

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO**



TESIS DE GRADO

**LÍMITES JURÍDICOS E INSTITUCIONALES DEL
DERECHO A INFORMAR CON OBJETIVIDAD DE
LOS PERIODISTAS Y LA CONDICIÓN DE LOS
PROPIETARIOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIATURA EN DERECHO

POSTULANTE: JUAN CARLOS JIMENEZ RIVERA

TUTOR: Dr. ARTURO VARGAS FLORES

La Paz – Bolivia
2012

DEDICATORIA

A todas las víctimas, que en algún momento se Sintieron impotentes ante los medios de Comunicación, ante los periodistas y propietarios irresponsables, para el DERECHO INALIENABLE A LA INFORMACIÓN CON OBJETIVIDAD.



AGRADECIMIENTOS

A mis padres Ana Maria Rivera y Raul Jiménez E. que Siempre me inculcaron la noble actividad de la defensa de nuestros derechos, que nunca olvidaron el estímulo para que culminara mis estudios, para elaborar la presente Tesis, concluirla y defenderla con pasión y convicción. **A los Docentes que desinteresadamente imparten sus invaluable conocimientos.**

A mi esposa Indria Arauz Da Silva a mis hijos Gary, Carlos Raul, Janis Yumi y mis queridos hermanos a Karen mi cuñada que siempre me han brindado su apoyo incondicional para mi formación académica.

RESUMEN (ABSTRACT)

La comunicación constituye una capacidad innata del ser humano y los medios de comunicación sólo son instrumentos que amplían esa capacidad humana, que al ampliarse y perfeccionarse, ejercen una gran influencia sobre la vida pública y privada de las personas y de sus familias, y en general de toda la sociedad.

La presente tesis es un estudio de carácter jurídico – social, tanto de leyes nacionales como instrumentos internacionales, de la actividad actual de los medios de comunicación social: impresos, radiofónicos, televisivos; pretende demostrar que los medios de comunicación manejados con irresponsabilidad, violan el derecho a la información con objetividad, imparcialidad y veracidad; ninguna justificación, menos el objeto estrictamente comercial, justifican este manejo.

El estudio manifiesta el derecho a la libre expresión pública entrando en conflicto y contradicción con la privacidad y libertad individual, así como con el derecho a ser informado verazmente. Esta contradicción es objeto de análisis de la presente investigación tratando de establecer un equilibrio y un justo medio (ética aristotélica) normativo entre la libertad de expresión y la regulación de contenidos emitidos por los medios de comunicación, especialmente en lo referido al manejo de la información. Vale decir, entre el derecho a la libertad de expresión y los derechos del consumidor de noticias.

Por todo lo manifestado anteriormente ha sido necesaria una investigación de recolección de datos, observando e interpretando la realidad actual y el ámbito donde se desenvuelven los medios de comunicación social, desde la perspectiva jurídica y social.

La presente Tesis es de carácter propositiva, demostrando la necesidad urgente de contar con una actualización de la Ley de Imprenta y un reglamento de autorregulación interno de los medios de comunicación en Bolivia; para ello concluyo con ambas propuestas que presento a consideración del tribunal para optar al grado de Licenciatura en Derecho.

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

1.- ENUNCIADO DELTEMA.....	Pág. IX
2.- IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.....	Pág. IX
3.- PROBLEMATIZACION DEL TEMA DE LA TESIS.....	Pág. X
4.- DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	Pág. XI
4. 1.- DELIMITACION TEMATICA.....	Pág. XI
4. 2.- DELIMITACION ESPACIAL.....	Pág. XI
4. 3.- DELIMITACION TEMPORAL.....	Pág. XI
5.- FUNDAMENTACION E IMPORTANCIA DEL TEMA.....	Pág. XII
6.- OBJETIVOS.....	Pág. XIII
6. 1.- OBJETIVO GENERAL.....	Pág. XIII
6. 2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	Pág. XIII
7.- MARCO TEORICO.....	Pág. XIV
8.- HIPOTESIS DE TRABAJO.....	Pág. XV
9.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	Pág. XVII

10.- TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN..... Pág. XIX

INTRODUCCION.....Pág. 1

CAPITULO I

EL PROCESO SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN

I. I.- INFORMACION Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

I. II.- PERIODISMO Y DERECHO A LA INFORMACIÓN.

I. III.- PERIODISMO Y OBJETIVIDAD.

I. IV.- TELEVISIÓN PÚBLICA Y TELEVISIÓN PRIVADA.

I. I.- INFORMACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN Pág. 3

I. II.- COMUNICACIÓN PERIODISMO Y DERECHO A LA
INFORMACIÓN..... .Pág.16

I. III.- PERIODISMO Y OBJETIVIDAD Pág. 24

I. IV.- TELEVISIÓN PÚBLICA Y TELEVISIÓN
PRIVADA.....Pág. 35

CAPITULO II
EL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA
RESPONSABILIDAD DE LA TAREA PERIODISTICA.

II. I.- ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

II. II.- EL DERECHO A LA INFORMACIÓN.

II. III.- LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN.

**II. IV.- LA ACTIVIDAD INFORMATIVA, LEY DE IMPRENTA Y LEY
DE TELECOMUNICACIONES.**

II. V.- CODIGO DE ÉTICA DE LA PRENSA.

II. VI.- DERECHOS HUMANOS E INFORMACIÓN.

II. I.- ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

..... **Pág.44**

II. II.- EL DERECHO A LA INFORMACIÓN..... **Pág.46**

II. III.- LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN..... **Pág.55**

**II. IV.- LA ACTIVIDAD INFORMATIVA, LEY DE IMPRENTA Y LEY
DE TELECOMUNICACIONES.....** **Pág.58**

II. V.- CÓDIGO DE ÉTICA DE LA PRENSA..... **Pág.64**

II. VI.- LOS DERECHOS HUMANOS Y LA INFORMACIÓN

..... Pág.67

CAPITULO III

EL DERECHO A LA INFORMACION Y LA NORMATIVA BOLIVIANA

III. I.- CÓDIGO CIVIL BOLIVIANO

III. II.- CÓDIGO PENAL BOLIVIANO

III. III.- CÓDIGO NIÑO, NIÑA Y ADOLESCENTE

III. IV.- LEY DEL RÉGIMEN ELECTORAL

**III. V.- LEY DEL RACISMO Y TODA FORMA DE
DISCRIMINACIÓN**

III. I.- CÓDIGO CIVIL BOLIVIANO..... Pág. 75

III. II.- CÓDIGO PENAL BOLIVIANO..... Pág. 76

III. III.- CÓDIGO NIÑO, NIÑA Y ADOLESCENTE..... Pág. 78

III. IV.- LEY DEL RÉGIMEN ELECTORAL..... Pág. 79

III. V.- LEY CONTRA EL RACISMO Y TODA FORMA DE

**EL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA NORMATIVA
INTERNACIONAL**

III. VI.- CHILE Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN.

III. VII.- PERÚ Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN.

**III. VIII.- VENEZUELA Y EL DERECHO A LA
INFORMACIÓN.**

III. IX.- ECUADOR Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN.

III. VI.- CHILE Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN 82

III. VII.- PERÚ Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN 83

III. VIII.- VENEZUELA Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN .. 83

III. IX.- ECUADOR Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN 85

CAPITULO IV

FUNCION SOCIAL DEL PERIODISMO

VI.- I.- RESPONSABILIDAD EMERGENTE DE LA ACTIVIDAD

INFORMATIVA Y DE LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE

COMUNICACIÓN..... Pág. 89

CONCLUSIONES..... Pág.106

RECOMENDACIONES..... Pág.111

PROPUESTA..... Pág.113

BIBLIOGRAFIA..... Pág.129

ANEXOS.

1.- ENUNCIADO DEL TEMA DE LA TESIS.

“LÍMITES JURÍDICOS E INSTITUCIONALES DEL DERECHO A INFORMAR CON OBJETIVIDAD DE LOS PERIODISTAS Y LA CONDICIÓN DE LOS PROPIETARIOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

2.- IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

La actividad informativa ejercida por los periodistas, entraña responsabilidades y obligaciones tales como la objetividad y veracidad; por lo que a fin de evitar el libre arbitrio, de dichos profesionales, que pueden ocasionar daños en muchos casos irreversibles a la sociedad y a sus miembros, se hace imprescindible y pertinente establecer normas que regulen y sancionen la trasgresión de estas responsabilidades y obligaciones, de acuerdo al transcurso y dinámica del desarrollo social, las consecuencias que puedan surgir por el mal desempeño de la actividad periodística, obliga al Estado establecer claramente, las obligaciones, responsabilidades y derechos de quienes tienen a su cargo quienes ejercen estas importantes funciones, implicando la urgencia de crear una norma que se adecue a nuestra realidad jurídico social .

No obstante, al observar también, que la labor periodística en muchos casos, es distorsionada por las decisiones que determinan los propietarios de los medios de comunicación, es posible identificar la necesidad de regular la manipulación de la información por aquellos que se encuentran en las emisoras radiales, cadenas de televisión o prensa escrita, para que no ingresen de hecho en intereses económicos, ideológicos personales o de grupo,

descuidando el fin social que debe cumplir la comunicación, entendida como transmisora de , información, cultura y desarrollo de las sociedades, por lo que el estudio de investigación del tema, reviste suma importancia para la colectividad.

3.- PROBLEMATIZACIÓN.

¿Es posible regular los contenidos emitidos por los medios sin recortar los alcances y límites al derecho a la libre expresión?

¿Se han establecido los fundamentos Jurídicos e Institucionales para proteger el derecho a informar y ser informado objetivamente?

¿Cómo vamos a definir lo objetivo con respecto a la objetividad?

¿La desactualización jurídica del derecho a informar genera un mal manejo de la actividad periodística en los medios de comunicación?

¿Cumplen los propietarios de los medios de comunicación adecuadamente sus atribuciones sin manipular la difusión de las noticias generadas en nuestro país?

¿Están desprotegidos jurídicamente los trabajadores de los medios de comunicación en el ejercicio de sus funciones periodísticas y en el manejo de la información?

¿Existe respeto irrestricto a la libertad de expresión fundamentado en el derecho ciudadano a una comunicación transparente, ética y de calidad?.

4.- DELIMITACIÓN DEL TEMA

4. 1.- DELIMITACIÓN TEMÁTICA.

La presente tesis se delimita dentro de la temática jurídica y social, y consideraremos la ley de imprenta de 1925 que no cumple objetivamente su función en la regulación de la actividad de los medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión), relacionada con la actividad informativa, sus efectos y consecuencias e impacto de la formación de la conciencia colectiva emergentes de esta problemática.

4. 2.- DELIMITACION ESPACIAL.

El espacio representativo para la investigación se considero a la ciudad de La Paz, tomando una muestra representativa en el centro ciudadano.

4. 3.- DELIMITACIÓN TEMPORAL.

La investigación se realizo de noviembre del 2010 a noviembre del 2011,

5.- FUNDAMENTACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA.

La necesidad que tiene nuestra sociedad de contar con una comunicación y una información veraz y objetiva algo que no garantiza la actual anacrónica Ley de imprenta por no ser posible su aplicación en nuestra realidad siendo sumamente necesario otorgar seguridad jurídica a las partes en este contexto, la población que es donde tiene o surgen los efectos de la información, además de establecer derechos y obligaciones de los periodistas y propietarios de las empresas de los medios. Ahí radica la relevancia social del tema en un mundo en el que la información es fundamental para la opinión pública.

Las investigaciones al respecto son escasamente conocidas y revisten particularidades que tienen efecto sobre determinados intereses privados y públicos que deben ser clasificados y descubiertos, originando temáticas novedosas y hallazgos, que serán divulgados y aplicados en consonancia con el desarrollo contemporáneo de la ciencia y la sociedad.

La influencia de la información difundida por los periodistas es gravitante sobre la conducta de los receptores o de la audiencia, ya que impone normas, induce al consumismo, influye en su pensamiento y sus sentimientos, aplicándoles modelos y valores, extraños, por lo que la investigación demostrara la veracidad y urgencia de establecer una legislación actualizada relacionada a la materia que nos ocupa, que regule los derechos y obligaciones emergentes de la actividad periodística informativa en beneficio del pueblo como receptores de la información.

6.- OBJETIVOS.

6. 1.- OBJETIVO GENERAL.

Establecer la necesidad de contar con una norma que regule clara y eficazmente el desempeño de los medios de comunicación y su interrelación con la sociedad, con la finalidad de efectivizar el derecho a la información con objetividad, veracidad y pluralidad.

6.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Analizar críticamente la información que reciben los ciudadanos a través de algunos medios de comunicación.

Verificar el grado de responsabilidad ética que tienen los periodistas y comunicadores ante la información presentada a la sociedad.

Estudiar la normativa positiva que rige la materia y establecer los mecanismos institucionales y legales que pueden mejorar el derecho a la información plural y con objetividad.

Establecer la importancia del financiamiento que tienen los medios de comunicación.

7.- MARCO TEORICO.

Considerando que el Estado Boliviano se caracteriza por ser un Estado dependiente, atrasado é inmerso en una estructura económica capitalista, la misma que genera un crecimiento en el número de los medios de comunicación en funcionamiento, de los cuales una gran mayoría pertenecen a intereses privados. Tanto en los medios orientados al entretenimiento, información como a la difusión de ideas religiosas, existe una marcada competencia empujados por el libre mercado; la visión enteramente mercantilista con la que se maneja en la mayor parte de la actividad periodística por parte de los responsables, caracteriza el accionar de muchas empresas de medios de comunicación. Sin olvidar el afán de lucro en los medios que ha dado lugar a extremos tales como el nacimiento de medios centrados principalmente en la crónica roja, que cada día vende la tragedia humana como un espectáculo más.

Al mismo tiempo se esconde información o se la difunde de acuerdo a los intereses particulares del propietario o del periodista, sin tomar en cuenta el interés del público, sobre todo en su derecho a la información oportuna para la toma de decisiones, derecho a la información ahora incorporada en la

nueva Constitución Política del Estado como una garantía, en el capítulo séptimo referido a la comunicación social en el art. 106.

La mercantilización de los medios de comunicación ha convertido a la información en un producto de venta, cuya filosofía se reduce a que, en cuanto más interesante, más escandaloso o sensacionalista es el producto va a captar más el interés, por lo que el producto se va a vender mejor. En esa óptica la función económica de la comunicación se ha sobre puesto a la lógica de la información que debe tener principios de veracidad de responsabilidad de ecuanimidad de equilibrio y de imparcialidad; comprobándose en un repaso por el dial radial o televisivo que cerca del 90% de los medios de comunicación en Bolivia pertenecen a empresas privadas que generan un proceso de censura y auto censura a sus propios periodistas, instruyendo en muchos casos lo que debe publicarse y lo que no debe publicarse o editarse, a quienes se debe entrevistar y quienes no tienen acceso a este medio, lo que también lleva a estas empresas a adoptar la línea política de su información. Pero estos lineamientos no consideran la vulneración del derecho que tienen los ciudadanos a recibir una información imparcial. Las personas afectadas en una gran mayoría no cuentan con medios legales para ejercer su derecho, quedando de este modo al margen de la protección de las normas positivas.

Todo lo anteriormente expuesto hace necesaria la incorporación en la legislación nacional, de una normativa que precautele el derecho a recibir información, además de la implementación de un reglamento que este dotado de límites institucionales, a efectos, de que la ciudadanía sea informada con objetividad, veracidad y pluralidad, con el fin de lograr imparcialidad en la información presentada.

8.- HIPÓTESIS DE TRABAJO.

“La incorporación en la Legislación Nacional de una Ley de Imprenta actualizada y un reglamento sobre el derecho a la información con objetividad, veracidad y pluralidad, posibilitará que se garanticen los derechos fundamentales de las personas a recibir información imparcial”.

8.1.- Estructura de la Hipótesis.

Variable Independiente.

Incorporación en la Legislación Nacional de una ley de imprenta actualizada y un reglamento sobre el derecho a la información con objetividad, veracidad y pluralidad.

Variable dependiente.

Posibilitará que se garanticen los derechos fundamentales de las personas a recibir una información imparcial.

UNIDADES DE ANALISIS.

Periodistas

Medios de Comunicación

La legislación insuficiente

Propietarios

Nexos lógicos.

Posibilitará

9.- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

MÉTODOS GENERALES.

MÉTODO DESCRIPTIVO.

Entendido como la medición y evaluación de diversos aspectos y componentes del fenómeno a investigar, para, a partir de de ello, elevar una propuesta. Esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de cualquier temática que se someta a un análisis.

Por esta razón, se observa e interpreta la realidad actual y el ámbito donde se desenvuelven los medios de comunicación social, desde la perspectiva jurídico – social, que justifican la propuesta de incorporar en la legislación vigente una normativa jurídica y un reglamento que permita establecer el rol de los propietarios de los medios de comunicación en el manejo de la información presentada.

MÉTODO INDUCTIVO.

La inducción es el método que conduce el conocimiento que se eleva de lo particular a lo general, de los hechos a la causas y al descubrimiento de leyes. Se ha utilizado, para evidenciar si existe el derecho a la información con objetividad, esto va a permitir elaborar conclusiones generales.

MÉTODO DEDUCTIVO.

Es el método que conduce el conocimiento de lo general a lo particular, este método permitió analizar los diferentes medios de comunicación (prensa escrita, radio, televisión), para posteriormente deducir cual es la influencia que ejercen cada uno de ellos en la población meta a la que van dirigidos y más específicamente en las actitudes políticas, de género o de interpretación de fenómenos y hechos económicos.

MÉTODOS ESPECÍFICOS.

Se utilizó algunos métodos que corresponde al campo del derecho, como ser:

MÉTODO LÓGICO – JURÍDICO.

Con este método se interpretó, analizó y se trató de encontrar contradicciones en la Legislación vigente.

MÉTODO HISTÓRICO.

Nos Permitió analizar la Ley de Imprenta y la libertad de expresión, sus antecedentes y su desarrollo en el proceso histórico de los medios de comunicación en Bolivia.

10.- TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

ENCUESTA.-

La encuesta se constituye en el instrumento más utilizado para la obtención de datos, que se aplica mediante un formulario impreso que los individuos responden por sí mismos.

Las encuestas están dirigidas a la población civil y periodistas por ser actores importantes dentro de los medios de comunicación, la estructuración de las encuestas están compuestas de siete interrogantes orientadas a conocer si se cumple el derecho a la información con objetividad, veracidad, imparcialidad y pluralidad.

La estructura de las encuestas se adjunta en los anexos y el análisis de los resultados se encuentra en el marco práctico, con sus respectivas tablas y gráficos estadísticos.

ENTREVISTA.-

Permitió saber el criterio del profesional periodista sobre el derecho a la información para elaborar conclusiones finales.

INTRODUCCIÓN

Entendiendo a la comunicación como una de las capacidades esenciales del ser humano y la importancia trascendental de esta capacidad como aquella que puede ejercer una gran influencia para la toma de decisiones y o asimilación de criterios de los mismos miembros de la sociedad humana, debemos también entender a los medios de comunicación como un instrumento que con la evolución del desarrollo de las sociedades ha tomado un papel fundamental para poder perfeccionar la capacidad de comunicación de los seres humanos, constituyéndose así en un instrumento que determina la información y la calidad de esta, siendo esta calidad de información y comunicación la que determine, en la gran mayoría de los casos, las decisiones, criterios, acciones, etc., que tome la sociedad.

La presente tesis es un estudio de carácter jurídico social, tanto de leyes nacionales como de instrumentos internacionales, de la actividad actual de los medios de comunicación social: impresos, radiofónicos y televisivos (para este estudio se resaltarán más lo relacionado a éste último medio); este trabajo de investigación, pretende demostrar que los medios de comunicación manejados con irresponsabilidad, violan el derecho a la información con objetividad, imparcialidad y veracidad de la ciudadanía.

El estudio planteado, pretende demostrar, a partir de la utilización de mecanismos de investigación, técnicas de recolección de datos, tales como la encuesta y la entrevista, contrastada con elementos jurídicos, la contradicción de la violación al derecho de la libertad de comunicación propia de todos los ciudadanos, a partir del abuso de la libre expresión, pretendiendo encontrar el equilibrio y el justo límite entre estos derechos, extremos que se constituyen en el objeto de estudio de nuestra investigación desde la perspectiva jurídica social.

La investigación demuestra la pertinencia de contar con una actualización de la Ley de Imprenta y un Reglamento de Autorregulación de los medios de comunicación social en Bolivia, a partir de analizar el tipo de información que reciben los ciudadanos, estudiando el grado de responsabilidad que tienen los periodistas y comunicadores, en base al análisis de la normativa que rige la materia en nuestro país.

La presente ley es de carácter propositiva por que demuestra la necesidad urgente de contar con una norma que reemplace a la ley de imprenta por su inaplicabilidad, por ser obsoleta a nuestra realidad jurídica, pues en su terminología misma no menciona a otros medios de comunicación lo que da paso a dilaciones jurídicas que entorpecen la seguridad jurídica, además que el mecanismo que asigna como procedimiento es precario y difícil en su aplicación por lo que es necesaria una ley sobre el manejo de la información que precautele derechos y obligaciones de forma efectiva.

CAPITULO I

EL PROCESO SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN

- I. I.- INFORMACION Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.
- I. II.- PERIODISMO Y DERECHO A LA INFORMACIÓN.
- I. III.- PERIODISMO Y OBJETIVIDAD.
- I. IV.- TELEVISIÓN PÚBLICA Y TELEVISIÓN PRIVADA.

I.I.- INFORMACION Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

La comunicación es tan antigua como el ser humano, desde la prehistoria éste manifestó la necesidad de comunicarse, constituyéndose en un ser social por excelencia, que ha evolucionado al ritmo del desarrollo de la historia, cultura y el conocimiento.

El término comunicación viene de la voz latina **comunicare** que significa “entrar y poner en común”, este término explica que el ser humano busca comunicarse, caracterizado por el diálogo y por la necesidad de relación entre las personas. Entonces se puede definir “*como el acto esencial de los seres que les permite ser y crecer. Sólo mediante la comunicación la persona humana logra definirse como tal, ser ella misma, desarrollarse, decir su palabra; lo que piensa y siente*”,¹ es aquel proceso por el cual los seres humanos intercambian mensajes, teniendo un carácter natural y universal que alcanza su máxima complejidad en el ser humano viviendo en sociedad. En este sentido se define a la persona como un ser en constante comunicación.

¹ IRIARTE, Gregorio. ORSINI, María, “*Conciencia crítica y medios de comunicación*”, primera edición, Pág. 40, Cochabamba – Bolivia 1995.

La historia de la comunicación se remonta a los orígenes de la humanidad, pero a partir del desarrollo de los medios impresos, numerosas transformaciones han revolucionado el modo en que los seres humanos comparten sus pensamientos.

Analizando las características particulares de los medios de comunicación social, prensa escrita, televisiva y radial, observamos que éstos tienen características semejantes más allá de la diversidad, por lo cual se puede afirmar que los medios de comunicación constituyen un fenómeno global que, más allá de algunas diferencias tienen un objetivo común la comunicación la transmisión de mensajes a la comunidad a una sociedad, es así que remontándonos a la antigüedad romana ya se puede encontrar antecedentes de el derecho a la información.

Al terminar el año 48 a.C. Cayo Julio César, enfrentaba una conspiración de los conservadores en el senado Romano los optímate en la incesante lucha por el control de la República Romana. Dedicado a la política desde sus 17 años, cuando fue nombrado Sacerdote de Júpiter, flamen diales, al llegar a los 50 era procónsul de las Galias Transalpina y Cisalpina e Iliria y tenía mando sobre las legiones de esas provincias. Quería ingresar a Roma y asumir, por segunda vez, el cargo de Cónsul pero, para hacerlo, debía renunciar al proconsulado, despojarse de la inmunidad jurídica que conlleva y exponerse a los juicios que sus acreedores y enemigos querían instaurarle.

Frenado por los conservadores. César decide llegar al sentimiento de las masas, aquellos cuyo levantamiento tanto temían los poderosos, y escribe una carta en la que se declara amigo de la paz y, a tiempo de recordar sus servicios a la República, el haber posibilitado la extensión de sus dominios mediante la conquista de tierras y sus glorias militares, propone que tanto él como Pompeyo renuncien a sus mandos. El tribuno Marco Antonio lee la carta en el senado

pero no consigue cambiar nada. Más aún, el mensaje es ocultado al pueblo que sólo recibe los rumores propagados por Pompeyo en el sentido de que Julio Cesar prepara un asalto de Roma.

