Latinoamericana de Comunicación– o si los existentes son solamente medios estatales usados primordialmente como instrumentos de propaganda gubernamental.

El diagnóstico sobre medios públicos en Bolivia generará insumos para plantear lineamientos propositivos sobre su rol. Estos lineamientos serán una contribución para los actores sociales y políticos ligados a las políticas públicas de comunicación, con el fin de que Bolivia pueda avanzar en la línea de la comunicación democrática.

También el trabajo servirá para el universo académico (en Bolivia existen al menos 45 carreras de comunicación), como insumo para conocer el campo político y su interacción con el campo comunicacional, ligando políticas comunicacionales y medios públicos con el fin de obtener una mejor aproximación a la esfera pública.

El trabajo también servirá para periodistas, gremios y asociaciones de periodistas, que tendrán también un acercamiento a lo que significa la comunicación democrática.

La investigación propuesta podrá también servir para que el gobierno nacional y los niveles subnacionales, tengan insumos para ligar políticas públicas y comunicación democrática, definiendo nuevas funciones para los medios estatales, en el marco del ejercicio del Derecho a la Información y Comunicación (DIC). Ello, para posibilitar una democracia participativa y ligada a la vigilancia ciudadana en todos los niveles gubernamentales, de acuerdo a lo establecido en la CPE y en la Ley de Participación Ciudadana y Control Social.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general

Definir si los medios estatales bolivianos cumplen el rol de medios públicos y permiten el ejercicio del DIC, mediante el análisis de las normas vigentes en el Estado Plurinacional de Bolivia, el modo en el que son gestionados y administrados, y los contenidos periodísticos del área política que ofrecen.

1.7.2 Objetivos Específicos

- a. Identificar los derechos políticos de ejercicio de la ciudadanía presentes en la CPE boliviana, con énfasis en el DIC.

- b. Sistematizar y analizar las normas que rigen el funcionamiento de los medios estatales bolivianos.

- c. Caracterizar las normas de gestión y el funcionamiento operativo de los medios estatales.

- d. Describir y analizar los contenidos periodísticos en las noticias de Bolivia TV y el Diario Cambio, en relación con los estándares de calidad del periodismo.

1.8 Hipótesis

Las acciones que conforman la política pública de comunicación relativa a los medios estatales en Bolivia, no contribuyen al ejercicio pleno del Derecho a la Información y Comunicación DIC y por lo tanto al ejercicio de los derechos de participación democrática ciudadana, al no brindar espacios de acceso público a la ciudadanía, donde se debatan las ideas de manera plural y con participación de grupos diversos de la sociedad civil. En Bolivia, en el periodo 2009-2016, no existieron medios de comunicación públicos, existieron medios de comunicación estatales progubernamentales, medios comerciales y medios comunitarios.

1.9 Operacionalización de variables

Variable General	Variables intermedias	Indicadores
<p>Derechos políticos de ejercicio de la ciudadanía presentes en la CPE boliviana, con énfasis en el DIC</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinaciones de la CPE de 2009 respecto al DIC 	<ul style="list-style-type: none"> • Normativa específica en torno al DIC inserta en la CPE, citada en el marco del contexto teórico.
<p>Normas que rigen el funcionamiento de los medios estatales bolivianos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Leyes que fueron promulgadas a partir de la CPE (2009 en relación con el DIC . Determinaciones jurídicas relativas específicamente a los medios estatales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nomenclatura que usan para definir a los medios financiados con recursos públicos • Definición de sus funciones, descritas en la Ley • Descripción legal de su organigrama de gestión y relaciones de dependencia

CUADRO 1. Fuente: Elaboración propia

Variable General	Variables intermedias	Indicadores
<p>Gestión y funcionamiento operativo de los medios estatales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quién nombra a los directores y funcionarios • Cómo se toman las decisiones noticiosas, es decir, la línea editorial • Qué rol se imponen los directores de medios estatales en relación a brindar un servicio público 	<ul style="list-style-type: none"> • Forma de nombramiento de directores de los medios estatales • Ruta jerárquica de toma de decisiones noticiosas • Percepción de directores de medios estatales sobre su rol

<p>Contenidos periodísticos de las noticias respecto a los estándares de calidad del periodismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A partir del análisis morfológico, caracterizar la cobertura informativa de dos medios estatales. • Análisis de los contenidos noticiosos de la programación del área política de BTV y del Diario Cambio, para evaluar el cumplimiento del estándar de calidad periodística llamado pluralidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de los espacios y tiempos ocupados por las noticias generadas. • Identificación de fuentes utilizadas, oficiales y no oficiales. • Temas de las notas y su relación con la agenda gubernamental.
---	---	---

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

Hacia la democratización de la Comunicación: el rol de los medios públicos en América Latina

2.1 Comunicación y democracia

Desde la mirada de la ciudadanía integral e intercultural, la comunicación y la cultura son pilares de la esfera pública, entendida como el escenario de las opiniones públicas y representaciones simbólicas que dialogan entre sí y pueden lograr incidencia mediante la interacción con quienes tienen poder de decisión a nivel estatal. En la ruta de los teóricos comprometidos con la comunicación democrática en América Latina, el comunicólogo Jesús Martín Barbero –uno de los mentores de la Teoría Crítica Latinoamericana de Comunicación– afirma que la comunicación y la cultura son campos de batalla política, en los que se construye la ciudadanía.

“[...] más que objetos de políticas, la comunicación y la cultura constituyen hoy un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política densificar su dimensión simbólica, su capacidad de convocar y construir ciudadanos, para enfrentar la erosión que sufre el orden colectivo. Que es lo que no puede hacer el mercado por más eficaz que sea su simulacro” (Martín Barbero, 2001: 84).

La comunicación es un espacio cada vez más político, lugar social de derechos y controversia pública, afirma en la misma línea el colombiano Germán Rey, quien

valoriza el Derecho a la Información y la Comunicación como un territorio de conformación de ciudadanías:

La democracia como sistema político, además de “poder en público” como la denominó Norberto Bobbio es experiencia de expresión y participación de las diferencias. La democracia no es sólo gobierno de la opinión, sino también ethos, lugar de construcción de consensos y superación civilizada de los conflictos. Cualquiera de estas definiciones tiene como referente la comunicación (Rey, 2005:30).

Abordando como eje de su trabajo el análisis de los conflictos interculturales en la comunicación, el mexicano Néstor García Canclini habla de política como gestión de la sociedad, no como simples pactos entre cúpulas y simulaciones mediáticas de participación. En esa línea plantea varios desafíos, como el de romper la lógica de seguir reproduciendo en ésta espacios sociales diferenciados. Se trataría de comunicar a los diferentes, corregir las desigualdades y democratizar el acceso a patrimonios interculturales. También ahonda en el debate sobre la desigualdad y la diferencia interpelando a quienes piensan que sólo se puede cuestionar la primera desde la segunda (por ejemplo, desde lo indígena). García Canclini lanza el desafío de pensar cómo articular las batallas por la diferencia, con las que se dan contra la desigualdad “en un mundo donde todos estamos interconectados” (García Canclini, 2004).

La comunicación/cultura es el escenario para reconstruir lo público y demandar nuevas y más equitativas relaciones sociales así como retomar la idea de la defensa de lo común. Este es uno de los postulados de la Teoría Crítica Latinoamericana de Comunicación, cuyas propuestas se adoptan en este trabajo. Para avanzar hacia la

interculturalidad, que es una meta,¹ es necesario fomentar el diálogo intercultural entre el Estado y la sociedad, y también dentro de ésta (Quiroga, 2011: 13).

Ahí una de las claves de la propuesta modesta de este trabajo, reconsiderar las prácticas comunicacionales vigentes en Bolivia desde los medios públicos, enfatizar en el potencial constructor de comunidad, y sugerir la apertura de espacios para que la comunidad dialogue entre sí y con los gobernantes, encargados de administrar los recursos comunes. Todo ello, en el marco del ejercicio del Derecho a la Información y la Comunicación (DIC).

2.2 Políticas públicas promotoras del diálogo ciudadano

Una ciudadanía integral e intercultural —de acuerdo al planteamiento de la Fundación UNIR Bolivia— demanda una participación ciudadana más activa, que involucra hablar de una nueva concepción de lo “público”, acercándolo a la idea de “lo común”, y por tanto, avanzando más allá de la visión tradicional de monopolio del poder institucional sobre los asuntos públicos. Esta concepción de lo público como lo común, es decir, como lo que es asunto de todos, está vinculada con una idea dinámica de ciudadanía (Subirats, 2011: 63).

Para fomentar el diálogo intercultural, se necesitan políticas públicas implementadas a todos los niveles de la institucionalidad estatal que concuerden con las líneas

¹ Desde la Fundación UNIR Bolivia se define la interculturalidad como la interrelación e interacción equitativas entre diversas visiones y prácticas sociales, económicas, políticas y culturales. Es decir, la generación de condiciones de igualdad efectiva de derechos y obligaciones para sujetos individuales y colectivos distintos, reconociendo su interdependencia, por cuanto tienen relaciones convergentes y de complementariedad, así como fines comunes. La interculturalidad no es una realidad actual, sino un proyecto a desarrollar en el Estado y en la sociedad que implica una profunda transformación.

propositivas de la comunicación democrática. A decir de Martín Barbero, se trata de cambiar el modelo de comunicación tradicional para promover la participación ciudadana:

Se trata de que las políticas de comunicación hoy, sean trazadas tanto para el ámbito privado como público de los medios.

En el privado, y en un tiempo en que la desregulación es la norma, la intervención del Estado en el mercado debe establecer unas mínimas reglas de juego que exijan limpieza y compensación en las concesiones, preserven el pluralismo en la información y la cultura, ordenen una cuota mínima de producción nacional, fomenten la experimentación y la creatividad, en especial protegiendo la existencia de grupos independientes de producción. En el ámbito público, se trata ante todo de alentar –sostener, subsidiar e incentivar– medios y experiencias de comunicación que amplíen la democracia, la participación ciudadana y la creación/apropiación cultural, y ello no solo en el plano nacional sino también en el regional y local (Barbero, 2001: 82).

Dentro de ese nuevo modelo se hace necesario diseñar e implementar políticas de comunicación —reformulando las actualmente vigentes— en las que se asignen nuevos roles a los medios, posibilitando su engranaje en dentro de la democratización de la comunicación.

2.3 El Derecho a la Información y Comunicación (DIC)

El derecho a la Información y Comunicación (DIC) es un derecho a todas luces político, y estructurante de la democracia, insertándose en el centro de las relaciones del individuo con el Estado, buscando la armonización del interés público con los intereses particulares.

Y esto es lo que justamente la democracia está en posibilidad de viabilizar mediante el debate plural y el diálogo fundamentado, los cuales deben orientarse hacia la mayor armonización alcanzable del interés público con los intereses particulares y en correspondencia con las condiciones sociopolíticas que existan. En otros términos, la cuestión de los derechos pone a prueba siempre las competencias de los actores políticos y sociales en el juego de la hegemonía.

Esta contradicción constituye la “paradoja democrática” (citando a Chantal Mouffe) que obliga a la gestión permanente del conflicto. (Torrico, 2010, 10)

El DIC es un derecho nuevo en el ámbito internacional. Su formulación empezó en la década de 1960 y tiene pendiente su definición cabal. Es indispensable considerar al DIC como un derecho integral, que incluye tres componentes: principios, libertades y responsabilidades. Estos tres componentes deben estar reunidos en un solo sistema normativo. (ONADEM:2011,10)

Lo que interesa recuperar, dice Torrico, es la potencialidad del concepto para dar cuenta de la naturaleza integral de lo informativo-comunicacional y para acoger en su interior, con un sentido holístico, las dimensiones personal ciudadana y mediático-tecnológica de los procesos a que hace referencia así como a sus correspondientes normativas. El autor aclara que el campo mediático-periodístico, sin duda de gran relevancia, es una más de las áreas de aplicación de este derecho.



Fuente: ONADEM (2011)

Cada una de las libertades que comprende el DIC implica necesariamente una determinada responsabilidad. Siempre habrá unos límites fijados por las exigencias de la convivencia social.

Las responsabilidades del DIC se refieren a tres aspectos:

- Que existan las condiciones sociopolíticas, económicas y culturales para el ejercicio de las libertades.
- Que este ejercicio no vulnere las libertades de los demás
- Y que en caso de que una persona o un grupo se sientan afectados por la acción de otra persona, otro grupo, una institución o el Estado, existan los mecanismos legales apropiados para superar esta situación.

La formalización y posterior aplicación de este derecho tienen como antecedente irremplazable una amplia base principista democrática reconocida por la normativa nacional (CPE) y los instrumentos pertinentes del Derecho Internacional Público. Entre los segundos, se incluyen prioritariamente la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre (1948), el pacto internacional de derechos civiles y políticos (1966), la convención

Americana sobre Derechos Humanos (1969), la Convención sobre los derechos del niño (1989), la Declaración de las Naciones Unidas sobre Medios de comunicación de masas (1978) y la Declaración de Principios sobre libertad de expresión (Torrico; 2010:12).

Este derecho, estructurante de la democracia, incluye la existencia de espacios que viabilicen la comunicación democrática, y también comprende la posibilidad de acceder a la información pública de calidad.

Entre las capacidades de la democracia tendría que estar la de garantizar el DIC, para que la ciudadanía tenga acceso a información de calidad, acceda a canales plurales para informarse y pueda expresarse en las distintas formas que posibilita el ejercicio pleno del DIC: no sólo mediante los medios de comunicación, si no que se incluye también la capacidad de auto organización, disidencia, derecho a la protesta pacífica. Es decir, las formas humanas de comunicar pertenencia, buscar reconocimiento a propia identidad, posicionar ideas sobre el manejo de los recursos comunes, ingresar al campo de lucha de los recursos simbólicos, en una esfera pública plural y democrática.

En Bolivia este derecho fue incluido en la CPE vigente desde el año 2009. En el capítulo 3 se realiza un análisis sobre su vigencia en Bolivia, en el marco del sustento principista que guía la presente investigación.

2.3.1. El derecho de acceso a la información pública

La transparencia en la gestión pública es pilar de un gobierno democrático. El politólogo italiano Norberto Bobbio afirma que “Con una redundancia se puede definir el gobierno de la democracia como el gobierno del poder público en público” (Bobbio: 1984, 65). La diferencia entre autocracia y democracia tiene que ver con que el secreto de los actos de gobierno sea la regla o la excepción.

La información generada por las instituciones del Estado es información pública, es un bien público. Forma parte del bien común y compartido de todas las personas que viven en un país. Para que sea público, tiene que ser visible, de acceso libre y común a todos, de acuerdo a la definición de Nora Rabonitkof (Rabonitkof, 1993), quien recuerda estas propiedades que vienen desde el ágora griego. Es decir, lo público debe “comunicar” que lo es.

En los discursos de los actores políticos, con frecuencia se confunde lo público con lo político. Esta confusión muchas veces intencionada, disfraza las inequidades en la participación ciudadana respecto a la vigilancia de los asuntos de gestión gubernamental, ya que se muestra que la ciudadanía está presente en la esfera pública de diversas maneras. Sin embargo, esta participación no está necesariamente ligada al tratamiento informado, reflexivo y propositivo de los asuntos ligados a la gestión y administración de los recursos comunes, de los bienes colectivos, como lo explica el argentino Sergio Caletti (2000) quien afirma que existe un desacople entre el espacio público y el espacio político. Uno de estos ejemplos es “el crecimiento de la confidencialidad como norma de cumplimiento casi inherente al desarrollo de los asuntos regulares de gobierno. Expansión del modelo del secreto”. A este llamado desacople se agrega la presencia más de opacidad que de transparencia de los gobiernos y otros actores del espacio público. Osvaldo Iazetta (Iazetta: 2008) afirma que esta falta de transparencia afecta también a la posibilidad de realizar control cruzado entre poderes del Estado donde participen mecanismos de control ciudadano para vigilar de alguna manera los temas de corrupción.

El Estado democrático, pese a estas problemáticas, tiene el desafío de asumir como una política pública privilegiada la conformación de una ciudadanía integral e intercultural, lo que demanda una participación ciudadana más activa, que involucra hablar de una nueva concepción de lo “público”, acercándolo a la idea de “lo común”, y por tanto,

avanzando más allá de la visión tradicional de monopolio del poder institucional sobre los asuntos públicos.

La comunicación=cultura, asume la tarea de construir ciudadanía y recuperar lo público, entendiendo que es necesario volver a usar la política como herramienta de construcción ciudadana, es decir de construcción de consensos y acciones para incidir en los temas de interés común, como ser los temas de gestión de los recursos, y superación de las desigualdades, entre otros. Permeado por la conflictividad social, lo público es el espacio de permanente construcción ciudadana, y por lo tanto, debería ampliar sus márgenes y democratizar el acceso a los recursos simbólicos que permitan a los grupos sociales mejorar sus condiciones de participación e incidencia política. Para ello, se necesita, una vez más, transparentar la información generada desde el Estado pero también la información generada por otros actores sociales y políticos.

Resulta lógico decir entonces que para tomar decisiones y ejercer derechos ciudadanos, es necesario acceder a información pública, de lo contrario, se pierden características centrales de la acción política en democracia. Y la transparencia significa gobernar “visibilizando” la gestión, lo que lleva por ejemplo a: la elaboración participativa de políticas públicas, mostrar los procesos de adjudicación y ejecución de obras, visibilizar la ejecución presupuestaria actualizada, y un largo Etc. La transparencia no es apenas acceder a información pública (que es un bien común) para fines particulares o de fiscalización política, ni tampoco es solamente la rendición de cuentas de los gobernantes.

El Derecho de acceso a la Información pública es un derecho fundamental de toda persona sin ningún tipo de restricción, como lo señala la Carta de Santo Domingo, documento oficial de la UNESCO, fechado el 31 de julio 2002. Entre sus fundamentos argumenta:

- El libre acceso de las personas a las fuentes de información pública es un derecho humano universal y un principio democrático inherente al derecho a la información, a la libertad de información y de prensa.
- El libre acceso a la información pública contribuye a la transparencia de la gestión pública, combate la corrupción y la cultura del secreto como práctica y asegura un mayor grado de eficiencia en el manejo de la cosa pública.
- El libre acceso a la información pública garantiza la participación ciudadana en la toma de decisiones de interés público, factor indispensable para la construcción de una cultura democrática.

La Organización de Estados Americanos (OEA) aprobó en abril del año 2010 una Ley Modelo Interamericana sobre Acceso a la información pública, con el fin de que sirva de base y orientación para que cada Estado miembro la use y adapte a sus necesidades, generando su propia Ley Nacional en base a los principios irrenunciables establecidos por la OEA.

Según dicha Ley Modelo (OEA, 2010), la información clave que debería ser de fácil acceso público en las instituciones gubernamentales, de manera resumida, se refiere a:

1) Datos generales de la entidad

- Estructura orgánica, departamentos y organismos, misión, visión, fines y objetivos, direcciones, horarios de atención.
- Servicios que brinda al público, normas y protocolos de atención, manuales de funciones, guía y formularios de trámites, flujo de procesos con responsables y tiempos.
- Personal o nómina de funcionarios, cargos y funciones específicas.

- Escalas salariales de todas las categorías de funcionarios y consultores.
- 2) Planes, presupuesto y contrataciones
- Planes estratégicos, programación anual, principales indicadores de desempeño y mecanismos de supervisión.
 - Presupuesto y planes de gasto público del año en curso y anteriores; detalle de los ingresos, gastos, financiamiento y resultados operativos, balance de gestión, informes de rendición pública de cuentas; informes y resultados de auditoría.
 - Contrataciones: ejecución y seguimiento, procedimientos y políticas seguidas para la adquisición de bienes y servicios, convocatorias de contratación de personal.
- 3) Marco legal y procesos judiciales
- Constitución Política del Estado, leyes, reglamentos, resoluciones u otros documentos referidos al desempeño de la entidad y que afectan al público.
 - Procesos judiciales, arbitrales, administrativos y coactivos fiscales en los que participe la entidad.
- 4) Mecanismos de transparencia y de acceso a información
- Procedimiento para formular una solicitud de información y forma de presentar una apelación interna en caso de denegación

- Una guía con información adecuada sobre los sistemas de mantenimiento de documento, los tipos y formas de información en poder de la entidad, y las categorías de información que publica.
- Mecanismo y formulario de denuncias a disposición del público en relación a acciones u omisiones de la autoridad pública.
- Mecanismo o procedimiento para que el público pueda presentar peticiones, o de alguna otra manera incidir en la formulación de la política pública a cargo de la entidad.
- Registro de solicitudes recibidas y divulgaciones realizadas, denuncias atendidas y respuestas de la entidad, disponibles al público.

En Bolivia no existe una Ley de Acceso a la Información Pública, pese a los compromisos asumidos con la OEA como Estado miembro.

Como antecedente, cabe decir que durante el gobierno del Ex Presidente Carlos Mesa se emitieron los Decretos Supremos 27329 (enero 2004) y 28168 (mayo 2005), ambos de Transparencia y Libre Acceso a la Información Gubernamental. Estas normas establecían el derecho de acceso ciudadano a la información pública emitida por el Poder Ejecutivo. Sin embargo, esos decretos no llegaron a aplicarse a cabalidad durante el gobierno de Mesa (que tuvo corta duración), y posteriormente no se avanzó en su plena implementación.

El año 2013, la entonces Ministra de transparencia Nardy Suño, presentó un proyecto de Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, que fue sometido a críticas por parte de sectores del periodismo e instituciones que trabajan el tema, entre ellas la fundación UNIR (UNIR:2014;217).

En una audiencia pública realizada el 13 de agosto de 2013, a convocatoria de la Comisión de Constitución de la Cámara de Diputados, 12 instituciones presentaron sus observaciones al proyecto, centradas sobre todo en la imprecisión en el tema de excepciones. En este último tema, se sugirió que prime el concepto de supremacía del interés público para que sea posible evaluar si el daño que se puede causar a un interés protegido por una reserva de información, es mayor que el beneficio que puede obtener el interés público al acceder a esta información.

El criticado proyecto de Ley no fue aprobado, ni se conoció la versión reformulada luego de la audiencia pública de esa fecha. El tema ha quedado paralizado en la Asamblea Legislativa Plurinacional.

Como diagnóstico actual relativo al ejercicio del derecho de acceso a la información pública, se sostiene que en Bolivia existe gran retraso en este tema, a pesar de que la CPE boliviana incluye el Derecho a la Información y Comunicación (DIC) en el Art. 106 y garantiza el acceso a la información pública en el Art.21. En la Ley de Autonomías y la Ley de Participación Ciudadana y Control Social se garantiza el acceso a la información pública, sin embargo, esas normas legales no tienen operativizado el mecanismo de su cumplimiento. El ejercicio del Derecho de Acceso a la Información Pública, en Bolivia, es una tarea pendiente.²

Existe un avance digno de destacar a nivel municipal. El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz emitió la Ley Autonómica de Acceso a la Información Pública, que promulgada en enero de 2016. Dicha norma está en proceso de de implementación. Este tipo de normativa requiere un cambio en la cultura política, y esa tarea implica un largo

² De acuerdo a la opinión de asociaciones de periodistas y analistas, las normas existentes en torno al tema no se cumplen en Bolivia. <http://www.paginasiete.bo/nacional/2014/2/16/acceso-informacion-todavia-reservado-limitado-14104.html>

proceso. El ex jefe de transparencia de dicha institución, Jorge Dulón, en entrevista concedida el 29 de septiembre del 2016, explicó que:

- *En términos de contenido, la Ley promueve la posibilidad de ordenar la información desde cada unidad organizacional, esto implica, hacer más eficientes los sistemas de archivos y generar conciencia respecto a la importancia que tiene la información pública.*
- *Por otra parte, la Ley permite dar a conocer los tipos de información que se encuentran disponibles con una clasificación adecuada al respecto.*
- *Y finalmente, la Ley permitirá mejorar paulatinamente los sistemas administrativos y organizacionales para generar mecanismos más eficientes que permitan otorgar de manera oportuna la información solicitada por los ciudadanos.*

Esta Ley Municipal puede servir como modelo a adoptar por todas las instituciones públicas bolivianas.