Ante tal situación, decide, avanzar hacia Roma y al hacerlo pronunció la celebre frase la suerte esta echada "Alea iacta est". En efecto, la suerte estaba echada porque, espantados ante el ingreso de los legionarios, los senadores abandonaron Roma y así empezó la segunda guerra civil de la República que solo terminó con la derrota definitiva de los pompeyanos y el ascenso definitivo de Cesar al poder absoluto con el título de dictador.

Así, Cayo Julio Cesar cumplió su sueño de toda la vida, gobernar, político como era, Julio Cesar sabía que tras llegar al poder, el siguiente paso era afianzarse en él así que sus siguientes acciones estuvieron orientadas hacia ese objetivo.

Cuando tenía 30 años y era edil curul de Roma aprendió que el pueblo estaba tranquilo si se le daba pan y circo así que, ya en la cima del poder, lo fomento de tal forma que el espectáculo llegó a todos los barrios de la ciudad, pero el pan y el circo no eran suficientes. Con la amarga experiencia de la carta ocultada por los senadores aprendió que la información es poder así que levantó el secreto de las sesiones y dispuso que todo cuanto se discutía sea de conocimiento público. Fue entonces que las actas del senado comenzaron a copiarse para ser fijadas no sólo en el foro sino en las plazas y otros lugares públicos. El documento que, reproducido en la cantidad necesaria de copias, fue publicado de esa forma se la llamó Acta Diurna y es, este el primer antecedente del periodismo.

Esa característica es la que se da, siempre en el marco de la confusión entre comunicación y periodismo, se describe como comunicación masiva:

“aquel proceso de producción, transmisión y difusión de textos, noticias, imágenes, sonido, capaz de llegar de manera simultánea o en un tiempo muy breve a un gran número de personas separadas o dispersas en un espacio vasto y por lo general sin una relación entre ellas”. El acta diurna de Julio César cumplía con casi todos esos requisitos así que era, en definitiva, un fenómeno de comunicación de masas o mejor, lo que es hoy el periodismo moderno.

El cubano Rafael de Águila identifica dos tipos diferentes de Actas Diurnas: El acta diurna comentaría senatus, en el que se hacían públicos los actos del Senado, y el acta diurna urbis que no sólo informaba de lo ocurrido en las asambleas populares sino también en los tribunales y hasta acontecimientos de la vida diaria como nacimientos, muertes, matrimonios y divorcios. Por esas simples descripciones se puede manifestar que el acta diurna comentaría senatus era una especie de boletín oficial del senado mientras que el acta diurna urbis cuya traducción aproximada es minutas diarias de la ciudad, podía ser considerada el periódico del pueblo.

Las actas diurnas de Julio Cesar tenían el requisito indispensable de toda producción periodística: la periodicidad al ordenar que la información se democratice, Julio Cesar se convertía en el inconscientemente en el inventor del periodismo moderno pero su propósito no era precisamente compartir la información sino, como sea dicho, tener contento al pueblo para permanecer el mayor tiempo posible en el poder, llevado por sus rotundos intereses personales y políticos, al analizar la evolución del periodismo desde el imperio romano hasta nuestros días, el genio político llevaron a Cayo Julio Cesar a emplear el acta diurna en función de sus intereses, por tanto el origen del periodismo es eminentemente político y no debería sorprender que mantenga ese carácter, agregado ahora también el interés económico ya que los MCS son empresas privadas en su gran mayoría, lo que varía, a lo largo de su

historia, es el grado de influencia política, principalmente sobre una de sus principales funciones: la de informar.

Como en otros países del mundo, el periodismo jugó y juega un importante papel político en Bolivia hubo periódicos en los que hasta fue determinante, como ocurrió con los pasquines que circulaban en los años previos a la guerra de la independencia.

Se habla entonces de grupos de poder que utilizan tanto la política como el periodismo conforme a sus intereses políticos como económicos. Cayo Julio Cesar utilizó el poderío militar y su formación política para sus conquistas y actualmente se utilizan las denominadas tecnologías de la información y la comunicación de masas (tic) para dominar el mundo de la información, a través del satélite y la televisión, los imperios mediáticos llegaron hasta Bolivia principalmente a partir de la promulgación del decreto supremo 21060 el año 1985 con el que se implementó un nuevo modelo económico.

Es sumamente complejo determinar con precisión el tiempo y sitio en que nació el periodismo como tal, puesto que –como ya se anotó anteriormente- la información es inherente al instinto de supervivencia humana, pues mediante ella se podía informar al clan sobre la cercanía de algún peligro o animal de caza, por ejemplo.

Sin embargo, si se toma como punto de referencia el hecho de que la información periodística debe ser **pública** y tener una regularidad en su aparición –diaria, semanal, quincenal, mensual, etc.-, es posible encontrar el primer antecedente como ya se señaló anteriormente en la antigüedad Romana, donde los ciudadanos recibían informes sobre disposiciones y otros asuntos oficiales mediante la “Acta diurna” colocadas en lugares públicos y que hicieron que César sea considerado el primer periodista de la humanidad.

Actualmente, la prensa ha entrado de lleno en la era de la informática y no se descarta que, en años venideros, el periódico impreso deje su lugar al denominado “electrónico”, factible de ser recibido por medio de una pantalla como ya se ve ahora mediante el Internet que ya esta presente en nuestro medio.

La comunicación en Bolivia se represento, desde tiempos precolombinos, por los pututus (cuernos que se tocaban desde un sitio alto para convocar a la comunidad a una reunión informativa o cuyo sonar tenía ya significaciones preestablecidas), los kipus (sistemas de cuerdas de colores que, mediante un código de nudos, permitían conservar mensajes), los chaskis (mensajeros oficiales que cubrían largas distancias para llevar mensajes orales o escritos en kipus); igualmente, durante la etapa pre-independentista, los precursores de la actividad periodística en Bolivia fueron los manuscritos rudimentarios impresos y cuestionadores del sistema colonial español que hacían llamados a la rebeldía, estos “pasquines” y “libelos”, que alentaron los sucesivos levantamientos de criollos y indígenas, y como uno de los más destacados escritores de pasquines en esa etapa figuró Pedro Domingo Murillo, considerado el primer periodista del país, conocido como “el de los pasquines” según apunta Carlos Montenegro.

Sin embargo, recién en 1825, circularon en Chuquisaca y La Paz los primeros impresos relativamente regulares con “El Cóndor de Bolivia”, “La Gaceta de Chuquisaca” y “El Chuquisaqueño”, aunque la vida de estos fue muy efímera, Montenegro sostiene que el “primer diario de verdad” en Bolivia, por su carácter empresarial y su consiguiente regularidad y permanencia, fue “El Comercio”, nacido en 1878, como parte de la ofensiva de los mineros de la plata. Mas, a la muerte de este periódico, fue “El Diario” (1904) –ahora conocido como “el decano de la prensa nacional”-el que ocupó la vanguardia en la

información y en torno a la cual se constituyó una verdadera red de diarios, “La Razón” (1917), “La Patria” (1919), “Ultima Hora” (1929) y “Los Tiempos” (1943), muchos años después, se sumó “El Mundo” (1979), vocero de la “nueva derecha”. Entre 1953 y 1981, entre otras aparecieron las siguientes publicaciones periodísticas: el matutino católico “Presencia” (1953); el vespertino “Jornada” (1964), el matutino tabloide “Hoy” (1981), cerrado en 1986.

Actualmente en el territorio nacional existen 62 periódicos, y de todas ellas, la mayoría se concentra en las principales ciudades del país: La Paz con 18 periódicos, después le sigue Santa Cruz con 10 y posteriormente Cochabamba con 7, los departamentos con menos circulación son Oruro y Pando.

La lectura crítica de un periódico es muy importante, para percibir su propuesta que viene cargado de ideología en toda información o comentario, es evidente que los periodistas y comunicadores no son completamente libres en el desempeño de sus funciones, puesto que dependen de sus fuentes informativas, pero es necesario formar en el público lector la criticidad frente a la información.

Así tal como aconteció en el resto del mundo, al periódico se incorporo, los campos cinematográficos (el cine llegó a Bolivia entre 1904 y 1906), el radiofónico (1928) y Televisivo (1969).

La radio es considerada un medio ágil, ameno, imaginario, que llega a mucha gente en su cotidiano vivir, es un aparato cómodo y barato, que ocupa poco espacio y es compatible con cualquier otra actividad de trabajo, no se compara con la televisión que exige inamovilidad.

Este medio es eficaz y popular, pero con el pasar del tiempo ha ido perdiendo profesionalismo, por su improvisación en la difusión de programas,

esto debido a que los conductores, periodistas, comentaristas, adquieren sus primeras experiencias en las radioemisoras.

La falta de investigación periodística en las radioemisoras, hace que se pierda credibilidad y seriedad en la información, existiendo actitudes imitativas en cuanto al predominio de la música en inglés, y una publicidad exagerada en su programación, además el mensaje es unidireccional que llega al oyente, pero sus reacciones e ideas de éste, no llegan hasta el locutor.

La TELEVISIÓN en Bolivia apareció allá por 1969, la Tv (inventada en 1936) irrumpió en nuestros hogares y prácticamente nos trasladó el cine a la casa. En los primeros años el “canal estatal” (al servicio de los gobiernos de turno). Entre 1976 y 1980 se crearon los canales universitarios; en 1980 advino el color y en 1984, el entonces presidente Hernán Siles Suazo otorgó autorizaciones provisionales para instalación de canales privados. Consolidándose en 1985 con un incremento paulatino cada año. En la actualidad, funcionan más de medio centenar de canales privados, 8 universitarios y una estación estatal. El 70 por ciento de los canales integran redes nacionales.

Gregorio Iriarte señala:

“... que los medios de comunicación social, son actores importantes, aunque no determinantes, en los procesos sociales contemporáneos y en este marco, pueden ayudar u obstaculizar el desarrollo integral de los pueblos y de los individuos, así mismo han llegado ha constituirse en los instrumentos mas poderosos e influyentes, tanto en la vida

pública del país, como en la vida privada de la familia y de las personas, nada escapa a su tremendo impacto”²

Esa avasalladora influencia la recibimos no solamente en el área de nuestras necesidades básicas, (consumo, entretenimiento, curiosidad...), sino también, en el área del comportamiento, de nuestros valores, ideas y la cultura, estos influyen la forma como concebimos nuestra identidad cultural, por tanto estos desempeñan un papel transformador en el seno de nuestra sociedad.

La educación actualmente está siendo distorsionada, sobre todo por la televisión que está originando en nuestros pueblos graves conflictos de identidad y de traumáticas rupturas de tipo cultural, tiene que afrontar el enorme desafío de transformar teleespectadores pasivos y conformistas, en perceptores críticos, desarrollando en ellos la capacidad de discernimiento.

La libertad de expresión está presente en Bolivia desde la creación de la república, la primera constitución en 1826 contempla esta atribución ciudadana, desde entonces hasta la fecha no sufrió ninguna modificación substancial, salvo durante las dictaduras, que interrumpieron la vigencia de todos los derechos. La libertad de expresión se convirtió en un valor fundamental para el desarrollo de la democracia, particularmente, desde su instauración 1982. Sin embargo, el principal beneficiario no fue el ciudadano, sino algunos empresarios dueños de medios de comunicación y con ellos muchos periodistas. Es así que a partir de 1985 la industria informativa, asentada particularmente, en la televisión tuvo un gran despegué, lo que genero la desregulada apertura de medios de comunicación social en todo el país y una mercantilización de la información.

² IRIARTE, Gregorio. “Análisis Crítico de la Realidad” 15ª Edición, Editorial Kipus Pág. 620, Cochabamba- Bolivia 2004.

Si bien en la actual Constitución Política del Estado se incluye el derecho a la información y a la comunicación el ciudadano aun esta en desventaja frente a los medios de comunicación.

Si tomamos en cuenta la declaración Universal de los Derechos Humanos, el pacto de San José de Costa Rica y otras normas nacionales como la Constitución Política del Estado llegaremos a la conclusión de que el derecho a la información y a la de expresión son derechos básicos para el ejercicio de otros derechos. Esta situación es aprovechada por propietarios de medios de comunicación y periodistas, quienes se escudan en la libertad de expresión y en la ley de imprenta para defender y esconder sus intereses económicos y políticos en nombre del bien común y hacer uso de bienes públicos, como la información y las frecuencias electromagnéticas, sin rendir cuentas a la sociedad. Revisada la legislación nacional en materia informativa no existe ninguna ley que regule la actividad de los periodistas y de los empresarios de los medios de comunicación. Este vacío jurídico produce un manejo arbitrario de la información por parte de algunos empresarios, y de algunos periodistas. Ante esta realidad jurídica, urge discutir las nuevas relaciones jurídica informativas, entre el derecho a la información el derecho a la comunicación y el derecho ha acceder a nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC).

Por la importancia y el significado que tienen estos derechos en el desarrollo humano y el avance de la democracia es prudente se considere el derecho a la información y comunicación para garantizar los derechos de los ciudadanos en materia informativa y sentar las bases para unas relaciones comunicativas equitativas entre los Bolivianos. El propósito no es generar mecanismos de censura para limitar el trabajo de la prensa en el marco de la ley de imprenta, sus códigos de ética y otras leyes, sino por el contrario, reforzar su libertad para que cumpla su misión de informar a la sociedad sin presiones de ninguna naturaleza.

José María Desantes en su obra “Información y Derecho” sostiene que ha pasado de la comunicación espontánea a la información elaborada, en otras palabras toda realidad comunicable ha de ser puesta en forma de mensajes para ser transmitidos por los medios de comunicación social, con ello la necesidad existencial de comunicarse ha generado el derecho a la información.

Esta realidad comercial, no ha sido diferente de cualquier otra industria, y en esto radica el problema capital, estos han sido catalogados, como un tipo de industria en cuanto a su poderosa influencia y manipulación sobre la audiencia; ha presentado ya ciertas consecuencias, entre las que figuran la especialización de mercados y de contenidos dirigidos a audiencias clasificadas, y a la fragmentación de la sociedad a partir de gustos, preferencias, estilos de vida y costumbres; cada vez reconociendo menos lo nuestro y enfocando más lo global, como tema central del interés público.

En cuanto al ejercicio periodístico, sucede que, si antes el profesional producía bajo la influencia del poder estatal, ahora se adecua a las políticas comerciales e institucionales, de la empresa en la que trabaja y le exige, ya sea a favor de un grupo comercial o círculo político, dejando de lado muchas veces sus valores éticos.

Algunos medios de comunicación desinforman transforman la información en sensacionalismo, dramatismo y en historias triviales, creando un sistema de valores falsos que son sostenidos, por estudios de mercado y lanzados como “lo que interesa al público”. El hecho es, que si éstos no fomentan los valores y enriquecen la cultura cívica, no representan y no son compatibles con los propósitos de un Estado de derecho el cual debe velar por los miembros de su sociedad en general y en particular por la persona humana.

La información bajo las reglas del mercado, no se verá beneficiada a menos que los intereses se equilibren por medio de normas jurídicas. Cossío, señala *“una vez que se ha establecido la norma jurídica, ésta se reduce a velar por el cumplimiento de las modalidades de los derechos, sea para impedir los abusos, o sea para anular los actos contrarios a las normas”*,³ esto implica, que el Estado debe velar porque las normas se cumplan y sancionar los actos contrarios a la ley.

Los medios en democracia, se basan en un modelo de “Espacio Público”, en donde se pondera el interés público, en la realidad, esto tiene menos atención, que las ganancias económicas generadas por el sensacionalismo, las historias triviales y el amarillismo; no obstante, se pueden distinguir dos aspectos importantes, el primero que es una industria sumamente poderosa en términos económicos y también políticos; por otra parte, es un servicio por el cual se satisface la necesidad de la sociedad mediante la información.

En este sentido Mark Moore señala que:

“Dentro de estos campos de aplicación, existen dos categorías de la sustancia o materia de los medios, primero como producto capitalizable que se inserta en el mercado del conocimiento, de la educación, de la cultura, del entretenimiento y la información. Segundo, como un bien o servicio que puede ser provisto por instituciones públicas y privadas en donde la intervención del gobierno se justifica en la protección y corrección de la producción de éste servicio con el objeto de generar un mercado más justo y equitativo,

³ PORRUA Miguel Ángel. “Cambio Social y Jurídico”, Editorial ITAM México Pág. 128

*al mismo tiempo que reconoce los derechos fundamentales de expresión e información”.*⁴

La sustancia son los hechos informativos, no todos los hechos y actividades humanas son información, para cualquier medio la información debe tener las siguientes características: debe referirse a un hecho social de actualidad que tenga relevancia social, de interés público. Como producto capitalizable, significa, que es el valor intrínseco económico que adquiere una noticia por el contenido de la información. Como un servicio, el valor extraeconómico que le otorga un receptor a la confiabilidad de un medio, su compromiso con la objetividad, veracidad y pluralidad de la noticia emitida por ese medio.

Los medios de comunicación, eran definidos como el cuarto poder, por el control que ejercitan sobre los poderes del estado, pero en la actualidad, son considerados como instrumentos de dominación, distorsión que se da a través de las noticias, programas, informativos, anuncios, publicidad, propagandas etc. inspirados en el cuarto poder los medios de comunicación siempre fueron reacios a la creación de códigos jurídicos que pudieran menoscabar su libertad e independencia frente al Estado.

Hablar de ética en el periodista, implica una relación entre la información y el informador que puede encontrarse con respetar o no su compromiso con la verdad, llamada objetividad, independientemente de las consecuencias personales y sociales, el informador está en constante lucha con sus principios y valores que rigen su desarrollo personal y profesional para ser más objetivo en su trabajo, pero difícil de lograrlo, por la presión que ejercen los dueños de los medios, por la línea política a la cual ellos deben someterse y respetar; son las llamadas “políticas de empresa”. El periodista debe poner énfasis en la

⁴ MOORE, Mark, “Creating Public Value” Harvard University Press, Massachusetts, Pag. 44, London-England 1995

responsabilidad social, que conlleva esa noble profesión en la responsabilidad del propio hombre, en su dignidad y el valor de la persona como ser humano, un principio básico es que las personas son seres racionales que poseen en si mismas capacidad para hallar la verdad y practicar el bien.

I. II.- COMUNICACIÓN, PERIODISMO Y DERECHO A LA INFORMACION.

La comunicación es, evidentemente, una herramienta y un recurso indispensables para la supervivencia de la humanidad y para el desarrollo social, el hombre es un ser social, y vive gracias a que todo el tiempo recibe, procesa y envía datos. Es decir que está en permanente interrelación, con su entorno natural y artificial.

Diferentes autores que han abordado el problema de la comunicación han aportado una serie de conceptos al respecto, los cuales, son útiles para lograr una aproximación a la naturaleza y características de este fenómeno social. En el campo de los estudiosos clásicos, David K. Berlo se identificó con la posición aristotélica de que la comunicación es predominantemente unilateral y ésta destinada a persuadir a los demás con premeditación. Es decir, influir en los demás, en el mundo físico que nos rodea, en resumen, nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente. Más concretamente la comunicación es el proceso por medio del cual se transmiten mensajes de una persona a otra.

En este mismo terreno, en el de la prioridad del emisor activo sobre el receptor pasivo (transmisión y no intercambio). En el sentido mas general, tenemos comunicación siempre que un sistema, una fuente, influya a otra, el

destinatario, por manipulación de señales alternas que puedan transferirse por el canal que los conecta.

La comunicación social se ha encargado de difundir, con mayor eficiencia que nadie, la toma de conciencia universal sobre los valores humanos, sobre las libertades democráticas. La tarea periodística ha ganado también otras dimensiones, en muchos casos no para perfeccionar una labor que debiera orientarse, con mayores medios y recursos, a una tarea plena de servicio a la opinión pública, que es al final a quien se debe.

José Gramunt de Moragas, en 1993, cuando era galardonado con el Premio Nacional de Periodismo, advertía sobre un panorama que tiende a acentuarse en el presente que los actuales tiempos, quizá los mejores para la democracia, como él sostiene, lamentablemente se tiene que confrontar una nueva dictadura “la de los medios de comunicación social”.

El vocablo **periodismo**, se deriva de los nombres asignados a las primeras cartas informativas y publicaciones del Medioevo, se basa en el concepto de **periodicidad**, es decir, aquello que se presenta al cabo de lapsos regulares, y que sugiere, en este específico caso, la aparición de información noticiosa con una frecuencia determinada.

Existen varias definiciones sobre el periodismo, una de las más conocidas y difundidas señala que el periodismo consiste en llevar información de un lugar a otro, con precisión, rapidez, de una forma tal que se respete la verdad la objetividad de la información, en ese sentido, entendemos, por periodismo, una parte de la comunicación humana destinada a la transmisión de información con características esenciales como: actualidad, universalidad, periodicidad y acceso público.

Lo periódico es lo que se produce con una determinada periodicidad y que recoge lo ocurrido dentro de un período de tiempo. Ahora el periodismo dejó de estar a cargo de aficionados; ahora es una técnica incorporada a las ciencias sociales; las universidades la enseñan como una profesión más.

Esta profesión tiene algunas características como: Emplea medios de difusión instantáneos, en el sentido de que casi no hay distancia de tiempo entre el momento en que expide la información y aquel en que el público recibe el mensaje. La información es continua, pues esta fluyendo permanentemente a través de publicaciones diarias.

Es también cosmopolita, pues no conoce fronteras geográficas. El periodismo es una actividad organizada de información noticiosa que, utilizando un sistema de difusión cualquiera (prensa, radio, televisión), lleva una serie de datos ordenados y relativos a uno o varios aspectos de la realidad exterior a un público en general o específico con intervalos de tiempo preestablecidos.

El periodismo recoge las que considera principales manifestaciones de la vida social y, luego de procesarlas (esto es, tratarlas periódicamente), las reenvía al contexto del que es producto, con lo cual proporciona elementos capaces de contribuir al avance, al estancamiento o al retroceso de la sociedad.

El compromiso del periodista es informar a la sociedad de manera objetiva, veraz, oportuna y plural, la pluralidad es sinónimo de variedad, implica dar las mismas posibilidades en tiempo y espacio a los actores sociales que forman parte en los acontecimientos, debe existir equidad, es decir dar el tiempo necesario para conocer la información substancial sobre los personajes involucrados en el tema sobre el cual se informa; es decir, que el medio aporte

datos necesarios para que el receptor se forme una idea propia de lo que acontece en su entorno y en el resto del mundo. Parte contra parte y la participación de un experto en el tema, del cual se trata la información. Esta triada debería ser un requisito indispensable en el manejo de la información, especialmente en los noticieros de televisión.

Según Iván Canelas ex ministro de comunicación y docente universitario trabajar en los medios de comunicación, debería ser como un apostolado, para ejercer el periodismo hay que ser, ante todo, un buen hombre o una buena mujer, buenos seres humanos, el derecho a la comunicación y a la información es un derecho fundamental el cual debería estar al servicio de la sociedad es como un insumo para la calidad vida de las personas y la sociedad.

Es necesario mencionar que esta libertad tiene su límite en el derecho natural como una norma interna, es una manifestación de la naturaleza misma del ser humano existente en la racionalidad, entonces debe remitirse respetando otros derechos que tienen reconocimiento Constitucional también. Entonces podemos definir la **libertad de Expresión** como un derecho constitucional reconocido a todos los habitantes de la nación para publicar sus ideas pensamientos por cualquier medio de comunicación, sin censura previa.

“Información es un conjunto de datos conocimientos y hechos, puestos en forma; organizados para que puedan ser aprovechados de la mejor manera por los ciudadanos”⁵.

La información difundida a través de los diferentes medios, tiene como receptor a la opinión pública, por tanto amerita una responsabilidad para la sociedad, la responsabilidad social, tiene que ser una misión un compromiso

⁵ RIVERO, Carlos, DEMAETZU, Ramiro, “40 años de Periodismo Magistral” La Gaceta de la Prensa Española,. Pág. 6, Valencia España. Agosto de 1965.

del hombre con el hombre, puesto que tiene derecho a una información justa, exacta y precisa, sin injerencias comunicativas que puedan crear una falsa realidad y visión del hecho.

Pero si no se cumple esa función de responsabilidad que debería existir y al contrario, no dan ha conocer la información generada dentro la sociedad, existiendo un “silencio malicioso”, suprimiendo la información, determinados datos que pueden cambiar en su enfoque, cuando es parcial “verdades a medias” y tendenciosas, cuando recurren al sensacionalismo, porque en él se acentúan exageradamente los aspectos sentimentales, dramáticos y hacen eco de rumores que afectan gravemente a terceras personas, pero que no son comprobables, la generalización de hechos parciales que pueden ser positivos o negativos, entonces decimos que se está faltando a la ética.