2.4 Los medios públicos según la teoría crítica latinoamericana

¿Cuál es el significado del término “medios públicos”? El Consejo Mundial de Radio y Televisión de la UNESCO brinda una explicación que ayuda a precisar la diferencia entre medios públicos y medios estatales o gubernamentales:

Ni comercial ni estatal, la radio y televisión pública tienen su única razón de ser en el servicio público. Es la radio y televisión del público; se dirige a cada persona en calidad de ciudadana. Fomenta el acceso a la vida pública y la participación en ella. Desarrolla los conocimientos, amplía los horizontes y permite que cada uno se comprenda mejor al comprender al mundo y a los demás. [...] La radio y la televisión pública se define[n] como un lugar de encuentro donde todos los ciudadanos están invitados y son considerados sobre una base igualitaria. Es una herramienta de información y de educación, accesible a todos y se dirige a todos, independientemente de la condición social o económica de unos y otros. Su mandato no se limita a la información y el desarrollo cultural; también ha de alimentar la imaginación y divertir, pero con una preocupación por la calidad que debe distinguirla del servicio audiovisual comercial (UNESCO, 2008).

Autores que trabajan en América Latina como Jesús Martín-Barbero, Germán Rey y Omar Rincón, comprometidos con la democratización de la comunicación, hablan de los medios públicos como constructores de lo público, y recalcan que deben tener independencia de los gobiernos. Es decir, ser manejados por un órgano independiente del gobierno con delegados de distintos sectores, órgano que debe rendir cuentas a la ciudadanía. Estos autores plantean la necesidad de que los países cuenten con una política nacional de comunicación y una ley que regule el funcionamiento de los medios públicos. En cuanto a los contenidos, tienen que ser distintos a los ofrecidos por los medios comerciales (Martín-Barbero, Rey y Rincón, 2000).

El colombiano Germán Rey señala que los medios públicos son los que interpelan, se dirigen al ciudadano más que al consumidor, contribuyen explícita y cotidianamente a la construcción del espacio público en cuanto escenario de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las diferentes comunidades culturales. Los medios públicos deben hacerse cargo de la complejidad geopolítica y cultural de la nación en el plano de las prácticas sociales, los valores colectivos y las expectativas de futuro, y la construcción de lenguajes comunes (Rey, 2001).

Cada país tendría que establecer, en función de su Constitución Política, la misión de sus medios públicos. El comunicólogo chileno Valerio Fuenzalida sostiene que es preciso definir primero el tipo de servicio público y alcance que se espera preste a la audiencia de un país. Con las nuevas tecnologías, se podría avanzar a una mayor variedad de canales públicos, con diversidad de opciones según las temáticas (Fuenzalida, 2001: 137).

Por su parte, el mexicano Guillermo Orozco propone definir las audiencias meta, considerando que un importante propósito de la TV pública es tratar de ir disminuyendo la brecha de la exclusión, considerando además que las mayorías están compuestas de minorías excluidas y relegadas a ser consumidoras. Sustituir lo espectacular por lo que es relevante cultural y políticamente, educativa y socialmente, para distintas audiencias, y evidenciar lo que a primera vista ha sido silenciado (Orozco, 2001: 232-234).

El investigador colombiano Omar Rincón habla de una *televisión pública experimental y gozosa*. Se trata de ganar un espacio descentrado y plural cuya clave es el encuentro:

*Es una televisión para la reconciliación, para el reconocimiento de la diferencia.
Para convivir con los diferentes hay que hacerlos historia, expresarlos en relato,*

reconocerlos como sujetos y como colectivos. Se trata de ver las necesidades informativas y culturales de la gente, formar nuevas audiencias, hacer del conocimiento un bien social, es un servicio público que pretende el mejoramiento de la calidad de vida del ciudadano como proyecto (Rincón, 2001: 273-294).

La comunicóloga peruana Rosa María Alfaro en la línea de construcción de ciudadanía participativa, propone un papel protagónico para los medios públicos:

Se trata también de optimizar la comunicación entre gobernantes y gobernados como un eje clave del cambio, lo cual no significa generar armonía sino diálogo e intercambio de información para ir construyendo ese “nosotros” no homogéneo pero que debate y es realmente parte constructiva del país. Los medios no nos representan para asumir nuestros problemas ante las autoridades y funcionarios sino que deben ayudar a que esta comunicación sea posible. La transparencia y la conversación debieran ser el corazón de las políticas públicas de comunicación del Estado en el cual los medios públicos debieran jugar una función singular de liderazgo (Alfaro, 2005: 259).

Los autores citados confieren a los medios públicos un rol político, el de promover el encuentro, el de expresar las distintas miradas colectivas. La diversidad y pluralidad recogidas en estos medios, promueven el debate social y la construcción colectiva del espacio público.

Resumiendo lo citado por los autores nombrados, para que un medio de comunicación sea considerado público, debe tener:

1. Financiamiento básico asegurado, porque no puede depender del mercado.

2. Independencia, garantizada por consejos de administración plurales e independientes del gobierno.
3. Transparencia pública en su funcionamiento, misión clara y pública; debe ser administrado a través de procedimientos legítimos, jurídicos y transparentes que puedan ser fiscalizados por la ciudadanía. Una pregunta necesaria de hacer es: ¿Puede la ciudadanía presentar críticas y sugerencias sobre los balances, el presupuesto, etcétera?
4. Independencia tanto del Estado como de los intereses comerciales.
5. Diversidad en la programación, imparcialidad en el área periodística.³
(Para esta investigación, se consideran como estándares de calidad del periodismo los señalados por el Observatorio Nacional de Medios ONADEM, citados en el acápite 3.5.)

Definido el marco teórico conceptual de este trabajo, a continuación se describirá el comportamiento de los medios estatales bolivianos, en interacción con los conceptos expresados respecto al significado de medios públicos.

CAPÍTULO 3. LA POLÍTICA PÚBLICA VIGENTE RELATIVA A MEDIOS PÚBLICOS/ESTATALES

En este capítulo, a partir del DIC y su constitucionalización, de acuerdo a los objetivos de este trabajo, analizaremos la normativa vigente (el “deber ser” y el discurso gubernamental), la gestión y administración de los medios (el funcionamiento y ejecución de la política pública) y los contenidos periodísticos del área política (una muestra de los productos que ofrecen).

3.1 Antecedentes de la reflexión boliviana sobre los medios públicos

En Bolivia se realizaron varios eventos para abordar el tema de los medios estatales. Los debates realizados la pasada década, que sirven de antecedente, están recogidos en las Memorias de los encuentros de la *Internacional Public Televisión* (INPUT) del año 2002 y también del 2007,⁴ centrados en la televisión estatal.

En estos documentos, se constata que acorde al cambio de coyunturas políticas, se presentan algunas diferencias de conclusiones entre ambos encuentros. El primero (2002) apostó por el tránsito a una TV pública desde lo que actualmente es el Canal 7 Televisión Boliviana a partir de tres caminos: 1) la “desgobiernización” del medio, es decir, dotar a la ciudadanía del control del canal y anular el monopolio exclusivo de manejo por parte de los gobiernos de turno; 2) la autonomía del directorio, con una elección plural y transparente, a través de ternas en el Congreso y que sea representativo de diversos sectores sociales; 3) la programación de calidad.

⁴ Según la memoria del Seminario, la *Internacional Public Television* (INPUT) agrupa a productores y canales de televisión de todo el mundo que trabajan por una televisión pública de calidad. Esta organización nació en Italia en 1977, y tiene representación boliviana. El Seminario realizado en Bolivia el año 2007 contó con la participación del Goethe Institut de La Paz, la Fundación Friedrich Ebert, Televisión Boliviana Canal 7, la Asociación de periodistas de La Paz y el Consejo Nacional del Cine, entre otras instituciones.

Según el texto de sistematización y conclusiones, el encuentro del 2007 muestra coincidencias favorables entre los participantes sobre la necesidad y urgencia de la existencia de un medio televisivo público, aunque no se establece la estrategia para conseguirlo. En las conclusiones, textualmente se dice que:

El INPUT 2007 sirvió para abrir estas y otras opciones a la luz del momento histórico del país y de la duda de que si realmente hay que despojar al actual gobierno, elegido sin precedentes electorales con el 54%, de una de las pocas armas para defenderse de la arremetida mediática privada-comercial. Un cuestionamiento que queda pendiente para definir el presente y futuro de la televisión estatal. El otro reto sigue en pie: el de pasar a desgobiernizar el canal y dotarle de la autonomía necesaria para operar como medio público ¿será posible en las actuales circunstancias hacer esto? (Herrera, 2007: 53)

3.2 Descripción de los medios estatales en Bolivia⁵

En Bolivia, en el siglo pasado, se crearon los medios estatales “Radio Illimani” (1933), y la “Televisión Boliviana” en 1969, como medios ligados a la información gubernamental. Los historiadores de la comunicación refieren que estos medios nunca se plantearon como medios públicos, teniendo por objetivo principal emitir los discursos oficiales. Consideramos relevante destacar esta situación para contextualizar las conclusiones de la presente tesis.

El gobierno de Evo Morales siguió la línea de considerar a los medios estatales como gubernamentales. En Bolivia, desde el 15 de febrero del año 2011 se cuenta con

⁵ Cabe señalar que en Bolivia existe una Red de televisoras universitarias RUBI, pertenecientes a las universidades públicas. El estudio de estos medios excede el alcance de la presente investigación, por lo que, pese a la riqueza de su contribución, no los incorporaremos a este estudio.

un Ministerio de Comunicación, integrado por dos viceministerios: el de Políticas Comunicacionales y el de Gestión Comunicacional; así como por cuatro Direcciones Generales: Estrategias, Información Gubernamental, Medios Estatales y Estudios y Proyectos.

El Ministerio de Comunicación, tiene bajo su tuición a las siguientes entidades:

- Empresa Estatal de Televisión - BOLIVIA TV.
- Radio Illimani.
- Periódico *Cambio*.
- Agencia Boliviana de Información - ABI
- Radios de Pueblos Originarios (RPO)

Según los textos de presentación del Ministerio publicadas en su página web, esta institución estatal “lidera y articula procesos de comunicación e información plurales en el marco de la democracia intercultural del Estado Plurinacional para una gestión pública participativa y transparente”, y tiene por misión: “Diseñar, proponer, aplicar y evaluar políticas y estrategias que garanticen el ejercicio del derecho a la comunicación e información de la población, contribuyendo a la consolidación del Estado Plurinacional y de una gestión pública transparente para Vivir Bien.”

En las líneas siguientes se describe brevemente el funcionamiento de los medios de comunicación estatales, de acuerdo con la información publicada por el propio Ministerio de Comunicación en su página web.

3.2.1 Bolivia TV

El canal estatal de Televisión Boliviana nace en agosto de 1969 mediante un decreto emitido por el entonces presidente Luis Adolfo Siles Salinas. En los años

ochenta el Canal 7 se convierte en ENTB (Empresa Nacional de Televisión Boliviana), que fue cerrada por el actual gobierno, para reabrirlo con otro nombre, ante una situación difícil para la empresa por un alto nivel de deudas acumuladas históricamente.

En abril de 2009 nace la empresa Bolivia TV. En su misión se anuncia que “acompaña la integración y la reafirmación de los valores de las diferentes naciones que forman parte del Estado Plurinacional, a través de una información descolonizadora dentro de la revolución democrática y cultural para Vivir Bien”. Tiene programación las 24 horas, y tiene alcance en todo el país.

Según análisis efectuados por el propio Ministerio de Comunicación, se ha logrado la visibilización de los pueblos indígena originario campesinos, que formarían parte del 68% de la programación promedio de los programas habituales, aún sin incluir los servicios informativos. Estos datos fueron dados a conocer por la Ministra Amanda Dávila, en su discurso de inauguración del Seminario Internacional "Comunicación intercultural, aproximaciones a partir de la descolonización y la despatriarcalización", que se llevó a cabo el 3 de Septiembre del 2013 en la Vicepresidencia. Entre las metas consolidadas para dicho año están las siguientes:

- Implementación del 100% del proyecto “Ampliación de las Capacidades de Transmisión de Bolivia TV desde Exteriores”.
- Implementación del 100% del proyecto “Ampliación de Cobertura BOLIVIA TV, para contribuir al Desarrollo Social del País - Plantas de Transmisión y Repetidoras”.

De acuerdo al mencionado informe, como proyectos a futuro se había previsto instalar cinco plantas grandes de 2000 a 10000 Wts. en las ciudades de Oruro, Potosí, Tarija, Trópico de Cochabamba y toda la región del Chaco, teniendo un costo aproximado de nueve millones de dólares.

En el informe del año 2015 del Ministerio de Comunicación, accesible desde su página web, se destaca que Bolivia TV movilizó 11 unidades móviles terrestres, 2 aéreas y 250 personas que trabajaron 10 horas diarias. Todo ello para la cobertura del DAKAR.

Dicho informe anual también pone de relieve el fortalecimiento del alcance de las repetidoras de Bolivia TV, existen 220 repetidoras con tecnología de punta, que brindan cobertura a los 9 Departamentos además de Riberalta, a 168 municipios y localidades, con transmisión vía satélite 24 horas.

Bolivia TV tiene presencia en las redes sociales. Se puede acceder mediante su página web a la transmisión on line de la señal televisiva.

<http://www.boliviavtv.bo/sitio/>

En el Facebook Bolivia TV en línea tiene 40 001 suscriptores, y en el twitter tiene la cuenta con 10 300 seguidores @ Canal_BoliviaTV (Datos vigentes a septiembre 16, 2016)

3.2.2 Diario *Cambio*

La presentación del diario Cambio que realiza el Ministerio de Comunicación señala que “en su calidad de medio de comunicación estatal debe estar abierto a todas las opiniones enmarcadas en las leyes que rigen a la nación, en especial a los mandatos de la Constitución Política del Estado”.

El Presidente Evo Morales, el 22 de enero de 2009 a tiempo de presentar *Cambio*, justificó así el nacimiento del diario "Agresiones, humillaciones y mentiras tras mentiras de algunos medios de comunicación nos obligaron a crear este diario" (Herrera, 2013).

De acuerdo al informe de gestión del Ministerio de Comunicación del año 2015 (citado líneas arriba), el Diario Cambio publicó 753 mil ejemplares impresos y elaboró 90 productos especiales.

En el trabajo de campo realizado en junio del 2016, se pudo evidenciar que el diario Cambio publica la separata Discurso Presidencial, que ya sobrepasa los mil números (en junio 2016 se publicó el número 937). Esta separata publicada en formato de revista, tiene entre 20 y 40 páginas. Allí se reproducen los discursos del Presidente y del vicepresidente en diferentes eventos como ser conferencias de prensa, discursos en inauguraciones de obras, intervenciones en fiestas o aniversarios. Las transcripciones textuales de las alocuciones del Presidente y Vicepresidente llevan incluso la referencia a los sitios donde recibieron aplausos.

Además de dicha separata, dentro del cuerpo del periódico existe la sección especial “Agenda Presidencial”, donde se publica la información relativa a las actividades de los mandatarios, en una o dos páginas. Existen diariamente las secciones de seguridad, economía, política, sociedad, internacional, cultura, deportes.

El diario Cambio publica el suplemento dominical “7 días” como revista, mismo formato que se aprecia en el suplemento deportivo “Cambio CD” publicado los lunes, a todo color. Los martes se publica la separata “Economía plural”, de 12 páginas, y los viernes, el “Farándula”. Los sábados se entrega el suplemento “Panorama”, con noticias internacionales. Los domingos se publica la separata “Democracia Directa”, dedicada al análisis político, y también sale “Cambio Reportajes”, por lo general de 8 páginas cada una.

El diario *Cambio* tiene una página digital www.cambio.bo y sus noticias son difundidas también mediante una cuenta en la red social twitter. Es la página digital donde se actualizan permanentemente los tweets con informaciones. Se puede acceder

ahí a la edición impresa del diario, y a los suplementos y separatas publicados en la semana.

Su costo es de 2 Bs en edición ordinaria, menos de la mitad de lo que cuestan *Página Siete*, *La Razón* y *El Deber* (Bs 5 en promedio).

3.2.3 Red Patria Nueva

Según la información proporcionada por el Ministerio de Comunicación en su página web, el año 2006 nacen las primeras Radios de Pueblos Originarios (RPO), que en el transcurso de los siguientes tres años llegarán a sumar un total de 39 emisoras instaladas a lo largo y ancho del país, “para que indígenas y campesinos tengan voz propia para educar y luchar por sus derechos”. Las emisoras de los pueblos originarios que sumadas a radios aliadas llegan a un total de 80, permiten el intercambio de información, comentarios, producción y programación propia de sus regiones.

Además, se ha completado la instalación de las repetidoras de la Radio Illimani, actualmente Red Patria Nueva, en ocho departamentos del país (con excepción de La Paz).

El año 2010, se ha realizado la instalación de cinco Unidades Ininterrumpidas de Poder (UPS), para estaciones A.M. en localidades con deficiencias en el suministro de energía eléctrica.

La misión de la Red es “Transmitir mensajes que contribuyan a una comunicación democrática y participativa para todos los bolivianos” con la visión de “Ser un medio de comunicación líder en el territorio nacional y también el de mayor credibilidad”. Se proponen difundir programación educativa, informativa y cultural a través de las radios en los pueblos originarios y radios de interés social, promoviendo procesos de desarrollo económico, social y cultural.

La Red Patria Nueva cuenta con un portal virtual, desde el cual se puede acceder a la emisión radial en vivo vía internet, y también tiene presencia en las redes sociales.

Según el informe del Ministerio de Comunicación del año 2015, se logró el fortalecimiento tecnológico de la programación nacional, para mejorar la cobertura y la señal de las radios. Se instalaron 6 sistemas de transmisión en La Paz, Cochabamba, Oruro, Potosí, Cobija y Sucre. Para el presente año se había previsto ampliar con 5 transmisores en Beni y Tarija, y 17 sistemas de transmisión para ciudades intermedias con 2,5 kw de potencia.

El año 2015 se informa de la realización de cápsulas informativas sobre las Leyes antirracismo, trata y tráfico, violencia contra la mujer, así como materiales informativos sobre seguridad ciudadana. Además, se informa de la producción de radionovela en seis idiomas sobre la vida del Presidente Evo Morales.

3.2.4 Agencia Boliviana de Información ABI

Además de los medios descritos, es importante destacar a la Agencia Boliviana de Información ABI (www.abi.bo), portal digital multimedia que cuenta con un equipo de periodistas en La Paz que generan permanentemente información sobre todo basada en las actividades gubernamentales.

Además del portal, la Agencia Boliviana de Información tiene presencia en las redes sociales con una cuenta en Twitter, al igual que el propio Ministerio de comunicación. Recientemente se abrió la cuenta de Evo Morales, llamada “Evo Pueblo”. (15 de abril 2016). Se incorporaron contenidos y se abrieron cuentas en Periscope, Youtube, Tumber.

ABI proporciona información multimedia sobre las actividades oficiales, haciendo seguimiento de la agenda del Presidente y Vicepresidente del Estado Plurinacional, así como de los Ministros. El portal tiene actualización permanente en

información nacional e internacional, difundiendo información de la Agencia Prensa Latina. También se promueve el conocimiento de Leyes (como la Ley 045, contra el racismo y toda forma de discriminación). Según su registro publicado al final de su portal, recibe entre 47 y 49 mil visitas por semana.

Desde el portal de ABI se puede acceder a la página web del Ministerio de Comunicación, consistente en un portal multimedia. En dicho portal, se puede acceder al informe de gestión 2015 del Ministerio donde se destaca por ejemplo la creación de la Editorial del Estado Plurinacional, con la construcción de su edificio propio que se terminaría a fines de dicho año. Se informa también sobre la adquisición de una imprenta. Se tenía presupuestado para tal efecto Bs. 58 millones.

3.3 La Constitucionalización del DIC

La CPE del Estado Plurinacional de Bolivia reconoce el Derecho a la Información y Comunicación. Erick Torrico, en su libro “Tras las huellas del DIC” (Torrico: 2014), luego de hacer un recuento de los proyectos de Constitución, señala que la CPE de 2009 amplía los alcances de este derecho respecto a la anterior Carta Fundamental. Recuerda que la anterior constitución solamente hablaba de emitir libremente ideas y opiniones y considera que la inclusión del DIC en la CPE es un avance normativo muy relevante para Bolivia.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO

(Nueva Constitución Política del Estado, 2009:36-37):

CAPÍTULO SÉPTIMO COMUNICACIÓN SOCIAL

Artículo 106. *I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.*

II. El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa.

III. El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información.

IV. Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información.

Artículo 107. *I. Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados.*

II. La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad. Estos principios se ejercerán mediante las normas de ética de autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación y su ley.

III. Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios.

IV. El Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades.

La CPE del Estado Plurinacional de Bolivia habla de la interculturalidad en varios artículos, por citar algunos:

Art. 1 Bolivia se constituye en un Estado Unitario social de derecho plurinacional comunitario libre, independiente, soberano, democrático, intercultural, descentralizado y con autonomías. Bolivia se funda en la pluralidad y el pluralismo político, económico, jurídico, cultural y lingüístico, dentro del proceso integrador del país.

Fines y funciones esenciales del Estado

Art. 9. 2. Garantizar el bienestar, el desarrollo, la seguridad y la protección e igual dignidad de las personas, las naciones, los pueblos y las comunidades, y fomentar el respeto mutuo y el diálogo intracultural, intercultural y plurilingüe.

Art. 98

I La Diversidad cultural constituye la base esencial del Estado Plurinacional Comunitario. La interculturalidad es el instrumento para la cohesión y la convivencia armónica y equilibrada entre todos los pueblos y naciones. La interculturalidad tendrá lugar con respecto a las diferencias y en igualdad de condiciones.

II El Estado asumirá como fortaleza la existencia de culturas indígena originario campesinas, depositarias de saberes, conocimientos, valores, espiritualidades y cosmovisiones.

III Será responsabilidad fundamental del Estado preservar, desarrollar, proteger y difundir las culturas existentes en el país.

De acuerdo con los artículos citados, se evidencia que la interculturalidad está estrechamente ligada al Derecho a la Información y Comunicación DIC otorgando a éste una cualidad transversal al ejercicio democrático de construcción de ciudadanía en la nueva CPE. Eso significa que la Constitución boliviana es un avance en cuanto a derechos sociales y políticos, puesto que el DIC posibilita un empoderamiento integral del ciudadano (que podría, por ejemplo, asumir su derecho de acceder a la información pública, de organizar debates democráticos plurales sobre temas diversos en espacios públicos, de vigilar por la gestión de los recursos comunes). Por lo expuesto, se entiende que el ejercicio del DIC para una ciudadanía integral e intercultural no es fácil ni está garantizado sólo con la norma constitucional, aunque ésta signifique un avance importante.

3.3.1 Análisis del DIC con la metodología de las 4 A

La existencia de tratados internacionales de derechos humanos aceptados por la mayoría de los países del mundo, y su puesta en práctica en diversos Estados, constituye una fuente común de experiencia para diseñar indicadores que permitan analizar los avances en el ejercicio de derechos.

Para medir el avance del Derecho a la Información en Bolivia, se hace necesario realizar un análisis integral, con instrumentos validados internacionalmente. Es así que se ha utilizado como herramienta el Sistema de las 4-A (, propuesta metodológica de la ex relatora especial sobre el derecho a la educación de Naciones Unidas Katarina Tomasevski (Tomasevski 2005). Este sistema utiliza como indicadores del avance de un derecho la Asequibilidad, la Accesibilidad, la Aceptabilidad y la Adaptabilidad.

Un trabajo sobre el derecho a la educación en Bolivia utilizando esta metodología, que fue coordinado por Mario Galindo (Galindo, 2011), resultó orientador como modelo de análisis.

En tal sentido, para los fines de la presente investigación, se afirma que las responsabilidades del Estado y las acciones alcanzadas nos sirven para medir el Derecho a la Información y Comunicación en sus cuatro variables, usando el marco constitucional y las leyes bolivianas. En Bolivia se identifican las medidas adoptadas y los avances realizados por el Estado en materia legal para lograr la protección y el ejercicio del Derecho a la Información y Comunicación, realizando una adaptación propia de la herramienta metodológica.

Para realizar un diagnóstico más preciso, luego de adaptar al DIC cada uno de los indicadores definidos por Tomasevsky, se han incorporado categorías tomadas del estudio Análisis de Desarrollo Mediático en Bolivia, basado en la aplicación de los indicadores de desarrollo mediático de la UNESCO, realizado por el Observatorio de Medios de la Fundación UNIR, presentado públicamente en febrero del 2017. (UNIR:2016)

El cuadro que viene a continuación (Cuadro 2), prioriza el análisis de dos áreas relevantes del DIC, justamente las que permiten enfocar la presente investigación: el acceso a información periodística plural con elevados estándares de calidad, y el acceso gratuito a información pública.

1. Asequibilidad

El Estado debe brindar condiciones de **acceso libre a una información periodística plural**, donde no haya monopolios en los medios de comunicación y que permita la libre expresión de todas las personas, sin vulnerar derechos.

A la vez, debe brindar **acceso gratuito a la información pública** en los términos señalados en los convenios internacionales de los que Bolivia es signataria.

CUADRO 2. Fuente: Elaboración propia. Subrayado propio.

INDICADORES DEL DERECHO	MARCO CONSTITUCIONAL	LEYES y otras normas	Diagnóstico de Avance
<p>El DIC tendría que expresarse en condiciones de acceso libre a información periodística plural, y donde no exista censura al trabajo periodístico</p> <p>Que no existan monopolios en los medios de comunicación</p>	<p>Artículo 107 I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información. II. El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa. III. El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información. Estos derechos se ejercerán de</p>	<p>Existe la Ley de Imprenta que data de 1925. En esa Ley se establece la protección de la fuente periodística, y la conformación de Tribunales de Imprenta (tribunales especiales conformados por notables) para procesar a periodistas denunciados en caso de que fuera el caso.</p>	<p>Asociaciones que agrupan a los medios de comunicación privados, coincidieron en señalar que no se expresa una influencia abierta desde el gobierno o entidades gubernamentales hacia el contenido editorial en los medios de comunicación, aunque existe una crítica sostenida desde el Órgano Ejecutivo contra algunos medios privados que han sido calificados como opositores.</p>

	<p>acuerdo con el principio de responsabilidad, mediante las normas de ética y de autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación, y su ley. IV. Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información.</p> <p>Artículo 108 I. Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados. II. La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad. III. Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios. IV. El Estado apoyará la creación y mantenimiento de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades.</p>	<p>(De acuerdo a los indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO en Bolivia)</p> <p>Existen mecanismos poco transparentes de distribución de la publicidad estatal, lo cual incidiría en la quiebra de algunos medios al ser discriminados en esta distribución.</p>
--	--	---

<p>Información pública gratuita y de acceso libre para los ciudadanos.</p>	<p>Artículo 21. Las bolivianas y los bolivianos tienen los siguientes derechos: 1. A la autoidentificación cultural. 2. A la privacidad, intimidad, honra, honor, propia imagen y dignidad. 3. A la libertad de pensamiento, espiritualidad, religión y culto, expresados en forma individual o colectiva, tanto en público como en privado, con fines lícitos. 4. A la libertad de reunión y asociación, en forma pública y privada, con fines lícitos. 5. A expresar y difundir libremente pensamientos u opiniones por cualquier medio de comunicación, de forma oral, escrita o visual, individual o colectiva. 6. A acceder a la información, interpretarla, analizarla y comunicarla libremente, de manera individual o colectiva. 7. A la libertad de residencia, permanencia y circulación en todo el territorio boliviano, que incluye la salida e ingreso del país.</p>	<p>No existe una Ley específica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, pese a que Bolivia forma parte de la OEA, organismo que promueve que cada país miembro genere normativa en este sentido.</p> <p>Existen normas que hablan de transparencia, como la Ley de Autonomías “Andrés Ibáñez” Ley N° 031 del 19 de julio de 2010 y la Ley de Participación y Control Social N° 341 de 5 de febrero de 2013.</p>	<p>Bolivia aún no cuenta con leyes nacionales en materia de acceso a la información pública, aunque sí con regulaciones de menor jerarquía (DS N° 28168 y el DS 0214). En la práctica no se cumplen estas disposiciones.</p> <p>El GAML P cuenta con una Ley de Acceso a la Información Pública desde enero del 2016, siendo el primer y único municipio boliviano en contar con este instrumento legal que está en pleno proceso de implementación operativa.</p>
---	--	---	--

2. Accesibilidad

El Estado promueve tanto la **información periodística plural y de calidad** basada en **principios éticos** que esté disponible en el espacio público, como la **transparencia** e **información pública de acceso libre** para permitir a los ciudadanos participar activamente en la vida ciudadana.

INDICADORES DEL DERECHO	CONSTITUCIÓN	LEYES y otras normas	Diagnóstico de Avance
Estándares de calidad y ética periodística	Artículo 107 I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información. II. El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa. III. El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información. Estos derechos se ejercerán de acuerdo con el principio de responsabilidad, mediante las normas de ética y de	Existe la Ley de Imprenta que data de 1925. Existen normas gremiales que rigen la autorregulación periodística como el Código de Ética del Tribunal Nacional de Ética Periodística (TNEP).	Existen asociaciones de periodistas y organizaciones sindicales que tienen códigos de ética claros y fundamentados. El Tribunal Nacional de Ética Periodística (TNEP), mecanismo de autorregulación, está funcionando, pero aún falta mucho para que sus decisiones sean plenamente acatadas.

	<p>autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación, y su ley. IV. Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información.</p> <p>Artículo 108 I. Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados. II. La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad. III. Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios. IV. El Estado apoyará la creación y mantenimiento de medios de comunicación comunitarios en igualdad de</p>		
--	--	--	--

	condiciones y oportunidades.		
Transparencia como valor del Estado	<p>Artículo 8 I. El Estado asume y promueve como principios ético-morales de la sociedad plural: ama qhilla, ama llulla, ama suwa (no seas flojo, no seas mentiroso ni seas ladrón), suma qamaña (vivir bien), ñandereko (vida armoniosa), teko kavi (vida buena), ivi maraei (tierra sin mal) y qhapaj ñan (camino o vida noble). II. El Estado se sustenta en los valores de unidad, igualdad, inclusión, dignidad, libertad, solidaridad, reciprocidad, respeto, complementariedad, armonía, transparencia, equilibrio, igualdad de oportunidades, equidad social y de género en la participación, bienestar común, responsabilidad, justicia social, distribución y redistribución de los productos y bienes sociales, para vivir bien.</p>	<p>No existe una Ley específica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, pese a que Bolivia forma parte de la OEA, organismo que promueve que cada país miembro genere normativa en este sentido.</p> <p>Existen normas que hablan de transparencia, como la Ley de Autonomías “Andrés Ibáñez” Ley N° 031 del 19 de julio de 2010 y la Ley de Participación y Control Social N° 341 de 5 de febrero de 2013.</p>	<p>No hay un avance real en cuanto a generación de una cultura de la transparencia en todos los niveles y espacios públicos, tampoco hay avances en una cultura de acceso a información pública para la población en general.</p> <p>(Salvo la Ley del GAML, explicada líneas arriba).</p> <p>La Transparencia de los actos públicos es la excepción, cuando debería ser al revés.</p>

3. Aceptabilidad

La tercera obligación del Estado consiste en garantizar que la información periodística **no sea discriminatoria** con grupos vulnerables y que la información pública esté ordenada y disponible en formatos adecuados a las normas sugeridas por la OEA en cuanto a solicitud y acceso.

INDICADORES DEL DERECHO	CONSTITUCIÓN	LEYES y otras normas	Diagnóstico de avance
<p>No ser discriminado en medios. Significa poder acceder a la información periodística, pero también se refiere a la posibilidad de ser fuente de noticias y emitir el propio punto de vista.</p>	<p>Art 14. El Estado prohíbe y sanciona toda forma de discriminación fundada en razón de sexo, color, edad, orientación sexual, identidad de género, origen, cultura, nacionalidad, ciudadanía, idioma, credo religioso, ideología, filiación política o filosófica, estado civil, condición económica o social, tipo de ocupación, grado de instrucción, discapacidad, embarazo, u otras que tengan por objetivo o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos de toda</p>	<p>Ley contra el Racismo y toda forma de discriminación, número 045, del 8- Octubre-2010.</p> <p>Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, Ley 164 de 8 de Agosto 2011.</p> <p>En esta norma se reconoce el derecho de las radios comunitarias y las radios de pueblos indígenas a tener una frecuencia del espectro radioeléctrico siempre que demuestren no tener fines de lucro.</p>	<p>Existen muy pocos espacios pensados en los medios desde y para grupos vulnerables en Bolivia, como las mujeres, los niños, los jóvenes, las personas con discapacidad, los adultos mayores y los colectivos de diversidad sexual. El periodismo en idiomas nativos ocupa un espacio marginal en los medios masivos, sólo es relevante en radios locales. (Según datos del Informe de Desarrollo Mediático de la UNESCO).</p> <p>La redistribución de frecuencias fijada en la Ley de Telecomunicaciones, donde se reconocen las radios comunitarias sin</p>

	persona.		<p>finés de lucro como entes con derecho a tener una frecuencia, constituye un avance normativo, está pendiente su real concreción en la práctica (es decir, su asignación independiente y basada en un propósito de servicio público).</p>
	<p>Artículo 108 I. Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados. II. La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad. III. Los medios de comunicación</p>	<p>Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, Ley 164 de 8 de Agosto 2011.</p>	<p>Si bien la Ley establece la inclusión de emisoras comunitarias, aún no se ha redistribuido exactamente como propone la Ley el espectro radioeléctrico.</p> <p>En los medios no se difunde material periodístico en lenguaje de señas, para que pueda ser comprendido por personas con capacidades diferentes. (Según datos del Informe de Desarrollo Mediático de la UNESCO).</p> <p>Adultos mayores, jóvenes, mujeres, miembros de colectivos LGBT, no tienen poca participación en los medios privados y en</p>

	social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios. IV. El Estado apoyará la creación y mantenimiento de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades.		los medios estatales, tanto en noticieros como en la programación en general.
--	---	--	---

4 Adaptabilidad.

El Estado está obligado a garantizar información que se **adapte a las necesidades de la sociedad y de la comunidad**. Es decir, a sus idiomas nativos, y a las líneas definidas por los colectivos sociales que demandan a los medios contribuir a la promoción de derechos.

INDICADORES DEL DERECHO	CONSTITUCIÓN	LEYES	Diagnóstico de avance
Información adaptada a los requerimientos de las personas y la comunidad que demanda inclusión en los medios, de acuerdo a políticas públicas priorizadas por su relevancia social.	Artículo 8 I. El Estado asume y promueve como principios ético-morales de la sociedad plural: ama qhilla, ama llulla, ama suwa (no seas flojo, no seas mentiroso ni seas ladrón), suma qamaña (vivir bien), ñandereko (vida armoniosa), teko kavi (vida buena), ivi maraei (tierra sin mal)	Ley contra el Racismo y toda forma de discriminación, número 045, del 8- Octubre-2010. Ley Integral Contra la Trata y Tráfico de Personas, No. 263 del 31 de julio 2012. Ley Integral para	Las políticas públicas contra la violencia de género, no discriminación, lucha contra la trata y tráfico de personas, han sido visibilizadas por los medios en función de las leyes que determinan la

	<p>y qhapaj ñan (camino o vida noble). II. El Estado se sustenta en los valores de unidad, igualdad, inclusión, dignidad, libertad, solidaridad, reciprocidad, respeto, complementariedad, armonía, transparencia, equilibrio, igualdad de oportunidades, equidad social y de género en la participación, bienestar común, responsabilidad, justicia social, distribución y redistribución de los productos y bienes sociales, para vivir bien.</p>	<p>Garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia, número 348, 9 marzo 2013.</p>	<p>obligatoriedad de los medios masivos de difundir espacios gratuitos para promoverlas. Los medios estatales si bien difunden campañas promoviendo estas políticas, generan un escaso debate de estos temas de relevancia social.</p> <p>La información periodística y los programas en idiomas nativos son todavía marginales dentro de la programación general.</p>
--	---	--	--

Una vez realizado el análisis de las 4 A, se afirma que el Derecho a la Información y Comunicación en Bolivia, constitucionalizado desde el año 2009, tiene dificultades para su plena implementación.

Las leyes que lo desarrollan y permiten su operativización son escasas y en algunos casos no se aplican. Hace falta una política pública integral de socialización, apropiación del DIC y generación de mecanismos para su efectivo cumplimiento, sobre todo para democratizar el ejercicio ciudadano de participación en espacios públicos de manera informada. Existen grandes inequidades en el ejercicio del DIC, colectivos como las mujeres, adultos mayores, pueblos indígenas y miembros del colectivo LGBT tienen menores posibilidades de participar en los medios masivos.

El ejercicio del Derecho de Acceso a la Información Pública es aún una tarea pendiente. A nivel nacional, Bolivia no cuenta con una Ley de Acceso a la Información Pública. Existe un solo municipio en Bolivia que tiene una Ley de Acceso a la Información Pública (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz). Este municipio está en pleno proceso de implementación de la normativa y su reglamento.

Continuando con el desarrollo de esta investigación, a continuación se muestra una síntesis de las normas vigentes relacionadas con los medios estatales (a partir de la CPE), para entender la relación entre DIC y Medios Públicos. En cada una se disecciona la “nomenclatura” (la denominación otorgada a los medios estatales), las funciones que se establecen y la dependencia jerárquica de dichos medios.

3.3.2 Sistematización de normas bolivianas referidas a los medios estatales

De acuerdo a la sistematización y análisis de la normativa promulgada a partir de la nueva CPE (2009), se evidencia que el gobierno actual consideró políticamente estratégico que los medios estatales se conviertan en plenamente gubernamentales en su concepción y funcionamiento. Por ejemplo, con la creación de la empresa BTV en el 2009 se definió que el canal gubernamental dependa directamente del poder ejecutivo, concretamente del Ministerio de la Presidencia. En el año 2011 se crea el Ministerio de Comunicación, y los medios de comunicación del Estado pasan a depender del nuevo Ministerio, concretamente del Viceministerio de Políticas Comunicacionales y la Dirección de Medios Estatales.

En el Decreto de creación de BTV, se señalan sus objetivos: integración nacional y promoción de las culturas. A BTV se la denomina “empresa estatal de comunicación”.

En el año 2011, en el Decreto Supremo de Creación del Ministerio de Comunicación, se especifica que el nuevo Ministro presidirá el Directorio. En el mismo texto de la norma se habla de medios de comunicación del Estado, medios de comunicación gubernamentales, y medios de comunicación social “públicos y privados”. Se puede deducir que medios estatales y gubernamentales significan lo mismo, dado que Bolivia TV, Cambio, ABI, Radio Illimani (Red Patria Nueva), están entre los nombrados como dependientes de la tuición del Ministerio de Comunicación.

Entre las funciones y el texto de ambos decretos, no se encuentra la alusión a que son medios públicos o tienen dentro de sus funciones de abrir espacios de uso público.

En la Ley de Telecomunicaciones, promulgada el 2011, por primera vez se reconoce a medios comunitarios no comerciales, como merecedores de un bien público, como es el espectro radioeléctrico.

Esta Ley habla de radios del Estado, definiendo que éstas podrían ocupar hasta el 33% del espacio radioeléctrico. Se diferencia a las radios del Estado de las radios social comunitarias (17%), y de las radios que están destinadas a pueblos indígenas, afrobolivianas (17%). Se supone que estas dos categorías no tienen fines comerciales, ya que las radios llamadas comerciales tienen el 17% del espectro. En la norma se plantea que las radios del Estado son diferentes a las radios social comunitarias, y comerciales. El gobierno considera radios gubernamentales a la red de radios Patria Nueva. Sin embargo el Ministerio de Comunicación en sus informes de gestión se refiere también al fortalecimiento de las RPOs (Radios de Pueblos Originarios).

El rol de los medios públicos como constructores de ciudadanía es primordial, según la Escuela Crítica Latinoamericana. En Bolivia, en épocas electorales, los medios gubernamentales tienen la función de difundir propaganda electoral gratuita. La Ley 018 del Órgano Electoral Plurinacional (OEP) y la Ley 026 de Régimen Electoral, ambas del año 2010, establecen derechos en este sentido. Concretamente en el caso de Bolivia TV, esta función se limita a la difusión gratuita de los spots producidos por los candidatos. Para este proceso, se rigen por los reglamentos del OEP. En los reglamentos se estipulan los tiempos límite, y las reglas del sorteo para definir el orden de la difusión de dichos spots.

Al respecto, en noviembre del 2012 se aprobó el Reglamento para la Difusión de Propaganda Electoral, instrumento jurídico que establece las reglas a seguir para que los medios estatales difundan propaganda electoral de manera gratuita. Cuatro años después, el nuevo OEP decidió emitir un nuevo Reglamento para Campaña y Propaganda Electoral, que sería utilizado específicamente en Referendos. Tanto el reglamento general como el específico para el referendo, hablan de medios de comunicación

estatales. Ambos instrumentos legales otorgan al Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE), dependiente del OEP, la responsabilidad de administrar el sorteo para definir el orden de difusión, y establecen la realización de un plan de difusión, que debe ser remitido a los medios.

Podemos concluir el análisis de la normativa afirmando que en las leyes bolivianas no existe el concepto de medios públicos. Y que decir medios estatales y medios gubernamentales resulta lo mismo, de hecho se los nombra de manera indiferenciada. Así mismo, en funciones y relaciones de dependencia, dependen del Ministerio de Comunicación, tienen por función la que el gobierno les ha asignado, con énfasis en la promoción de la interculturalidad.

En épocas electorales, la función de los medios estatales está limitada a la difusión de espacios de propaganda electoral elaborada por todos los contendores, de acuerdo a la normativa del TSE. No existen más atribuciones legales para los medios estatales bolivianos en elecciones, como podrían ser la promoción del debate público, la apertura de espacios para la sociedad civil, o la formación ciudadana en procesos electorales, como sucede en otros países.

En el lapso 2009-2016, se encuentran cinco normas en plena vigencia: dos Leyes, dos Decretos Supremos y un Reglamento Electoral, relacionadas con el funcionamiento los medios analizados en esta tesis. A continuación presentamos un cuadro que sintetiza las funciones de los medios estatales definidas por dichas normas, haciendo énfasis en la nomenclatura con la que se los nombra, las funciones que se les asigna y la dependencia a la que se los sujeta. Las normas están ordenadas cronológicamente en el cuadro siguiente.

CUADRO 3: NORMATIVA RELATIVA A MEDIOS PÚBLICOS EN EL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

(Puesta en vigencia a partir de la nueva CPE que constitucionaliza el DIC en sus Art. 107 y 108)

Norma	Fecha	Nomenclatura	Funciones	Dependencia
Creación de la empresa Bolivia TV	Decreto Supremo N° 78, 15 de abril de 2009	El presente Decreto Supremo tiene por objeto crear la <u>Empresa Estatal</u> de Televisión denominada “BOLIVIA TV”; determinar su naturaleza jurídica, objeto, patrimonio; y establecer la conformación y atribuciones de su Directorio y de su Gerente General.	Artículo 4°.- (Objeto de la empresa) “BOLIVIA TV” tiene por objeto la prestación del servicio de televisión a través de la emisión y reproducción de sus señales en todo el territorio boliviano, constituyéndose en un medio de comunicación, educación e información, que contribuya a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas, fortaleciendo la integración del Estado Plurinacional de Bolivia.	Artículo 7°.- (Estructura orgánica) La Dirección Superior de “BOLIVIA TV” está a cargo de un Directorio, y la Dirección Ejecutiva a cargo de un(a) Gerente General quien ejerce la representación institucional y se constituye en la Máxima Autoridad Ejecutiva. <i>Nota. En este decreto se establece la dependencia de un directorio presidido por el Ministro de la Presidencia, posteriormente, al crearse el Ministerio de Comunicación en febrero 2011, el titular de la</i>

				<i>nueva cartera preside el directorio, derogándose los artículos correspondientes del DS de creación de Bolivia TV.</i>
--	--	--	--	--

Norma	Fecha	Nomenclatura	Funciones	Dependencia
Ley de Régimen Electoral	Ley 026 de 30 de Junio de 2010 *En concreto estos artículos se refieren a la presentación de candidatos para las elecciones judiciales.	Art. 81. (DIFUSIÓN EN MEDIOS ESTATALES) . Los Medios audiovisuales de comunicación del Estado Plurinacional deberán disponer espacios para la difusión, por parte del Tribunal Supremo Electoral, de los datos personales y principales méritos de los postulantes.*	Art. 81. (DIFUSIÓN EN MEDIOS ESTATALES) . Los Medios audiovisuales de comunicación del Estado Plurinacional deberán disponer espacios para la difusión, por parte del Tribunal Supremo Electoral, de los datos personales y principales méritos de los postulantes. Art. 123. (MONITOREO DE PROPAGANDA) . El órgano electoral plurinacional, mediante el Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE), llevará un monitoreo diario de: a) Los tiempos y espacios contratados y difundidos en cada medio de comunicación por cada organización para efectos de control y el establecimiento de multas y sanciones, cuando	Coordinarán con el TSE la difusión de los datos personales y méritos de los postulantes, de forma gratuita.