La información básicamente, es la acción de relatar, escribir **hechos, acontecimientos o acciones** de la forma en que suceden. Su base radica en las cuatro preguntas que debe hacerse el comunicador al elaborar la información, son: **que** ha sucedido, **como** ha sucedido, **cuando y donde** ha sucedido. No se debe emitir opinión, se deben señalar sólo los hechos tal y como han sucedido. Por eso existen géneros periodísticos como el género informativo, el género de opinión y el género analítico.

La **información** ejerce una **dominación cultural**, *“considerada como un proceso de influencia social, por el cual una nación o un determinado grupo de personas imponen a los demás un conjunto de creencias, valores, conocimientos y normas de comportamiento, así como un estilo de vida”⁶*.

Entonces éstos ejercen una dominación cultural, inducen a la sociedad al consumismo, influyen con criterios ajenos, hacen que la sociedad se aleje de

⁶ IRIARTE, Gregorio, ORSINI, Marta, Obra Citada Pag. 32

sus propios valores, la libertad de pensamiento es el requisito, para el cabal ejercicio del derecho a la información, es importante que toda información debe disfrutar de importancia para el grupo social al cual está dirigido, no debe contener un interés particular, ya que este juega un papel esencial en la formación de la opinión pública de los ciudadanos.

Los medios de comunicación, deben cumplir un rol importante en la sociedad, para la formación de la opinión pública y el acceso del ciudadano a la información, esto exige una mayor responsabilidad por parte de los medios, pues el periodista en el ejercicio de su profesión, adquiere de inmediato un compromiso con el interés público y el bien común.

El papel del periodista, debe enmarcarse en proporcionar información objetiva veraz y oportuna, esto implica una responsabilidad social, que debe basarse en respetar los derechos fundamentales de cada individuo dentro de la sociedad. Existen diferentes tipos de Información consideradas como manipulación entre ellas podemos citar: **la información oculta**, que va unida al comentario u opinión personal del comunicador y se induce a la audiencia a la misma valoración de los hechos como el comentarista. Aquí se mezclan los géneros periodísticos y se crea confusión en el público.

Posteriormente se tiene la **información subliminal o del subconsciente**, donde el comportamiento humano está condicionado al subconsciente que llega a controlar la valoración y la motivación, pero la mayoría de estos datos y estímulos que percibimos del mundo exterior se almacenan en nuestro subconsciente y esto permite que los medios de comunicación emitan mensajes que produzcan “**efectos subliminales**”.

Los efectos subliminales *“son influencias inconscientes, que afectan el pensamiento, la sensibilidad y la conducta de las personas, esto se da cuando*

el medio televisivo difunde información y programas de violencia que penetra en la mente y en la conciencia del individuo sin la intervención directa de su voluntad, surge posteriormente el instinto de imitación a este tipo de violencia, puesto que llega a afectar su pensamiento y su forma de comportamiento”.

Actualmente la premura de tratar el tema de los medios de comunicación resulta impostergable, tomando en cuenta los cambios sociales, impulsados por la liberalización de los mercados, que impacta sobre la comunicación y los cambios constantes de la revolución tecnológica, impulsa la necesidad de revisar el comportamiento de estos actores, para redescubrir su trabajo, vinculada con la esfera de los valores, debiendo dirigir su fin al ser humano y no al comercio o la tecnología.

El nervio del periodismo es la noticia y lo que ella dice, noticia es, simplemente, lo que no se conocía antes, por tanto, es cualquier novedad. la noticia que interesa al receptor, es aquella que le permite llegar a su máxima realización como ser humano, y que contribuya a su mejor desarrollo físico, intelectual y moral, y que le signifique un aporte efectivo para su enriquecimiento cultural y espiritual.

Existen dos vocablos fundamentales para el periodista noticia y verdad como base de la misión periodística. Lo que no responde a la verdad y a la norma moral no tiene objetivamente ningún derecho a la existencia. Se afirma que la **noticia**, es una idea y posee un contenido ideológico, que supone quien la recibe y ha de entender, debe poseer un mínimo de instrucción para captar el sentido de la noticia.

Etimológicamente el termino **opinión**, proviene del latín **opinio**, que significa “concepto” entonces entendemos que opinión es, un concepto o

parecer que se forma de una cosa; de una persona, o un hecho acaecido dentro de la sociedad.

El término **opinión**, implica un conocimiento amplio del tema sobre el cual el comunicador debe opinar, es una expresión íntima y personal de la apreciación que tiene sobre el tema, por lo que es una acción personal y ni siquiera importa la aceptación o no del medio de comunicación para su difusión. Por ello este género periodístico debe ser encomendado a comunicadores con amplia experiencia y conocimientos.

El derecho a la información es considerada como *“la capacidad de investigar, almacenar y buscar información para transmitirla a un grupo social”* meditada como necesidad individual y colectiva de carácter subjetivo de buscar información. *“El derecho (natural) a la libertad en la búsqueda de la verdad va unido con el deber de buscar la verdad, para tener cada vez un conocimiento más vasto y profundo”*⁷ que implica una transmisión de hechos, sucesos y acontecimientos tal y como se suscitan o se presentan; entendida como la capacidad de investigar, almacenar, buscar información para transmitirla a un grupo social, por lo mismo constituye una necesidad colectiva.

La persistente tensión entre la libertad de información y el comportamiento anti ético de los periodistas, esconden todo lo que pueden y apelan a todas sus armas disponibles para no dar a conocer la información necesaria y en más de un caso tratan de informar sobre temas irrelevantes, ocasionando un conflicto con la moral y la ética.

⁷ RIVERO, Carlos y DEMAETZTU, Ramiro, Obra Citada, Pag. 6

I. III.- PERIODISMO Y OBJETIVIDAD

La objetividad periodística: una pretensión tan desmedida como de aprisionar el reflejo de las aguas de un río, que en un instante son y en el siguiente dejan de ser. Sin embargo, esa objetividad es la garantía que la sociedad busca para su formación, el deber de todo periodista y editor es luchar para conseguir tanta objetividad como le sea humanamente posible la objetividad es una verdad que protege al periodista.

El verdadero periodismo debe basarse en principios éticos, como la verdad ante todo, la exactitud en la información, el servicio al bien común, debe existir una obligatoriedad moral en cuanto a las normas éticas para cumplirlas y preservar el secreto profesional ante todo.

Deben existir dos vocablos fundamentales en el periodista **información** y **objetividad sinónimo de verdad**, el derecho natural es la libertad que debe ir en la búsqueda de la verdad, para adquirir un conocimiento más justo de la realidad, para difundir la información con precisión. La misión del periodista no sólo es informativa, sino formadora de la niñez y la juventud en cuanto a educación y valores, pero muchas veces se llega a deformar, debiendo entender que el valor primario de la información es el respeto a otros derechos reconocidos por nuestra legislación tanto nacional como internacional.

Entonces estos, deben luchar por el progreso de la sociedad, no deben tolerar las injusticias y la corrupción, que deben denunciarla sin temor, no deben tomar la noticia con ligereza con superficialidad, deben evitar el sensacionalismo y la exageración de detalles, que pueden deformar la verdad, que llegan a crear en el público lector la morbosidad.

La ventaja de la objetividad exige solamente que los reporteros se hagan responsables de cómo informar, la tarea informativa debe limitarse a la transcripción rigurosa y exacta de los hechos, tal como se dieron en la realidad.

Las etapas de la objetividad impuestas como norma superada luego por la búsqueda y control de las intencionalidades, que lleva forzosamente a esa posición de equilibrio en que el periodista es a la vez imparcial y comprometido con el interés general.

Es innegable que llevar a cabo la tarea informativa implica obligaciones correspondientes al área de trabajo, en esta práctica, entran en juego los actos y juicios del hombre avalados por su conciencia moral, esto corresponde al campo de la ética que centra específicamente en la honradez tanto de las actividades personales como profesionales.

El diccionario de la Academia de la lengua define la Ética como la parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre. En su libro "Deontología Periodística" Luka Brajnovic, amplía y dice que *"la Ética o la Moral natural es la ciencia filosófica que investiga y estudia los valores, de la vida y la conducta moral; en una palabra, la moralidad del hombre, encaminada siempre hacia un fin honesto, puramente natural"*⁸. Los principales lineamientos que deben cumplir los medios de comunicación, para cumplir con su función social de informar a la sociedad son objetividad, veracidad, oportunidad y pluralidad.

Cuando estos criterios no se consideran en la información presentada, se está faltando al derecho que tenemos los ciudadanos de recibir una información imparcial objetiva. El respeto a estos lineamientos ni se contraponen con el ejercicio de la libertad de expresión de los comunicadores, por el contrario, si se

⁸ BRAJNOVIC, Luka "Deontología Periodística" 1ra Edición, Ediciones, Universidad de Navarra S.A. Pág. 21, PAMPLONA España 1969.

acatan estos principios se puede tener credibilidad y confianza del público receptor.

En la información que se debe dar a conocer; debe existir objetividad e imparcialidad, veracidad, estos lineamientos se pasan por alto cuando la información se transmite con diversos adjetivos y frases exageradas elogiosas que califican a los personajes y las acciones que realizan para incidir en la opinión del público receptor.

Todos los códigos deontológicos existentes, admiten de una u otra forma la verdad objetiva como ideal supremo del buen informador, y ello trata de satisfacer un derecho humano fundamental de la persona y de la sociedad entera, cuyos intereses prevalecen sobre los particulares del informador. Inseparables de la verdad son la objetividad, la exactitud y la veracidad. Por lo mismo se condena taxativamente toda forma de distorsión informativa, sobre todo la omisión, la exageración o énfasis indebido, así como la propaganda, distorsión que equivale a lo que comúnmente se llama manipulación. Informar con objetividad significa hablar de las cosas tal como ellas son, en sí en su propio contexto, sin manipular o distorsionar ninguna de su circunstancia, ser veraces.

Consciente de la importancia de este tema, veo pertinente referirme a la ética periodística, como un aspecto fundamental dentro de este análisis, por lo cual veo oportuno señalar que: Al hablar de ética periodística, lo primero que se debe tener en cuenta es ¿Qué se entiende por ética? Para ello es necesario recordad que esta proviene del griego Ethos y significa costumbres. Su objeto de estudio es la moral y se manifiesta en como se debe proceder de buena voluntad.

La moral cuya función es la de regular la conducta de los hombres y mujeres en todos los sectores y que hacen de la vida social, y son los periodistas los que deben velar por que esa vida en sociedad, este enmarcado dentro lo moral, los actos de las personas publicas o personas privadas. Los periodistas honestos y comprometidos con su profesión. Estos existen en ellos esta la convicción (convencimiento) de hacer un periodismo que, por sobre todo, sirva a la verdad y al bien común.

Este cuadro de realidades complejas en el que se inserta la ética periodística, hace ver la urgente necesidad de situar todo hecho noticioso dentro de su contexto real, solo así se evitara el tratamiento superficial de los temas los conflictos casuísticos innecesarios y, (por tanto), el periodista en este caso boliviano podrá ufanarse de que hace de su labor un culto al servicio de la verdad. Por tanto, surge que los periodistas sepan, primero, alcanzar el conocimiento, segundo, organizarlo, y tercero, difundirlo.

La misión fundamental de los periodistas es el informar con veracidad, objetividad, defender las buenas costumbres propias de una sociedad sana. Es decir es necesario educar no solo a los periodistas si no a la gente a los lectores, radio escuchas y televidentes para la vida.

El buen periodista, antes, ahora, y en el futuro, se define como un profesional éticamente responsable, debe servir a sus lectores, televidentes, ser sensible con sus necesidades, reflejar sus tendencias de vida, ayudarlos a tomar decisiones para mejorar su existencia, su calidad de vida entregarles antecedentes, consecuentes y contextos para que los lectores entiendan mejor la parte de la realidad que les esta contando, ser útil a los ciudadanos, prestarles servicios.

En otras palabras. El buen periodista es aquel profesional capaz de orientar al lector, al televidente y al radioescucha en sus dudas y en sus tribulaciones, desde las mas domesticas y simples hasta las mas decisivas para el lector, televidente, radioescucha como individuo y para la sociedad a la que pertenece.

Al respecto Antonio Peredo Leigue, manifiesta “El periodista debe recurrir a terceras personas que de algún modo, están involucradas con los hechos que pueden ser los protagonistas o los testigos. Las oficinas son las dependencias de las instituciones en las que se han realizado los hechos. Esto nos permite hacer una primera diferenciación entre fuentes personales y fuentes institucionales. Esta diferenciación determina a la vez que, las primeras sean fuentes directas y las segundas, fuentes indirectas”⁹. Así también nos habla de fuentes oficiales, fuentes extra oficiales y fuentes complementarias.

La libertad de expresión y de información no deben confundirse, en la práctica, está división no es clara, lo que genera un gran debate en facultades, de comunicación, periodismo y redacciones; este principio adquiere una gran relevancia desde el punto de vista de los medios de comunicación, donde el periodista representa el cause de la información, hacia la ciudadanía, pero si combinan información objetiva con información subjetiva están condicionando la veracidad, por tanto, están limitando la libertad de los ciudadanos, el papel del periodista es seleccionar información, priorizarla y descartar fuentes que no son fidedignas. Y sobre todo no debe mezclar los géneros de opinión, noticia e información.

La información y publicidad son elementos diferentes, los profesionales de los medios de comunicación los perciben casi como antagónicos, las caras opuestas de una misma moneda.

⁹ PEREDO LEIGUE Antonio “Redacción Periodística”, Primera Edición, Editorial ALL PRESS, Pág.- 43 La Paz-Bolivia 2009.

Existe bastante confusión, sin embargo no son lo mismo, ni siquiera son sinónimos, la publicidad se caracteriza por tener un contenido capitalizable, de interés común que lleva al receptor al consumo de bienes y servicios; la información tiene un carácter eminentemente político y económico, lo que busca es crear convicción en el receptor sobre un determinado tema.

Al margen de su salario, no está permitido recibir regalos, favores, compensaciones económicas, etc. que puedan influir en el trabajo del periodista, tampoco puede hacer un uso empresarial de las informaciones que obtiene en su condición de periodista. Los medios se han vuelto los principales intermediarios entre las fuentes públicas y privadas.

En su labor diaria, los medios de comunicación no deben descuidar los legítimos derechos ciudadanos a una expresión libre, una información objetiva, veraz y plural, y a un entretenimiento de calidad que no atente contra las normas de convivencia social, respecto a valores éticos y a la dignidad de las personas.

La comunicación social y los medios masivos se han encargado de difundir, con mayor eficiencia que nadie, la toma de conciencia universal sobre los valores humanos, sobre las libertades democráticas. La tarea periodística ha ganado también otras dimensiones, en muchos casos no para perfeccionar una labor que debiera orientarse, con mayores medios y recursos, a una tarea plena de servicio a la opinión pública, que es al final a quien se debe.

Se ha dicho, ahora más que nunca, que de la prensa se erige un poder incontenible y, no puede desconocerse que el poder tiende a corromper y,

por eso, cualquier poder debe ser moderado por los principios éticos y jurídicos para no ser corrompido.

El tema es motivo de debate permanente, no sólo fuera del círculo de los operadores de la comunicación social, sino al interior de todas las organizaciones periodísticas y de todos quienes tienen que ver con la práctica de esa profesión y de difundir principalmente información.

Como en toda ocupación o tarea humana, la práctica del periodismo está sujeta al carácter y responsabilidad de sus actores. Y la excepción no puede hacer la regla, como no puede decirse que, por unos pocos malos médicos, ingenieros o abogados, se puede censurar y desconocer al resto de probos y respetables profesionales. La ética es la sustancia en la que descansa la confianza pública hacia el periodismo o el comunicador de información. Hay buenos y malos periodistas. Y aquí entran en valoración de servicio permanente al público, sino que, con su comportamiento y por sus altos valores, se han convertido, no sólo en referente personal para muchos, sino en permanentes guías para la sociedad.

El Dr. Huáscar Cajías Kauffmann, quien junto a la abogacía, hizo del periodismo una práctica de servicio, tolerancia, honestidad y respeto. Ese gran hombre sostuvo permanentemente que la ética periodística estaba construida sobre dos pilares: el apego a la verdad y el servicio al bien común. Cajías defendió, por sobre todo, el pleno derecho a las libertades de expresión, de información y de opinión, pero siempre recordaba que esas libertades no eran ilimitadas, sino que tenían restricciones relacionadas con la moral, el bien común y los derechos de las personas.

Hay plena conciencia de que el periodismo no sólo es el cuarto poder del Estado, si no que va más allá se constituye en un súper poder, porque critica

y vigila el comportamiento de los actores públicos, de los poderes del estado, aunque no tenga una legitimidad de representación en esa tarea, que ha sido adquirida paulatinamente por la ineficiencia, la corrupción de aquellos que ejercen la función pública y la creciente delincuencia.

El 29 de Agosto de 1985 se promulgo el Decreto Supremo 21060 con lo que se produjo la liberación total del mercado, libertad de precios la libre oferta y demanda el cuál produjo un crecimiento masivo de los mas medias o medios de comunicación masivos, y el avance de las tecnologías de la información y comunicación (Tic), con esta medida inicial, destinada a estabilizar la economía, se puso en vigencia la política neoliberal en el país, de esta manera, el paquete de medidas que adopto el estado boliviano para intervenir en la economía, en pos de conseguir determinados objetivos. En lo que corresponde a la política económica, cabe resaltar que esta se opone a la intervención del Estado en la economía, también defiende el libre mercado y propugna que la economía nacional se adecue a la empresa privada.

Se puede resumir en seis puntos, la esencia de su contenido, de acuerdo a José de Mesa, Teresa Gilbert y Carlos Mesa, “son la reducción del déficit fiscal con congelamiento de salarios, aumento del precio de la gasolina (YPFB cubrió así más del 50 por ciento de los ingresos del TGN) y reducción de gastos del Estado, cambio real y flexible de la moneda (desapareció el peso y renació el boliviano, con la reducción de seis ceros del viejo peso), creación del bolsín controlado por el Banco Central, la libre contratación, la llamada relocalización que fue despido masivo de trabajadores, liberalización del mercado, libertad de precios y libre oferta y demanda, arancel único de importaciones, fomento de las exportaciones, reforma tributaria”¹⁰.

¹⁰ José de Mesa, Teresa Gilbert y Carlos Mesa, 3ª edición, Historia de Bolivia, Pág. 703 La Paz–Bolivia 1999.

Con esta mirada inicial, destinada a estabilizar la economía, se puso en vigencia la política neoliberal en el país, que mas adelante hallo su complemento con otras normas como el Decreto Supremo 21660 de “reactivación económica”.

De esta manera, el paquete de medidas que adopto el Estado boliviano para intervenir en la economía (que viene a ser la nueva política económica). Por lo tanto, la aplicación de la política económica neoliberal en Bolivia, se la puede entender como el conjunto de medidas adoptadas, con clara intencionalidad de favorecer a la empresa privada, sobre todo extranjera. Siendo su punto culminante el proceso de capitalización de las empresas estatales de los sectores telecomunicaciones, eléctrico, ferroviario, transporte aéreo y petrolero, cuya esencia radico en apostar todo al sistema de libre mercado, es decir que el estado intervenga lo menos posible en la economía.

“En general y en palabras de Milton Friedman según Landreth y Colander, el enfoque de la escuela de Chicago, mas conocido como Neoliberalismo, significa la creencia en la eficiencia del mercado libre como un medio de organizar los recursos, significa escepticismo con respecto a los asuntos gubernamentales, y significa énfasis en la cantidad de dinero como un factor clave en el surgimiento de la inflación”¹¹.

Cabe recordar que para el Dr. Juan Ramos Mamani quien manifiesta que la democracia proviene de la antigüedad Greco-Romana de las palabras, **dem** = **pueblo** y **kratos** = **gobierno**, sistema que señala¹², “gobierno del pueblo o gobierno de la mayoría en el sentido aristotélico”, una de las referencias mas claras, sobre como debe ser entendida, la expreso el heleno Sócrates-según su

¹¹ SAID VILLAVICENCIO Jaldín, “Medios Democracia y Neoliberalismo” Impresiones Creat Impresiones, Ediciones Yachawasi, La Paz – Bolivia 2009.

¹² RAMOS, M, Juan, “Curso de Derecho Constitucional”, Pág. 98, Impreso en TRAMA COLOR, La Paz – Bolivia 1997.

pupilo Platón cuando sostuvo que la democracia es una forma de gobierno que se opone de manera frontal a la oligarquía, esta entendida como “una forma de gobierno, donde los ricos ejercen el mando sin que los pobres participen en el”¹³

Para el Francés; Sieyes “ solamente una buena Constitución podrá garantizar a los ciudadanos el disfrute de sus derechos naturales y sociales, dará estabilidad a todo lo que se haga bien y operara la extinción sucesiva de todo lo que se ha hecho mal hasta nuestros días”¹⁴. Es decir que la esencia de la democracia burguesa, según este pensador galo, esta en “la eliminación de los privilegios y el entendimiento de la existencia de un básico interés común que promueve la aparición de los ciudadanos formalmente iguales, escribe Sieyes- en el centro de un globo inmenso: todos los ciudadanos sin excepción se hallan situados en la superficie a la misma distancia del centro”¹⁵.

En la actualidad, el caso particular de Bolivia (país capitalista atrasado, con libertades democráticas desde el 10 de noviembre de 1982 y con mas de 20 años de vigencia plena de neoliberalismo, a partir del 29 de agosto de 1985) muestra que la mayoría de los medios masivos de información que funcionan, sobre todo los audiovisuales, iniciaron sus actividades a lo largo de los últimos 18 años del siglo XX, es decir en democracia y en el neoliberalismo.

Esta aproximación a los medios en Bolivia se concentra más en ciudad de La Paz por la accesibilidad de la Información; sin embargo de esta limitación, es buen referente para todo el país, por que La Paz es el mayor centro poblacional en Bolivia, es ya una ciudad cosmopolita es el de mayor importancia geopolítica por su proximidad a los puertos del Océano Pacifico,

¹³ PLATON, “La República o el Estado”, Edición Miguel Ángel, 28ª Edición, Pág. 338, Madrid España 1997.

¹⁴ SEYES, Emmanuel, Colección Astral, Pág. 15 y 16 Madrid España 1991.

¹⁵ IDEM 14.

por el peso específico de su economía y, desde luego, por ser la sede del Gobierno Central.

Todo indica que en esta democracia la gran mayoría de los medios de comunicación masivos están en manos de una clase con poder económico y/o político y que si bien tienen un fin de lucro comercial con estos medios, y una línea política, una filiación política bien definida, donde lo importante es vender su producto.

La insatisfacción, desconfianza y desprecio que fermenta más entre las audiencias televisivas y radiales y, en menor grado, en los lectores de prensa, no es un fenómeno local, nacional ni regional, sino mundial y se explica, en lo principal, por el tipo de periodismo que se realiza, sobre todo en los géneros informativo y de opinión, síntoma muy visible de esta enfermedad que agrava la salud de la comunicación y dentro de ella del periodismo y a los periodistas.

Este reto, de manera natural, que nos lleva a separar las aguas, primero de quienes en su condición de “empresarios de los medios” se esconden bajo el paraguas del periodismo –escritores, analistas, conductores de programas, con funestas consecuencias para el sector y, sin duda alguna, grandes beneficios para los privilegiados y sus entornos, pues, cuando un empresario periodista censura cierta nota, programa, invitado es por que sabe o al menos intuye, que puede afectar de forma negativa a sus allegados, amigos o miembros de su clase y no lo hace en su calidad de “periodista” sino de propietario/a de un medio de información masiva, es decir dueño/a de un medio de producción, en términos de economía política.

La segunda fuente infección la constituyen los denominados “**analistas-comentaristas**”, quienes asumen poses “objetivas” e “imparciales” y destilas

palabras angelicales, con el propósito de encubrir sus contenidos ideológicos, supuestamente en servicio y beneficio de Bolivia y los bolivianos.

Estos, aunque no todos, saben el ejercicio del periodismo y, en su casi totalidad, son ecos perfectos de los intereses de los propietarios de los medios, aunque pueden haber algunos, cuyos criterios expresen contradicciones con la de los dueños, pero jamás serán antagónicas. Y en caso de haber alguno que publique con este contenido con certeza plena será su última aparición en el medio y, con alta probabilidad, también en los demás.