			<p>corresponda.</p> <p>b) Los tiempos y espacios destinados por los medios de comunicación audiovisual del Estado para la difusión de propaganda electoral gratuita, por cada organización política o alianza, para efectos de control y de sanción; y</p> <p>c) Los contenidos de la propaganda electoral difundida en los medios de comunicación, privados y estatales, para verificar el cumplimiento de las prohibiciones a la propaganda electoral señaladas en esta Ley.</p>	
--	--	--	--	--

Norma	Fecha	Nomenclatura	Funciones	Dependencia
Creación del Ministerio de Comunicación	Decreto Supremo N° 0793 del 15 de febrero 2011	<p>Art. 4. Atribuciones de la Ministra de Comunicación</p> <p>Promover y regular el desarrollo <u>de la comunicación gubernamental.</u></p> <p>Planificar, orientar y supervisar la política de relación del Órgano Ejecutivo con los <u>medios de comunicación gubernamentales.</u></p>	<p>Art. 4. Atribuciones de la Ministra de Comunicación</p> <p>Promover y regular el desarrollo de la comunicación gubernamental.</p> <p>Planificar, orientar y supervisar la política de relación del Órgano Ejecutivo con los medios de comunicación gubernamentales.</p> <p>Art. 6 Atribuciones del Viceministerio de gestión comunicacional</p> <p>Desarrollar programas y proyectos de fortalecimiento y desarrollo de los medios de comunicación del Estado, así como orientar y supervisar su relacionamiento</p>	<p>En el Art. 3, se define la estructura jerárquica, donde aparece la</p> <p><input type="checkbox"/> Dirección General de Medios Estatales, que depende del Viceministerio de Gestión Comunicacional.</p>

Norma	Fecha	Nomenclatura	Funciones	Dependencia
<p>Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación</p>	<p>Ley 164, 8 de Agosto 2011.</p>	<p><i>Art. 10</i> I. La distribución del total de canales de la banda de frecuencias para el servicio de radiodifusión en frecuencia modulada y televisión analógica a nivel nacional donde exista disponibilidad, se sujetará a lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. Estado, hasta el treinta y tres por ciento.</i> <i>2. Comercial, hasta el treinta y tres por ciento.</i> <i>3. Social comunitario, hasta el diecisiete por ciento.</i> <i>4. Pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas hasta el diecisiete por ciento.</i> 	<p>En esta Ley se define que las radios del Estado, podrían ocupar hasta el 33% del espacio radioeléctrico. Se diferencia a las radios del Estado de las radios social comunitarias (17%), y de las radios que están destinadas a pueblos indígenas, afrobolivianas (17%).</p> <p>Se supone que estas dos categorías no tienen fines comerciales, ya que las radios llamadas comerciales tienen el 17% del espectro.</p>	<p><i>1. Las frecuencias destinadas al Estado serán definidas por el Órgano Ejecutivo del nivel central.</i></p>

Norma	Fecha	Nomenclatura	Funciones	Dependencia
Reglamento para Campaña y Propaganda Electoral en Referendo	6 de noviembre 2015	Art. 18. <u>Medios de comunicación masiva estatales</u>	<i>Artículo 18. (SUJETOS).- La propaganda electoral gratuita en medios de comunicación masiva estatales está reservada para las organizaciones políticas, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones de las naciones y pueblos indígena originario campesinos que se registren como Sujetos habilitados en el Tribunal Electoral correspondiente</i>	<p><i>Artículo 19. (ELABORACIÓN DEL PLAN DE DIFUSIÓN).- El Tribunal Supremo Electoral, a través del Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE), elaborará el Plan de difusión de franjas de propaganda electoral gratuita por Frentes de opción y/o por organizaciones, garantizando igual tiempo y espacio para cada una de las opciones sometidas a consulta en referendo.</i></p> <p><i>Artículo 20. (CRITERIOS Y PROCEDIMIENTO PARA EL PLAN DE DIFUSIÓN DE PROPAGANDA ELECTORAL GRATUITA). I. El Tribunal Supremo Electoral, a través del SIFDE, convocará a las o los representantes de los sujetos habilitados con cuarenta (40) días de anticipación al día de la votación para el sorteo del orden de difusión de la</i></p>

				<p><i>propaganda electoral gratuita definida en franjas de difusión por cada una de las opciones sometidas a consulta en el Referendo.</i></p> <p>II. El Tribunal Supremo Electoral remitirá el Plan de difusión a los medios de comunicación masiva estatales con treinta (30) días de anticipación del acto electoral.</p>
--	--	--	--	--

CUADRO 3. Fuente: Elaboración propia, con citas textuales de la normativa a la que se hace referencia. Subrayado propio.

3.4 Gestión de los medios estatales

La normativa citada líneas arriba muestra claramente que el gobierno de Evo Morales tiene definido que la gestión de los medios estatales se haga bajo la premisa de que son medios gubernamentales, y que tienen que asumir el rol de instrumentos políticos. Así lo explicó cuando estaba en funciones como Ministra de Comunicación, la periodista Amanda Dávila:

*En tal sentido, la ministra Dávila confirmó la instrumentalización que hace el gobierno del Movimiento Al Socialismo (MAS) sobre los medios estatales como canal siete, radio Patria Nueva, el periódico estatal y sobre todo, la ABI a la que se refirió como un “instrumento político para defender el proceso de cambio” y por la cual se difunde la información “sobre la verdadera labor y gestión del Gobierno”.*⁶

Con la argumentación de que los medios privados eran enemigos del gobierno en su gran mayoría, y no reflejaban la visión del proceso de cambio, se buscó fortalecer a los medios estatales bolivianos. En tal sentido, se potenciaron los equipos y se creó una nueva razón social para el canal estatal Bolivia TV a partir del año 2009, y se comenzaron a comprar medios de comunicación para agruparlos en una línea “paraestatal”, a decir de Raúl Peñaranda, en su libro “Control Remoto”.⁷

⁶<http://www.rec.fmbolivia.net/noticia93294-ministra-amanda-davila-confirma-que-medios-estatales-son-instrumentos-politicos.html>

⁷ <http://www.nuevacronica.com/politica/raul-penaranda-jaime-iturri-de-atb-y-claudia-benavente-de-la-razon-fueron-designados-por-el-vicepresidente/>

Similares datos aporta Karina Herrera quien afirma que el gobierno ha invertido bastante dinero para fortalecer los medios del Estado (incluyendo la compra del 5% de acciones de la cadena internacional Telesur perteneciente en su mayoría al gobierno venezolano), y que además existen otros medios controlados por el Gobierno:

Aunque no existe plena confirmación, en octubre de 2009, el periódico La Razón y la red televisiva ATB, de propiedad hasta ese momento del grupo español PRISA, fueron vendidos a unos compradores venezolanos, que se dijo sólo representaban “palos blancos” del propio gobierno, con lo que supuestamente se tendría un control subrepticio sobre ellos.

Evo no agotó su relación con los medios sólo en ataques verbales y judiciales en contra los “privados”. Como quizás nunca antes en gobiernos democráticos en el país, Morales le dio una crucial importancia a la comunicación con el pueblo y al fortalecimiento de las “trincheras mediáticas desde el Estado (Herrera, 2013).

Corroborando dicho análisis, se evidencia que el propio Presidente Evo Morales señaló en septiembre del año 2014 que existe un cambio en la tendencia de los medios de comunicación en relación a su gobierno, indicando que “antes sentía que el 80 o 90% de los medios eran mis opositores. Ahora quedan 10 o 20% de opositores”.⁸

De otro lado, un monitoreo realizado en mayo 2013 y reflejado en el diario *El Deber* mostró el importante número de horas en las que el Presidente y el Vicepresidente del Estado recibieron cobertura en el canal estatal, lo cual puede constituir una muestra de las prioridades en cobertura de Bolivia TV.

⁸ Véase diario *El Deber*, edición del 24 de septiembre, entrevista titulada “Estoy contento, siento que el cambio llegó a Santa Cruz”. Págs. A6 y A7.

<http://www.eldeber.com.bo/evo-morales-estoy-contento-siento-que-el-cambio-llego-a-santa-cruz/130923220439>

La noticia del diario cruceño refiere que:⁹

En una semana, las transmisiones de la actividad gubernamental rompieron las estadísticas que se mantenían hasta entonces y los dos primeros mandatarios, Evo Morales y Álvaro García Linera, llegaron a usar casi 70 horas, con un promedio de 10 horas por día, de la programación que tiene canal 7 en la difusión de sus actividades. En términos comerciales, esa cantidad de tiempo tendría un costo de 3.780.000 dólares, pero, según el Gobierno, esa cifra es 'impensable' de pagar por la actividad del primer mandatario, que se denomina agenda presidencial en la programación del canal estatal.

Se puede concluir que los medios estatales han crecido en cobertura e inversión, se han fortalecido y adaptado al nuevo campo político, como lo explica Erick Torrico:

Consiguientemente, el campo de los procesos y medios de la comunicación masiva en el país está siendo reorganizado en función de las necesidades de un proyecto político de poder, pretensión hegemónica que demanda una alta proactividad gubernamental, así como implica el riesgo de una eventual instrumentalización de la legalidad (Torrico, 2011: 259).

La estrategia de fortalecimiento de los medios estatales se enmarcó además en una línea de coordinación con gobiernos de la región considerados afines al proceso de cambio boliviano, la mayoría autodenominados de izquierda.

En tal sentido, la Ministra Dávila fue parte impulsora de la ULAN (Unión Latinoamericana de Agencias Noticiosas), organización internacional creada para

⁹ En una semana Evo Morales usó 4.200 minutos de las transmisiones de canal 7, según un monitoreo realizado por una empresa y publicado por el Diario El Deber en su edición del 2/06/2013. <http://www.eldeber.com.bo/bolivia-tv-transmite-mas-de-3-horas-diarias-de-actos-del-gobierno/130930102444>

“apuntalar la democratización de la información”, cuyo comité ejecutivo se reunió en La Paz en julio del 2012. El vicepresidente de la ULAN y director de la Agencia Venezolana de Noticias (AVN), Freddy Fernández, enfatizó en que la ULAN consolida el "proceso de integración" de las agencias de noticias de la región. La entidad internacional agrupa a agencias noticiosas de nueve países, como Argentina, Brasil, Venezuela, México, Bolivia, Paraguay, Ecuador, Cuba, Guatemala.

"Nosotros formamos parte de un proceso de integración que genera conciencia de que comunicación es un poder y, que países se dicen democráticos, la comunicación debe ser democrática y por eso es necesario democratizar la comunicación para mirar la realidad de nuestros países con nuestros propios ojos", puntualizó en esa oportunidad.

"Buscamos la pluralidad de voces y de distintas visiones de cara a la sociedad. Vemos que en América Latina durante la década de los 90 los medios de comunicación se han elegido como medios opositores a los procesos democráticos en la región, hay medios de comunicación que responden a interés económicos y políticos", señaló el director de la agencia Telam de Argentina, Juan Manuel Fonrouge.

La gestión de “defensa del proceso de cambio” frente a los medios comerciales, se justifica por el gobierno dada la mayoría de votos que obtuvo el Presidente Morales. Así fue que en las elecciones del año 2014, Bolivia TV no difundió el debate entre candidatos organizado por la Asociación de Periodistas de La Paz, APLP.

El 28 de septiembre de 2014, Gustavo Portocarrero, entonces Gerente de Bolivia TV, afirmó al diario El Día de Santa Cruz que Bolivia TV no iba a transmitir el debate presidencial organizado por la Asociación de Periodistas de La Paz APLP considerando que no iría el candidato “quinto”, Evo Morales.

“Y este domingo ¿se va a repetir esa conducta del canal estatal con el debate de los candidatos a la presidencia?

G.P.: No va haber transmisión.

P. ¿Por la autoexclusión del presidente el canal no tiene obligación de transmitirlo?, ¿No es antidemocrático?

G.P.: La democracia viene a partir de la decisión del pueblo, si nos remontamos al 64% que votó, hubo un apoyo sobre el candidato fundamental y no era una democracia pactada.”¹⁰

Portocarrero mostró claramente cuál es el concepto de democracia para Bolivia TV. No es la llamada democracia “pactada”, anterior al gobierno de Morales, es la democracia entendida como voluntad exclusiva de la mayoría, en tal sentido los debates de las “minorías” no serían relevantes para la decisión del pueblo, que apoyó al candidato gubernamental con el 64% en las anteriores elecciones.

La información definitivamente es clave para la estrategia política gubernamental, por ello es que el Ministerio de Comunicación ha incrementado anualmente su presupuesto. El Ministerio de Comunicación triplicó su presupuesto para la gestión 2016, año en el que recibió un monto de más de 367,1 millones de bolivianos respecto a los 107,2 millones de bolivianos que percibió el año anterior.¹¹

La agencia revisó el Presupuesto General de la Nación (PGN) de 2016, en el que se puede observar que los recursos económicos que recibirá este despacho se incrementaron en más de 259,9 millones de bolivianos. La oposición ha denunciado permanentemente que los medios estatales se dedican a promover la imagen del Presidente, mediante la cobertura in extenso de los actos públicos en los que participa.¹²

¹⁰ https://www.eldia.com.bo/index.php?cat=1&pla=3&id_articulo=155448

¹¹ <http://web.paginasiete.bo/nacional/2016/4/28/ministerio-comunicacion-triplica-presupuesto-2016-94756.html>

¹²

Abuso
'Padrino' Evo se transmite por medios estatales
Jueves, 8 de Diciembre, 2011

Para el poder ejecutivo, es necesario transmitir información completa a la población ya que los sectores movilizadas o en protesta, como los discapacitados (que realizaron una protesta movilizada por cinco meses desde marzo 2016 en la ciudad de La Paz pidiendo un bono de 500 Bs para el sector), necesitan mayor información sobre el trabajo del gobierno. De esa manera el gobierno justifica la inversión gubernamental creciente en gastos de propaganda canalizados por el Ministerio de Comunicación.

“La ministra de Comunicación, Marianela Paco, justificó el gasto en publicidad gubernamental sobre los discapacitados, bajo el argumento de que una supuesta “intransigencia” de este sector denota que no están informados sobre los proyectos que lo benefician.

Una periodista le consultó a la Ministra cuánto está invirtiendo el Gobierno en propaganda sobre las personas con discapacidad y ella sólo dijo que “si los señores están en esa actitud intransigente y dicen que el Gobierno no les da nada, entonces no han recibido información, entonces vamos a seguir

Durante media hora los medios estatales transmitieron en directo el acto de graduación de la promoción 2011 de la Unidad Educativa "Marcelo Quiroga Santa Cruz" de la población Mariposas, en el municipio Puerto Villarroel. La promoción de este colegio chapareño lleva el nombre del presidente del Estado, Evo Morales.

Durante la gestión de Evo Morales, el canal estatal se caracterizó por transmitir gran parte de los actos públicos del primer mandatario.

El Presupuesto General del Estado (PGE) del 2012 propone una transferencia extraordinaria de recursos en favor de la Empresa Estatal de Televisión Bolivia TV, incrementó su asignación en 20 por ciento, situación que ha sido cuestionada./ANF

difundiendo más información, así eso signifique más inversión, para que nuestro pueblo boliviano” esté mejor informado.”¹³

Como se ha visto en el análisis normativo, la gestión de los medios estatales está controlada plenamente por el Ministerio de Comunicación, quien nombra a los Gerentes de los Medios. No existe participación de otros sectores ligados a la comunicación, como sucede en otros países, para coadyuvar y vigilar el cumplimiento de la vocación de servicio público esperada para los medios públicos.

Otro aspecto a considerar para el presente análisis es la regulación de la cobertura informativa en época de elecciones, tarea que intentó realizar el nuevo Tribunal Supremo Electoral, posesionado en julio 2015. De acuerdo al nuevo reglamento del TSE, promulgado el 6 de diciembre 2015, la transmisión por Bolivia TV de actos de entrega de obras públicas no debería pasar de 15 minutos.¹⁴

Al vulnerarse este proceso sobrepasándose dicho tiempo establecido, el TSE comunicó a BTv que debería pagarse una multa (que podía ser pagada con servicios publicitarios del mismo canal)¹⁵. El gobierno calificó la medida como vulneratoria a sus derechos y Bolivia TV acudió al Tribunal Constitucional, instancia que mediante sentencia que dio la razón al gobierno y dejó “*en outside*” al TSE, al eliminar el límite de los 15 minutos (establecido el Art. 24 del Reglamento para Campaña y Propaganda Electoral en el

¹³ <http://www.lostiempos.com/actualidad/nacional/20160429/gobierno-triplico-su-presupuesto-propaganda#sthash.U8FL6wWV.dpuf>

¹⁴ <http://radiofides.com/es/2016/01/26/tse-multa-a-btv-por-transmision-de-acto-presidencial>

¹⁵ <http://ftp.eldeber.com.bo/elecciones/jose-luis-exeni-canal-pagar.html>

Referendo) para la difusión de entrega de obras durante la campaña electoral. ¹⁶ El fallo del TCP fue festejado por el vicepresidente García Linera.

El presidente boliviano en ejercicio, Álvaro García Linera, manifestó su satisfacción con la determinación del Tribunal Constitucional y aseguró que "acataremos con humildad", pues considera que el tiempo restringido "limitaba nuestra comunicación con la población y en segundo lugar limitaba al pueblo su comunicación con Bolivia", dijo en conferencia de prensa el vicepresidente del Estado. 17

Los resultados del Referendo del 21 de febrero pasado, donde ganó la opción de no modificar la CPE y por lo tanto ganó la negativa a repostular el Presidente Morales a la Presidencia el año 2019, reabrió las críticas a los medios de comunicación, puesto que el gobierno considera que la campaña negativa contra el Presidente por el caso Zapata, fue determinante para perder el Referendo¹⁸. Al respecto, el Ministro de la Presidencia, Juan

¹⁶ http://elpotosi.net/nacional/20160128_fallo-del-tcp-sobre-las-transmisiones-no-sera-aplicado-en-retroactivo.html

¹⁷ http://elpotosi.net/nacional/20160128_fallo-del-tcp-sobre-las-transmisiones-no-sera-aplicado-en-retroactivo.html

¹⁸ El caso Zapata se refiere a una denuncia realizada por el periodista Carlos Valverde, señalando que habría tráfico de influencias desde el gobierno, considerando que la expareja del Presidente Morales, Gabriela Zapata, era gerente de la empresa china CAMC, y dicha empresa habría obtenido millonarios contratos con el Estado, supuestamente con una licitación poco transparente. El periodista mostró un certificado de nacimiento donde se mostraba que Morales y Zapata tuvieron un hijo. Una comisión del Congreso, de mayoría oficialista, determinó que no existió tráfico de influencias, mientras que las declaraciones de autoridades y de la acusada se han registrado ampliamente en la prensa nacional e internacional. Posteriormente a la detención de Zapata, se determinó judicialmente que actualmente no existe el mencionado niño.

<http://www.eldeber.com.bo/bolivia/cronologia-del-caso-zapata-17.html>

http://www.la-razon.com/nacional/Comision-legislativa-influencias-contratos-CAMC_0_2484951532.html

Ramón Quintana, afirmó que algunos medios de comunicación conforman un “cartel de la mentira”, por la cobertura informativa del caso Zapata acusando directamente a los medios informativos Agencia de Noticias Fides (ANF), Red Radial Erbol, diarios Página Siete y El Deber, de mentir.¹⁹ Además acusó a los periodistas Amalia Pando y Andrés Gómez Vela, de estar vinculados a un plan de desestabilización desde el gobierno. Representantes de los citados medios pidieron la presencia de un Relator de NNUU, para dar a conocer la situación de la prensa en Bolivia²⁰.

Por su parte, el Ministro de Defensa, Reymi Ferreira, anunció que está a punto de publicar un libro sobre las fallas éticas del periodismo en el caso Zapata. De hecho, en septiembre 2016, el trabajo se presentó públicamente.²¹

Los últimos acontecimientos citados, reafirman la tesis sostenida públicamente por el gobierno, en el sentido de que es necesario reforzar los medios gubernamentales para contrarrestar a los “otros” medios.²²

19

http://www.erbol.com.bo/noticia/politica/19052016/quintana_acuso_4_medios_de_formar_un_cartel_de_la_mentira

²⁰ http://elpotosi.net/nacional/20160622_periodistas-piden-la-presencia-de-un-relator-especial-de-nnuu.html

²¹ <http://www.paginasiete.bo/nacional/2016/6/29/ferreira-plantea-trabaje-etica-periodistica-101142.html>

http://www.la-razon.com/nacional/Ferreira-estafadora-profesional-Gabriela-Zapata-Bolivia_0_2564143667.html

²² Un ejemplo claro del argumento gubernamental se pudo visibilizar en un debate que hubo en el Diario El Deber, en medio de la campaña por el referéndum de modificación de la CPE (21 F), la periodista y Directora de Bolivia TV Gísela López acusó a dicho diario de estar parcializado, que los analistas invitados a dicho debate no estaban por igual distribuidos entre los favorables al SI y al NO, que habían sólo dos periodistas por el SI (ella y Hugo Moldiz), y que los demás estaban por el NO. Los periodistas de El Deber le contestaron que en el marco de la cobertura informativa de dicho periódico ella tuvo espacio permanente en el periódico como columnista, y que cuando la nombraron Gerente de Bolivia TV se le hicieron entrevistas para explicar su plan de trabajo.

En tal sentido, respecto a la gestión de los medios estatales, se puede señalar que : bajo el argumento de que los “otros” medios no dan a conocer los resultados del proceso ni las versiones gubernamentales, mediante los medios gubernamentales se busca compensar este “supuesto” desequilibrio informativo, usándolos como instrumentos de la gestión, sin generar espacios que puedan denominarse “públicos”. El nombramiento de los gerentes de los medios se hace directamente desde el Ministerio de Comunicación, y dichos medios rinden informe de su trabajo como cualquier otra repartición gubernamental.

El informe de gestión del Ministerio de Comunicación 2015, citado líneas arriba, da cuenta del fortalecimiento en las áreas de equipos, y también de contenidos de los medios gubernamentales. Además de Bolivia TV, la Red Patria Nueva y el Diario Cambio, están la Red de Pueblos Originarios y la Editorial del Estado, además de la Agencia de Noticias ABI.²³

²³ <http://www.comunicacion.gob.bo/?q=rendicion-cuentas>

3.5 Calidad Informativa

Existen algunos análisis realizados en torno a la calidad informativa de los medios estatales bolivianos que muestran su línea de trabajo más ligada con la promoción de las actividades gubernamentales que con la promoción de la plurinacionalidad explicada en sus objetivos.

De acuerdo con un trabajo realizado por el Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) el año 2009, la oferta periodística de los medios gubernamentales presenta una insuficiente pluralidad en términos de fuentes y temáticas, pues la mayor parte de sus informaciones procede de fuentes vinculadas al gobierno o sectores afines, aparte de que privilegia la temática política en desmedro de otras áreas informativas. A decir de Sandra Villegas, coordinadora del estudio, las fuentes oficialistas alcanzaron el 59% y las noticias políticas el 38% en los medios gubernamentales (Villegas, 2011).

Otro estudio es coincidente con estos datos. Según la investigadora Karina Herrera, quien realizó un análisis del noticiero del canal estatal titulado “Bolivia informa” durante una semana, a fines del año 2006, la prioridad estuvo centrada en el área político-gubernamental (Herrera, 2008:187)

En las conclusiones del estudio se afirma que:

[...] al menos el 86% de las 249 noticias emitidas por Bolivia Informa en la edición nocturna de la semana vista por la investigación obedece a temas relacionados a la política (51% político a secas, 28% referido a movimientos sociales y 7% a economía, pero la mayoría vinculados a la política); 57% del total son fuentes oficiales u oficialistas (36% gobierno, 12% sectores sociales y 9% políticos oficialistas); y 54% son de impacto nacional generadas en La Paz, más otro 30% considerada como noticia local, mientras que solo 14%

corresponde a noticias generadas en los otros ocho departamentos más El Alto (por lo general relacionadas al gobierno) y 2% a noticias internacionales (también, mayormente relacionadas a viajes del Presidente).

En relación a la cobertura informativa de las diferentes nacionalidades que conforman el Estado boliviano, en dicho estudio se buscó identificar la pertenencia étnica de los actores de los acontecimientos narrados en los noticieros. Los hallazgos del trabajo refieren que:

[...] se encuentra que existe una indefinición de la pertenencia étnica en la mayoría de las noticias (81%), en frente de unidades de análisis en las que sí se identifica de modo claro al actor del acontecimiento, que no debe confundirse con la fuente de la noticia, con su origen y pertenencia étnicos. Ocupa un porcentaje de 8% la definición étnica aymara, 3% la quechua y 2% la guaraní y otro 2% la categoría “otros”.

Para identificar la relación entre los contenidos informativos y el pluralismo, como parte del trabajo de campo de la presente tesis se realizó un estudio morfológico (la forma de presentación y estructuración) y de contenido de las noticias de Bolivia TV y del diario Cambio, de acuerdo al objetivo general y al objetivo específico de esta investigación. Como parámetro de evaluación de las noticias sobre temas políticos difundidas en ambos medios, se trabajó con los estándares de calidad del periodismo utilizados por el Observatorio Nacional de Medios (ONADEM), de la Fundación UNIR Bolivia. Si bien no todos los estándares corresponden a todos los tipos de notas informativas, la ecuanimidad, el pluralismo, documentación, oportunidad, precisión, claridad, corrección, contextualización, son básicos para todas las noticias.²⁴

²⁴ Los estándares de calidad según el ONADEM, son:

Una vez realizado el análisis morfológico, describiendo la estructura de presentación de las noticias, y con base en el análisis de contenido, se analizaron las noticias de Bolivia TV buscando establecer su relación con los estándares de calidad del periodismo, concretamente los de pluralidad y ecuanimidad. La búsqueda se enfocó en los temas abordados por las noticias y las fuentes utilizadas durante el lapso estudiado como muestra.

Se hizo énfasis en las fuentes (quiénes hablan), y si las noticias tenían parte y contraparte (pluralidad, completitud).

Los hallazgos obtenidos luego de los análisis realizados van a continuación.

-
- Ecuanimidad en la consulta a fuentes noticiosas y puntos de vista divergentes,
 - Documentación que respalde los datos, citas y/o cifras de la información
 - Pluralismo de temas en la información y de enfoques para la opinión y el análisis;
 - Oportunidad, esto es, la pertinencia, simultaneidad o inmediatez de la noticia en relación a la ocurrencia de los hechos;
 - Precisión en la presentación de datos noticiosos (cargos, nombres, referencias, etc.).
 - Contextualización con antecedentes y circunstancias del hecho noticioso
 - Claridad del mensaje periodístico.
 - Corrección. Sujeción de los mensajes a las normas de lenguajes de acuerdo al medio empleado.
 - Amplitud. Extensión suficiente de la información proporcionada en una nota o bien la presentación de varias notas complementarias sobre un mismo asunto informativo.
 - Jerarquización. Colocación de la noticia en un lugar privilegiado del espacio o tiempo informativo.
 - Seguimiento. Continuidad en la cobertura, acompañando la evolución del hecho noticioso.
 - Análisis. Contrastación de distintas visiones sobre un hecho noticioso y obtención de conclusiones esclarecedoras.
 - Profundidad. Examen detenido del acontecimiento sobre el que se informa.
 - Investigación. Indagación expresa realizada por el medio para explicar integralmente un hecho noticioso.

Ver: Medios a la Vista. Informe sobre el periodismo en Bolivia. ONADEM, Fundación UNIR Bolivia/ABOCCS. La Paz, 2009. Pág 26

<http://unirbolivia.org/nuevo/producto/libro-medios-a-la-vista/>

3.5.1 Análisis de noticieros de Bolivia TV

De acuerdo a los objetivos y variables establecidos para la presente investigación, se realizó un análisis de las noticias producidas y difundidas en el canal estatal Bolivia TV.

El objetivo específico d), de la presente tesis, que también está expresado como variable general, busca describir y analizar los contenidos periodísticos en Bolivia TV y el diario Cambio.

La variable intermedia expresa que “a partir del análisis morfológico²⁵ (Piñuel:2003) y de contenidos noticiosos de la programación noticiosa de BTV, definir si son medios plurales”.

Dentro de los indicadores usados está el registro de la cantidad de espacio que se otorga a las noticias generadas por el gobierno (poder ejecutivo), descripción de temas priorizados y fuentes utilizadas, con énfasis en la cantidad de notas cuya fuente principal o única es el gobierno.

²⁵ José Luis Piñuel llama análisis de contenido “al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre la condiciones que puedan darse para su empleo posterior”. Para que aquel conjunto de “procedimientos interpretativos” puedan sostenerse como estrategias y técnicas de investigación científica en comunicación, se suele requerir la elaboración previa de un repertorio estructurado de categorías derivadas de un marco metodológico en que se fija como objeto de estudio la comunicación. De este marco metodológico derivan las hipótesis y objetivos que sostienen el procedimiento de normalización de la diversidad superficial del corpus textual o material de análisis, con vistas al registro de los datos, a su procesamiento estadístico y/o lógico y a su posterior interpretación. En cualquier caso, el análisis de contenido ha de entenderse como un meta texto resultado de la transformación de un texto primitivo (o conjunto de ellos) sobre el que se ha operado aquella transformación para modificarlo (controladamente) de acuerdo a unas reglas de procedimiento, de análisis y de refutación (metodología) confiables y válidas, y que se hayan justificado metodológicamente.” Ver:

<http://anthropostudio.com/wp-content/uploads/2015/04/Jos%C3%A9-Luis-Pi%C3%B1uel-Raigada.-Epistemolog%C3%ADa-metodolog%C3%ADa-y-t%C3%A9cnicas-del-an%C3%A1lisis-de-contenido.pdf>

En tal sentido, se tomó como muestra una semana de noticieros de TV meridanos de Bolivia TV. La muestra se efectuó del lunes 27 de junio al viernes 1ro de Julio del año 2016, en la SEGUNDA EDICIÓN del noticiero, también llamada edición MERIDIANA.

Luego del proceso de análisis y registro de cada noticiero emitido en la semana utilizada como muestra, se evidenció que el tema político conforma el 34% de las noticias presentadas en el noticiero de medio día, seguido del tema social con el 20%. Los temas sociales en su mayoría son referidos a conflictos con distintos sectores, y los temas políticos se refieren a declaraciones o acciones de las autoridades del poder ejecutivo.

Los temas abordados estuvieron centrados en promover la decisión gubernamental de declarar ilegal el paro de la Central Obrera (14,6%), y en los conflictos con Chile por el Silala (7%). El anunciado juicio al periodista de CNN Fernando del Rincón, por su trabajo informativo considerado como delictivo por el gobierno, ocupó el 7% de las noticias de la semana estudiada. Temas como la investigación ligada a los Panamá Papers y los logros de la gestión del Ministerio de Salud también fueron destacados.

En cuanto a las fuentes elegidas, se encontró que la mayoría los consultados son funcionarios públicos, donde se incluye al el propio Presidente Evo Morales. Más del 50% de las fuentes estuvieron conformadas en la semana por miembros del oficialismo (dentro el Poder Ejecutivo, Asamblea Legislativa, Asambleas Departamentales). Los especialistas en los temas tratados, y los representantes de organizaciones sociales, tuvieron mucha menor cobertura que los actores políticos del oficialismo. Representantes políticos de la oposición tuvieron cobertura sólo dos días de los cinco, en un máximo de 5%.

El 98% de las noticias estudiadas tienen una sola fuente. El modelo de producción noticiosa se refiere a la declaración de alguna autoridad, o a la participación de los gobernantes en actos públicos, donde se destacan sus discursos. De hecho, el 28% de las fuentes son miembros del Poder Ejecutivo, sea el Presidente, Ministros o Viceministros.

Representantes del oficialismo en la Asamblea Legislativa, incluyendo al Vicepresidente García Linera, están como fuente en el 12% de las noticias difundidas.

En Bolivia TV, de acuerdo a lo analizado, se concibe a la noticia como la declaración del funcionario público o la autoridad, generalmente miembro del poder ejecutivo. Por ejemplo, en las noticias sobre el paro de la COB demandando que se solucione el conflicto por el cierre de la empresa ENATEX²⁶, no se cubrió la contraparte, es decir, se marginó de la noticia a los dirigentes de la Central Obrera. La noticia periodística pluralmente construída con parte y contraparte –principalmente en situaciones de conflictos- no está presente en los noticieros analizados.

Los mensajes de Evo Morales enviados por la Red Social Twitter, también son una fuente que genera noticia en Bolivia TV.

Estos hallazgos se reflejan en el cuadro 4, en el gráfico 1 y en el gráfico 2 donde se expresan los resultados obtenidos en cuanto a los temas priorizados por el diario, así como en los gráficos 3 y 4 donde se detallan las fuentes. (Elaboración propia).

²⁶ El paro de la Central Obrera Boliviana se realizó en apoyo a los trabajadores de la empresa ENATEX. <http://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20160626/dialogo-se-estanca-cob-ratifica-paro-72-horas>

**Cuadro 4: TEMAS DEL ÁREA POLÍTICA DE BOLIVIA TV
27 -06 al 01-07-2016**

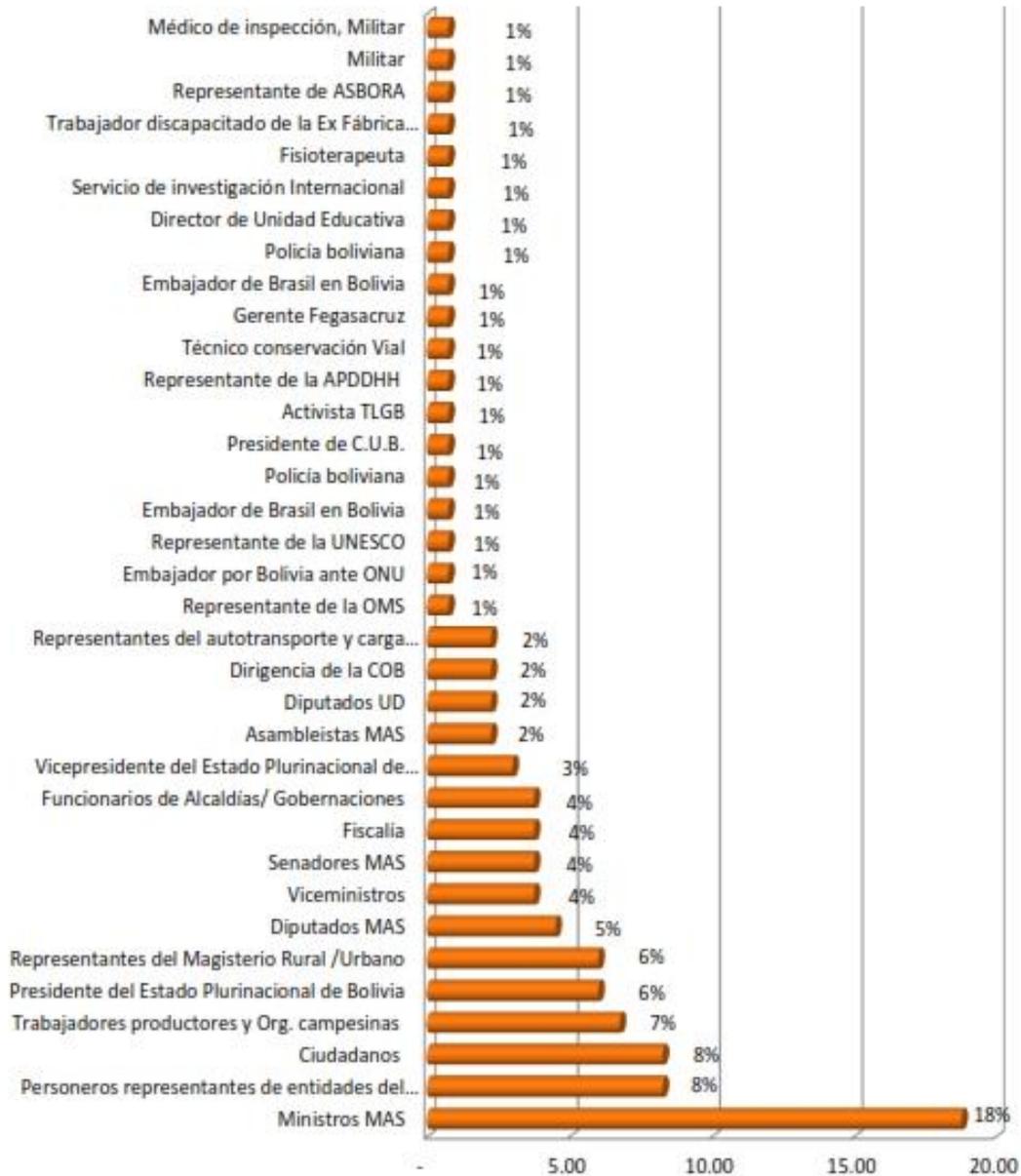
	%	Noticias
Paro y bloqueo de la COB, desde el gobierno	14,0	12
Silala	7,0	6
Fiscalía tramita citación para periodista de CNN, Fernando del Rincón; caso Zapata	7,0	6
Redes Sociales, Publicación de Evo Morales en su cuenta Twitter	4,7	4
Investigación y Capacitación a Asambleístas, "Panamá Papers"	3,5	3
Desarrollo y logros de Bolivia en Salud	3,5	3
Lucha contra el narcotráfico y otros delitos	2,3	2
Integración carretera	2,3	2
Plan económico de Bolivia es recomendado en el exterior	2,3	2
Incorporación de trabajadores con discapacidad a Ministerio de Obras Públicas	2,3	2
Calidad educativa	1,2	1
Paraguay adhiere a Bolivia al MERCOSUR	1,2	1
Impuestos Nacionales facilita el cobro a entidades bancarias	1,2	1
Decomiso de ocho camiones por la Aduana Nacional	1,2	1
Bolivia conforma el Consejo de Seguridad de la ONU	1,2	1
Reunión entre el Presidente y ejecutivos de universidades	1,2	1
Receso pedagógico para estudiantes	1,2	1

Día internacional de la diversidad sexual	1,2	1
Trámites de C.I. de transexuales	1,2	1
Conmemoración de la masacre de villa Tunari y la fundación de Radio Soberanía	1,2	1
Dificultades del Transporte pesado boliviano en Arica Chile	1,2	1
Minado en fronteras entre Bolivia - Chile	1,2	1
Comercialización de azúcar, San Buenaventura	1,2	1
255 aniversario del municipio de Sacaba	1,2	1
Policías heridos en desbloqueo de la COB	1,2	1
Cierre de caminos por causas climáticas	1,2	1
Fraude por internet hacia la Aduana Nacional	1,2	1
Bolivia continua exportando Unión Europea	1,2	1
Reducción del precio de la carne	1,2	1
Aplicarán plan taxi seguro, Ministerio de Seguridad	1,2	1
Bolivia parte del consejo de seguridad de la ONU	1,2	1
Intervención de la policía en laboratorio de cocaína en Campo Verde - Santa Cruz	1,2	1
Vicepresidente entrega una unidad educativa en Porvenir - Pando	1,2	1
Nueva Gestora Pública inicia trabajos el 2017	1,2	1
Grado de inversión en el País mejora según Moody`s	1,2	1
Mora bancaria la más baja de la región	1,2	1
Más del 70 por ciento de avance en trabajo legislativo	1,2	1

Jimena Costas denuncia a Amilcar Barral por acoso político	1,2	1
Dan medidas sustitutivas a Vocal Ramírez	1,2	1
Campaña informativa "vacación segura"	1,2	1
Sanción a divergentes por el día de la diversidades sexuales	1,2	1
Venta del gas a la Argentina	1,2	1
Venta móvil de Combustible en Pando	1,2	1
Sequia en el río Pilcomayo	1,2	1
Rodilla izquierda del Pdte. Evo Morales va mejorando	1,2	1
Promulgación de la Ley, 153 que modifica la Deuda Tributaria	1,2	1
Promulgación de el Decreto Supremo 2820, trasferencia de 28,3 millones de bs. a favor del S.I.N.	1,2	1
Reunión entre autoridad de Arica con los transportistas Internacionales	1,2	1
Decreto 2765, el cierre de ENATEX	1,2	1
Receso parlamentario	1,2	1
Nuevo Contralor General del Estado	1,2	1
Renovación de licencias para radio emisoras	1,2	1
Reclutamiento militar	1,2	1
Concierto 40 aniversario Kjarkas	1,2	1
Total:	100,0 %	86 noticias

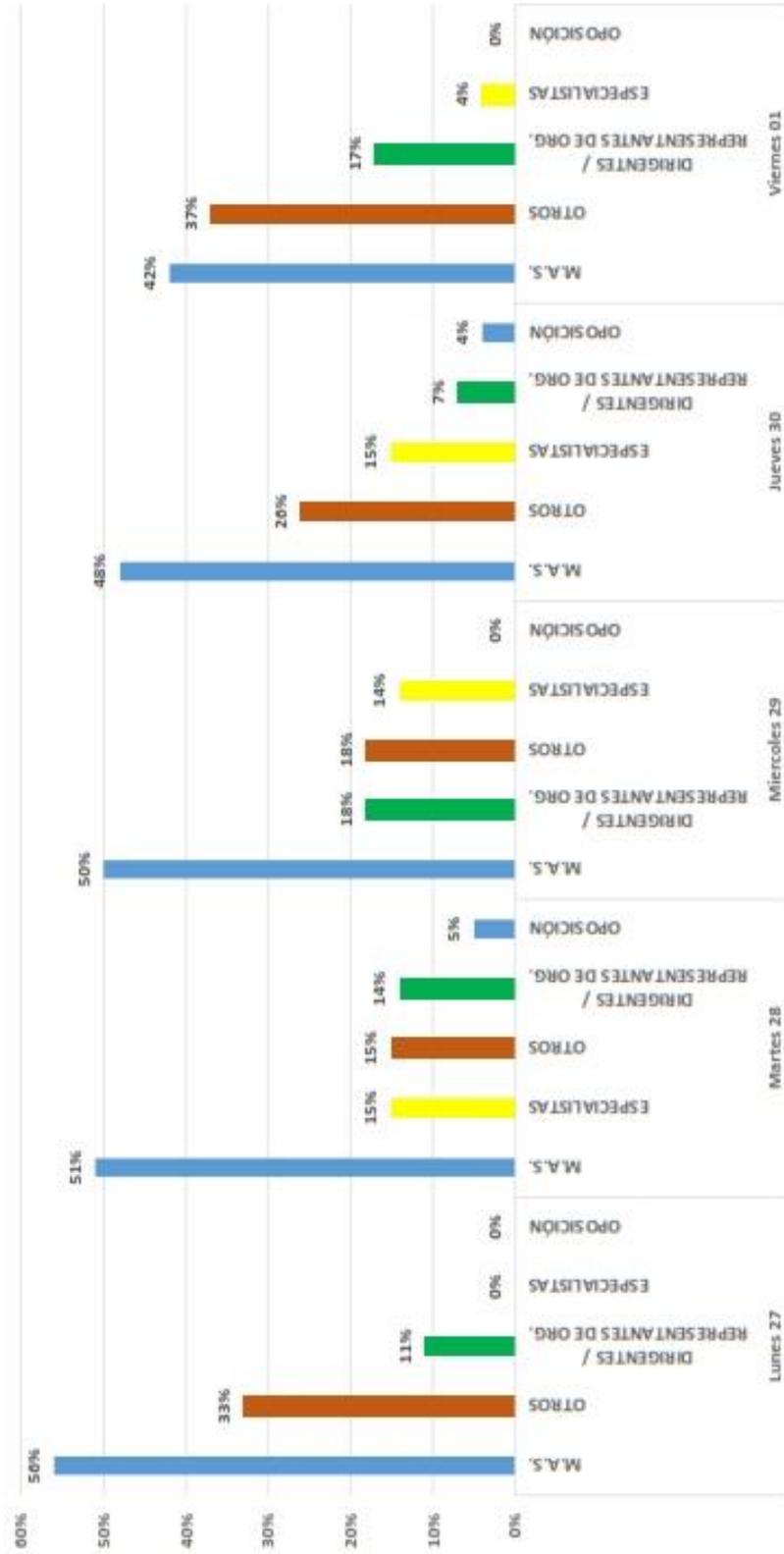
Cuadro 4. Fuente: elaboración propia

GRÁFICO 1
Fuentes de la noticias de Bolivia TV
27 de junio al 1 de julio 2016: Noticiero Meridiano



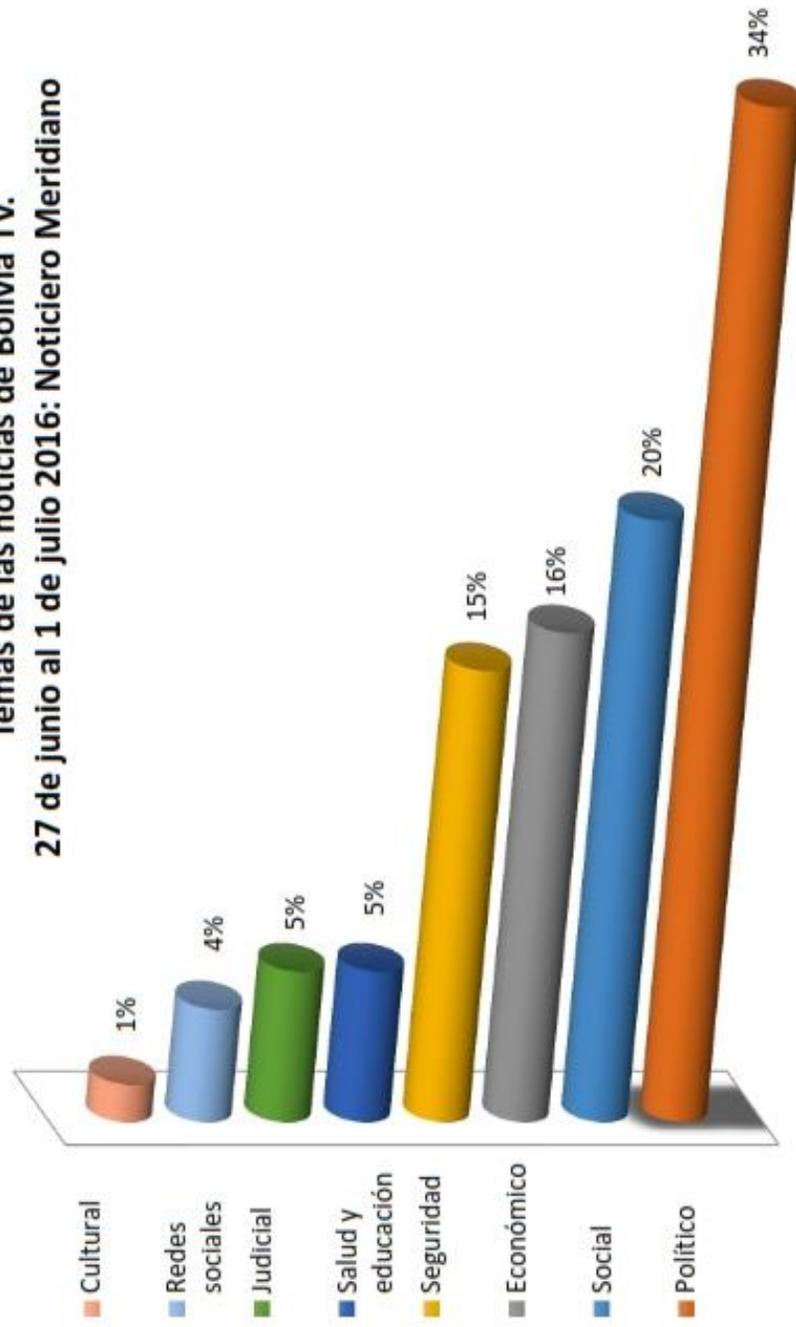
Fuente: elaboración propia

GRÁFICO 2
Tipos de fuentes de las noticias de Bolivia TV.
27 de junio al 1 de julio de 2016: Noticiero Meridiano



Fuente: elaboración propia

GRÁFICO 3
Temas de las noticias de Bolivia TV.
27 de junio al 1 de julio 2016: Noticiero Meridiano



Fuente: elaboración propia

GRÁFICO 4
Temas de las noticias de Bolivia TV.
27 de junio al 1 de julio de 2016: Noticiero Meridiano



Fuente: elaboración propia

3.5.2 Análisis de noticias del diario Cambio

El diario Cambio se define como el periódico del Estado Plurinacional de Bolivia. De acuerdo al análisis realizado, es el difusor principal de la voz del Presidente Evo Morales.