I. IV.- TELEVISION PÚBLICA Y TELEVISION PRIVADA

La televisión sufre en **Bolivia** un proceso de transformación en su estructura de propiedad, desde el monopolio del Estado hasta la libre empresa, esto se da en el Gobierno de René Barrientos Ortuño en 1968 y bajo la concepción de Seguridad Nacional, se instala la Televisión en Bolivia como un instrumento controlado desde el gobierno.

Las Universidades logran este propósito a partir de 1970, para transmitir emisiones de programas de educación superior y cultural, posteriormente en 1980 logran un sistema nacional, en las principales ciudades. A partir de 1985, aparecen los canales privados, alegando el derecho a la libre empresa que se establece en el decreto 21060.

Actualmente la televisión es el medio más aceptado por la población, a través de ella se llega a una mayor comprensión del mensaje informativo, que puede ser aceptado o rechazado racionalmente por la ciudadanía y donde la comunicación llega en vivo y en directo al público.

La televisión, mantiene tres de nuestros cinco sentidos en un estado de pasividad, los únicos estímulos que importan, son los que llegan desde la pantalla a nuestros sentidos, esto quiere decir, que cuando se entra en un estado de pasividad no se necesita pensar en nada más, sólo en observar las imágenes emitidas a través de la pantalla, ha esto se llama **consumismo**.

Este conjunto de imágenes que ofrece el medio televisivo, tiene dos efectos similares a las drogas; es un **sedante** que nos aleja de la realidad, nos hace soñar con situaciones irreales, genera en la audiencia pasividad; es un **estimulante**, que induce a la violencia y agresividad, impulsa sentimientos de odio y venganza, conlleva a la violencia, induce al consumismo.

Entonces, esto lleva a la conclusión de que la sociedad boliviana vive una situación caótica en cuanto a medios televisivos, la saturación de canales en nuestro país, afecta la cantidad y la calidad en cuanto ha imagen y la cobertura no es la óptima, si tomamos en cuenta que existen canales que han entrado en funcionamiento, no tienen una programación establecida, que aún no emiten imagen en condiciones óptimas.

Si bien Bolivia está saturada de medios, sobre todo radiales y televisivos, que podría ser un indicio de democratización de la información y acceso a los medios, en realidad, no es, ni siquiera, una garantía para tener producción de calidad, en lo educativo, formativo y respeto a los valores más fundamentales de las personas y de los pueblos.

En la actualidad, funcionan más de medio centenar de canales privados, 8 universitarios y una estación estatal. 70 por ciento de los canales integran redes nacionales. En algunas provincias alejadas, poco a poco están llegando los medios privados.

La televisión es un medio basado en la transmisión a distancia y de un modo inmediato, de imágenes en movimiento y del sonido correspondiente. Permite al hombre ser testigo presencial y simultáneo de acontecimientos que se producen en lugares muy lejanos, como sucedió cuando la llegada del hombre a la luna, que permitió a todos estar allí, en tan histórico momento.

Cada día llegan a más personas tanto del área urbana como rural, la televisión para algunos es la felicidad ilusoria de los hombres. La religión es el opio del pueblo manifestaba Carlos Marx, hablaba también de la felicidad ilusoria del hombre. Ocho horas ante la pantalla no parece ser una felicidad auténtica. El hablaba de “una conciencia mundial invertida”. La realidad ha invertido la realidad con la fantasía y así coincide con su noción de que “el ser humano no posee una realidad verdadera”. El hablaba del “opio del pueblo”. Mientras la religión dependía de nuestra fuerza para tener fe, la televisión sólo nos pidió un sillón. Sin duda es uno de los opios más fuertes que hemos tenido en la historia”. Es nuestra mayor fuente de información sobre el mundo, es la sección preferida para divertirnos, es la niñera más escogida por los padres y es nuestro aparato de felicidad”¹⁶.

En un país subdesarrollado como el nuestro, hoy en día, el 97 por ciento de los hogares del área urbana tienen por lo menos un televisor. Esos televisores están encendidos durante un promedio de cuatro horas diarias. Un niño ve más de 5 mil horas de televisión antes de entrar a la escuela. La televisión para niños se constituye en una estrategia para atrapar la mentalidad de esas personas que serán consumidores en potencia por el resto de sus vidas.

¹⁶ LITTLE, Paul. “Teleopio del Pueblo” Revista Latinoamericana de Comunicación”CHASQUI” N° 26, abril a junio de 1998, Editado por la CIESPAL, Quito –Ecuador.

Se llega a un punto en que todos los personajes que salen en la pantalla se convierten en productos de venta de una forma u otra. El héroe de los dibujos animados, que antes era parte de la vida fantástica del niño, se hace real en forma de un producto de consumo: el juguete. Por lo tanto la televisión permite y alienta la mercantilización de la cultura, de la política, el deporte, etc. Sino recordemos las últimas campañas electorales, “Goni”, “Banzer” y otros que aparecen en la televisión como un producto mas, a la venta, como el aceite, los refrescos, dulces etc. Y fuimos testigos de cómo tuvieron que salir del país; mas concretamente Gonzalo Sánchez de Losada, como termino Acción Democrática Nacionalista (ADN) al fallecimiento del Ex Presidente Hugo Banzer Suárez.

En nuestro medio, el boliviano que opta por permanecer en casa, tiene para elegir entre 30 telenovelas (melodramas extranjeros cursis y estereotipados), unos 20 dibujos animados (de violencia y fantasía) y unos 14 programas nacionales con moldes extranjeros y de casi medio millar de programas que configuran la actual oferta televisiva, el manejo de la información es diferente en cada uno de los medios de acuerdo a los intereses económicos, políticos, religiosos a sus intereses de clase; un 70 por ciento proviene de afuera, el resto es de producción nacional.

Froilan Castillo Siles, en su ensayo “Acerca de la Televisión en Tiempos de Cólera” le atribuye a este medio variados efectos como el de actualizar, enajenar y manipular las mentes; inmovilizar la conciencia social; borrar la memoria histórica; estimular el consumismo¹⁷. El investigador, Juan Cristóbal Soruco, hace mención a la invasión cultural. La sobredosis de mensajes enlatados va dejando huella en la mente de quienes se exponen ante ellos. Un ejemplo es que muchos niños piensan en las armas con rayos láser o que

¹⁷ CASTILLO, SILES, Froilan. “Reflexiones Teórico Críticas: Acerca de la Televisión en los Tiempos de Cólera” Revista Nueva Universidad N° 5, Editado por la UMSA, La Paz-Bolivia 1998.

los adultos adoptan para sus hijos nombres de los personajes de la tele. Como aquel padre de familia de la ciudad de el alto que a la muerte del famoso cantante Michael Jackson le puso ese nombre a su hijo sin importarle que Jackson era su apellido y no su nombre ya que el le puso de nombre a su hijo.

En efecto, si en la televisión, “la policía es perfecta, los funcionarios incorruptibles, las ciudades limpias, las empleadas rubias y lindas y los malhechores morenos, negros e ignorantes; todo lo contrario ocurre muchas veces en la realidad. Al parecer, hay un interés deliberado por uniformar vivencias y comportamientos en consonancia a un proyecto de homogeneización transnacional y masificante (el estilo de vida norteamericano). Por eso la televisión en especial en su mayoría es la defensora del “status quo”, pues trata de mantener inmodificable cierto orden de cosas”¹⁸.

Varios investigadores de la Comunicación Social, entre ellos, Luís Ramiro Beltrán y Raúl Rivadeneira, coinciden en que todo esto puede ocurrir debido a que no hay en Bolivia una política Global de comunicación ni una política específica que norme el comportamiento de la televisión. Al estado y la sociedad civil, les corresponde delinear políticas sobre la televisión, enmarcadas en el desarrollo nacional que propugne la igualdad y motive el progreso del país. Por ejemplo se tendría que regular los horarios de transmisión de las películas destinados para los niños y adultos, porque una cosa es la libertad de prensa y otra muy diferente el libertinaje.

Para justificar la aparición indiscriminada de canales, se ha recurrido al viejo argumento de la libertad de expresión. Nos preguntamos si realmente

¹⁸ BELTRAN, Luis Ramiro. “Televisión para el desarrollo” Revista Nueva Universidad N° 7, Editado por la UMSA, La Paz-Bolivia 1990.

existe mayor libertad de expresión si en general, todos ellos emiten los mismos contenidos.

Asimismo contrastar permanentemente la ficción que muestran los medios y la realidad circundante, es lo que conlleva a adquirir herramientas analíticas para defenderse de la avalancha de mensajes. Se debe educar para el uso de los medios, enseñar a decodificar los mensajes.

Luís Ramiro Beltrán, en su ensayo “Televisión para el Desarrollo que existe en Bolivia” indica que es preciso adoptar un proceso educativo para poder “leer” correctamente los mensajes que difunde la televisión la radio y los medios escritos.

Es incomprensible que en estos tiempos, en los que la informática, llega a nuestros hogares, las nuevas tecnologías de la información y comunicación de masas (Tic) están presentes ya en nuestro medio, las autoridades educativas que no hayan encarado la necesidad de incluir, desde la escuela, el análisis y estudio de los mensajes audiovisuales y escritos para lograr en las nuevas generaciones respuestas críticas a cada uno de esos mensajes y evitar los perjuicios mencionados.

Por otra parte una distinta oferta comunicacional debe enfatizar en lo educativo, cultural e informativo, lo cual no es incompatible con lo agradable y competitivo. Pues la televisión puede ser por ejemplo un eficaz vehículo educativo porque desarrolla el gusto de aprender, estimula el conocimiento y llega al mayor número de personas. No hay más que canalizar su impacto en beneficio de la comunidad y en función de una realidad. En este afán, los mensajes pueden fomentar desde la alfabetización hasta conocimientos de tecnologías avanzadas. Pasando por la educación no formal hasta la investigación científica. Temas relativos a la extensión avícola, salud pública,

tecnología, educación y medio ambiente que no deben faltar en la programación de los medios de comunicación.

Esta proliferación de los medios masivos de comunicación entre otras cosas se debe a la considerable disminución de los costos de las nuevas tecnologías para comunicación e información ya sea en prensa, radio o televisión. Se presenta a continuación el número de canales existentes en cada departamento.

Se puede observar que en nuestro país existen 174 canales, que emiten señales tanto a nivel nacional como local. En los últimos años se ha producido una caótica proliferación de canales televisivos privados, su funcionamiento responde a principios de libre empresa y la Dirección General de Telecomunicaciones, que han sobrecargado al país de muchos canales televisivos privados, afectando por lo mismo su calidad y cobertura.

La mayoría de los informativos, transmiten noticias que no tienen relevancia social, no interesan a la mayoría de la gente, como ser información de crónica roja que viene combinado con morbosidad; se ocupan de personas públicas, los hechos suscitados dentro de la sociedad no son analizados con profesionalismo, su programación es improvisada como ser: música, noticias, chistes, crónica roja y no guardan relación entre si.

En este contexto hay una ruptura en Bolivia entre cantidad y calidad de la oferta mediática “porque la mayoría de los programas educativos y culturales que difunden las radioemisoras en el país son de producción foránea y la producción nacional, la televisión privada boliviana es, como en todo el mundo, un medio mercantilista por excelencia”¹⁹. La calidad de las radioemisoras ha bajado considerablemente en nuestro país, por el tremendo impacto de la

¹⁹ IRIARTE, Gregorio, Óp. Cit. Pág. 52.

televisión, la programación que presentan son simplemente de imitación y alineación, esto hace que se pierda la propia identidad y simplemente se pierda innecesariamente tiempo de transmisión en conversación trivial, que divaga sin sentido sobre cuestiones intrascendentes.

A nivel nacional funcionan 613 radioemisoras y la mayoría se concentra en las principales ciudades del país, como ser La Paz que tiene 141, le sigue Cochabamba con 106, Santa Cruz con 96, Sucre con 56 y Oruro con 53, el departamento con menos radioemisoras es Pando.

La función primordial de los medios impresos debe ser, contribuir a la educación, defensa de los valores humanos, siendo actores importantes dentro de la sociedad, por tanto deben establecer una integración entre los pueblos mediante una verdadera comunicación, pero esta función no se cumple, ya que algunos periodistas, están influenciados por un periodismo sensacionalista y mercantilista, con una morbosidad que sirve de motivación, que busca lograr mayor impacto y obtener una mayor atención en la gente, esto inclusive al margen de la ética periodística.

La mayoría de los medios televisivos utilizan el **sensacionalismo**, entendida como la exageración de detalles que deforman la realidad, la finalidad causar impacto en el público, para vender la noticia y obtener ganancias económicas.

Señalar al respecto que la vía de penetración de la noticia “va dirigida a la inteligencia del lector, del televidente, aunque luego, como consecuencia inevitable, afecte su alma entera. Pues bien el sensacionalismo burla, y éste es su segundo mal, es la vía lógica de penetración. Se dirige directamente a la vida afectiva, y dentro de ella a los sentimientos menos nobles y elevados de la

persona, juega villanamente con la incultura y estimulada las pasiones y emociones primitivas”²⁰.

El sensacionalismo por la general, va dirigido a un tipo de inteligencia del lector, televidente, oyente al cual se quiere llegar, que trae como consecuencia la estimulación de sentimientos o instintos más bajos de primitivismo.

²⁰ ORTEGO, COSTALES, José. Citado por Pedro Anasagasti. “La Verdad, Objetivo Primario del Periodista” Pág. 102, 103.

CAPITULO II

EL DERECHO A LA INFORMACIÓN. Y LA RESPONSABILIDAD DE LA TAREA PERIODÍSTICA.

- II. I.- ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**
- II. II.- EL DERECHO A LA INFORMACIÓN.**
- II. III.- LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE INFORMACIÓN.**
- II. IV.- LA ACTIVIDAD INFORMATIVA, LEY DE IMPRENTA Y LEY DE TELECOMUNNICACIONES.**
- II. V.- CÓDIGO DE ÉTICA DE LA PRENSA.**
- II. VI.- DERECHOS HUMANOS E INFORMACIÓN.**

II. I.- ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

La estructura de los medios de comunicación, se basa en un modelo de mercado, siendo el fin primordial las ganancias económicas y la ley de la oferta y la demanda; mueve las tendencias en cuanto a contenido y variedad de programación y producción; en la realidad este tipo de política, se ha importado del resto del mundo, junto con las TIC (tecnologías de la información y comunicación de masas) implementándose en mayor o en menor medida en países democráticos como lo es el nuestro.

Las nuevas formas de producción, la tecnología y la liberalización de los mercados, han cambiado de manera acelerada y radical la concepción de los medios de comunicación que difícilmente se conciben en el esquema tradicional

de espacios públicos, sino que se definen como espacios privados susceptibles de influir en la política estatal y en la vida de los individuos.

La **comunicación social** es un conjunto de disciplinas constituidas en áreas específicas del saber científico y de la actividad profesional, inscritas en las llamadas ciencias sociales.

La comunicación implica una emisión de mensaje, donde el individuo escucha, comprende y por último da una respuesta; en el proceso de comunicación, el emisor se convierte en comunicador que elabora el mensaje y lo transmite al receptor que lo decodifica, a esto se llama "**Consumidor de Noticias o de Información**", que lo recibe a través de diversos medios de comunicación como ser: periódico, radio, y televisión, estos influyen sobre él, que experimenta reacciones individuales ante el mensaje percibido y decodificado.

El mayor desafío, que actualmente enfrenta el proceso educativo, es desarrollar en nuestro pueblo y sobre todo en la juventud, la criticidad frente a la información, ya que algunos medios se están constituyendo (radio, televisión, prensa) en instrumentos de distorsión y manipulación de la información. Esta distorsión de la realidad, que tiene como objetivo principal de causar impacto y no la comunicación propiamente dicha, con la manipulación de la información, se aprovechan de la naturaleza social del individuo, crean una falsa conciencia en la víctima que carece de criticidad, quien cree equivocadamente que ha tomado decisiones personales con raciocinio, pero esa manipulación se da como una forma sutil e inhumana de violencia y opresión.

II. II.- EL DERECHO A LA INFORMACIÓN.

La información es un fenómeno del conocimiento, es la facultad de manifestarse a través de un medio cualquiera, todo un universo de ideas, que constituye un derecho individual, capaz de encontrar las formas adecuadas para su ejercicio. Entonces la *“Información es un conjunto de datos conocimientos y hechos, puestos en forma; organizados para que puedan ser aprovechados de la mejor manera por los ciudadanos”*²¹.

La información difundida a través de los diferentes medios, tiene como receptor a la opinión pública, por tanto amerita una responsabilidad para la sociedad, tiene que ser una misión un compromiso del hombre con el hombre, puesto que tiene derecho a una información justa, exacta y precisa, sin injerencias comunicativas que puedan crear una falsa realidad y visión del hecho.

Los medios de comunicación en su afán periodístico y atendidos a la libertad de expresión contenida en la Constitución Política del Estado en su Capítulo, Tercero Derechos Civiles y Políticos que manifiesta que los Bolivianos tenemos derecho 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”*. Sin embargo la realidad muestra la falta de principios éticos del profesional periodista, así como también del medio de comunicación, por lo tanto es necesario definir este derecho. La primera referencia de comunicar el pensamiento, en nuestro país data desde la primera Constitución redactada por Simón Bolívar (1825), que menciona *“Todos pueden comunicar sus pensamientos de palabra, o por escrito y*

²¹ RIVERO, Carlos, DEMAETZU, Ramiro, “40 años de Periodismo Magistral” La Gaceta de la Prensa Española,. Pág. 6, Valencia España. Agosto de 1965.

publicarlos por medio de la imprenta sin previa censura, pero bajo la responsabilidad que la ley determine”.

El compromiso del periodista es informar a la sociedad de manera objetiva, veraz, oportuna y plural, la pluralidad es sinónimo de variedad, implica dar las mismas posibilidades en tiempo y espacio a los actores sociales que forman parte en los acontecimientos. Siendo un elemento esencial de la información profesional, parte y contra parte, un analista o experto; debe existir equidad, es decir dar tiempo necesario para conocer información substancial sobre los personajes involucrados en el tema sobre el cual se informa; es decir, que el medio aporte datos necesarios para que el receptor se forme una idea propia de lo que acontece en su entorno y en el resto del mundo.

Con el objetivo precedente, en primera instancia es necesario tener muy clara la idea de lo que son los Medios de Producción y para ello, basta recordar que estos pueden ser entendidos como el conjunto de objetos materiales que usan los trabajadores en el proceso de producción, ya sea de servicios o de artículos. Estos Medios de Producción –como es de suponer- no siempre son los mismos, sino que cambian de acuerdo a las condiciones de desarrollo histórico de las sociedades.

Los hombres en la producción social de su vida establecen determinadas relaciones necesarias e independientes de su voluntad, relaciones de producción, donde el periodista muchas veces se ve limitado censurado por esta relación en su labor informativa.

Esto significa que en los países capitalistas (atrasados o no) donde están vigentes las Relaciones Sociales de Producción: Dueño/a-Empleado/a la propiedad privada sobre los Medios de Producción esta garantizada por cada Constitución Política del Estado. De esta manera, en Bolivia, la anterior

Constitución garantizaba el derecho a la propiedad privada individual y colectivamente y en la actual Constitución Política Estado se ratifica este privilegio. Como un “derecho” cuándo señala: toda persona tiene derecho a la propiedad privada individual o colectiva y agrega en el inciso subsiguiente, “se garantiza el derecho a la sucesión hereditaria y lo que remacha la continuidad del uso privado de los Medios de Producción y, desde luego, de los Medios de Comunicación Social, por parte de sus propietarios/as, en su mayoría sostienen califican a Bolivia en su caracterización como: país capitalista atrasado donde coexisten diversos modos de producción pretéritos con sus correspondientes relaciones sociales.

En síntesis, en Bolivia, Los grandes Medios de Producción y dentro de ellos los Medios De comunicación Social, que utilizan fuerza de trabajo remunerada para su puesta en marcha, como: edificios, salas, talleres, oficinas, depósitos, plantas de transmisión, equipos y herramientas en general, vehículos, imprentas, cámaras, antenas, libretas de notas, están concentrados en manos privadas en su gran mayoría.

Establecer que la comunicación social constituye un bien social común, y en ese sentido todo individuo, niño, adolescente o adulto tiene derechos inalienables de acceso a la información y a los beneficios de las comunicaciones. Algunos autores señalan este derecho como un derecho humano. En relación a lo informado, el derecho a la información se concreta en varios aspectos: acceso para recibir información y opinión, seleccionar medios y la información a recibir, preservación de la honra y la intimidad, ser informado veraz y oportunamente, establecer responsabilidades.

Los medios de comunicación están destinados a difundir información, publicidad y propaganda, mientras influyen en la opinión pública y por consecuencia, en el modo de pensar de obrar de cada uno de los grupos

sociales, ejercitan una presión, que penetra profundamente en la mentalidad y en la conciencia de los hombres.

Primeramente se debe enfatizar que alcance que tiene el **ser objetivo** significa no poseer opinión propia, lo más parecido a una computadora, procesando datos que los demás proporcionen. Opinar, cuestionar, reflexionar o comparar lo que las autoridades digan es el llamado “pecado profesional” que puede cometer un periodista. Para ser considerada objetiva, la información tiene que ser comunicada en lo posible de persona a persona y ser demostrable, es decir si alguien hace una afirmación, debe ser demostrable, esto afirma que esta siendo objetiva.

La objetividad está íntimamente ligada a lo **verificable y reproducible**, la Doctora: Mercedes Medina enfatizo que *“los medios de comunicación son puentes entre la realidad y el público, la obligación primera de los periodistas es conocer la realidad para transmitirla”*. Los profesionales deben interpretar la realidad que tiene tres acepciones como lo demuestra la Real Academia de la Lengua Española: **primero** explicar el sentido de algo; **segundo** explicar las diversas dimensiones y sentidos que tienen las cosas y los hechos, y tercero concebir, ordenar y explicar de un modo personal la realidad.

La llamada objetividad no existe nadie es objetivo, somos personas, por tanto sujeto = subjetividad. La realidad es una sola y el enfoque de cada persona y su interpretación es distinto, eso no es engañar ni manipular sino darle sentido, realizar la información en base a las preguntas básicas que ya se menciono, la estructura de una información son las mismas en todas partes y respetadas por cada periodista que interviene en el proceso de la elaboración de la información que llegara a la sociedad.

“El periodista debe ser objetivo. Ser objetivo se asume como principio esencial de honestidad profesional. En consecuencia, la objetividad pasa a ser sinónimo de veracidad y, por lo tanto, subjetividad se establece como expresión de falsedad”. Según Antonio Peredo Leigue.

En síntesis podemos decir que es el derecho que tienen todos los miembros de la sociedad a estar constantemente comunicados e informados de todo lo que pueda interesarles para su existencia, orientación y reflexión para modificar sus decisiones, y todo ello en una dimensión cada vez mayor a medida que las nuevas técnicas, las nuevas tecnologías de información y comunicación de las masas (TIC) permiten extender la información del marco local al nacional, al internacional y al universal.

La **verdad y objetividad informativa** están íntimamente relacionadas con los medios como fuentes de información para decidir, son valores que adquieren importancia en la medida en que se convierte en una cualidad de la información a la que el ciudadano tiene derecho para recibir.

El diccionario de la Lengua Española de la Real Academia define como equivalente ambos vocablos; para esto da un concepto “veraz” significa que dice, usa, profesa siempre la verdad. Por tanto informar con veracidad sería “**poner en forma datos y hechos verdaderos**”. En el ejercicio periodístico apelar a la verdad es, por su puesto, un principio deseable, pero no siempre posible. Niceto Blázquez señala “*la crisis del concepto de verdad en el campo de la reflexión filosófica ha repercutido profundamente en el de la teoría de la información*”.

La información correctamente obtenida y difundida ha de ser protegida, aunque resulte inexacta, con tal de que se haya observado el deber de comprobar su veracidad mediante las oportunas averiguaciones propias de un

profesional diligente. La verdad es un ingrediente esencial de la información, pero no es la verdad misma, el problema grave es la posibilidad de que la información de los medios se convierta en la verdad a nivel de percepción, aunque no lo sea.

Así, la veracidad debe ser una tarea básica de los medios, la veracidad permite errores en la forma o naturaleza adjetiva, pero apego a los hechos en el fondo o en la parte sustantiva, lo que se informe debe ser verdadero. Desde el punto de vista axiológico sería deseable que la información que proporcionan los medios fuese verdadera, y jurídicamente exigible.

De lo dicho se infiere que la verdad se refiere siempre a la realidad en cuanto conocida. Y como hay diversos órdenes de realidades, de ahí que la verdad sea un concepto relacionado a la pluralidad.

De la verdad referida al entendimiento se ocupa la lógica, que analiza la adecuación de la facultad intelectual a cierto objeto o conceptos que nos hacemos de las cosas ordenándolos de forma racionalmente adecuada, desde el punto de vista formal.

Aquello de que las cosas son independientemente de lo que a nosotros nos parezca se denomina materialismo, quien esta dispuesto a decir siempre la verdad que sabe y en la medida en que sabe que es veraz. La veracidad es la virtud moral del quien es veraz. La verdad se dice incluso de las palabras en tanto que éstas expresan el contenido real de las cosas que significan.

Decir la verdad objetivamente como reflejo de la realidad pura y limpia de manipulaciones es el ideal supremo al que todo periodista honrado debe aspirar, toda deformación deliberada de la verdad que la sociedad tiene derecho a conocer constituye de suyo una inmoralidad, como principio, esto no

admite lugar a dudas. En la práctica sin embargo el periodista trabaja bajo tales condiciones personales y ambientales que frecuentemente sólo conoce la verdad a medias, y cuando la conoce en toda su amplitud y objetividad, no siempre le es permitido decirla.

La honestidad del periodista desde el punto de vista moral se salva aspirando siempre a conocer y decir la verdad con la mayor objetividad posible en el sentido explicativo y contándola de hecho con veracidad y respeto a la dignidad humana.

El periodista salva su honestidad moral por el mero hecho de ser veraz contando las cosas en la medida que las conoce después de una suficiente verificación, sin que necesariamente lo que dice sea la verdad objetiva absoluta, la verdad objetiva absoluta es el ideal. La veracidad es solo moralmente posible en muchos casos y, por tanto lo que realmente pone a salvo su honestidad.

El informador que informa verazmente puede estar equivocado, pero no puede moralmente acusársele de engañar al público si no ha habido negligencia culpable y está dispuesto a rectificar. La objetividad absoluta no siempre es posible en la práctica, pero tiene que haber una objetividad o reflejo de la realidad mínima e indispensable para que el informador se considere éticamente con derecho a informar; sin un mínimo de conocimiento objetivo de las cosas, el informador responsable lo mejor que puede hacer es callarse.

Lo que no admite excusas jamás es la veracidad, si un mínimo de objetividad es indispensable, la veracidad resulta de todo punto inexcusable. El informador que no es veraz, engaña y a partir de ese momento pierde el derecho a informar, equivocarse puede ser éticamente correcto, el engaño deliberado no lo es jamás.

Un diálogo ético real, efectivo y los mecanismos de autorregulación que derivan de ello, sólo puede fructificar en aquellos medios donde la conciencia y la responsabilidad profesional alcance a toda la pirámide jerárquica. Un código deontológico puede y debe surgir del acercamiento entre posiciones que ocasionalmente entran en conflicto, de la discusión razonada de valores, del análisis de los actores de las decisiones colegiadas respecto de dilemas específicos que afectan a toda redacción o sala de prensa.

El periodismo profesional -que solo puede considerarse así cuando es responsable- pasa necesariamente por la autorregulación. Esta idea, aceptada por teóricos del derecho y la deontología, aún no acaba de pernear todos los estratos de la prensa. Hoy es posible encontrar a muchos periodistas, editores y dueños de medios que se resisten a asumir la carga moral que les representa la ética, particularmente cuando ésta se muestra imbuida por principios filosóficos más cercanos a la moral religiosa que la búsqueda de un bien general. No obstante, la ética periodística ha estado presente desde siempre en los medios, pero es relativamente reciente su sistematización en forma de documentos, códigos, instrumentos diversos, organizaciones e instituciones que operan públicamente.

Existen decenas de mecanismos de autorregulación, los cuáles son tan diversos. Lo cierto es que nadie puede abrogarse el derecho de imponer a los demás su propia visión de conducta moral profesional, ni siquiera de lo que debe ser o cómo debe aplicarse la ética periodística. No hay un modelo único de autorregulación que pueda ser copiado en todo el mundo. Los periodistas en cada país deben trabajar juntos para establecer y revisar estándares comunes de ética y profesionalismo.

El involucramiento del público es pieza fundamental de la autorregulación; los diversos mecanismos no sólo deben ser públicos, si no los que hay también

que permiten la participación directa de lectores y auditorio, mediante la fiscalización de los propios medios, tales como los consejos de ética y los observatorios de medios.

El objeto de los mecanismos de autorregulación es la elaboración de un producto informativo no sólo de calidad, sino con una gran pertinencia social, cuyo contenido cumpla con la función de la prensa en democracia: proporcionar a la sociedad información suficiente, objetiva, veraz y oportuna que permita la participación razonada de los individuos en la toma de decisiones de su comunidad. Por otro lado, no puede ignorarse que la autorregulación ha sido un freno tradicional que los propietarios de los medios se han opuesto a la amenaza gubernamental de imponerles controles legislativos que afectarían no sólo su libertad editorial para ejercer el papel de fiscalizadores del poder público, sino también al negocio que les representa el hecho de haberse convertido ellos mismos en factores de poder.

En el mejor de los casos, la autorregulación periodística es incluso un instrumento de defensa de las libertades de expresión e información como valores universales de la democracia, siempre que se encuentren amenazadas, esta es la base, precisamente, de la responsabilidad social de la prensa.

Tal responsabilidad social implica, además, que los propietarios y los medios demuestren en voluntario respeto de los derechos fundamentales de los ciudadanos, y no sólo porque la ley se los mande. La inmensa mayoría de los códigos éticos nacionales e internacionales así lo consignan, e imponen con ese fin una serie de estándares mínimos en las prácticas periodísticas cotidianas –con una decidida orientación hacia el interés público- como la precisión, la veracidad, objetividad y el equilibrio informativos, tendencia que siguen claramente los documentos de este tipo en Latinoamérica.

Finalmente, la autorregulación periodística es un elemento más en la construcción de la confianza pública en la prensa. Pero no se trata de inculcar en la sociedad una fe ciega en los medios, sino enseñarles a entender y valorar la importancia de una prensa libre e independiente, compartiendo con ellos lo más posible sobre sus métodos de reportero y sobre sus fuentes de información.

II. III.- LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN

Tanto la libertad de expresión y de información no solamente fueron restringidos en determinados períodos históricos, sino fueron sumamente perseguidos; sin embargo, así como el pensamiento científico ha sido perseguido, también cuando los sistemas políticos, no han permitido durante siglos que los simples ciudadanos opinen sobre ciertos asuntos del Estado y sobre todo, referente a los actos del monarca y aquellos que lo hicieron se los persiguió despiadadamente hasta encontrarles y darles muerte.

Es necesario mencionar que esta libertad tiene su límite en el derecho natural como una norma interna, es una manifestación de la naturaleza misma del ser humano existente en la racionalidad, entonces debe remitirse respetando otros derechos que tienen reconocimiento Constitucional también. Entonces podemos definir la **libertad de Expresión** como un derecho constitucional reconocido a todos los habitantes de la nación para publicar sus ideas pensamientos por cualquier medio de comunicación, sin censura previa.

Por ello su ejercicio entraña deberes, responsabilidades y podrá ser sometido a ciertas formalidades, condiciones, restricciones y sanciones, que constituyan medidas necesarias en una sociedad democrática, para la

seguridad nacional, la integridad territorial, defensa del orden y prevención del delito.

La Constitución Política del Estado en el capítulo segundo, en lo referente a los derechos fundamentales en el artículo 20 manifiesta que toda persona tiene derecho al acceso a las telecomunicaciones, en el capítulo tercero, en los derechos civiles y políticos, sección I Derechos Civiles, en el artículo 21 incisos 5-6 señala que los bolivianos tienen derecho a expresar difundir libremente pensamientos u opiniones por cualquier medio, de forma oral, escrita, o visual; a acceder a la información, interpretarla, analizarla y comunicarla, libremente de manera individual y colectiva. Así mismo el artículo 23 de este mismo capítulo señala el tratamiento que se les debe dar a los menores de edad que se encuentran privados de libertad, en todo momento el respeto a su dignidad y la reserva de su identidad.

En el capítulo cuarto, en los derechos de las naciones y pueblos indígenas originarios campesinos en el artículo 30 manifiesta que tienen derecho a crear y administrar sistemas, medios y redes de comunicación propios. En los Derechos de las Personas con Discapacidad en el artículo 70 inciso 3 manifiesta que las personas con discapacidad tienen derecho a la comunicación en lenguaje alternativo. El capítulo séptimo manifiesta que el estado garantiza el derecho “Comunicación Social” en su artículo 106, manifiesta que el estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.

El Estado garantiza a las bolivianas y 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. El capítulo séptimo manifiesta que el estado garantiza el derecho “Comunicación Social” en su artículo 106, manifiesta así:

- I. 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.
- II. Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información.

Y el 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 y 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

En cuanto a la “pena de infamia”, ésta importa la desacreditación de la persona ante la sociedad, opinión pública y comunidad, hay que destacar esta figura jurídica, según Escriche, citado por Pablo Dermizaky, *“Infamia equivale a una ex comunión civil, pues quien la sufría quedaba aislado, víctima del desprecio general”*.²².

²² DERMIZAKY, PEREDO, Pablo. “Derecho Constitucional” 3ª Edición, Pág. 50, Editorial Serrano-Cochabamba – Bolivia 1996.

Empero, sucede que sin estar reconocida en la Constitución ni en la Ley Penal, en la práctica se la aplica por un inadecuado manejo de la información que, vulnerando el principio de la presunción de inocencia, difunden imágenes, nombres completos de personas encausadas, antes que se demuestre su culpabilidad ya se los condena. Se presume la inocencia, mientras no se compruebe su culpabilidad mediante una sentencia ejecutoriada y emitida por autoridad competente, ninguna persona puede ser condenada a pena alguna sin haber sido oído y juzgado previamente en un proceso legal así lo señala la Constitución Política del Estado que menciona esto en los artículos 116 donde se garantiza la presunción de inocencia y el artículo 117 donde manifiesta que ninguna persona puede ser condenada a pena alguna sin haber sido oído y juzgado.

II. IV.- LA ACTIVIDAD INFORMATIVA, LEY DE IMPRENTA Y LEY DE TELECOMUNICACIONES

La Ley de Imprenta del 19 de enero de 1925, promulgada durante la presidencia de Bautista Saavedra con todos sus anacronismos y debilidades que ello implica, fue concebida específicamente, como su nombre lo indica, para reglamentar el uso de la imprenta, es decir, de manera particular, para el periodismo impreso (periódicos, diarios, semanarios, quincenarios, revistas y otros), y de manera general, para los materiales impresos (libros, folletos y otros). Cuando fue aprobada no existían otros medios de comunicación, en nuestro país.

Con el paso del tiempo y la aparición de la radio y televisión, puso en evidencia la necesidad de normar su utilización, tomando en cuenta que los preceptos contenidos en la Ley de Imprenta, si bien pueden ser utilizados por

analogía y/o extensión para estos medios, tienen ciertas peculiaridades que las diferencian y que hacen necesaria su regularización en forma particularizada.

Hay que tener en cuenta que ésta no se aplica por una combinación de cuatro factores, primero el desconocimiento por parte de quienes si podrían ampararse en ella; la falta de tradición del gobierno municipal (cabe recordar que recién a partir de 1985 se regulariza la elección municipal) su evidente limitación respecto al desarrollo de los medios tecnológicos de comunicación, y la subjetiva desconfianza, especialmente de parte de los operadores políticos, de su eficacia, por lo que más bien preferirían aplicar el Código Penal sin ninguna restricción.

Esta Ley, era considerada como una de las mejores en Latinoamérica, si bien es sabia en cuanto a la protección a la libertad de prensa, este no alcanza a regular plenamente el ejercicio de la actividad informativa, dejando al margen de la ley a otros medios tan importantes como la radio y la televisión, si bien su funcionamiento físico está normado por la Ley General de Telecomunicaciones, este abarca sólo aspectos técnicos y de regulación.

La Ley de Imprenta, tiene la finalidad de regularizar la actividad periodística y sanciona mediante el jurado de imprenta aquellos que hayan incurrido en faltas y delitos tipificados en este cuerpo legal. Primeramente es necesario establecer la terminología "Jurado" Ossorio señala *"Que esta constituido por ciudadanos que pueden o no ser letrados y llamados por ley para juzgar, conforme a su conciencia, acerca de la culpabilidad o la inocencia del imputado limitándose únicamente a la apreciación de los hechos mediante un veredicto, sin entrar a considerar aspectos jurídicos reservados al Juez o Jueces que juntamente con los jurados, integran el tribunal"*.²³

²³ OSSORIO, Manuel, "Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales", 26ª Edición, Pag. 110. Editorial Heliasta 205

Si hablamos de jurado o tribunal en genérico, nos referimos a *“los órganos del Estado que aseguran la publicación de las normas de derecho establecidas” y los jurados en concreto son ciudadanos sacados a suerte su conjunto constituye el jurado que ejercen funciones de manera temporal, para un proceso determinado*”.²⁴

La tradición de los jurados en general, se remonta a la antigua Grecia, con la “imprensa” algunos autores señalan que su origen surge en la Revolución Francesa de 1789, cuya influencia en América fue muy grande en el ámbito judicial, una de las principales características de esta ley es la conformación de los **jurados de imprenta**, es la esencia y el pilar fundamental, así lo dispone el artículo 21, de este cuerpo legal, por lo que podemos aseverar claramente que si existiera la ausencia de jurados, no habría esta ley.

Citemos algunas experiencias dadas en la realidad, para verificar si realmente este cuerpo de jurados que señala la Ley de Imprenta funciona. Podemos señalar el caso del señor **Máx Fernández Rojas** un empresario cervecero que denunció a Wilson García Mérida periodista del periódico “Los Tiempos” que publica un titular **“El poder de la cerveza, la embriaguez del Estado y Don Máx: inviolabilidad o retraso”**. Este caso, nunca pudo ser llevado al jurado de imprenta desde el 10 de noviembre de 1992 hasta la fecha, por diferentes excusas y recusaciones planteadas por las partes, sólo por retrasar el proceso en la conformación de los jurados, de esta manera nunca se dio un fallo.

Asimismo, podemos señalar el caso de **Luis del Rio Chávez**, Ex - Superintendente de Bancos contra el periodista Ronald Méndez, editor de la

²⁴ GOMEZ, Antonio. “Peso y Levedad de los Jurados de Imprenta”. Pag. 83-84, Editorial Lubilin Graph La Paz- Bolivia 1994

revista "Puzzle Financiero". Este caso se publicó en dos ocasiones, en los años 1995 y 96 con el título: "**La Conspiración Financiera**". De igual forma no se llegó a conformar el jurado de imprenta, con el fin de que prescribiera dicha acción, los periodistas descontrolados en el ejercicio de la libertad de información, perdieron la responsabilidad violando varios artículos de la Ley de Imprenta y faltando a principios éticos señalados en el Código de Ética.

Este caso llamó bastante atención del público lector, el caso del señor **Walter Guiteras Denis**, Ex Ministro de la Presidencia contra Jaime Iturri, Director del periódico de crónica roja el "Extra". Donde se publicó el 3 de enero de 2001 con el siguiente titular: "**Walter Guiteras Denis golpeo a su mujer e hija**". A partir de ese momento, se difundieron y publicaron una serie de notas periodísticas.

Lamentablemente nunca se pudo conformar el famoso "JURADO DE IMPRENTA", que explicación tendría que darse a la opinión pública, sobre este mecanismo y vacío jurídico, donde el "jurado" de imprenta viene a ser una pieza fundamental para el funcionamiento de esta ley, sin la conformación del jurado no existe proceso.

La inexistencia del jurado de imprenta para el caso "Guiteras" se debe a excusas y recusaciones planteadas por los miembros elegidos y las partes, llegando a prescribir la acción penal, así lo dispone el artículo 20 de la Ley de Imprenta, que señala: "La acción penal prescribe en cuatro meses, corridos desde el día de la publicación del impreso, y en los clandestinos, desde que hubiesen llegado a conocimiento de la autoridad".

Analizando el anterior caso se puede establecer, que se prolongó mucho tiempo en la designación del jurado, por tanto no se cumplió con lo que dispone la ley, vale aclarar, cuando ya se llegó a conformar el jurado de

impresión fue al margen del tiempo que determina la ley, cuando el caso ya había prescrito.

En consecuencia se introduce el “Jurado” para resolver los delitos de impresión, sin embargo representa un obstáculo en la aplicación de esta ley; el mismo está conformado de 40 personas en las Capitales de Departamento y 20 en las Provincias, que son elegidos por los Consejos y Juntas Municipales, de éstas personas se designan 12 ciudadanos, quienes conforman el “Jurado Dirimidor”; empero en la práctica dicho extremo no se cumple, más bien representa una dificultad frente al tiempo que señala la ley, que implica una retardación en la conformación de los doce miembros que debe tener el jurado, como requisito fundamental, entonces demanda la necesidad de modificar esta normativa y crear mecanismos de regulación en la labor periodística, que sean eficaces y mediatos en cuanto a su aplicación

Ley General de Telecomunicaciones tecnologías de Información y Comunicación, esta Ley 1632 de 5 de julio de 1995 y su Decreto Reglamentario No. 24132, en su Artículo 37 manifiestan que “Los servicios de telecomunicaciones son declarados de utilidad pública. Salvo disposición judicial a favor de autoridad competente, queda terminantemente prohibido interceptar, interferir, obstruir, alterar, desviar, utilizar, publicar o divulgar el contenido de las telecomunicaciones”.

Cabe hacer notar que esta ley es, esencialmente una norma técnica sin ingresar en el tema de regulación programática a través de los medios audiovisuales, de esta forma es imposible que el estado, al promulgarla, a abdicado de varias de sus responsabilidades en este campo. Empero se dedica únicamente al ordenamiento en detalle de todos los servicios de las telecomunicaciones, con especial énfasis en el aspecto técnico, dejando de lado otros temas de relevancia, es un instrumento eminentemente técnico que

no aborda los mensajes, programaciones, publicidad a través de los medios audiovisuales.

Razón para esto, es el convenio firmado entre el Gobierno y la Confederación Nacional de Medios Privados, del 7 de febrero de 1995, en su numeral cuatro indica: *“Queda claramente establecido que la Ley de Telecomunicaciones se refiere únicamente a los aspectos técnicos y de regulación, y de ninguna manera a los aspectos de contenido y a los que se refieren a la libertad de prensa y expresión”* entonces esta ley hace referencia sólo aspectos técnicos y de regulación.

La Ley No 164, ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de información y Comunicación promulgada el 8 de Agosto de 2011 durante el gobierno de Evo Morales Ayma, el objeto de esta ley es establecer el régimen general de las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, en procura del vivir bien garantizando el derecho humano individual y colectivo a la comunicación, aquí se considera ya a la comunicación y información como un derecho humano, se garantiza la distribución equitativa y el uso eficiente del recurso natural limitado del espectro radioeléctrico.

En el título tercero, capítulo primero se refiere al espectro radioeléctrico en el artículo 10 a la distribución de frecuencias para radiodifusión donde se establece 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, el estado, hasta un treinta por ciento, comercial hasta un treinta por ciento, social comunitario, hasta diecisiete por ciento además, en este instrumento cobra importancia fundamental, la cláusula de conciencia, por la cual si el medio cambia de línea editorial el periodista puede pedir su retiro, gozando de los beneficios sociales de ley, sin embargo como ya se señaló se trata de dos normas que no tienen aplicación práctica.

II. V.- CÓDIGO DE ÉTICA DE LA PRENSA

José Luís Exeni sostiene que *“la ética no se aplica, sino que debe ser espiritualmente asimilada e intelectualmente apropiada; no se trata de aplicar la ética a la información, sino que el periodista piense y actúe éticamente”*. Agrega que *“La ética no crea la moral” “si no que es la teoría de ese comportamiento moral. En consecuencia, cuando hablamos de ética periodística o planteamos un código de ética para el periodismo, estamos fundamentando una moral específica (vinculada con la información) que tiene que ponerse a prueba mas allá del modo de ser, en un ejercicio concreto de modos de ser. La ética por si misma, no resuelve ni define el comportamiento, pero si lo condiciona”*

Sobre la base de la anterior definición podemos entender que la ética periodística hace referencia a un conjunto de principios que el periodista - comunicador debe asumir para el buen cumplimiento de su labor que busca el beneficio de la comunidad a la que sirve.

Exeni luego de hacer un exhaustivo análisis al Código de Ética de la Federación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia, sugiere discutir y definir técnicamente un “Código de Ética” que oriente el ejercicio periodístico de todos los profesionales relacionados con los medios de comunicaciones en el país, con tratamientos específicos en el caso de la prensa, la radio y la televisión. Esto supone unificar los códigos que existen prensa, la radio y la televisión y definir un Reglamento de Quejas y Denuncias que establezca con precisión un régimen de faltas al Código de Ética.

“La ética se ocupa de estudiar los valores morales y los actos humanos y su finalidad es el deber para consigo mismo y para con los demás”. En este sentido se aplica en todo el campo de la comunicación social, viene la

denominada deontología, que se desarrolla en las diferentes áreas: como ser la información, publicidad, periodismo, relaciones públicas, y quienes lo ejercen.

Uno de los mecanismos internos, es el Código de Ética que *“es el conjunto de disposiciones que norma la conducta de aquellos que elaboran información y las difunden, durante el ejercicio de su labor profesional”*. La ética en el profesional periodista se adecua a la coyuntura del momento en que vive, si bien el periodista tiene una manera de pensar referente a sus valores éticos y morales, tiene que adecuarse a influencia o las políticas de la empresa en la que trabaja, generando de esta manera la anti-ética.

Los códigos de ética, son vistos como un listado de buenas intenciones antes que como un compendio de normas imperativas a cumplir. De hecho son muy pocos los casos en que estos han sido aplicados y hay una generalizada percepción de que, por lo general, prima el “espíritu de cuerpo” antes que la aplicación consecuente de sus prescripciones. Pero hay que estar concientes que los códigos no son una respuesta para todas las cuestiones de ética que pueden presentarse al informar periodísticamente, y su inclusión no implica ningún aval semejante.

En Bolivia está vigente el Código de Ética de la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia (CSTPB), aprobado en el XV Congreso Extra Ordinario realizado en la Ciudad benemérita de Villa Montes, provincia Gran Chaco, departamento de Tarija, del 17 al 19 de julio de 2009, donde se efectuó modificaciones en el marco de la aprobación y vigencia de la nueva Constitución Política del Estado. Dicha norma rige a nivel nacional y es de conocimiento o debería serlo de todos los sindicatos de trabajadores en todos los departamentos del país, por tanto constituye un instrumento de autocontrol voluntario que posee el periodista para desempeñarse en un marco de la honestidad y responsabilidad.

Pero lamentablemente, desde hace bastante tiempo la ética del periodista se ha deteriorado considerablemente y aceleradamente, esto debido al comportamiento antiético en su investigación, preparación y redacción de noticias mal manejo de fuentes de información, engaños, edición distorsionada y manipulación de la información, esto debido a la falta de ética en su labor periodística.

El periodista debe asumir este código, debe cumplirlo, no puede mantenerse impasible ante las infracciones y puede aplicar la cláusula de conciencia cuando sea incitado u obligado a desviarse de él, este aspecto requiere un compromiso ético muy alto; por ello mismo es el principio más vulnerado por la propia profesión periodística. Podemos imaginar incluso un compromiso que vaya más allá de la ética y penetre en los ámbitos jurídicos, ya sea frente a la justicia o frente a normas de su propia organización profesional de periodistas.

La mayoría de códigos éticos asumen que la verdad, la objetividad y la imparcialidad no existen de forma absoluta, no obstante es necesario establecer mecanismos que permitan aproximarse a informaciones veraces, o cuando menos alejarse de informaciones deformadoras o falsas, es necesario trabajar recogiendo testimonios de diversas fuentes, contrastando informaciones, documentando la información, rectificando cuando se pone en manifiesto un error y otorgar el derecho a réplica a los sujetos de la información.