Se revisó y analizó este diario en la misma semana en la que se lo hizo en Bolivia TV, por un lapso de siete días. La muestra estudiada abarcó desde el domingo 26 de junio hasta el sábado 2 de julio de 2016.

La mayoría de lo publicado en el diario Cambio, responde a la transcripción de los discursos del Presidente Evo Morales y del Vicepresidente Alvaro García Linera, quienes tienen casi a diario (consta en esta muestra seis veces en siete ediciones) la separata titulada “Discurso Presidencial” que recoge de manera textual, todo lo dicho por los mandatarios en diferentes eventos como ser conferencias de prensa, inauguraciones de obras, festividades. Las transcripciones textuales de las alocuciones del Presidente y Vicepresidente llevan incluso la referencia a los aplausos de quienes los escucharon. Esta separata tiene entre 20 y 40 páginas, es publicada en forma de revista, con imágenes y gráficos, a todo color.

Cabe señalar que cuando en dicha separata se publican solamente los discursos del Vicepresidente, se llama solamente “Discurso”, y no “Discurso Presidencial”.

Además de la separata referida, dentro del diario se publica la sección especial “Agenda Presidencial”, que ocupa entre una y dos páginas al día en la cobertura de las actividades de los mandatarios. El domingo 26 de junio, el diario dedicó dos páginas a entrevistar al Presidente Evo Morales, sobre temas de política internacional. Ello, además de la separata “Discurso”, que circuló ese mismo día. Dicho domingo también se publicó la separata “Bolivia Informa”, del Ministerio de Comunicación, con cuatro páginas recogiendo logros de la gestión. También se publicó el suplemento “Democracia Directa” con ocho páginas, donde se abordan los supuestos vínculos de Gabriela Zapata

con los partidos de derecha, y cómo la prensa habría sacado ventaja de ese tema dedicándole varias portadas.

El domingo también se publica la revista “7 días” y el lunes la separata deportiva “Cambio CD”. Los martes sale la separata “Economía Plural” de 12 páginas.

El viernes 1ro de julio se publicó la separata “Farándula”, además de la ya citada “Discurso”. El sábado 2 de julio la edición se publicó con “Discurso” y además, salió la separata Panorama, de cobertura de noticias internacionales, de 8 páginas. El diario circuló con la revista “La Apertura”, edición de la Asociación de la Comunidad Islámica.

Por lo mostrado, se puede evidenciar que la mayor parte de la edición del diario está dedicada a la cobertura de temas políticos, con un enfoque centrado en la figura del Presidente Evo Morales, en primer lugar, sus ministros como fuentes noticiosas, y el Vicepresidente en tanto generador de discursos.

Dentro del área política se priorizó la política internacional, en este caso, el conflicto con Chile, que ocupa el 43,6% de las noticias publicadas. Esta cobertura muestra los diversos enfoques del conflicto con Chile: la demanda marítima, la defensa de las aguas del Silala, el desminado en la frontera, los maltratos a los transportistas bolivianos.

El hecho de que Bolivia asuma su turno como integrante del Consejo de Seguridad de la ONU ameritó la publicación de un 12,7% de las notas. En tercer lugar de cobertura está la información sobre la investigación en torno a los llamados Panamá Papers.

Los temas de autonomías indígenas (en Raqaypampa) y referéndos para la aprobación de estatutos autonómicos tuvieron una cobertura del 5,4% y 7,2%, respectivamente.

Cabe destacar que solamente el 3,63% de las notas hablan de gestión gubernamental, y el mismo número abordan la gestión legislativa.

Llama la atención que otras notas que en otros medios formen parte del área política, como las repercusiones del caso Zapata, vayan al área de seguridad. Por ejemplo, el anuncio del juicio contra el periodista de CNN Fernando del Rincón.

Es necesario destacar la cobertura informativa de las acusaciones de la diputada Jimena Costa a su suplente, Amílcar Barral, considerando que en este diario no es usual conceder espacio a temas propuestos por la oposición.

El área política del diario Cambio, más que de cobertura noticiosa y de la actualidad de los actores políticos en Bolivia, buscan posicionar el discurso gubernamental en torno a la línea política seguida por el gobierno en los conflictos internacionales.

En cuanto a las fuentes utilizadas, en la revisión y análisis de una semana de publicación, encontramos que el 70% de los consultados en todas las noticias son autoridades oficiales del gobierno, es decir, miembros del Poder Ejecutivo, parlamentarios o embajadores.

El 20,5% de las fuentes son parlamentarios del oficialismo, y el 7,6 son parlamentarios de la oposición. Eso significa, redondeando los datos, que habla un parlamentario opositor por cada tres oficialistas.

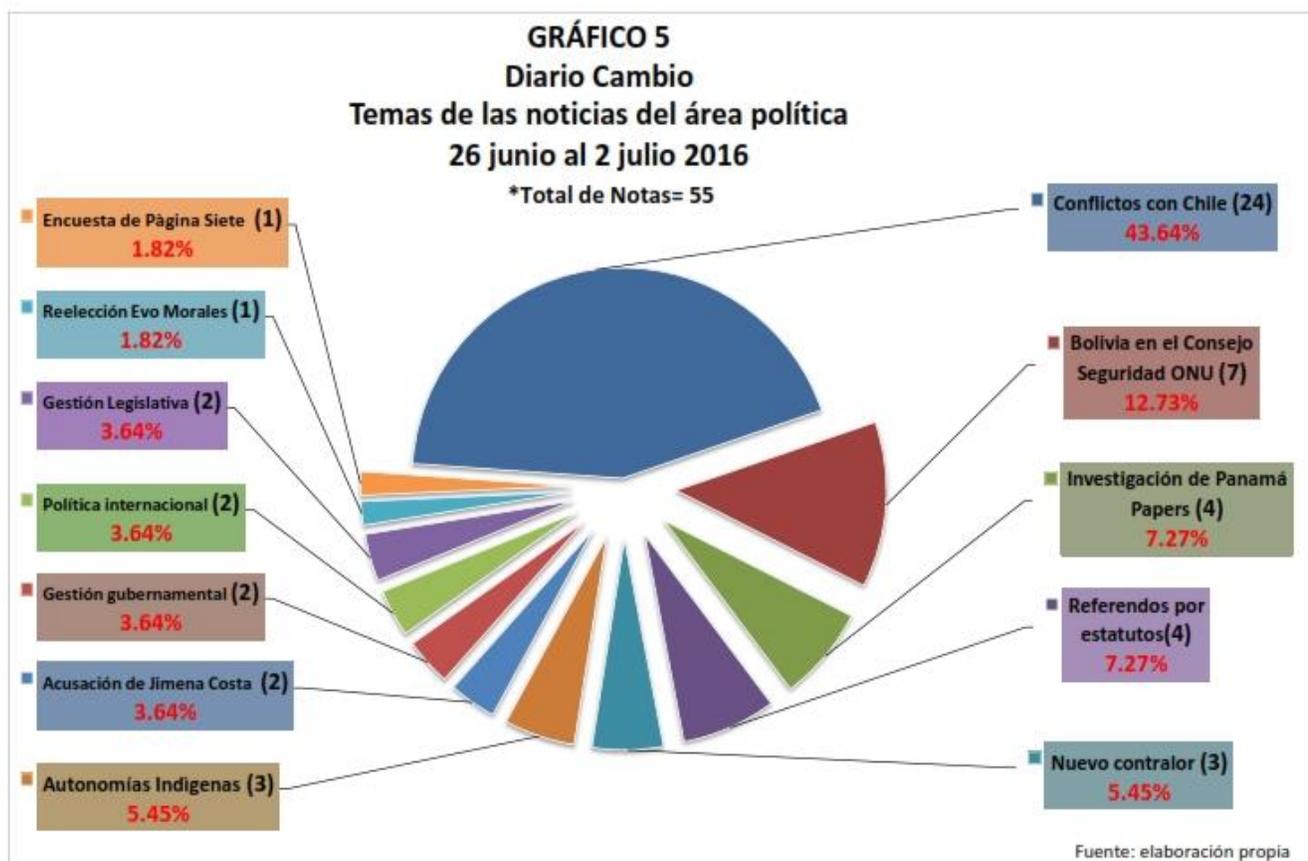
No se brindó cobertura a miembros de la oposición que no sean parlamentarios.

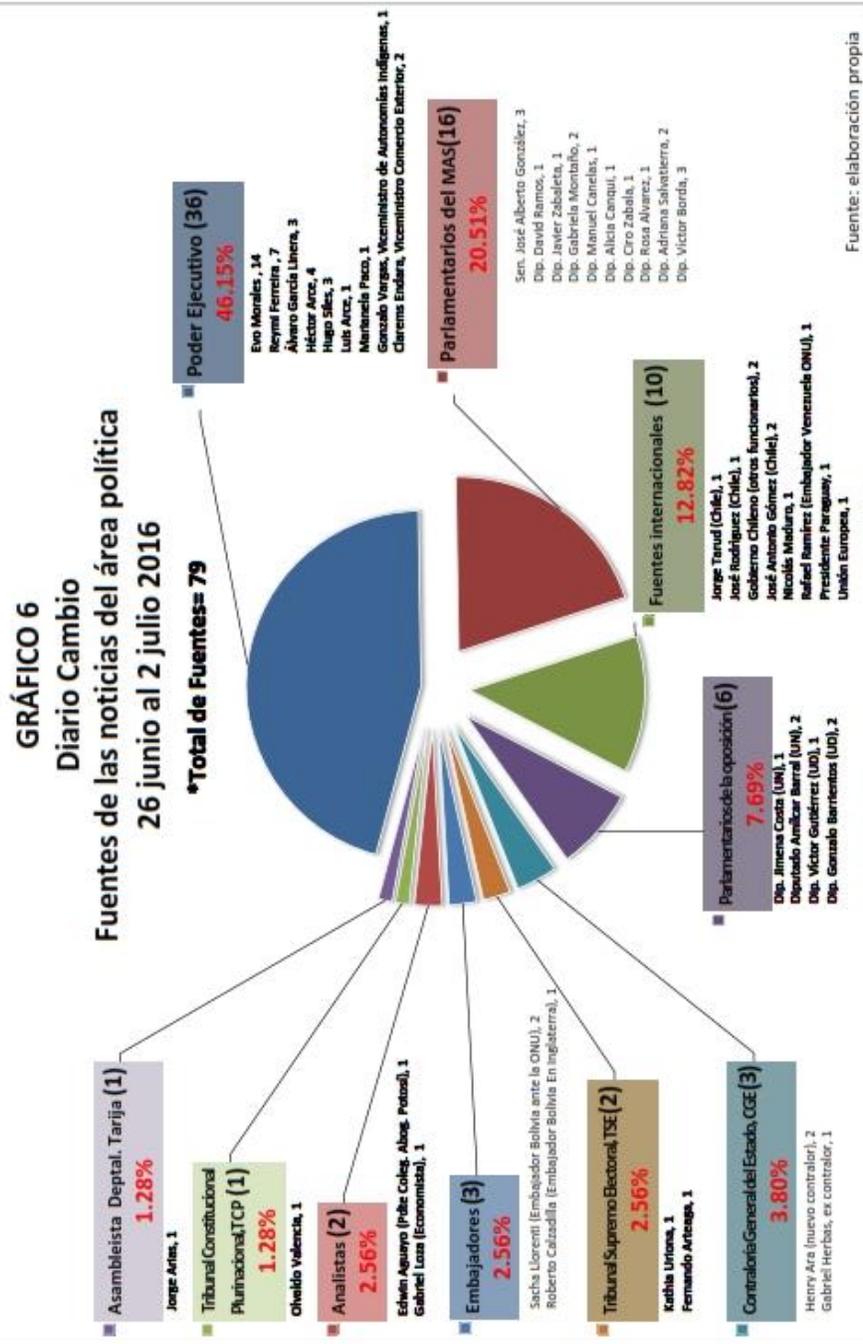
Los analistas y expertos sólo representaron en el 2,56% de las fuentes.

De forma similar a lo encontrado en el análisis de noticieros de Bolivia TV, la mayoría de las notas del diario Cambio en el área política están basadas en anuncios o declaraciones de autoridades oficiales (70%), no registrándose la contraparte de la noticia en el 96% de los casos, es decir, se trata de información con una sola fuente, o con dos fuente que refuerzan la misma versión de la noticia (por ejemplo, el Presidente y el Ministro de Defensa).

Cuando se trata de noticias sobre conflictos internacionales como el que se mantiene con Chile, en la información publicada se brinda un contexto de antecedentes donde pueden citarse declaraciones de autoridades chilenas. Sin embargo las noticias publicadas no siguen el esquema de incluir parte y contraparte. El diario Cambio, en su área política, no brinda información plural.

La sistematización de datos relativos a la cobertura informativa del diario Cambio dentro del área política, en cuanto a temas priorizados y fuentes consultadas, están explicados en siguientes gráficos de elaboración propia (5 y 6).





CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES Y LINEAMIENTOS PROPOSITIVOS

4.1 Hallazgos de la investigación y conclusiones

Al problema de investigación planteado en la presente tesis: ¿Cuál la relación entre medios estatales y ejercicio del Derecho a la Información y Comunicación (DIC) en el Estado Plurinacional de Bolivia, desde el 2009 al 2016, a partir de la normativa que los sustenta, su gestión administrativa y los contenidos periodísticos que ofrecen?, se puede responder, por los hallazgos de la presente investigación, que los medios de comunicación estatales en el Estado Plurinacional de Bolivia no aportan plenamente la vigencia del Derecho a la Información y Comunicación DIC y por lo tanto al ejercicio de los derechos de participación democrática ciudadana, por no brindar espacios de acceso público a la ciudadanía, donde se debatan las ideas de manera plural y con participación de grupos diversos de la sociedad civil.

En Bolivia, durante el periodo 2009-2016, tiempo de estudio de la presente investigación, no existieron medios de comunicación públicos, existieron medios de comunicación estatales progubernamentales, cuya principal función fue posicionar las ideas fuerza del discurso político del gobierno.

No existe una definición homogénea en la normativa boliviana respecto a los medios de información que pertenecen al Estado. Se les dice medios estatales o gubernamentales, y se sobreentiende que se habla de lo mismo. En las normas no se habla de medios ni de espacios públicos, ya que no se ha avanzado conceptualmente en esa dirección.

Los medios estatales dependen del Ministerio de Comunicación. Entre las atribuciones de dichos medios no está la promoción del debate público, como sucede en otros países. En épocas electorales, la función de los medios estatales en Bolivia está limitada a la difusión de espacios de propaganda electoral elaborada por todos los partidos u

organizaciones participantes, de acuerdo a la normativa del TSE. No hay espacios abiertos para formación ciudadana en procesos electorales.

Como se ha visto en los acápite 3.4 y 3.5, la gestión de los medios estatales está controlada plenamente por el Ministerio de Comunicación, institución pública que nombra a los gerentes de los medios. No existe participación de otros sectores de carácter independiente (universidades, gremios periodísticos, asociaciones profesionales), como sucede en otros países, para coadyuvar y vigilar el cumplimiento de la vocación de servicio público esperada para los medios públicos, dado que no existe ese concepto dentro de la normativa ni en el ejercicio político. Los informes de gestión de Bolivia TV, la Red Patria Nueva o el diario Cambio, se hace como si fuera la rendición de cuentas cualquier otra repartición pública, simplemente informando sus actividades, sin generar mecanismos participativos.

A partir de lo citado en los capítulos precedentes, se refleja que el gobierno encabezado por Evo Morales entiende que los medios estatales son un instrumento político, que deben cumplir un rol de defensa del “proceso” ante la arremetida de los grupos de oposición para desestabilizar con “golpes suaves” a los gobiernos democráticos. Con el argumento de que los “otros” medios no dan a conocer los resultados del proceso ni las versiones gubernamentales, mediante los medios gubernamentales se busca compensar este supuesto desequilibrio informativo, usándolos como instrumentos de la gestión, sin generar espacios que puedan denominarse “públicos”.

El DIC establece que la información noticiosa es un bien público, en coincidencia con los códigos de ética nacionales e internacionales de los periodistas. A partir de ello, se evidencia que los medios estatales no cumplen con los estándares de calidad del periodismo en su área noticiosa informativa, es decir, mínimamente con el pluralismo, equidad, equilibrio informativo, contextualización, documentación, precisión. De acuerdo a los hallazgos del presente trabajo, expuestos a detalle en el Capítulo 3.5 en lo

relativo a la información noticiosa que ofrecen, tanto Bolivia TV como el diario Cambio presentan noticias construidas casi en su totalidad a partir de declaraciones de autoridades oficiales. Sólo por citar dos hallazgos, se encontró que la mayoría de las notas del diario Cambio en el área política están basadas en anuncios o declaraciones de autoridades oficiales (70%), no registrándose la contraparte de la noticia en el 96% de los casos. La mayoría de los temas de las noticias corresponden al área política, entendida ésta como los discursos oficiales en torno a política internacional, no como el encuentro y debate de los actores políticos (ver gráficos 5 y 6).

En Bolivia TV, habla un parlamentario opositor por cada tres oficialistas. El discurso – las declaraciones- del Presidente Evo Morales es la información destacada de manera permanente. La sociedad civil no está presente en las noticias, a no ser que deba refrendar alguna acción gubernamental (ver cuadro 3). Al no existir prácticamente contrapartes en las noticias, es decir puntos de vista distintos a los de las fuentes oficiales, la información noticiosa está incompleta, y, por lo tanto, no es un insumo válido para el ejercicio ciudadano, para tomar decisiones sobre los asuntos de interés común.

Esta situación impide que los ciudadanos en Bolivia accedan a información noticiosa de calidad, considerando que la información de los medios de información masiva en Bolivia demuestra por una parte sujeción al mercado, por una parte, y al gobierno nacional, por otra. La concepción de la información periodística como bien público está lejos de aplicarse en nuestro país. Los medios públicos debieran permitir la participación de grupos habitualmente marginados de la agenda periodística de los medios comerciales. Tendrían que abrirse espacios, dentro de la acción afirmativa (o discriminación positiva), para los grupos menos incluidos en la agenda periodística, de acuerdo a los postulados de la comunicación democrática a los que se adscribe la presente tesis.

El ejercicio pleno del DIC posibilita una participación ciudadana más activa, que involucra hablar de una nueva concepción de lo “público”, acercándolo a la idea de “lo

común”, y por tanto, avanzando más allá de la visión tradicional de monopolio del poder institucional sobre los asuntos públicos. Esta concepción de lo público como lo común, es decir, como lo que es asunto de todos, está vinculada con una idea dinámica de ciudadanía, y requiere información de calidad.

Los medios públicos en Bolivia no están contribuyendo a la democratización plena del espacio público, durante el gobierno de Morales. Aunque en gobiernos anteriores tampoco existieron medios públicos en nuestro país, antes del 2009 no había una constitución que garantice el DIC. La contradicción se encuentra entre la CPE y la normativa promulgada, la gestión administrativa de los medios, y los contenidos noticiosos que ofrecen.

Tema de otras investigaciones serían el análisis de la presente coyuntura en cuanto a la relación medios privados y gobierno nacional, o la otorgación de publicidad estatal de manera discriminada a ciertos medios de acuerdo a su línea política. Consideramos que con lo aquí evidenciado, se abren nuevos temas de investigación en cuanto al ejercicio del DIC en Bolivia, como ser la relación de medios de información masiva con el espacio público, con la construcción de ciudadanía, las políticas públicas de comunicación, el acceso a la información pública, la información periodística en procesos electorales, las inequidades en el acceso al espacio público, entre otros.

La presente tesis concluye realizando propuestas para que en Bolivia existan espacios dentro de los medios estatales que contribuyan a su rol democratizador de la esfera pública y sigan los lineamientos de la CPE. El siguiente capítulo es propositivo, abriendo el debate sobre interculturalidad dentro de los medios, proponiendo la existencia de áreas especiales que permitan la vigilancia ciudadana de la gestión pública, y permitiendo la apertura de espacios para la participación ciudadana en épocas electorales.

6.1 Lineamientos propositivos

4.2.1 ¿Qué deberían hacer los medios estatales para ser coherentes con la CPE?

La Constitución Política del Estado determina que la interculturalidad es política de Estado, y garantiza el Derecho a la Información y la Comunicación (DIC).

La existencia de la diversidad cultural está ligada con el Derecho a la Información y Comunicación. La UNESCO postula que desarrollando y protegiendo la libertad de expresión e igualdad de acceso a la información, se procura promover la diversidad cultural en el campo de la comunicación y los medios. Por tanto, para dicho organismo internacional existe una relación cercana entre interculturalidad y acceso a la información pública.

Así está establecido en la Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad Cultural, que fue adoptada por su Conferencia General en su sesión 31 en noviembre de 2001. El primer artículo de esta Declaración afirma que la diversidad cultural es “el patrimonio común de la humanidad y deberá reconocerse y afirmarse en beneficio de las generaciones presentes y futuras”, el Artículo 3 dice que “la Diversidad Cultural amplía la gama de opciones abiertas para todos y todas, es una de las raíces del desarrollo, entendido no simplemente en términos del crecimiento económico, sino también como un medio para lograr una existencia intelectual, emocional, moral y espiritual más satisfactoria”, mientras que el Artículo 6 afirma que “se debe ejercer cuidado para que todas las culturas se puedan expresar y hacerse conocer”, y agrega “la libertad de expresión, el pluralismo de los medios, el multilingüismo, la igualdad de acceso al arte y a los conocimientos científicos y tecnológicos, incluida su forma digital, y la posibilidad para que todas las culturas tengan acceso a los medios de expresión y difusión, son las garantías de la diversidad cultural”.

La Declaración también indica, en su plan de acción, la necesidad de: “Alentar a la producción, protección y difusión de los contenidos diversificados en los medios de comunicación y en las redes mundiales de información y, con ese fin, promover el rol de los servicios radiales y televisivos en el desarrollo de producciones audiovisuales de buena calidad, en particular fomentando el establecimiento de mecanismos cooperativos para facilitar su distribución”.

La CPE del Estado Plurinacional de Bolivia habla de la interculturalidad en varios artículos, y también garantiza el Derecho a la Información y Comunicación, explicando además en los Art. 107 y 108 que se garantiza el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información (...) y a emitir libremente las ideas sin censura previa.

Art. 1 Bolivia se constituye en un Estado Unitario social de derecho plurinacional comunitario libre, independiente, soberano, democrático, intercultural, descentralizado y con autonomías. Bolivia se funda en la pluralidad y el pluralismo político, económico, jurídico, cultural y lingüístico, dentro del proceso integrador del país.

Fines y funciones esenciales del Estado

Art. 9. 2. Garantizar el bienestar, el desarrollo, la seguridad y la protección e igual dignidad de las personas, las naciones, los pueblos y las comunidades, y fomentar el respeto mutuo y el diálogo intracultural, intercultural y plurilingüe.

Art. 98

I La Diversidad cultural constituye la base esencial del Estado Plurinacional Comunitario. La interculturalidad es el instrumento para la cohesión y la convivencia armónica y equilibrada entre todos los pueblos y naciones. La interculturalidad tendrá lugar con respecto a las diferencias y en igualdad de condiciones.