II. VI.- LOS DERECHOS HUMANOS Y LA INFORMACIÓN.

El desarrollo del Derecho a la Información, desde la promulgación de la Declaración Universal de Derecho Humanos, ha tenido una rápida evolución, plasmada en muchos textos constitucionales del mundo entero, así como leyes que se desarrollan en cada lugar; una de las consecuencias de este desarrollo y de la proliferación de diversas interpretaciones de los principios jurídicos de la actividad informativa es el cuestionamiento de los principios jurídicos de la actividad informativa es el cuestionamiento de los conceptos de objetividad y veracidad en el proceso informativo.

Después de la II Guerra Mundial, se ha aceptado el respeto a los Derechos Humanos, que forman parte de leyes nacionales e internacionales entre los Estados, la preocupación de los gobiernos radica en el respeto a dichos derechos que son vulnerados asiduamente, opina Henkin que los derechos humanos “son reclamaciones a la sociedad representada ésta por el gobierno y sus funcionarios”.²⁵. En cuanto a la justificación de los derechos fundamentales está escuela del Derecho Natural los considera como atributos innatos al hombre. Esta declaración aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948 en su art. 19 manifiesta que todos tienen derecho a la libertad de opinión y expresión, este derecho incluye la libertad de tener opiniones sin interferencias y de buscar, recibir e compartir información e ideas a través de cualquier medio y haciendo caso omiso de las fronteras.

Así, este derecho a recibir e impartir información e ideas, se reduce a los propietarios de los medios y periodistas, siendo mediadores como algo natural.

²⁵ VANOSSI, Jorge Reinaldo; Citado por DERMIZAKY Pablo, Ob. Cit. Pág. 111

Los tratadistas sostienen que estos derechos o libertades públicas son anteriores al Estado y la Constitución, como lo hace notar Carl Schmitt: “En el estado burgués de derecho son derechos fundamentales solo aquellos que pueden valer como anteriores y superiores al Estado, por que este no les otorga, sino que los reconoce y protege ”como dados antes que el”. Se trata mas bien de “esferas de la Libertad” de las que derivan derechos que dan comienzo históricamente a los derechos fundamentales, como la libertad personal, la igualdad, la libertad de expresión, el derecho de propiedad, que existen antes que el Estado”.²⁶.

Los jus-Naturalistas del siglo XVIII Jacques Rousseau entre ellos, señalan que el hombre es bueno por naturaleza y la sociedad lo corrompe, bastara liberarlo de las instituciones existentes y darle el máximo de libertad para alcanzar el orden social.

Por esto se Aclara que los derechos fundamentales en sentido propio son, esencialmente, derechos del hombre individual, libre y por cierto, derechos que el tiene frente al Estado. Mayorga considera que los derechos “Son Inherentes a la naturaleza humana, no desde un punto de vista metafísico, sino psico-biológico, que satisfacen sus necesidades básicas”.²⁷. La necesidad humana explica este autor – es un fenómeno orgánico, biológico, que se presenta mental y psicológicamente.

Esta claro que son derechos naturales, que atienden a requerimientos biológicos, sin los cuales el ser humano no podría vivir, desarrollarse y trabajar. En otras palabras, el ser humano nace con estos derechos, son inherentes a su naturaleza y afectan esencialmente a los atributos de su personalidad. Cuando

²⁶ SCHMITT, Carl, Citado por DERMIZAKY Pablo, Ob. Cit. Pág. 112

²⁷ MAYORGA, Lorga, Roberto; Citado por DERMIZAKY, Pablo, Ob. Cit. Pag. 112

al ser humano se le priva de sus derechos políticos y jurídicos, este deja de ser persona para degradarse a la condición de objeto o cosa.

Schmitt, señala que los derechos” son ilimitados en principio, por que es con arreglo a las leyes; su contenido no resulta de la ley, sino que la ingerencia legal aparece como excepción”. Esto implica, que la limitación ala libertad de expresión e información, se basa en la preeminencia del bien público y la seguridad del Estado. Es importante recordar que el ejercicio de todo derecho es un acto social, que debe respetarse, es decir que el limite de un derecho esta en el respeto a los derechos contemplados en la constitución. En consecuencia, es importante regular su ejercicio, estableciendo instituciones de protección y defensa de los derechos, pero también restricciones legales que permitan un equilibrio en las relaciones sociales.

La censura previa esta prohibida en todas las Constituciones Contemporáneas y en las Declaraciones de los Derechos Humanos, por estimarse una limitación abusiva a la libertad de expresión, ya que de manera arbitraria se decide lo que puede o no publicarse.

En relación al Estado Boliviano, en cuanto al limite a la libertad de expresión, no podrá suspender las garantías de los derechos fundamentales, como el derecho a la información que se encuentra en la Constitución Política del Estado Capitulo Tercero, Estados de Excepción art. 137. En cuyo caso, por mandato expreso de la constitución Política, señala que no podrá imponerse la censura al derecho a la información.

Esta claro que son derechos naturales, que atienden a requerimientos biológicos, sin los cuales el ser humano no podrá vivir, desarrollarse y trabajar. En otras palabras, el ser humano nace con estos derechos, son inherentes a su naturaleza y afectan esencialmente a los atributos de su personalidad. Cuando

el ser humano se le priva de sus derechos morales y jurídicos este deja de ser persona para degradarse a la condición de objeto o cosa.

El artículo 13 párrafo 5 de la Convención Americana de Derechos Humanos, prohíbe la propaganda a favor de la guerra, del odio nacional, racial y religioso. Esta prohibición se basa en los postulados pacifistas de las Naciones Unidas y de los Organismos Regionales y en principios de universalidad; derechos que deben ser reconocidos sin discriminación de raza, nacionalidad, sexo, color, religión, condición; principio recogido en las declaraciones y en las diferentes Constituciones de los Estados.

Son numerosas las restricciones ilegales a la libertad de expresión, principalmente las que ocurren de manera abusiva y prepotente durante los gobiernos de facto, dictatoriales, restricciones que son directas e indirectas. Entre las principales están la persecución, arresto, confinamiento y destierro de periodistas, el ataque armado a oficinas y talleres de prensa; la clausura de periódicos, etc.

En la mayoría de las legislaciones el derecho a la información queda limitado por otros derechos fundamentales de los ciudadanos como el derecho al honor, privacidad, intimidad, imagen, presunción de inocencia, así como derechos especiales hacia la infancia y la juventud.

Los periodistas no están exentos de estas limitaciones, aunque su libertad de información se ve ampliada respecto al resto de la ciudadanía en determinados casos, cuando una información es de interés público y cuando su protagonista es una persona pública.

En Colombia la prensa es libre en tiempos de paz; responsable con arreglo a las leyes, cuando se atente a la honra de las personas, al orden social o la tranquilidad pública.

Garantiza a toda persona la libertad de expresar su pensamiento y opinión, de informar y recibir información veraz e imparcial, tienen libertad y responsabilidad social, garantizar el derecho de rectificación en condiciones de equidad, sin censura. Artículo (20).

La ley de prensa de 1994, comprende toda publicación por medio de la imprenta, que reglamenta, determina, lo que es la calumnia, entendiéndose por imputación falsa de un hecho que afecte el honor o la buena reputación de una persona o corporación y por injuria toda expresión de ultraje o desprecio para el individuo o corporación. Según esta ley, el difamado puede exigir al periódico rectificación o aclaración de las imputaciones falsas, mediante la inserción gratuita de una respuesta en el mismo periódico, hasta un espacio doble de la publicación emitida.

En Panamá todas las personas pueden emitir libremente su pensamiento de palabra o de forma escrita o por cualquier otro medio, sin sujeción a censura previa, pero existen responsabilidades legales para aquellos que atenten contra la reputación o la honra de las personas contra la seguridad social o el orden público artículo 37.

Los medios de comunicación social son instrumentos de información, educación, recreación y difusión cultural y científica, cuando existan publicidad, propaganda esta no debe ser contraria a la salud, moral, educación, información cultural de la sociedad de la conciencia social artículo 85 estas serán suspendidas.

Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir, durante el horario todo usuario, un mínimo de tres horas diarias de programas culturales y educativos, informativos o de opinión y recreativos dirigidos especialmente a niños, niñas y adolescentes, presentados acordes con su desarrollo integral, con enfoque pedagógico y de la más alta calidad. En la difusión de estos programas se deberá privilegiar la incorporación de adolescentes como personal artístico o en su creación o producción.

A los efectos de verificar el cumplimiento de los requisitos previstos en la presente Ley, así como de las normas técnicas correspondientes, el órgano rector en materia de comunicación e información llevará un registro de productores nacionales independientes y será el encargado de expedir y revocar la certificación respectiva. Dicha certificación tendrá una vigencia de dos años, renovable previa verificación de requisitos.

El incumplimiento de cualquiera de los requisitos podrá dar lugar a la revocatoria de la certificación, en este caso el órgano competente deberá notificar la intención de revocatoria al productor nacional independiente, quien dispondrá de un lapso no mayor de diez días hábiles, contados a partir de la fecha de su notificación, para que presente sus pruebas y argumentos. El órgano competente dispondrá de treinta días hábiles para examinar las pruebas presentadas y decidir sobre la revocatoria de la certificación.

Cuando un productor nacional independiente haya solicitado su registro, habiendo cumplido con todos los requisitos exigidos, y no se le haya otorgado dentro del lapso de treinta días hábiles siguientes a la solicitud, se entenderá que dicha solicitud ha sido resuelta positivamente. Los productores comunitarios independientes que difundan sus producciones a través de servicios de radio o televisión comunitarios, sin fines de lucro, quedan

exceptuados del cumplimiento de la formalidad del registro a que se refiere el presente artículo.

No se consideran producción nacional independiente los mensajes producidos por las personas naturales que mantengan una relación de subordinación con el prestador de servicios de radio o televisión con el cual contratará, ni los mensajes producidos por las personas jurídicas que mantengan una relación contractual distinta de la producción nacional independiente.

Hacia una Sociedad de la Información en el Ecuador: principios fundamentales Garantizar que las oportunidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) puedan ser de real acceso a todos y todas los y las ecuatorianos/as es uno de los principios que tiene el Plan de Acción de Quito y el Plan de Acción sobre Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe. Responder a los retos de la Sociedad de la Información en el Ecuador debe ser asumido desde un trabajo comprometido que incluya a toda la sociedad en su conjunto junto al desarrollo de políticas públicas, implementación de programas, planes y proyectos que orienten la infraestructura y el acceso, la socialización y la apropiación de un entorno de contenidos locales y de innovación; consecuentemente, comprometer a la sociedad y al Estado a realizar asociaciones, alianzas estratégicas y crear mecanismos que permitan una estructura sólida y organizada con una visión de futuro para el manejo responsable de la Sociedad de la Información en el Ecuador.

CAPITULO III

EL DERECHO A LA INFORMACION Y LA NORMATIVA BOLIVIANA

III. I.- CÓDIGO CIVIL BOLIVIANO

III. II.- CÓDIGO PENAL BOLIVIANO

III. III.- CÓDIGO NIÑO, NIÑA Y ADOLESCENTE

III. IV.- LEY DEL REGIMIEN ELECTORAL

**III. V.- LEY CONTRA EL RACISMO Y TODA FORMA DE
DISCRIMINACION**

En la mayoría de las legislaciones el derecho a la información queda limitado por otros derechos fundamentales de los ciudadanos como el derecho al honor, privacidad, intimidad, imagen, presunción de inocencia, así como derechos especiales hacia la infancia y la juventud. Como ya lo mencionamos anteriormente, como el derecho a la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y el derecho a la información ya están presentes en la Constitución Política del Estado así como también el derecho a las TIC de los pueblos originarios.

Los periodistas no están exentos de estas limitaciones, aunque su libertad de información se ve ampliada respecto al resto de la ciudadanía en determinados casos, cuando una información es de interés público y cuando su protagonista es una persona pública.

III. I.- CÓDIGO CIVIL BOLIVIANO

Este cuerpo legal hace referencia en el libro primero de las personas título primero de las personas individuales capítulo III los derechos de la personalidad como: aquel conjunto de derechos subjetivos o cualidades jurídicas de naturaleza extra patrimonial, privados (de derecho civil) y absolutos que están inmersos en la naturaleza misma del ser humano, que están fuera del comercio humano, que le permite al hombre gozar plenamente de sus actividades físicas, morales y espirituales.

Pero cuando estos derechos son atentados (lesionados) entonces se convierten en derechos patrimoniales que se traducen en un pago de daños y perjuicios, es decir, mientras no se vulneren se constituyen en derechos extra patrimoniales considerado como un conjunto de derechos que no tienen connotación económica. Cuando los medios de comunicación, publican nombres y apellidos de personas involucradas en algún hecho de carácter delictivo, estos individualizan, afectando su integridad moral, por tanto existe vulneración al derecho de proteger el nombre, que trae como consecuencia una lesión psicológica y moral, que no se justifica de ningún modo.

El derecho a la imagen señalada en su Artículo 16 parágrafo I. Cuando se comercia se publica, exhibe o expone la imagen de una persona lesionando su reputación o su decoro, la parte interesada y en su defecto, su cónyuge, descendientes o ascendientes pueden pedir, salvo los casos justificados por ley, que el juez haga cesar el hecho lesivo. II. Se comprende en la regla anterior la reproducción de la voz. Artículo 16 Código Civil de Bolivia. Este artículo no es claro en cuanto a la sanción que debería existir por atentar a este derecho, como debería calificarse el daño causado.

El derecho a la imagen en la actualidad se encuentra desprotegida, se observa todos los días como los medios de comunicación publican, exhiben, exponen la imagen de las personas con fines de lucro, lesionando su reputación y decoro sin que exista ningún instrumento legal que ponga límites a estos abusos.

El honor, es considerado, como el buen nombre, que todos tienen, da cuenta de las cualidades positivas de la persona, por tanto es la misma sociedad la que nos impone ese conjunto de cualidades que hacen al buen nombre y obliga a conservarlos y mantenerlos intactos de generación en generación, Artículo 17 Código Civil. Por tanto la vulneración de este derecho, se traduce en una reparación civil o penal, el problema existente es, si una persona puede accionar civil o penalmente, conforme al Artículo 994. Resarcimiento. Del Código Civil contenida en su parágrafo I. El daño moral debe ser resarcido sólo en los casos previstos por ley, esto previa renuncia a la acción penal, se configura un daño cuando se produce un menoscabo o un agravio a un derecho subjetivo o a un interés que puede ser objeto de tutela que debe ser indemnizado de acuerdo a los principios generales.

III. II.- CÓDIGO PENAL BOLIVIANO

El Código Penal, atraviesa grandes conflictos en relación a los delitos contra el honor, cuando estos son cometidos por los medios de comunicación en lo que se refiere a la difamación, calumnia e injuria, contenidos en el Título IX, Capítulo Único, manifiesta como delitos en sus artículos 282 la difamación, artículo 283 la calumnia, y 287 la injuria, teniendo en cuenta que la Ley de Imprenta es un desprendimiento del Código Penal, que tiene conocimiento de los delitos contra el honor, producto del trabajo periodístico, en un ámbito de jurisdicción especial centrada en los jurados de imprenta.

Es necesario referirse al artículo 27 de la Ley de Imprenta que refiere: “Los delitos de calumnia e injuria contra los particulares están sujetos a las sanciones del Código Penal y su juzgamiento corresponde a los tribunales ordinarios”; pero existe contradicción con el artículo 28 donde señala “Corresponde al jurado el conocimiento de los delitos de imprenta, sin distinción de fueros; pero los delitos de calumnia e injuria contra los particulares serán llevados potestativamente ante el jurado o los tribunales ordinarios”. Esto quiere decir que la victima puede elegir entre los jurados de imprenta o los juzgados ordinarios.

En este contexto al establecer los jurados de imprenta separa el conocimiento y procesamiento, en un ámbito especial desvinculado de la jurisdicción ordinaria, confiándose a ciudadanos comunes el conocimiento de estos delitos. Estos Jurados gozan de privilegios de tener más independencia que un tribunal ordinario, además están separados del Poder Judicial, pero según la Ley, las actuaciones del jurado se hacen a través de un Juez de Partido, quién debe mandar a citar al: autor, editor, fiscal y las partes interesadas en el proceso, debiendo el Juez señalar día y hora para el sorteo de jurados.

Podemos aseverar que el Jurado de Imprenta, atenta contra la unidad del Poder Judicial, en el principio de igualdad ante la ley, desafía a la Constitución Política del Estado, que señala en el Título Tercero (Órgano Judicial y Tribunal Constitucional Plurinacional) en su artículo 179 parágrafo I manifiesta que la función judicial es único. La jurisdicción ordinaria se ejerce por el Tribunal Supremo de Justicia, y los tribunales departamentales. En el Capítulo Segundo art. 180 parágrafos III del mismo título señala que la jurisdicción ordinaria no reconocerá fueros, privilegios ni tribunales de excepción. La anterior constitución política del estado al respecto señala en el Título Tercero (Poder Judicial) en su artículo 116 parágrafo II no se puede establecer tribunales

(jurados) o juzgados de excepción. Se puede aseverar que los Jurados de Imprenta compuesto por ciudadanos comunes, falla en hecho y derecho, entrando en contradicción con el artículo 14 de la Constitución Política del Estado que señala “nadie puede ser juzgado por comisiones especiales o sometido a otros jueces que los designados con anterioridad al hecho de la causa”, esto implica que los Jurados de Imprenta no tienen facultad de tomar conocimiento de delitos contra el honor y menos imponer sanciones, existiendo jueces penales con plena facultad y competencia para dirimir estos asuntos.

III. III.- CÓDIGO NIÑO, NIÑA Y ADOLESCENTE

Este instrumento legal protege al niño, niña y adolescente de cualquier publicación y difusión, realizados por medios de comunicación, no pudiendo ser identificados, ni brindar información que permita su identificación, velándose por el interés de los mismos artículo 10 Código Niño Niña y Adolescente. Debiendo respetarse su integridad física, psíquica y preservar su imagen e identidad artículo 105 Código Niño Niña y Adoscente.

Los medios de comunicación oral, escrito y televisivo están obligados a emitir y publicar programas y secciones culturales, artísticas, informativas y educativas dirigidas a la niñez y adolescencia artículo 162. Código Niño Niña y Adoscente.

Estas normativas no se cumplen, cuando se brinda información de casos de violación y maltrato infantil, que en ocasiones tiene un efecto contrario al de reflejar una problemática, más al contrario se llega a victimizar doblemente a la víctima. Las conductas violentas contra niños, niñas y adolescentes constituyen un tema de relevancia social por su alta incidencia, no existiendo un tratamiento

apropiado a esta problemática, su política es el SENSACIONALISMO que permite vender más la noticia.

El tratamiento informativo es superficial, no se analiza las causas y consecuencias, presentando información de hechos que desembocan en violencia extrema; no se respeta los derechos de los mismos, dando a conocer su identidad, obligándolos a relatar lo sucedido.

La Ley N° 3933 referente a la búsqueda, registro, información y difusión de datos relativos a niñas, niños y adolescentes extraviados, es un avance extraordinario en nuestra legislación permite que los familiares puedan denunciar su desaparición a la Unidad Especializada dependiente de la División de Trata y Tráfico de Personas, de la Fuerza Especial de Lucha Contra el Crimen o la Policía Nacional, en un plazo de 48 horas, proporcionando información básica, para que los medios de comunicación escritos, televisivos, orales de alcance local y nacional habiliten espacios y páginas en horarios de mayor audiencia para proceder a su búsqueda en forma gratuita.

III. IV. LEY DEL REGIMEN ELECTORAL

La Ley N° 026 del 30 de junio de 2010 ley del régimen electoral en el capítulo V, el objeto de este capítulo regula la elección, mediante sufragio universal, de: tribunal supremo de justicia, tribunal agroambiental, consejo de la magistratura y tribunal constitucional plurinacional, en el artículo 80 se refiere a la difusión de méritos, donde señala que el Tribunal Supremo Electoral es la única instancia autorizada para difundir los méritos de los postulantes seleccionados por la Asamblea Legislativa Plurinacional, dentro los cuarenta y cinco días previos a la votación. Este tribunal establecerá un formato único, impreso audio visual que garantice la igualdad de condiciones de todos los postulantes, durante el

proceso de difusión de méritos, este difundirá, los datos personales en una separata de prensa, que se publicara en los diarios necesarios para garantizar su difusión de igual manera en los medios radiales y en los medios televisivos que sean necesarios para garantizar la difusión en todo el territorio nacional.

Los medios audiovisuales del Estado deberán disponer espacios para la difusión por parte del Tribunal Supremo Electoral de los datos personales y principales meritos de los postulantes.

En el marco del régimen especial de propaganda para los procesos de elección de autoridades se establecen prohibiciones bajo sanción de inhabilitación, efectuar directa o indirectamente cualquier forma de campaña o propaganda relativa a su postulación, en medios de comunicaciones radiales, televisivas, escritos o espacios públicos, emitir opinión a su favor o en contra de otros postulantes, dirigir conducir o participar en programas o entrevistas.

Los medios de comunicación, bajo sanción y sin perjuicio de su responsabilidad penal están prohibidos de difundir documentos distintos a los producidos por el órgano electoral, este sancionara al medio de comunicación que viole el régimen especial de propaganda para los procesos de elección de autoridades del órgano judicial, con su inhabilitación para emitir propaganda electoral en los siguientes dos procesos electorales.

III. V.- LEY CONTRA EL RACISMO Y TODA FORMA DE DISCRIMINACION

La Ley de 8 de Octubre de 2010, Ley N° 045 Ley contra el Racismo y Toda Forma de Discriminación en el capítulo IV artículo 16 referido a los Medios Masivos de Comunicación, manifiesta que el medio de comunicación que

autorice y publique ideas racistas y discriminatorias será pasible de sanciones económicas y de suspensión de su licencia de funcionamiento, sujeto a reglamentación. Como efecto de esta norma muchos medios de comunicación masivos, modificaron la forma de manejo de la información principalmente.

Según una encuesta realizada por la Asociación Nacional de la Prensa (ANP) un 47 % de los comunicadores consultados admitió que asume la auto censura en la elaboración de contenidos para evitar sanciones establecidas en esta ley, el 70% admitió que antes de publicar noticias se examina el contenido y se excluye aquellos contenidos que pueden ser interpretados como racistas, discriminatorios o estimulen a la violencia.

Muchas organizaciones de periodistas de dueños de medios se manifestaron cuestionando este articulo, por que según los mismos este atenta contra la libertad de expresión pero hasta la fecha a mas de un año de la vigencia de la ley antirracismo, el 75% de los periodistas aceptan que no fueron sancionados o advertidos por incumplir la norma.

El estudio de la ANP señala que el trabajo de revisión y análisis de los mensajes, antes de su impresión y publicación, se aplica la auto censura después de identificar adjetivos raciales y discriminatorios mensajes con contenidos que pueden ser interpretados como racistas o discriminatorios o que estimulen a la violencia después de un análisis de contenidos, que es asignado al editor o editora quien los acepta o excluye las palabras sujetas a las restricciones de la ley contra el racismo.

EL DERECHO A LA INFORMACION Y LA NORMATIVA INTERNACIONAL

III. VI.- CHILE Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

III. VII.- PERÚ Y EL DERECHO A LA INFORMACION

III. VIII.- VENEZUELA Y EL DERECHO A LA INFORMACION

III. IX.- ECUADOR Y EL DERECHO A LA INFORMACION

III. VI.- CHILE Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

La Constitución de la Republica de Chile, aprobada en 1980 y vigente, en el capitulo II establece Los Derechos y Deberes Constitucionales, articulo 19 literal 12; expresa "Existe la facultad de emitir opinión, información sin censura previa en cualquier forma y por cualquier medio sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades, en conformidad a la ley, la que debe ser de quórum calificado" asegura el derecho de aclaración y rectificación, por el medio en el que fue emitida la información, debiendo tener conocimiento el consejo nacional de televisión, que es autónomo y con personalidad jurídica, encargado de velar por el correcto funcionamiento de los medios de comunicación, instituyéndose una ley de quórum calificado que debe contener la organización y demás funciones y atribuciones del referido consejo.

En 1992, chile promulga "**La Ley sobre Abusos de los medios de comunicación y la publicidad**", reconoce y consagra la libertad de información, establece sanciones a los excesos de los medios, obligándoles a que inserten o difundan gratuitamente las aclaraciones o rectificaciones que les

sean dirigidas a cualquier persona natural o jurídica ofendida o aludida por alguna información pública.

III. VII.- PERÚ Y EL DERECHO A LA INFORMACION

La Constitución Política del Perú, señala que toda persona tiene derecho a la libertad de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral, escrita o imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento alguno, bajo la responsabilidad de la ley, los delitos cometidos por medios de libros, prensa y demás medios de comunicación social se tipifican en el código penal y se juzga en el fuero común. Establece la colegiación obligatoria para los periodistas profesionales.

La Constitución remite al código penal los delitos que se comete en materia de prensa entre ellos esta la calumnia, difamación, injurias tipificadas en los artículos 186, 187, 188 del código penal peruano, las sanciones van desde multa hasta la prisión por dos años, estos delitos se procesan a denuncia de partes mediante una querrela.

III. VIII.- VENEZUELA Y EL DERECHO A LA INFORMACION

La libertad de expresión e información según la constitución venezolana constituye un derecho humano fundamental que asegura el libre intercambio de ideas y opiniones en una sociedad democrática y plural. No son acordes con el sistema democrático las limitaciones o restricciones al derecho de informar e informarse objetivamente.

La libertad de expresión, es el presupuesto de la libertad del ser humano ya que en ella se asienta el pilar fundamental de donde emanan las demás libertades públicas. La existencia de la libertad de expresión es incuestionable; sólo debe ser materia de interpretación, el grado y la medida de su ejercicio, teniendo como límites las normas constitucionales y legales encaminadas a no permitir el abuso de esta libertad, quebrantando las libertades individuales.

La Constitución Nacional sancionada por la Asamblea Nacional Constituyente en 1.999 establece en su artículo 57: “Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecer censura. Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa. Se prohíbe la censura a los funcionarios públicos o funcionarias públicas para dar cuenta de los asuntos bajo sus responsabilidades”.

Por su parte, el artículo 58 referido a la libertad de información dicta lo siguiente: “La comunicación es libre y plural. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura así como el derecho de réplica y rectificación cuando se vean afectados directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral”.

VENEZUELA Y LA LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO Y TELEVISION.

La Asamblea Nacional de la Republica Bolivariana de Venezuela decreto la ley de responsabilidad social en radio y televisión que en su articulo uno señala el objeto y ámbito de aplicación de esta ley y señala que esta tiene por objeto establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de servicios de radio y televisión los anunciantes, los productores nacionales y los usuarios y usuarias, para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses a los fines de promover la justicia social y contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia la paz, los derechos humanos. Como el Artículo 14 se refiere a la Democratización en los Servicios de Radio y Televisión.

Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir, durante el horario todo usuario, un mínimo de tres horas diarias de programas culturales y educativos, informativos o de opinión y recreativos dirigidos especialmente a niños, niñas y adolescentes, presentados acordes con su desarrollo integral, con enfoque pedagógico y de la más alta calidad. En la difusión de estos programas se deberá privilegiar la incorporación de adolescentes como personal artístico o en su creación o producción.

III. XI.- ECUADOR Y EL DERECHO A LA INFORMACION

En cuanto al acceso a la información y al conocimiento se establece en el Ecuador que:

La capacidad universal de los y las ciudadanas a acceder y contribuir a la información, las ideas y el conocimiento como elementos indispensables para

una Sociedad de la Información integradora. Contar con un dominio público rico es un factor esencial del crecimiento de la Sociedad de la Información.

Hacia una Sociedad de la Información en el Ecuador: principios fundamentales Garantizar que las oportunidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) puedan ser de real acceso a todos y todas los y las ecuatorianos/as es uno de los principios que tiene el Plan de Acción de Quito y el Plan de Acción sobre Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe. Responder a los retos de la Sociedad de la Información en el Ecuador debe ser asumido desde un trabajo comprometido que incluya a toda la sociedad en su conjunto junto al desarrollo de políticas públicas, implementación de programas, planes y proyectos que orienten la infraestructura y el acceso, la socialización y la apropiación de un entorno de contenidos locales y de innovación; consecuentemente, comprometer a la sociedad y al Estado a realizar asociaciones, alianzas estratégicas y crear mecanismos que permitan una estructura sólida y organizada con una visión de futuro para el manejo responsable de la Sociedad de la Información en el Ecuador.

El fomento al acceso a la información y al conocimiento de todos y todas las partes interesadas en las posibilidades que brindan los diferentes modelos de software. El esfuerzo en promover un acceso universal, con las mismas oportunidades para todos y todas, al conocimiento científico y la creación y divulgación de información científica y técnica, que incluya iniciativas de acceso a publicaciones científicas.

El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de

estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelará que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información. La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación. Se reconoce y garantizará a las personas:

El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones.

El derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario.

El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

Los sectores estratégicos, de decisión y control exclusivo del Estado, son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social.

Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley.

CAPITULO IV

FUNCIÓN SOCIAL DEL PERIODISMO.

IV. I.- RESPONSABILIDAD EMERGENTE DE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA Y DE LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

IV. I.- RESPONSABILIDAD EMERGENTE DE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA Y DE LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Trabajar en los medios de comunicación, hablar del derecho a la comunicación y a la información es un derecho fundamental e cual debería estar al servicio de la sociedad es como un insumo para la calidad vida de las personas y la sociedad, es hablar de la responsabilidad social del periodista y la responsabilidad social del medio de comunicación. ¿Qué deben hacer la Federación de trabajadores de la prensa, el sindicato de trabajadores de la prensa con aquellos denominados periodistas empíricos? ¿Se esta violando el campo profesional? No solamente la asociación si no el sindicato de la prensa si no la sociedad entera los fiscales de oficio debería implementar el articulo 164 (Ejercicio indebido de profesión). Del código penal, hace 20 años hay carreras de comunicación en todos los departamentos en todas las universidades estatales y en las universidades privadas.

La Constitución Política del Estado señala que las universidades dan el titulo a nivel superior y entonces se puede ejercer la profesión; de las acusaciones y delitos penales que haya cometido en el uso indebido de esa profesión ya que no se puede hacer un abuso de los medios de comunicación (caso melgar Riberalta).

El uso del espectro radioeléctrico que son las ondas que utilizan la televisión y la radio son medios naturales como el agua como el aire ,donde se otorga a los medio de comunicación una licencia de un bien publico que se tiene que utilizar a favor de la población y no puede utilizarse indiscriminadamente ni comercialmente la comunicación no puede ser motivo de mercancía este es muy importante por que se esta utilizando un recurso natural que en este caso se le da al propietario de un medio de comunicación pero para que lo administre responsablemente.

La televisión le ha hecho mucho daño al periodismo, por que han ingresado primero de convertir la información seria en una mercancía, es decir la información ahora se ha convertido en un producto de venta, en cuanto mas interesante mas escandaloso o sensacionalista sea este producto mas va captar el interés de la gente su visión es esa su óptica de manera que el mercantilismo se ha sobre puesto en la lógica de la información, la información debe tener principios de veracidad de responsabilidad de ecuanimidad de equilibrio y hasta de imparcialidad y objetividad.

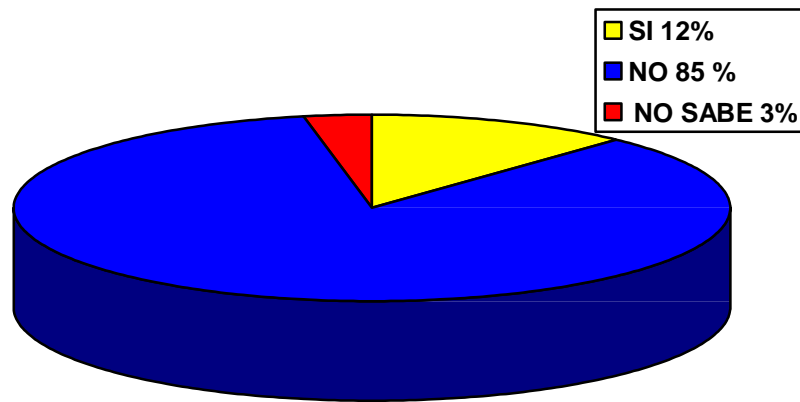
La aplicación de formularios para la encuesta determinó el establecimiento de la inexistencia de la información con objetividad y al mismo tiempo permitió determinar, si las Leyes existentes en nuestro país son efectivas, la importancia de los derechos de información: la libertad de expresión y la libertad de información con objetividad.

Tomamos como muestra de nuestro universo a 118 personas de la población en la ciudad de La Paz.

Gráfico 1

La población encuestada mayoritariamente manifiesta que los periodistas, no difunden información con objetividad.

¿Cree usted, que los periodistas difunden información con objetividad?	SI	14	12%
	NO	100	85%
	NO SABE	4	3%
	TOTAL	118	100%

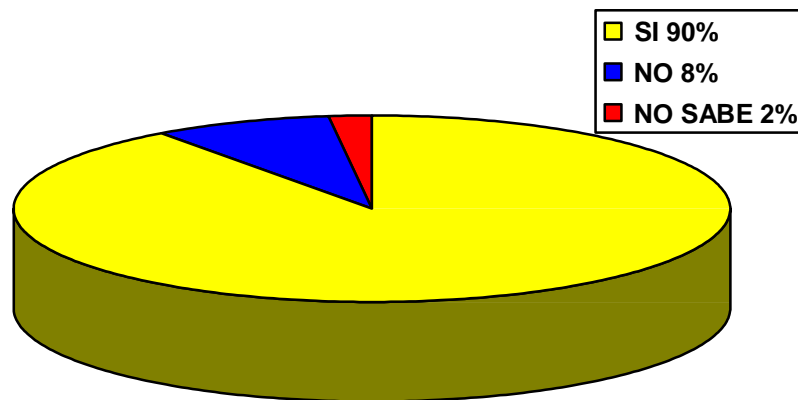


El 85 % de las personas encuestadas afirman que los periodistas no difunden y publican información con objetividad, un 12% manifiesta que no difunden la Información con objetividad; el 3% no saben o no responde.

Gráfico 2

La población encuestada señala que la información debe difundirse y publicarse con objetividad y veracidad.

¿La información debe difundirse y publicarse con objetividad y veracidad?	SI	106	90%
	NO	10	8%
	NO SABE	2	2%
	TOTAL	118	

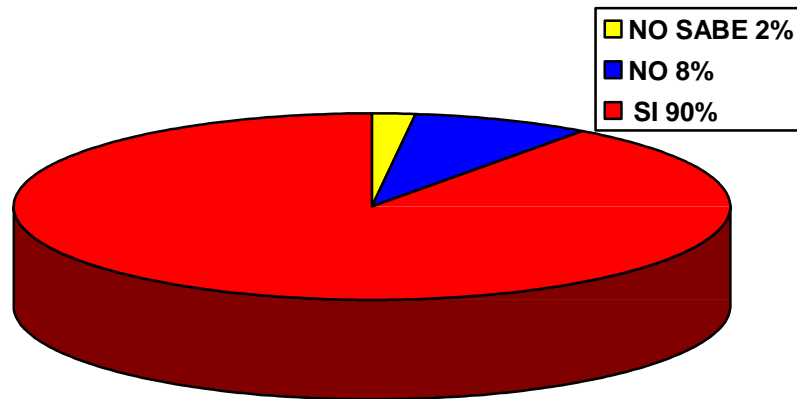


El 90 % de las personas encuestadas manifiestan que debe informarse con objetividad, un 8% de la población creen que no existen límites; y el 2 % no sabe o no responde.

Gráfico 3

La ciudadanía encuestada asevera que los difusores manipulan, y distorsionan la información emitida.

¿Los difusores manipulan, y distorsionan la información emitida?	SI	106	90%
	NO	10	8%
	NO SABE	2	2%
	TOTAL	118	

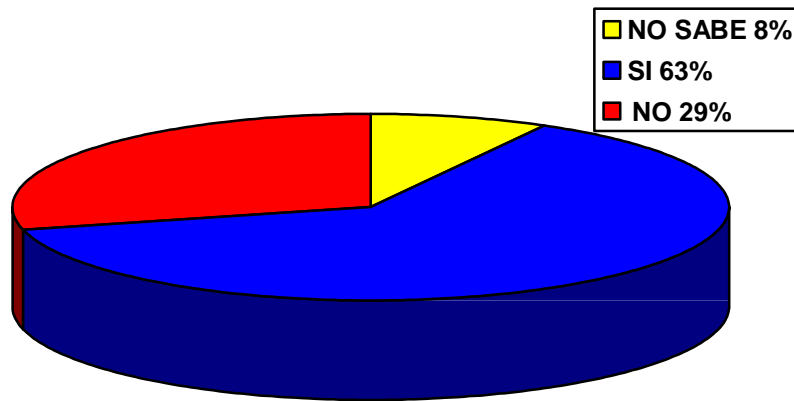


El 90 % de las personas encuestadas señala que los difusores de noticias, manipulan y distorsionan la información emitida a través de los medios de comunicación, un 8% de la población señala que no se aplica la manipulación y distorsión de la información; el 2 % no sabe o no responde.

Gráfico 4

La población encuestada mayoritariamente considera pertinente la actualización de la Ley de Imprenta.

¿Considera usted, pertinente la actualización de la Ley de Imprenta ,	SI	74	63%
	NO	10	29%
	NO SABE	34	8%
	TOTAL	118	

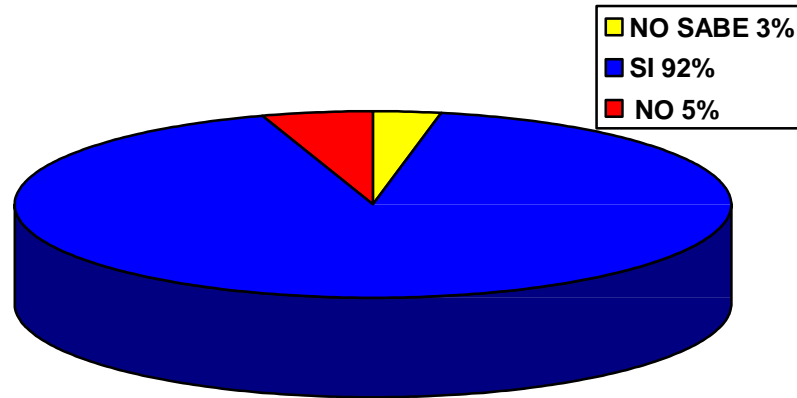


El 63 % de las personas encuestadas considera pertinente la actualización de la Ley de Imprenta, el 29 % de la población considera que no debe actualizarse; el 8 % no saben o no responde.

Gráfico 5

La ciudadanía encuestada manifiesta que se debe aplicar una ley y un reglamento a fin de regular la difusión de información objetiva.

¿Debe reglamentarse el manejo de la información con objetividad?	SI	108	92%
	NO	6	5%
	NO SABE	4	3%
	TOTAL	118	

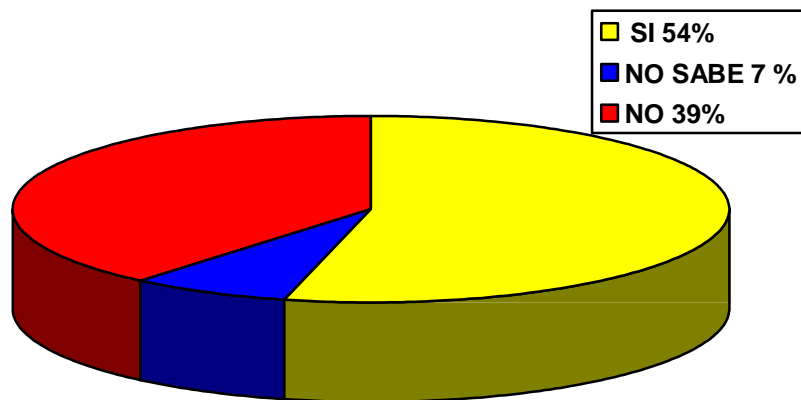


El 92 % de las personas encuestadas cree que debe reglamentarse el manejo de la información preservando la objetividad, un 5% de la población opina lo contrario; el 2 % no sabe o no responde.

Gráfico 6

La ciudadanía mayoritariamente opina que, la libertad de expresión es más importante que el derecho de las personas a ser informadas con objetividad.

¿La libertad de expresión es más importante que el derecho de todas las personas ha ser informadas con objetividad?	SI	64	54%
	NO	46	39%
	NO SABE	8	7%
	TOTAL	118	

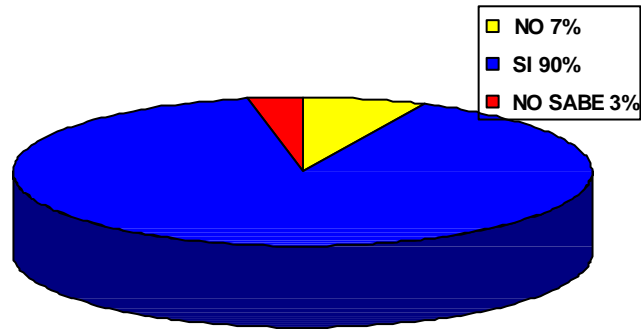


El 54 % de las personas encuestadas cree que la libertad de información es más importante que el derecho de a ser informado con objetividad, un 39% opina negativamente; el 7 % no sabe o no responde.

Gráfico 7

La población encuestada mayoritariamente asevera que existe influencia de los propietarios de medios de comunicación en los periodistas.

¿Cree usted, que existe influencia de los propietarios de medios de comunicación en los periodistas?	SI	106	90%
	NO	8	7%
	NO SABE	4	3%
	TOTAL	118	

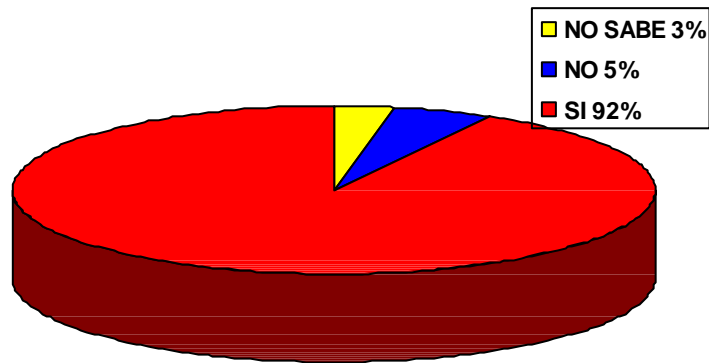


El 90 % de las personas encuestadas manifiesta que existe influencia política en los propietarios de los medios de los medios de comunicación, un 7% de la población niega ese extremo; el 3 % no sabe o no responde.

Gráfico 8

La población encuestada mayoritariamente manifiesta que los periodistas deberían contar con un título profesional para ejercer esa labor.

¿Los periodistas deberían contar con un título profesional para ejercer esa labor?	SI	108	92%
	NO	6	5%
	NO SABE	4	3%
	TOTAL	118	



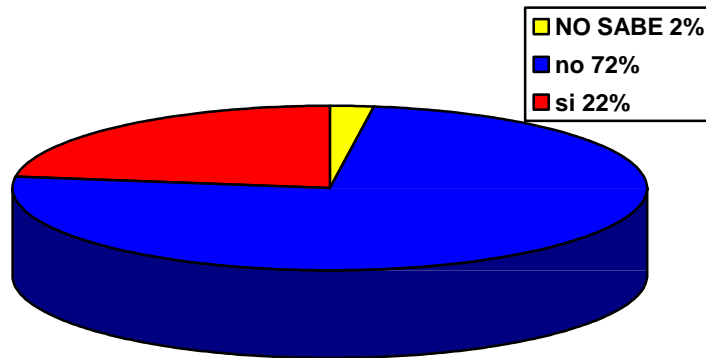
El 92 % de las personas encuestadas cree que los periodistas deben contar con un título Profesional para ejercer esa labor, un 6% de la población estima que no es necesario el título profesional; el 3 % no saben o no responde.

Resultados de la encuesta realizada a personal de los medios de comunicación.

Gráfico 9

El personal de los medios de comunicación encuestados mayoritariamente considera que no se difunde información con objetividad.

¿Los medios de comunicación, difunden información con objetividad?	SI	22	23%
	NO	72	75%
	NO SABE	2	2%
	TOTAL	96	100%

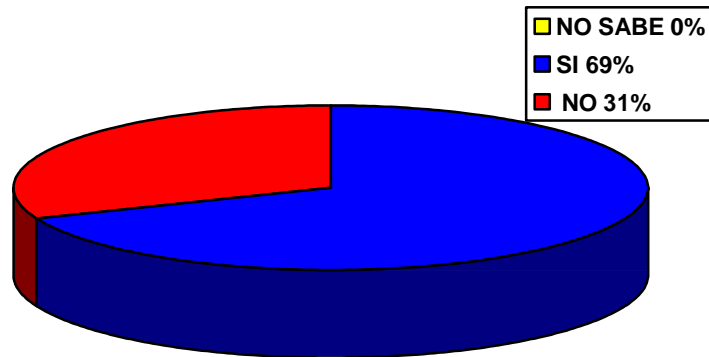


El 22 % del personal de medios de comunicación encuestado cree que los medios de comunicación difunden información con objetividad; el 75% de los periodistas manifiesta que no difunden, información con objetividad; el 3 % no sabe o no responde.

Gráfico 10

Los trabajadores de medios de comunicación encuestados mayoritariamente consideran que existen límites o restricciones al derecho de informar con objetividad.

¿Existen límites o restricciones al derecho de informar con objetividad?	SI	66	69%
	NO	30	31%
	NO SABE	0	0%
	TOTAL	96	100%

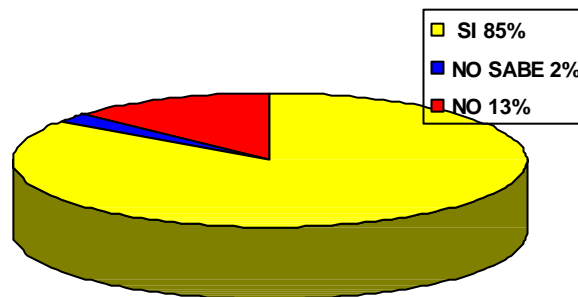


El 69 % de los trabajadores de medios de comunicación encuestados considera que existen límites y restricciones al derecho de informar con objetividad, el 31% niega este extremo.

Gráfico 11

El personal de medios de comunicación social encuestado mayoritariamente manifiesta su acuerdo en la sanción a aquellos periodistas y medios de información que difundan información distorsionada tergiversando la verdad.

¿Está de acuerdo en sancionar a aquellos periodistas y medios de información que difundan información distorsionada tergiversando la verdad?	SI	82	85%
	NO	12	13%
	NO SABE	2	2%
	TOTAL	96	100%

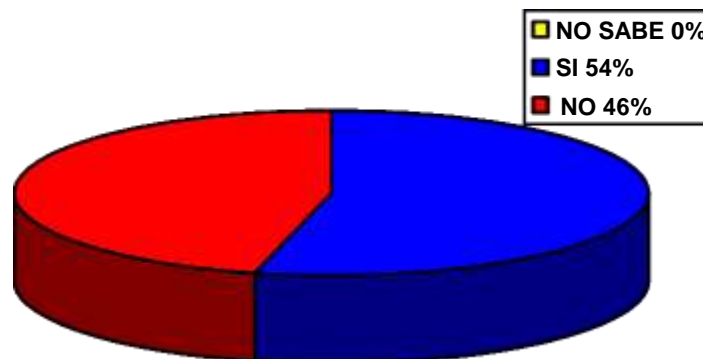


El 85 % del personal de medios de comunicación encuestado está de acuerdo en sancionar a aquellos periodistas y medios de información que difundan información distorsionada tergiversando la verdad; el 13 % de los periodistas no está de acuerdo; el 2 % no sabe o no responde.

Gráfico 12

Los trabajadores de medios de comunicación encuestados mayoritariamente opinan que, la libertad de información es más importante que el derecho a ser informado con objetividad.

¿La libertad de información es más importante que el derecho a ser informadas con objetividad?	SI	52	54%
	NO	44	46%
	NO SABE	0	0%
	TOTAL	96	100%

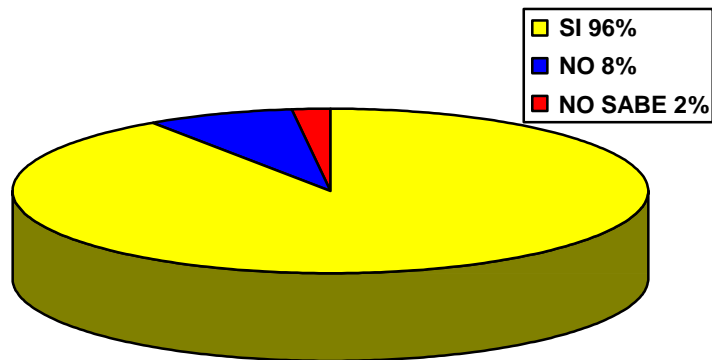


El 54 % de los trabajadores de medios de comunicación encuestados opinan que la libertad de información es más importante que el derecho a ser informado con objetividad. el 46 % de los periodistas opina lo contrario.