II El Estado asumirá como fortaleza la existencia de culturas indígena originario campesinas, depositarias de saberes, conocimientos, valores, espiritualidades y cosmovisiones.

III Será responsabilidad fundamental del Estado preservar, desarrollar, proteger y difundir las culturas existentes en el país.

De acuerdo con lo explicitado hasta aquí, se evidencia que la interculturalidad está estrechamente ligada al Derecho a la Información y Comunicación DIC otorgando a éste una cualidad transversal al ejercicio democrático de construcción de ciudadanía.

Sin embargo, el ejercicio del DIC para una ciudadanía integral e intercultural no está exento de dificultades. El comunicólogo boliviano Luis Ramiro Beltrán afirmó el año 2002 que en un país como Bolivia —multicultural, plurilingüe y de población dispersa en un vasto territorio poco articulado— la Comunicación resulta más difícil de lograr que en países sin tales características. Pero precisamente por ello reviste importancia decisiva para la existencia social. Y los medios de comunicación masiva constituyen factor crucial para la integración nacional de orden cultural, económico y político. (Beltrán:2012, 61)

Beltrán se pregunta también cómo conjugar lo indígena con lo nacional, los idiomas con la lengua de la nación, cómo se enlaza el interés de los indígenas con el de otros desfavorecidos de la sociedad y cómo se inscribe lo indígena específico en lo nacional en general.

4.2.2 Contenidos interculturales

El espectro radioeléctrico es un bien público, y su administración debiera ser transparente y procurando el interés común. La nueva Ley de Telecomunicaciones²⁷

²⁷ Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación; Ley No 0164 del 08 de Agosto de 2011, Su reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 1391, 24 de octubre de 2012, establece la progresiva adecuación de las radiodifusoras a la nueva Ley y la redistribución de frecuencias entre los sectores comercial, público, comunitario e indígena. Según la Asociación Boliviana de Radiodifusión ASBORA, el año 2017 caducará la mayoría de las licencias comerciales vigentes.

promulgada en agosto del 2011, democratiza el espectro radioeléctrico, determinando una redistribución de frecuencias. Para las radios comerciales será el 33%, para las estatales el 33% y el siguiente 33% se dividirá entre radios indígenas y comunitarias, distribución que se aplicará a partir del año 2017. Democratizar la propiedad y el control mediante la redistribución frecuencias es un avance, pero no es suficiente para garantizar la democratización del acceso a la palabra y a la imagen. Hay que democratizar y pluralizar los contenidos. Eso significa, como sucede en otros países, otorgar incentivos para la producción de documental y otros materiales de forma plural, creando fondos de financiamiento para que produzcan sus propios programas los pueblos indígenas, colectivos de mujeres, de la tercera edad, los jóvenes de zonas periurbanas, etcétera.

Si no existen programas de fomento a la producción independiente con discriminación positiva hacia colectivos habitualmente marginados de los medios masivos, por más que se redistribuya el espectro radioeléctrico, los mensajes emitidos tendrán contenidos similares, porque se repetirán siempre los mismos patrones de producción (e incluso podrían repetirse los mismos productos insistentemente). Hay que imitar las buenas experiencias de otros países que crearon fondos de promoción para las iniciativas de producción de material audiovisual de diversos sectores sociales, estableciendo concursos de proyectos y becando a jóvenes realizadores. Y en esta promoción tendrían que involucrarse los medios públicos y los medios privados.

Para avanzar hacia medios públicos que den la línea y marquen la ruta de la comunicación intercultural y plural, es necesario fomentar la participación activa de los propios pueblos en la programación, superando las características encontradas en los análisis efectuados a los medios del Estado, presentados en líneas anteriores. Se propone entonces:

- Realizar productos audiovisuales que narren la historia de una manera inclusiva, con los grupos que tradicionalmente estuvieron (y están) subalternizados, como

pueblos indígenas (especialmente los minoritarios), grupos de mujeres, jóvenes, adultos mayores, colectivos ligados con la diversidad en la orientación sexual, personas con discapacidad.

- Trascender la sola divulgación de lenguas nativas y costumbres de los pueblos indígenas, para avanzar hacia la promoción de la participación de las culturas en el debate y construcción de políticas públicas, en un proceso inclusivo, con diálogo intercultural.
- Una programación que permita otros abordajes de la opinión y el debate público distintos a los de la agenda política y no (sólo) como un momento para poner en el tapete reivindicaciones o demandas al Estado. Los medios públicos debieran permitir la participación de grupos habitualmente marginados de la agenda periodística de los medios comerciales. Tendrían que abrirse espacios, dentro de la acción afirmativa (o discriminación positiva), para los grupos menos incluidos en la agenda periodística.

4.2.3 Escenario para el ejercicio ciudadano de vigilancia y participación social

Los medios de comunicación aportan a la construcción permanente de la esfera pública, de acuerdo con la línea teórica fundamentada en la primera parte de este trabajo. En tal sentido, y bajo esos lineamientos, se trata de trabajar para formar ciudadanos —y no solamente consumidores— que participen en la cultura democrática de manera activa. Según Sergio Caletti (2000), cada vez existe menos política (entendida como gestión de los asuntos comunes) en el espacio público, fundamentalmente dominado por la televisión comercial que tiene otras prioridades. Se trataría entonces de contrarrestar esta tendencia de los medios comerciales usando los medios públicos como promotores de la inclusión de la política entendida como ordenadora de los asuntos que devienen públicos.

Eso significa que los temas que aborden los medios públicos —ya que los privados están más ligados con el mercado e intereses comerciales— tendrían que incorporar elementos que permitan trabajar en temas que relacionen a la sociedad civil con la institucionalidad política, en temas nodales relativos a la participación ciudadana, como es el acceso a la información pública, y herramientas para comprender el funcionamiento de los distintos niveles del Estado.

Se trata de avanzar hacia la democracia participativa. Para ello, hay que subsanar la habitual falta de información y debate suficiente, que se traduce en ausencia de herramientas de la ciudadanía para enfrentarse a la complejidad de los temas que hoy nutren los debates en el ámbito de los niveles del Estado, en los espacios legislativos principalmente.

El diálogo tendría que ser concebido en los medios públicos como permanente (y no sólo como producto de una coyuntura), como expresión de un proceso de negociación entre identidades y valoraciones distintas (Cerbino, 2002).

Para apoyar el ejercicio activo de ciudadanía en la vigilancia ciudadana, los medios públicos tendrían que producir y emitir programación relacionada con:

- Promoción del Derecho de Acceso a la Información Pública (establecido en la CPE), y visibilización de la necesidad de contar con ley de Acceso a la Información Pública, tomando dicha Ley como parte de una política pública sobre transparencia en la gestión gubernamental a todos los niveles.
- Capacitación ciudadana en vigilancia y control social, informar sobre la vigencia y conformación de nuevas normas en torno a participación ciudadana, debate sobre la operatividad de las mismas.

- Capacitación básica en organización y funcionamiento de las instituciones de los distintos niveles del Estado.
- Visibilización de la gestión gubernamental en los medios públicos, generando permanente diálogo con organizaciones sociales y entre los diferentes niveles de gobierno.
- Fomento de la construcción participativa y con diálogo intercultural —entendiendo que lo intercultural no es sólo lo indígena— de proyectos de leyes que se relacionen con políticas públicas.
- Educación en uso de las TIC y alfabetización digital, con el fin de acortar la brecha digital.

4.2.4 Contribuir a una cultura política de pluralismo y participación en etapas electorales

Es importante resaltar que es necesario el pluralismo informativo y la cobertura de todas las opciones políticas en todos los medios. Por ejemplo, en el nuevo Reglamento de propaganda para el Referendo del TSE, citado líneas arriba, se está exhortando a realizar una cobertura informativa plural a los medios privados, y tendría que exhortarse a realizar también una cobertura informativa plural desde los medios públicos. Si bien no se señala explícitamente en el Art. 8 que la exhortación se refiere a los medios privados, vale la pena lograr una norma que comprometa a los medios que dependen del Estado y son financiados con fondos públicos, que trabajen de manera amplia, plural y participativa dentro de la campaña electoral.

Es necesario destacar que la transparencia en cuanto a la difusión de propaganda electoral, ingresos económicos, costos, detalle de tiempos, espacios y tarifas cobradas,

también debería aplicarse a los medios estatales, considerando además que son financiados con fondos públicos. Debería especificarse que cuando se señala a los medios de difusión masiva se hace referencia también a los medios estatales (como se hace por ejemplo en el Art. 20 del mismo Reglamento para otra disposición). Por lo general, se entiende por medios de difusión masiva a los medios privados de carácter comercial, y la propuesta concreta es que se exija a los medios estatales que tienen obligación de brindar un servicio público, que transparenten toda acción relativa a la generación y difusión de propaganda para el Referendo, en un informe especial que sea entregado a la Asamblea Legislativa Plurinacional.

En cuanto a los medios públicos en campañas electorales, se propone que no solamente estén encargados de difundir la franja de propagandas en el canal BTV (de acuerdo a la normativa tratada en el acápite correspondiente), si no que participen en debates organizados para intercambiar ideas, con periodistas invitados, que se abra a todos los medios que quieran colgarse, a la cabeza de asociaciones del gremio. Estos debates tendrían que ser difundidos también por la Red Patria Nueva y por el diario Cambio, y por todos los medios estatales. El intercambio de ideas en el marco de un debate plural, contribuye al ejercicio ciudadano de su derecho a la información y comunicación.

La propuesta concreta es que se cree un Consejo Ciudadano que vigile, asesore y oriente la labor de los medios estatales, un Consejo ciudadano que incluya a los periodistas notables, miembros del Tribunal Nacional de Ética Periodística, a representantes de gremios periodísticos, organizaciones sindicales, y universidades, de manera que sea plural en su formación. Podría establecerse este Consejo como un mecanismo de la sociedad civil independiente, de supervisión, regulación, vigilancia del rol de los medios públicos. Eso significaría cambiar la normativa boliviana referida a los medios estatales.

Este Consejo Ciudadano sería muy útil en tiempos electorales, también podrían vigilar el cumplimiento del Reglamento de Propaganda Electoral en toda su dimensión.

Podemos tomar como ejemplo experiencias de otros países. En Argentina, la TV pública tiene un directorio plural, conformado por miembros del poder ejecutivo, minorías parlamentarias, universidades y trabajadores, cuyos mandatos difieren en dos años de las elecciones presidenciales.²⁸

En cambio en Ecuador, la Radio y TV se llaman públicas, pero están bajo la égida de un directorio de tres personas, el Ministro de Comunicaciones, quien preside el Directorio, el delegado del Presidente de la República, y el Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo. En el sitio <http://www.rtecuador.ec> se puede consultar el Reglamento de funcionamiento de dicho directorio.

En México existe una tradición en medios públicos, como el canal 22. Existe el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, que según su definición es “un organismo público descentralizado no sectorizado, encargado de proveer el servicio de radiodifusión pública digital a nivel nacional, a efecto de asegurar el acceso de más personas, a una mayor oferta de contenidos plurales y diversos de radio y televisión digital.” Es decir, amplifica la voz de los medios públicos ya existentes y genera otros medios, acorde al cambio tecnológico digital. El Sistema Público de Radiodifusión del

²⁸ “La TV Pública atraviesa un período de normalidad institucional sin precedentes en su historia. Gracias a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el 10 de octubre de 2009, se encuentra bajo la órbita de Radio y Televisión Argentina, Sociedad del Estado.

Tal como lo establece la Ley, RTA es conducida por un directorio plural, con 2 representantes por Poder Ejecutivo (su presidente Tristán Bauer y Alberto Cantero), 3 por las minorías parlamentarias del Congreso Nacional (María Lenz, FPV; Gustavo Cusinato, UCR y Marcelo Romeu, PS), 1 por las universidades (Alejandro Verano) y 1 por los trabajadores de TV (Néstor Cantariño). Este Directorio eligió para el cargo de Director Ejecutivo de la TV Pública a Martín Bonavetti, quien tiene una vasta trayectoria en televisión. Bonavetti fue productor en Telefé, Canal 9 y América y, entre 2006 y 2008, fue gerente artístico de la TVP. Asimismo el Directorio de RTA designó a la reconocida periodista y escritora María Seoane como Directora Ejecutiva de Radio Nacional. Para garantizar condiciones de pluralismo institucional, la Ley también consigna que los mandatos de los directores de RTA difieran en dos años de los mandatos presidenciales. Así, en 2013, el mandato del actual Directorio fue renovado en su totalidad hasta diciembre de 2017.” <http://www.radioytelevisión.com.ar/rta-la-tv-publica-y-la-institucionalidad/>

Estado Mexicano (SPR) cuenta con un Consejo Ciudadano. En el sitio <http://www.spr.gob.mx/> se encuentra detallada esta información.

En Perú se aplica exitosamente una alianza entre el sector público y privado con el Consejo Consultivo de Radio y Televisión CONCORTV. Si bien no es específicamente para medios públicos y más bien es una institución que se ocupa de toda la TV y radio peruana, contribuye a vigilar la no vulneración de derechos en los medios, y promueve el debate plural sobre el comportamiento mediático, bajo la premisa de que el espectro radioeléctrico es un bien público. En la página www.concortv.gob.pe se encuentra detallada esta información.

El Reglamento habla de franjas horarias gratuitas para las dos opciones de voto (por el SI o por el NO a la Reforma de la Constitución). La propuesta que se realiza desde esta tesis es que no sólo se disponga de franjas horarias con tiempo y espacio equitativamente asignados, también se hace necesario que existan programas de opinión plurales, espacios aptos para el debate de todos los aspectos negativos y positivos de ambas opciones. Las franjas horarias de difusión no permiten intercambio de ideas ni cuestionamientos entre diversas opciones, ya que sólo se limitan a difundir espacios pregrabados.

Además, en elecciones los medios públicos tendrían que fortalecer la cultura política, ciudadanía democrática. Los conocimientos sobre medios, elecciones, formas de votar, ciudadanía intercultural, deberían estar presentes en la época de campaña electoral, por ejemplo mediante convenios con el Órgano Electoral Plurinacional.

Dentro de las elecciones, hay temas que permanecen como tabú en Bolivia, no se discuten ni mediante la agenda política ni mediante la agenda mediática. Uno de ellos es el financiamiento. Y como los medios públicos debieran transparentar su manejo económico, es buena oportunidad la época de campañas electorales para que tanto los medios masivos privados (como lo señala el Reglamento vigente del TSE) como los públicos transparenten sus ingresos generados por propaganda electoral. De hecho, uno

de los requisitos para llamar “público” a un medio de acuerdo a las teorías citadas líneas arriba, es que sus ingresos económicos sean transparentados, y exista una rendición de cuentas periódica, ya que son solventados con dinero público, y se supone que no tienen fines de lucro.

En síntesis, la comunicación para una ciudadanía integral e intercultural tiene que generar y promover la participación informada y el debate ciudadano de políticas públicas, a la vez que contribuir a transparentar la gestión pública en el marco del Derecho a la Información y Comunicación. Dentro de este modelo de comunicación, los medios públicos tienen una función primordial pues son los que escenifican el debate público y contribuyen a la interacción entre la sociedad civil y las instituciones del Estado. Es necesario que los medios estatales/gubernamentales que existen actualmente en Bolivia se aproximen a este rol y aporten para que se puedan ir concretando en el espacio público los lineamientos de la CPE en lo referido al ejercicio de derechos y la interculturalidad.

Los medios públicos deberían contribuir a la formación de ciudadanos, generar conciencia y cultura política, que va más allá de elegir un partido u otro, o ser oficialista u opositor. Dotar de calidad al debate político, eso es, para construir ciudadanía inclusiva. Hacia la democratización del espacio público, hacia la democracia de lo común.

V.BIBLIOGRAFÍA

Fuentes bibliográficas consultadas

Alfaro, Rosa María (2005). “Aportes de los medios de Comunicación en la Construcción de lo público deliberante en una democracia”. Pág. 259. En: *Comunicación y Política en una democracia ética por construir*. Veeduría Ciudadana de Comunicación/ Calandria. Lima.

Beltrán Salmón, Luis Ramiro (2012). Democracia y Comunicación. SIFDE, Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático. La Paz. Página 61.

Bucci, Eugenio; Chiaretti, Marco; Fiorini, Ana María (2012). Indicadores de calidad de las emisoras públicas. Evaluación Contemporánea en *Serie Debates CI, N° 10 junio de 2012*, Comunicación e Información. UNESCO. Montevideo, Uruguay

Caletti, Sergio (2000). “¿Quién dijo República? Notas para un análisis de la escena pública contemporánea” en *Revista Versión 10*. UAM-X. México. Págs. 15-58.

Cerbino, Mauro (2002). *Medios de Comunicación e Interculturalidad. En los Caminos de la Diversidad*: Flacso- Sede Ecuador.

<http://www.flacsoandes.org/web/debate.php?c=1486&debate=772>

Consejo Consultivo de Radio y Televisión CONCORTV (2007). *Primer Congreso Internacional de Radio y Televisión Estatal: Una agenda pendiente*. Lima.

Fernández, Viviana M (2006). *Diagnóstico de Medios Estatales en Bolivia*. CRIS Bolivia y FES ILDIS. La Paz.

Fuenzalida Fernández, Valerio (2001). “Programación: Por una televisión pública para América Latina”. En: *Rincón, Omar. (Comp.). Televisión Pública: Del Consumidor al Ciudadano*. Friedrich Ebert Stiftung. Programa de Medios de Comunicación. Convenio Andrés Bello. Bogotá. Págs. 137 a 178.

Galindo Soza, Mario.(2011) “Cumplimiento del derecho a la educación en Bolivia” La Paz, Diciembre, 2011. Mesa de Trabajo en Educación (MTE).

García Canclini, Néstor (2004). *Diferentes, desiguales, desconectados*. Ed. Gedisa, Barcelona.

Herrera Miller, Karina (2013). “La construcción del mito indígena en la comunicación gubernamental de Evo Morales 2005-2011”. En: *Caudillismo, e-política y teledemocracia. Comunicación de gobierno en América Latina*. Matías Ponce y Omar Rincón (Coord.). Editorial Fin de Siglo. Montevideo, Uruguay.

Herrera Miller, Karina (Sistematización) (2007). *Memoria del Seminario de la International Public Television (INPUT) 2007: Bolivia. Televisión Pública de calidad ¿Por quién y para quién?* La Paz, 3 al 7 de diciembre 2007.

Iazzeta Osvaldo (2008). “Lo público, lo estatal y la democracia”. En *Iconos. Revista de Ciencias Sociales, número 32,septiembre*, pp. 49-60. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede Académica de Ecuador, Quito.

Martín-Barbero, Jesús (2001). “De las Políticas de Comunicación a la reimaginación de la Política”. *Revista Nueva Sociedad* N° 75. Caracas, Venezuela. Págs. 70 a 84.

Martín-Barbero, Jesús (2001). “Claves de Debate: televisión pública, televisión cultural”. *En: Rincón, Omar. (Comp.). Televisión pública: del consumidor al ciudadano.* Friedrich Ebert Stiftung. Programa de Medios de Comunicación. Convenio Andrés Bello. Bogotá.

Martín-Barbero, Jesús, Germán Rey y Omar Rincón (2000). “Televisión pública, cultural, de calidad”. *En: Revista Gaceta, n° 47.* Bogotá, Ministerio de Cultura, Dic-2000, Págs. 50-61.

Orozco Gómez, Guillermo (2001). “Audiencias: Mediaciones y Opinión Pública”. *En: Rincón, Omar (Comp.). Televisión Pública: Del Consumidor al Ciudadano.* Friedrich Ebert Stiftung. Programa de Medios de Comunicación. Convenio Andrés Bello.

Peñaranda, Raúl *et al.* (2008). *Los Canales en Cuestión. Cómo trabajan Unitel y Canal 7.* Fundación Friedrich Ebert. La Paz.

Piñuel Raigada, José Luis (2003). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido.* Universidad Complutense de Madrid.

Quiroga Trigo, María Soledad (2012). “Comunicación y Ciudadanía intercultural”. *En: Comunicación para una ciudadanía integral intercultural. Memoria de los Seminarios.* ONADEM/ Fundación UNIR Bolivia y Universidad Andina Simón Bolívar. La Paz.

Rabotnikof, Nora. 1993. *Lo público y sus problemas, notas para una reconsideración,* Instituto de Investigaciones Filosóficas. UAM, México.

Rey, Germán (2001). “Panorama. El Escenario móvil de la televisión pública”. *En: Rincón, Omar. (Comp.) Televisión pública: del consumidor al ciudadano.* Friedrich Ebert Stiftung. Programa de Medios de Comunicación. Convenio Andrés Bello. Bogotá

Rey, Germán (2005). “Consistencia y evaporación de los significados. Las relaciones entre medios de comunicación y política”. *En: Comunicación y Política, en una democracia ética por construir*. Veeduría Ciudadana de Comunicación/ Calandria. Lima.

Rincón, Omar (2001). “Introducción. La Televisión: Lo más importante de lo menos importante”. *En: Rincón, Omar. (Comp.). Televisión Pública: Del Consumidor al Ciudadano*. Friedrich Ebert Stiftung. Programa de Medios de Comunicación. Convenio Andrés Bello. Bogotá.

Sandoval, Vania (2014). *Periodismo de Paz en el Marco de la Comunicación Democrática*. Fundación UNIR Bolivia. La Paz.

Sandoval, Vania (2015). “Desafíos para avanzar hacia una mayor democratización del espacio público en Bolivia (área de comunicación)”. *En: Lo Público en la Pluralidad. Ensayos desde Bolivia y América Latina*. Gonzalo Rojas Ortuste, Coordinador. CIDES-Universidad Mayor de San Andrés, La Paz).

Sandoval, Vania (2014). “El Rol de los Medios Públicos en el Estado Plurinacional”. Págs. 243 a 252. *En: Medios a la Vista 3*. Fundación UNIR Bolivia. La Paz, 2014.

Organización de Estados Americanos OEA, (2010). *Ley Modelo Interamericana de Acceso a la Información Pública*. Documento presentado por el Grupo de Expertos sobre Acceso a la Información coordinado por el Departamento de Derecho Internacional, de la Secretaría de Asuntos Jurídicos, 29 de abril 2010.

Subirats, Joan (2011). *Otra sociedad ¿otra política? De “no nos representan” a la democracia de lo común*. Ed. Icaria, Barcelona.

Torrigo, Erick (2009). Buscando calidad: los medios informativos bajo observación. *En: Medios a la Vista. Informe sobre el periodismo en Bolivia, 2005-2008*. Fundación UNIR. Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación ABOCCS. La Paz, 2009.

Torrigo, Erick. (2010). Información y comunicación, derechos de todas las personas. Notas para un programa de reflexión. Fundación UNIR Bolivia

Torrigo, Erick (2011). “La reconfiguración del campo mediático boliviano desde la política (2006-2011)”. *En: Medios a la Vista 2. Análisis sobre el Derecho a la Información y la comunicación y el Periodismo en Bolivia 2009-2011*. ONADEM/UNIR, La Paz.

Torrigo, Erick (2014). Tras las Huellas del DIC en Bolivia 2009-2013. Fundación UNIR Bolivia, La Paz.

Torrigo, Erick “Más allá del Pensamiento Comunicacional Occidental”(Páginas 171-183). *En: publicación Memoria Académica, VI Ciclo de Estudios Especializados en Comunicación. Pensamiento Crítico e Investigación de la Comunicación: Bases y Retos*, realizado del 25 al 27 de septiembre de 2014, en Cochabamba, Bolivia. Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación ABOIC.

UNESCO, 2002, Carta de Santo Domingo. 31 de julio 2002.

UNESCO (2001). Declaración Universal sobre la diversidad Cultural, que fue adoptada por la Conferencia General de la Unesco en su sesión 31 en noviembre de 2001.

UNESCO (2016). Análisis del Desarrollo mediático en Bolivia. Basado en la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO. Preparado para la UNESCO por el Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de la Fundación UNIR Bolivia.

UNIR, 2014. Propuesta de la Fundación UNIR Bolivia para audiencia pública a propósito del proyecto de Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Pàg 215. *En: Medios a la Vista 3. Análisis sobre el Derecho a la Información y la Comunicación y el Periodismo en Bolivia 2012-2013*. Fundación UNIR Bolivia. Julio 2014

Villegas, Sandra (2011). “Fuentes oficiales y temática política prevalecen en los medios gubernamentales”. *En: Medios a la Vista 2. Análisis sobre el Derecho a la Información y la Comunicación y el Periodismo en Bolivia 2009/2001*. ONADEM/UNIR. La Paz, Bolivia.

NORMATIVA CITADA

- Decretos Supremos 27329 (enero 2004) y 28168 (Mayo 2005), relativos a la Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Decreto Supremo 78, de 15 de abril de 2009, relativo a la creación de la empresa Bolivia TV
- Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia (2009).
- Ley contra el Racismo y toda forma de discriminación, número 045, del 8 de Octubre 2010.
- Ley de Régimen Electoral. Ley 026 de 30 de Junio de 2010
- Ley N° 031 Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Ibáñez”. Fue promulgada el 19 de julio de 2010.
- Decreto Supremo 793 del 15 de febrero de 2011. Creación del Ministerio de Comunicación.
- Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación; Ley 164 de 8 de Agosto 2011.
- Ley N° 0164 del Reglamento Para La Difusión De La Propaganda Electoral. Resolución TSE-RSP N 429/2014. La Paz, 11 de septiembre 2014 de Agosto de 2011.
- Reglamento de la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación. Decreto Supremo N° 1391, 24 de octubre de 2012.
- Ley de Participación y Control Social N° 341 de 5 de febrero de 2013
- Reglamento para Campaña y Propaganda Electoral en Referéndo. TSE. 6 de Noviembre 2015.
- Ley Municipal Autónoma N° 165. Acceso a la Información Pública. Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. Enero 2016.

PÁGINAS WEB CITADAS

<http://www.rtvecuador.ec/documentos/>

http://www.spr.gob.mx/secciones/es/preguntas_frecuentes.html

<http://www.spr.gob.mx/secciones/es/transparencia.html>

<http://www.concortv.gob.pe/>

www.comunicacion.gob.bo

www.lapaz.bo

www.flacsoandes.org

www.unirbolivia.org

www.oea.org

www.unesco.org

www.cambio.bo

www.abi.bo

www.patrianueva.bo

www.boliviavtv.bo

www.eldeber.com.bo

www.paginasiete.bo

<http://www.la-razon.com/>

www.lostiempos.com

www.erbol.com.bo

www.noticiasfides.com

VI. ANEXOS

6.1 NORMATIVA CITADA

Con fines de verificación y apoyo, solamente se transcriben textualmente los artículos citados en cada norma relativos a los medios estatales.

Las normas están transcritas en orden cronológico.

Los textos completos y oficiales de las normas pueden ser consultados en gacetaoficialdebolivia.gob.bo

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO

Aprobada en Febrero 2009

CAPÍTULO SÉPTIMO

COMUNICACIÓN SOCIAL

Artículo 106. *I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.*

II. El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa.

III. El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información.

IV. Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información.

Artículo 107. I. Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados.

II. La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad. Estos principios se ejercerán mediante las normas de ética de autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación y su ley.

III. Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios.

IV. El Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades.

Creación de Bolivia TV

DECRETO SUPREMO N° 0078

15 de Abril 2009

EVO MORALES AYMA

PRESIDENTE DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

D E C R E T A: ARTÍCULO 1.- (OBJETO). El presente Decreto Supremo tiene por objeto crear la Empresa Estatal de Televisión denominada “BOLIVIA TV”; determinar su naturaleza jurídica, objeto, patrimonio; y establecer la conformación y atribuciones de su Directorio y de su Gerente General.

ARTÍCULO 2.- (NATURALEZA JURÍDICA).

I. La Empresa Estatal de Televisión denominada “BOLIVIA TV”, se constituye como persona jurídica de derecho público, de duración indefinida, con patrimonio propio y autonomía de gestión administrativa, financiera, legal y técnica, bajo tuición del Ministerio de la Presidencia.

II. La organización, funcionamiento y operaciones de “BOLIVIA TV” están sujetas a la normativa legal y sus disposiciones reglamentarias en vigencia.

ARTÍCULO 3.- (EMPRESA ESTRATÉGICA). La Empresa Estatal de Televisión “BOLIVIA TV” queda establecida como Empresa Pública Nacional Estratégica – EPNE.

ARTÍCULO 4.- (OBJETO DE LA EMPRESA). “BOLIVIA TV” tiene por objeto la prestación del servicio de televisión a través de la emisión y reproducción de sus señales en todo el territorio boliviano, constituyéndose en un medio de comunicación, educación e información, que contribuya a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas, fortaleciendo la integración del Estado Plurinacional de Bolivia.

ARTÍCULO 5.- (PATRIMONIO Y PRESUPUESTO).

I. El Patrimonio de “BOLIVIA TV” estará constituido por recursos provenientes de:

a) Aporte de capital del Tesoro General de la Nación – TGN por única vez, en función a la disponibilidad del flujo de caja.

b) Recursos específicos generados por la empresa.

c) Recursos y bienes provenientes de la Liquidación de la ex - Empresa Nacional de Televisión

Boliviana – ENTB.

d) Transferencias de capital.

II. “BOLIVIA TV” podrá coordinar la gestión de financiamientos provenientes de otras fuentes internas o externas con las instancias públicas competentes, que le permitan ampliar, modernizar y/o mejorar sus servicios, de acuerdo a disposiciones en vigencia.

Ley de Régimen Electoral

LEY DE RÉGIMEN ELECTORAL

Ley 026 de 30 de Junio de 2010

CAPÍTULO III

FORMAS DE DEMOCRACIA

Art. 21. (RÉGIMEN DE REFERENDO). La campaña y propaganda electoral serán realizadas únicamente por las organizaciones políticas y las organizaciones de la sociedad civil y de las naciones y pueblos indígena originario campesinos registradas, que estén a favor o en contra de una de las opciones. Estas organizaciones tendrán acceso a la propaganda electoral gratuita.

CAPÍTULO V

ELECCIÓN DE AUTORIDADES DEL ÓRGANO JUDICIAL Y DEL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL PLURINACIONAL

Art. 81. (DIFUSIÓN EN MEDIOS ESTATALES). Los Medios audiovisuales de comunicación del Estado Plurinacional deberán disponer espacios para la difusión, por parte del Tribunal Supremo Electoral, de los datos personales y principales méritos de los postulantes. El Tribunal Supremo Electoral incluirá en el presupuesto del proceso la partida correspondiente para cubrir los costos de esta difusión.

CAPÍTULO VI

ADMINISTRACIÓN Y SUPERVISIÓN DE OTROS PROCESOS ELECTORALES

Art. 123. **(MONITOREO DE PROPAGANDA)**. El órgano electoral plurinacional, mediante el Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE), llevará un monitoreo diario de:

- d) Los tiempos y espacios contratados y difundidos en cada medio de comunicación por cada organización para efectos de control y el establecimiento de multas y sanciones, cuando corresponda.
- e) Los tiempos y espacios destinados por los medios de comunicación audiovisual del Estado para la difusión de propaganda electoral gratuita, por cada organización política o alianza, para efectos de control y de sanción; y
- f) Los contenidos de la propaganda electoral difundida en los medios de comunicación, privados y estatales, para verificar el cumplimiento de las prohibiciones a la propaganda electoral señaladas en esta Ley.

Creación del Ministerio de Comunicación

DECRETO SUPREMO N° 0793

15 de febrero 2011

Al crear el ministerio de comunicación, mediante decreto DECRETO SUPREMO N° 0793 del 15 de febrero 2011, se definen claramente las líneas jerárquicas de las cuales dependen los medios estatales.

ARTÍCULO 4.- (ATRIBUCIONES DE LA MINISTRA(O) DE COMUNICACIÓN). Las atribuciones de la Ministra(o) de Comunicación, son las siguientes:

Promover y regular el desarrollo de la comunicación gubernamental.

- a. Planificar, orientar y supervisar la política de relación del Órgano Ejecutivo con los medios de comunicación gubernamentales.

Art. 6 Atribuciones del Viceministerio de gestión comunicacional

Desarrollar programas y proyectos de fortalecimiento y desarrollo de los medios de comunicación del Estado, así como orientar y supervisar su relacionamiento.

Gestionar la relación con los medios de comunicación social, públicos y privados.

En el Art. 3, se define la estructura jerárquica, donde aparece la

- Dirección General de Medios Estatales, que depende del viceministerio de gestión comunicacional.

Ley General de Telecomunicaciones

LEY GENERAL DE TELECOMUNICACIONES, TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Ley 164, 8 de Agosto 2011

Esta Ley fijó un nuevo criterio de distribución de las frecuencias del espacio radioeléctrico y estableció la obligación de la transmisión gratuita, dos veces por año, de los mensajes presidenciales. Al respecto, el Art. 10 de esa norma señala:

I. La distribución del total de canales de la banda de frecuencias para el servicio de radiodifusión en frecuencia modulada y televisión analógica a nivel nacional donde exista disponibilidad, se sujetará a lo siguiente:

- 1. Estado, hasta el treinta y tres por ciento.*
- 2. Comercial, hasta el treinta y tres por ciento.*
- 3. Social comunitario, hasta el diecisiete por ciento.*
- 4. Pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas hasta el diecisiete por ciento.*

La asignación de frecuencias se realizará de la siguiente forma:

- 1. Las frecuencias destinadas al Estado serán definidas por el Órgano Ejecutivo del nivel central.*
- 2. Las frecuencias destinadas al sector comercial serán asignadas por licitación Pública.*
- 3. Las frecuencias destinadas al sector social comunitario y los pueblos indígena originario campesinos, y comunidades interculturales y afrobolivianas, serán asignadas mediante concurso de proyectos, y su calificación se realizará mediante indicadores objetivos.*

A su vez, el Art. 112 dice:

“Los operadores de radiodifusión de señales de audio y video (radio y televisión abierta) y distribución de señales de audio y video, están obligados a realizar dos transmisiones en cadena al año, sin pago alguno, de los mensajes oficiales de la Presidenta o Presidente del Estado Plurinacional dirigidos a todas las personas del país”.

Reglamento para la Difusión de Propaganda Electoral

REGLAMENTO PARA LA DIFUSIÓN DE LA PROPAGANDA ELECTORAL

Resolución TSE-RSP N 429/2014

La Paz, 11 de septiembre 2014

Art. 18. (ELABORACIÓN DEL PLAN DE DIFUSIÓN). El Tribunal Supremo Electoral elaborará el plan de difusión de propaganda electoral gratuita de las organizaciones políticas o alianzas, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones de las naciones y pueblos indígenas originario campesinas, en Proceso Electorales, Referendos o Revocatorias de mandato, cuando corresponda.

Art. 19. (PROPAGANDA ELECTORAL GRATUITA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTATALES). I. Los medios estatales de comunicación social otorgarán en forma gratuita, por tiempo igual y dentro de los mismos horarios, espacios de propaganda electoral a organizaciones políticas o alianzas, en Procesos Electorales y a organizaciones políticas o alianzas, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones de las naciones y pueblos indígena originario campesinas, en Referendos y Revocatorias de mandato.

- a) **Sorteo del orden de la difusión.** El Tribunal Supremo Electoral a través del Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE), con cuarenta y cinco (45) días de anticipación al día de la votación y con la presencia del representante legal del medio de comunicación estatal y un delegado acreditado de cada organización política o alianza, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones de las naciones y pueblos indígena originario campesinas, realizará el acto de sorteo del orden de la difusión de propaganda electoral gratuita y la elaboración del plan de difusión.

La inasistencia del representante legal del medio estatal o del delegado acreditado de la organización política o alianza, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones de las naciones y pueblos indígena originario campesinas, no invalidará el acto de sorteo.

Sin perjuicio de lo señalado precedentemente, la inasistencia del representante legal del medio estatal, constituye falta electoral.

- b) Equidad.** En los casos de Referendos o Revocatorias de mandato, la organización política o alianza, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones de las naciones y pueblos indígena originario campesinas, tienen derecho a que los tiempos y espacios de la propaganda se distribuyan equitativamente por cada una de las opciones.
- c) Periodo de propaganda.** La propaganda electoral gratuita comenzará veinte (20) días antes del día de los comicios hasta las setenta y dos (72) horas antes de la jornada electoral.

Artículo 20. (COMUNICACIÓN). El Tribunal Supremo Electoral remitirá el Plan de difusión al medio de comunicación estatal en el plazo máximo de cuarenta (40) días antes del acto electoral.

Artículo 21. (EXCLUSIÓN). La difusión de la propaganda electoral gratuita en medios de comunicación estatal, no incluye la proclamación de candidaturas o cierre de campaña en procesos **electorales, referendos o revocatorias de mandato, según corresponda.**

El Capítulo VII es la normativa del Monitoreo de Propaganda. En el Art. 25 señala que dentro de su finalidad y alcance está verificar el cumplimiento del plan de medios en la difusión de la propaganda electoral pagada, y “en la difusión de propaganda electoral gratuita se verificará el cumplimiento del Plan de Difusión elaborado por el Tribunal Supremo Electoral.”. Según el Art. 27, el

SIFDE es el organismo encargado de realizar el monitoreo de la propaganda electoral en proceso electorales, referendos y revocatorias de mandato y *“emitirá informes técnicos diarios sobre el cumplimiento de la normativa legal y resoluciones emitidas por el Tribunal Supremo Electoral respecto a los tiempos y espacios contratados y difundidos , así como sobre los contenidos de la propaganda electoral difundida en medios de comunicación privados o estatal, otorgada por el Tribunal Supremo Electoral o contratada por las organizaciones políticas o alianzas, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones de las naciones y pueblos indígenas originario campesinas.”*

El SIFDE será el organismo encargado de la elaboración de instrumentos técnicos para la realización del monitoreo a los medios de comunicación.

Reglamento para Campaña y Propaganda Electoral

REGLAMENTO PARA CAMPAÑA Y PROPAGANDA ELECTORAL

Aprobado el 6 de noviembre 2015

La campaña electoral para el Referendo que se realizó el 21 de febrero de 2016, se ajustó al “Reglamento para campaña y Propaganda Electoral en Referendo”, aprobado por el nuevo Tribunal Supremo Electoral el 6 de noviembre 2015. Dicho reglamento afirma que la difusión de informaciones y la emisión de opiniones son libres en los medios de comunicación masiva. A la vez, se pide a los medios realizar una cobertura informativa plural:

Artículo 8. (DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN Y OPINIÓN).- *I. La difusión de informaciones, la emisión de opiniones y la promoción de debates en los medios de comunicación masiva acerca del Referendo, así como sobre las opciones en consulta, son libres y quedan garantizadas por el derecho constitucional a la libertad de expresión. II. En apego al derecho constitucional a la información, se exhorta a los medios de comunicación masiva, directores(as), editores(as) y periodistas a realizar una cobertura informativa plural y a promover debates y opiniones con participaciones, espacios y tiempos equilibrados para las opciones sometidas a consulta en el Referendo, según los principios establecidos en el presente Reglamento. Se exhorta en especial a respetar el periodo de silencio electoral.*

El Art. 16 del Reglamento pide transparentar las acciones relativas a la difusión de propaganda.

Artículo 16.- (INFORME DE DIFUSIÓN).- Para efectos de fiscalización y transparencia, de conformidad con el artículo 266, parágrafo II, de la Ley 026 del Régimen Electoral, los medios de comunicación masiva habilitados para la difusión de

propaganda electoral remitirán al Tribunal Electoral correspondiente un informe de difusión que contenga la relación pormenorizada y documentada de los ingresos percibidos por propaganda y el detalle de facturación por cada organización, especificando los tiempos y espacios utilizados, sus horarios y las tarifas cobradas.

El informe de difusión deberá remitirse al Tribunal Electoral correspondiente en un plazo máximo de sesenta (60) días calendario, posteriores al día de la votación.

El Reglamento señala que existirán espacios para realizar campaña electoral gratuita en los Medios Públicos (estatales). El Art. 18 así lo establece.

SECCIÓN II PROPAGANDA ELECTORAL GRATUITA

Artículo 18. (SUJETOS).- La propaganda electoral gratuita en medios de comunicación masiva estatales está reservada para las organizaciones políticas, organizaciones de la sociedad civil y organizaciones de las naciones y pueblos indígena originario campesinos que se registren como Sujetos habilitados en el Tribunal Electoral correspondiente.

Artículo 19. (ELABORACIÓN DEL PLAN DE DIFUSIÓN).- El Tribunal Supremo Electoral, a través del Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE), elaborará el Plan de difusión de franjas de propaganda electoral gratuita por Frentes de opción y/o por organizaciones, garantizando igual tiempo y espacio para cada una de las opciones sometidas a consulta en referendo.

Artículo 20. (CRITERIOS Y PROCEDIMIENTO PARA EL PLAN DE DIFUSIÓN DE PROPAGANDA ELECTORAL GRATUITA). I. El Tribunal Supremo Electoral, a través del SIFDE, convocará a las o los representantes de los sujetos habilitados con cuarenta (40) días de anticipación al día de la votación para el sorteo del orden de difusión de la

propaganda electoral gratuita definida en franjas de difusión por cada una de las opciones sometidas a consulta en el Referendo.

II. El Tribunal Supremo Electoral remitirá el Plan de difusión a los medios de comunicación masiva estatales con treinta (30) días de anticipación del acto electoral.

6.2 EJEMPLO DE FICHA DE SISTEMATIZACIÓN DEL ANÁLISIS (CORRESPONDIENTE A UN NOTICIERO)

Monitoreo 2016

Medio Televisivo: Bolivia TV

Noticiero de media jornada (Segunda Edición)

Lunes 27 de junio 2016

Nº	Tiempo de duración	Lugar	Tema	Tipo de Nota	Idea principal o lead	Titulación pie de pantalla	del presentador	de la fuente	Fuente					Observaciones		
							Uso de adjetivos	Uso de adjetivos	Nombre fuente	Cargo fuente	Nº de fuentes consultadas					
											Oficialista	Opositores	Analistas	Otros		

1	32 minutos	Villa Tunari - Cochabamba	Conmemoración de la masacre de villa Tunari y la fundación de Radio Soberanía	Social	Fundación de Radio Soberanía y conmemorando a los caídos de la masacre de villa Tunari en 1988, la lucha, la organización y la unidad de los sectores sociales han logrado que nuestro país tenga soberanía, tenga dignidad y puedan liberarse de las torturas y de todo lo que antes se sufría en este sector de este país; las luchas sociales que también han permitido mejorar las vidas de todos los bolivianos a la cabeza del presidente del Estado Plurinacional de Bolivia, Evo Morales Ayma.	Conmemoración 28 años de la masacre de villa Tunari	N/A	<p>"El Presidente Evo es el presidente más patriota de toda Bolivia, el presidente más importante de toda la historia de Bolivia; al presidente al que hoy lo acusan de todo para tratar de desmoralizar a los movimientos sociales, tratan de generar dudas, para dividir a los dirigentes de sus bases".</p> <p>"el pretexto de controlar el petróleo de bajo la tierra, pretexto para impedir que el movimiento cocalero lidere a Bolivia de la opresión colonial, y por eso criminalizaban a El Chapare querían ver como un territorio vinculado al narcotráfico por eso</p>	Juan Ramón Quintana	1	1	Ministro de la Presidencia	El noticiero empezó directamente con un enlace del discurso de Juan Ramón Quintana.
---	------------	---------------------------	---	--------	--	---	-----	--	---------------------	---	---	----------------------------	---

								tercera categoría y el imperio por eso está en guerra contra Bolivia, el imperio nos está atacando todos los días a través de los <i>cipayos de la derecha</i> , a través de sus voceros de la derecha que atacan sin fundamento a nuestro Gobierno a nuestro Presidente".								
2		Potosí	Silala	Político	Una brigada parlamentaria del departamento del Potosí se prepara para visitar los manantiales del Silala esto a tiempo también de que la delegación chilena parlamentaria visite el lugar en el mes de julio	Diferentes organizaciones visitarán el Silala	N/A	N/A	David Ramos	Diputado del MAS	1				1	

3		Potosí	Dificultades del Transporte pesado boliviano en Arica Chile	Social	Este próximo 29 de julio una comisión de la cámara de transporte pesado y carga de nuestro país se va a trasladar a Arica en territorio chileno, esto para reunirse con autoridades de aquella ciudad y dar a conocer la molestia por las medidas asumidas y el perjuicio que han generado.	miércoles 29 comisión viaja a Arica - Chile	N/A	N/A	Gustavo Rivadeneira	Representante del transporte pesado						1	1		
4		La Paz	Silala	Político	Pero también asambleístas nacionales consideran que la realidad histórica sobre las aguas del manantial del Silala apuntalará el trabajo del equipo que defenderá los manantiales en la Corte Internacionales de Justicia.	Bolivia respaldada con la verdad histórica	N/A	N/A	David Ramos	Diputado del MAS	1						1	1	
							N/A	N/A	N/I	N/I						1	1	entrevistado o no identificado	

5	La Paz	Silala	Político	Sobre este tema el Ministro de Defensa Reymi Ferreira, ha denunciado la falta de voluntad política de autoridades chilenas el no cumplir el pacto de Bogotá y además el desminado de las fronteras.	Chile incumple pacto de Bogotá	N/A	N/A	Reymi Ferreira	Ministro de Defensa	1					1
6	Santa Cruz	dominado en Fronteras entre Bolivia - Chile	Político	Ministro de Autonomías, Hugo Siles, el libro que presentó el Gobierno chileno "vocación de Paz" sería contradictorio ya que las políticas de seguridad chilenas dicen lo contrario; el ministro recordó que el Gobierno chileno no obedecen el tratado de Ottawa para el retiro de minas antipersonales que mantendría con la frontera a Bolivia.	"Gob. chileno tiene políticas beligerantes"	N/A	N/A	Hugo Siles	Ministro de Autonomías	1					1
7				Pronósticos del tiempo											0

8	La Paz	comercialización de azúcar de la empresa estatal San Buena Aventura	Económico	Y hay buenas noticias para el país ya que en el mes de diciembre iniciará la comercialización de 140 mil quintales del ingenio azucarero de San Buena Aventura en el departamento de La Paz, pero además se ha informado que el proyecto tiene un avance del 97.4 por ciento.	En diciembre iniciará la comercialización de azúcar	N/A	N/A	N/I	N/I						1	entrevistado o no identificado
9	La Paz	Paro de 72 horas anunciado por la COB	Social	Tenemos que cambiar por que para esta tarde está previsto un ampliado de la Central Obrera Boliviana (COB), en el mismo definirán si acatarán la medida de presión anunciada de 72 horas a partir del día miércoles, sin embargo a la fecha todavía el sector no ha propuesto ninguna solución al conflicto .	Ampliado definirá paro de 72 horas	"El Gobierno también espera también propuestas de solución por parte del sector de los trabajadores quienes señalaron que los plantearon, sin embargo, no son claros cuando se trata de darlos a conocer"	N/A	Hermo Pérez	Primer Secretario General de la C.O.B.						1	1
10				Panorama internacional												0
																0
																5 0 0 3 9