Gráfico 13

Los trabajadores de la prensa encuestados mayoritariamente expresaron que existe influencia de los propietarios de medios de comunicación en las actividades periodísticas.

¿Existe influencia de los propietarios de medios de comunicación en las actividades periodísticas?	SI	86	90%
	NO	8	8%
	NO SABE	2	2%
	TOTAL	96	100%

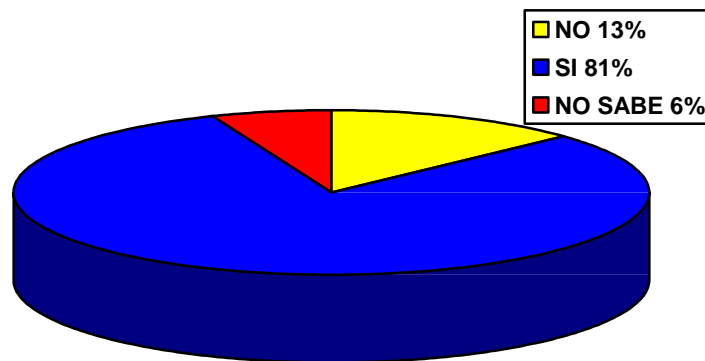


El 90 % de los trabajadores de la prensa encuestados creen que existe influencia política, institucional de los propietarios de los medios de comunicación en las actividades periodísticas; un 8 % de los periodistas considera que no existe ingerencia; el 2 % no sabe o no responden.

Gráfico 14

Los trabajadores de medios de comunicación encuestados mayoritariamente Consideran necesaria la actualización de la Ley de imprenta.

¿Considera necesaria la actualización de la Ley de Imprenta de 1925?	SI	78	81%
	NO	12	13%
	NO SABE	6	6%
	TOTAL	96	100%

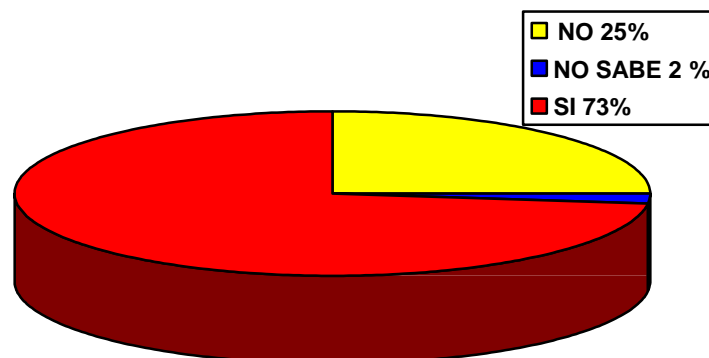


El 81 % de los trabajadores de medios de comunicación encuestados creen necesaria la actualización de la Ley de Imprenta; un 13 % de los periodistas considera que no es necesaria; el 6 % no sabe o no responde.

Gráfico 15

La mayoría de los trabajadores de la prensa encuestados manifiesta que debe reglamentarse el manejo de la información preservando la objetividad.

¿Debe reglamentarse el manejo de la información preservando la objetividad?	SI	70	73%
	NO	24	25%
	NO SABE	2	2%
	TOTAL	96	100%



El 73 % de los trabajadores de la prensa encuestados creen que debe reglamentar el manejo de la información preservando la objetividad; un 25 % de los periodistas considera lo contrario; el 2 % no sabe o no responde.

CONCLUSIONES

En virtud del análisis y la comprobación realizada sobre los límites jurídicos e institucionales del derecho a informar con objetividad de los periodistas y la condición de los propietarios de los medios de comunicación, es que se arribó a las siguientes conclusiones:

El sector empresarial propietario de distintos medios de comunicación social, responde a intereses meramente comerciales, (exceptuándose de esta descripción los medios comunitarios cristianos, medios netamente educativos y públicos) el fin último son las ganancias económicas, mediante el control de los flujos informativos, se constituyen en instrumentos poderosos e influyentes en la vida de la sociedad.

Los medios responden a una realidad comercial por publicidad y propagandas pagadas, que insertan en su programación esto con un fin comercial, no responden a los fines para los cuales fueron creados de impartir información, educación y servicio a la sociedad.

Los medios de comunicación, han dejado de lado el respeto a los valores, que tiene menor importancia que las ganancias económicas generadas por el sensacionalismo, las historias triviales que emiten y publican todos los días.

Los datos obtenidos en las encuestas, demostraron que algunos medios de comunicación en su labor periodística y la búsqueda de la noticia primicial, publican y difunden información sin objetividad, dejando de lado los derechos personalísimos que son inherentes a cada persona.

Los medios de comunicación al difundir y publicar información sin objetividad, veracidad, imparcialidad y pluralidad, son responsables de que la sociedad este mal informada o tome malas decisiones, esto lleva consigo una irresponsabilidad y una falta de ética del periodista.

Los medios de comunicación tienen una visión de empresa productiva, comercializando la materia prima llamada "información", lo que interesa es vender la noticia, se preocupan por el contenido ideológico que lleva consigo, pero no en función a la calidad del profesionalismo, ni a las leyes que son ámbitos importantes, sino en virtud del mercado empresarial.

En Bolivia, existen una gran cantidad de medios de comunicación, tanto canales televisivos, radiofónicos y periódicos, totalizando 869 medios, en cuanto a la cantidad, calidad de información, programación y entretenimiento, son insatisfactorios por la falta de profesionalismo y de ética periodística, esto debido a la manipulación de la información, distorsión de la realidad y esto provoca en la ciudadanía graves conflictos de identidad y una traumática ruptura de tipo cultural.

Se ha comprobado mediante encuestas que los medios de comunicación, publican y difunden información sin objetividad, veracidad, imparcialidad y pluralidad, dejando de lado valores morales, éticos y profesionales, por la búsqueda de la informaciones primiciales, mas aún cuando publican fotografías que lograron obtener de sucesos, cuando adornan hechos con sensacionalismo y distorsionan la información para captar la atención del público, con el fin de comercializar la información y obtener así ganancias económicas.

Se constato que la libertad de expresión y la libertad de información tienen sus límites naturales en el respeto a los derechos fundamentales de cada persona, que son reconocidos por la propia Constitución Política del estado y por Convenios Internacionales.

La investigación refleja que la práctica periodística se encuentra en tensión, tanto del derecho a la libertad de expresión e información, el primero es defendido por los periodistas y su defensa se asocia a la vigencia de la Ley de Imprenta, pero este instrumento ha sido cuestionado en varias oportunidades por ser una ley obsoleta, que no se adecua a la realidad actual.

Se establece, que no existe una legislación adecuada sobre los medios de comunicación y de normas que limiten el abuso a la libertad de expresión y de información, la Ley de Imprenta tiene un cuerpo de 71 artículos contradictorios entre si, que por la época en la que fue sancionada en 1925, no alcanza a regular plenamente en sus estipulaciones el ejercicio de la actividad informativa, deja al margen de la Ley, otros medios tan importantes como la radio, televisión e Internet.

Se ha comprobado mediante la descripción de varios casos, que los Jurados de Imprenta en la actualidad no funcionan, representan una dificultad frente al tiempo que señala la Ley, por excusas y recusaciones que presentan las partes y el jurado, que implica una retardación en la conformación de los doce miembros que debe tener el Tribunal, por esta situación varios procesos se han visto frustrados para ser llevados a los juicios de imprenta.

Se afirma que los mecanismos de autorregulación interna de los periodistas, son insuficientes por el irrestricto derecho a la libertad de expresión e información, donde la ética del periodista se ha deteriorado considerablemente y aceleradamente, esto debido al comportamiento antiético

en la investigación, preparación y redacción de las noticias, mal manejo de fuentes, plagios, engaños, edición, pos producción, distorsionada y manipulación de informaciones y fotografías.

La libertad de información queda muy restringida, en función a la libertad de expresión, que es un pilar fundamental dentro de la democracia, pero no suficiente para regular el derecho a la información. Entonces la protección de los derechos personalísimos que señala nuestro ordenamiento jurídico, no es efectiva en la realidad actual, el problema se sitúa en el ámbito jurídico, porque se pone en discusión la supremacía de dos garantías y derechos constitucionales, el derecho a la privacidad y el derecho a la libre expresión, que con la normativa propuesta intenta establecer un justo medio para gestionar la información.

Es conveniente precisar que el ámbito de los derechos fundamentales, forman parte de un sistema nacional e internacional que deben ser respetados en su integridad, debiendo realizar un esfuerzo interpretativo de compatibilizar y de armonizar ambos derechos.

Mediante las encuestas realizadas a la población, se ha comprobado que los periodistas no tienen límites jurídicos ni instituciones, cuando difunden información esto con el objetivo de buscar la noticia primicial. Se ha visto que el tratamiento informativo en los diferentes medios de comunicación, muchas veces es muy superficial y no se llega a analizar las causas y consecuencias. Además se difunde información sobre hechos cuando éstos desembocan en violencia extrema, no se respetan los derechos de los niños y adolescentes, dando a conocer su identidad, obligándolos a relatar lo sucedido.

Mediante el análisis a diferentes medios de comunicación, se ha podido establecer que éstos tienen un poder de influencia y por lo tanto éste debería

ser utilizado para contribuir a prevenir y erradicar la violencia contra los menores, por medio de un tratamiento responsable y comprometido sobre el tema.

Se demuestra que no existe una coerción real en contra de los Medios de comunicación, cuando estos distorsionan, manipulan la información, de hechos acaecidos en el ámbito social, económico, político, por lo que se hace necesaria la actualización de la Ley de Imprenta y un reglamento de autorregulación para los medios de comunicación para que sancionen de forma real y efectiva a los responsables de las publicaciones y la difusión de información sin objetividad, veracidad y se logre un resarcimiento satisfactorio a las víctimas de los medios de comunicación involucrados. El mecanismo de autorregulación a proponer sería un freno al uso irresponsable e irrestricto de la libertad de expresión.

Los recursos humanos, son considerados como el capital más importante de un país y el mecanismo jurídico institucional, debe ser determinado sobre las bases jurídicas a implementarse, las mismas que deben incorporarse al ordenamiento jurídico actual, para poner límites jurídicos e institucionales a los periodistas y a los propietarios de los medios de comunicación.

Es por este vacío jurídico que ocasiona una situación de desamparo de los periodistas ante los medios de comunicación, que no cuentan con medios legales propios para ejercer sus derechos y lo único que hacen es resignarse, quedando de este modo al margen y desprotegidos de las normas vigentes.

Entonces, una vez que se ha comprobado la hipótesis se hace necesario implementar en nuestro Ordenamiento Jurídico, una actualización de la Ley de imprenta que pueda normar el accionar de los periodistas y propietarios y un

reglamento de autorregulación para los medios de comunicación en Bolivia con la finalidad de precautelar el bien común.

RECOMENDACIONES

Se sugiere que los medios de comunicación:

Destinen un porcentaje de sus emisiones a espacios culturales que contribuyan eficazmente a la humanización y sensibilización de nuestra sociedad, de tal modo que el desarrollo de las personas pueda ser más auténtica e integral.

Contribuyan a la formación y educación integral de las personas, partiendo del respeto y reconocimiento de la dignidad de todo ser humano. Al respeto y cuidado por la naturaleza.

Se implemente la competencia técnica, preparación profesional y sentido de responsabilidad comunicadores.

Se privilegie la autenticidad en la información, siendo los valores de la verdad y honestidad básicos del profesional periodista.

Se regule el equilibrio de la información, formación y distracción.

Se considera como algo muy urgente y necesario que los medios de comunicación contribuyan a formar en nuestro pueblo la criticidad es decir, que pasen de “receptores” a “perceptores” críticos. Formar la capacidad de discernimiento, frente a la información y la publicidad, para que la sociedad no caiga en el consumismo.

Se recomienda que los medios de comunicación rescaten sus valores éticos y su prestigio periodístico aplicando como lineamientos la objetividad, veracidad, imparcialidad y pluralidad en la información presentada.

El desarrollo de la investigación produjo como resultado dos propuestas: la primera; plantear una actualización de la “LEY DE IMPRENTA”, que se denominaría **“Ley de Medios de Comunicación e Información”**.

Segundo; un Anteproyecto de Reglamento; **“REGLAMENTO INTERNO DE AUTORREGULACIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BOLIVIA”** que regule la actividad interna de los medios de comunicación, para que trabajadores y propietarios de medios de comunicación respeten los derechos individuales y colectivos de la sociedad con el fin de garantizar que la información emitida sea objetiva, veraz y plural.

ANTEPROYECTOS

PROYECTO DE LEY

“LEY DE MEDIOS DE COMUNICACION E INFORMACION”

EXPOSICION DE MOTIVOS

Con este proyecto lo que pretendo es que el derecho a la información con objetividad se cumpla y que los delitos cometidos por periodistas como medios de comunicación sean sancionados según la justicia ordinaria, según el código penal, donde los límites están ya están dados. Para que los medios de comunicación y los periodistas que no cumplan con este derecho a la información con objetividad, como cualquier otra persona natural o jurídica, ya que hasta ahora a título de libertad de expresión, libertad de información en muchos casos se cometen excesos contra personas, instituciones y la ley de imprenta ya ha quedado obsoleta para eso estos son los principios y fines de este proyecto de ley que pretende que en el manejo de la información en la elaboración de la información, sea hecha por un profesional con título en provisión nacional en licenciatura en comunicación, periodismo o carreras afines a esta ciencia social para que así los responsables asuman por lo que escriben o dicen como cualquier otra persona natural o jurídica ante la justicia ordinaria. Y las relaciones obrero patronales se regirán por la Constitución Política del Estado y la ley general del trabajo.

ARTÍCULO 1.- El trabajo periodístico lo efectuarán exclusivamente periodistas profesionales a nivel licenciatura tomando en cuenta lo siguiente:

- a) Respeto a los derechos personalísimos de las personas.
- b) Los miembros de la sociedad no deben ser objeto de injerencias arbitrarias o abusivas en su vida privada, su familia, su domicilio y reputación.
- c) Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra injerencias o ataques surgidos de los medios de comunicación.
- d) Todo periodista tiene derecho a publicar sus pensamientos por la prensa televisiva oral y escrita, sin previa censura, salvo las restricciones establecidas por la ley.

ARTÍCULO 2.- El periodista deberá estar titulado y colegiado, debiendo ejercer con idoneidad y ética su profesión, y teniendo el deber de investigar sus fuentes de información antes de presentarla. Son responsables de los delitos cometidos por la prensa televisiva oral y escrita o por cualquier otro modo de exteriorizar y difundir el pensamiento:

1. Los que firmen como autores de una publicación;
2. Los directores de diarios, revistas y publicaciones periodísticas;
3. Los editores;
4. Los Productores;
5. Los propietarios de los Medios.

Si los que aparecieran firmando una publicación como autores de ella no fuesen personas jurídicamente responsables, o no tuviesen la solvencia necesaria para responder por los delitos denunciados, será el director, y en su defecto, el editor y por ultimo el propietario del medio, el responsable.

La responsabilidad de las personas señaladas no es conjunta ni mancomunada, sino sucesiva, y se establece en el orden determinado.

Además son corresponsales los propietarios y/o accionistas de los medios en cuestión.

ARTÍCULO 3.- Se deberá crear en cada área del departamento de prensa de los medios de comunicación, un Defensor del Lector, y un Defensor del Público para la radio y televisión, su trabajo estará orientado a la protección de la opinión pública, estos defensores formarán parte de un observatorio de Medios de Comunicación.

ARTÍCULO 4.- Sus atribuciones serán las siguientes:

- Los Defensores deben prohibir que los medios de comunicación utilicen el sensacionalismo, mensajes subliminales, la mentira, el engaño con fines políticos o de lucro y para captar la atención del público.
- Durante su permanencia en sus funciones, estimularán la organización de foros debates donde el ciudadano deberá participar activamente y deberá expresar su parecer sobre la labor periodística de los medios de comunicación.

ARTICULO 5.- Los defensores deberán conocer y resolver las denuncias sometidas a su conocimiento de conformidad al Código de Ética, haciendo cumplir la misma, para rescatar los valores éticos del profesional periodista.

ARTICULO 6.- Queda suprimido la conformación del jurado de imprenta, debiendo ser juzgados por la vía ordinaria. La Autoridad de Fiscalización y Control de Telecomunicaciones regulará las actividades del sector de telecomunicaciones en todo el territorio nacional en tanto contenidos mediante el Defensor del Lector y el Defensor del Público.

ARTÍCULO 7.- Los hechos delictivos relativos a los delitos contra el honor tipificados en el Código Penal en su Título IX, Capítulo único, son de Competencia exclusiva de los Jueces Penales, como ser: Calumnia, Injuria y difamación correspondiente a los delitos de acción privada.

ARTÍCULO 8.- Toda persona tiene derecho a la comunicación y a la información, expresado en los siguientes aspectos:

- I. A producir, emitir, intercambiar, recibir y difundir libremente sus ideas, opiniones, conocimientos, por cualquier medio de comunicación, prensa escrita, radial, televisiva y dentro de un marco de pluralidad y respeto a la diversidad.
- II. Al libre acceso a la información suficiente, objetiva, veraz, oportuna, imparcial y plural, para su desarrollo integral, así como para participar de procesos de dialogo y deliberación en asuntos de interés individual y colectivo.
- III. A desarrollar y beneficiarse de las tecnologías de la comunicación y la información, a instituir medios de comunicación social y a tener acceso, en condiciones de igualdad, a frecuencias de radios y televisión.
- IV. A que su privacidad, intimidad, dignidad e imagen no sean vulneradas por ningún medio de difusión; asimismo tiene el derecho a réplica y rectificación en forma gratuita, de manera inmediata y proporcional al daño, ocasionado por informaciones incorrectas o agravantes difundidas por cualquier medio.

ARTÍCULO 9.- Los medios de comunicación social públicos o privados, no podrán constituirse monopolios o ser parte de oligopolios.

ARTÍCULO 10.- Los medios de comunicación social públicos o privados deberán contratar un Seguro de Riesgo Profesional para aquellos trabajadoras y trabajadores de la prensa, para la cobertura de riesgos que afecten su existencia, relacionados con el ejercicio de de sus funciones.

ARTÍCULO 11.- El Estado garantizara el acceso democrático y pluralista a todos los sectores sociales y políticos, en igualdad de oportunidades, a los medios de comunicación que dependen de él, los mismos que serán regulados por la presente Ley, en su organización y funcionamiento.

ARTÍCULO 12.- La presente Ley regulará la publicidad con el propósito de proteger los derechos de los individuos, e instituciones.

ARTÍCULO 13.- Se velara por el cumplimiento del pago por las horas extras, feriados y dominicales que prestare el profesional periodista, debiendo el empresario dueño del medio de comunicación regirse estrictamente a la Constitución Política del Estado y a la Ley General del Trabajo. Los Medios de Comunicación deberán garantizar el transporte especialmente el nocturno, que deberá ser de puerta a puerta.

ARTÍCULO 14.- Se incorporara, a los medios de comunicación, televisivos especialmente en los espacios de información a una persona experta en lenguaje alternativo, ya que las personas con discapacidad tienen derecho a un lenguaje alternativo.

ANTEPROYECTO DE REGLAMENTO INTERNO DE AUTORREGULACIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BOLIVIA.

TITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- (OBJETO) El presente Reglamento tiene por objeto establecer y regular el Derecho de las personas a recibir la información que emiten y publican los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) para que sea ésta con objetividad, veracidad, imparcialidad, pluralidad, con el fin de garantizar el respeto, dignidad, equidad y justicia.

Además, establecer obligaciones y responsabilidades entre la Empresa donde se ejerce la actividad periodística y las relaciones con los trabajadores.

Artículo 2.- (FUNDAMENTOS) Los fundamentos en los que se basa el presente reglamento interno son las siguientes:

- a) Establecer principios y compromisos de los medios de comunicación ante el Estado y la Sociedad.
- b) Establecer límites a la manipulación de la libertad de expresión e información.
- c) Establecer derechos y deberes para los medios de comunicación

- d) Establecer el derecho de aclaración y rectificación, por parte de la opinión pública.
- e) Efectivizar las garantías constitucionales que son inherentes a cada persona, sin perjuicio de la protección integral que instituye el presente reglamento.
- f) Mejorar y fortalecer la eficiencia y la eficacia de los medios de comunicación social hacia la población.
- g) Establecer sanciones y multas a los medios de comunicación por parte de la Autoridad de Fiscalización y Control de Telecomunicaciones.

Artículo 3.- (CONCORDANCIAS) El presente reglamento es concordante con la Constitución Política del Estado, en su Artículo 106 y 107, Código Niña, Niño y Adolescente, en sus Artículos 10, 105, 162.

Artículo 4.- (ÁMBITO DE APLICACIÓN) Las disposiciones de la Ley prevalecen sobre cualquier otro interés ya sea individual o colectivo y su aplicación será con la finalidad de precautelar a la persona y su derecho a la información con objetividad, veracidad, imparcialidad y pluralidad.

Las Disposiciones contenidas, son de orden público y de aplicación preferente a todos los periodistas, es imperativa en todo el territorio nacional, a los responsables de emisiones y publicaciones en Medios de Comunicación, que causen desinformación, que menoscaben, provoquen daños y perjuicios en la sociedad.

Artículo 5.- (ACTOS DELICTIVOS) Los hechos relativos a los delitos contra el honor tipificados en el Código Penal en su Título IX, Capítulo único, son de Competencia exclusiva de los Jueces Penales, como ser: Calumnia, Injuria y difamación, corresponden a los delitos de acción privada.

Artículo 6.- (BIENES PROTEGIDOS) El bien jurídicamente protegido en el presente reglamento, es la persona y su derecho a la información con objetividad, veracidad, imparcialidad, pluralidad principales lineamientos que deben ser cumplidos a cabalidad por los periodistas.

Artículo 7.- (EXCEPCIÓN A LA REGLA DE RESERVA) Los medios de comunicación social, podrán difundir información, cuando sea de interés público, en los siguientes casos:

- a) Proteger la salud, seguridad pública y la soberanía nacional.
- b) Prevenir al público de ser engañado por alguna declaración o acción de individuos u organizaciones.
- c) Descubrir o denunciar actos ilícitos de trascendencia.
- d) En especial, descubrir o denunciar con fundamento, con pruebas, la corrupción administrativa y el narcotráfico.

Artículo 8 (MENORES) Los medios de comunicación respetarán a los niños, niñas y adolescentes y su familia, y tomarán todas las medidas posibles a fin de impedir su identificación, en resguardo del futuro de las mismas.

Cuando los medios de comunicación difundan o publiquen información que lesionen la integridad moral y psicológica de los menores, o que estos hubieran sido facilitados por sus padres, serán responsables en forma concurrente por el daño ocasionado. La conducta de los padres no puede excusar de

responsabilidad a los medios de comunicación, que no se liberan ni con la autorización de ambos progenitores. Se deberá respetar los horarios de protección al menor.

Artículo 9.- (VICTIMAS DE VIOLACIÓN) El medio no identificará, ni mostrará a las víctimas de violación, ni publicará material que revele detalles íntimos y circunstancias del hecho, esto con el fin de precautelar su honor y dignidad de las mismas.

Artículo 10.- (PUBLICACIÓN DE FOTOGRAFIAS)

I. Cuando se trate de fotografías tomadas, estos deberán pedir autorización y el consentimiento expreso del interesado o de sus familiares para ser publicadas en los medios.

II. Por ningún motivo los medios de comunicación, publicarán fotografías de personas fallecidas en hechos de violencia, que hayan sufrido algún tipo de accidentes o cuando se haya suscitado una catástrofe.

III. Es libre la publicación de retratos fotográficos, cuando se relacione con hechos de interés público. Como la identificación de delincuentes o personas fallecidas desconocidas o sin identificación para ubicar a sus familiares; niños perdidos para ubicar a sus familiares.

TITULO II

MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN

Artículo 11.- (AUTORREGULACIÓN) Se deberá crear obligatoriamente, en cada medio de comunicación, un Defensor del Lector, y un Defensor del Público para medios de difusión y audiovisuales con el objeto de que constituya un mecanismo interno que mejore la calidad de los contenidos emitidos.

Artículo 12.- (CARACTERISTICAS) Se caracterizará porque el propietario del medio de comunicación, contará con un profesional periodista de prestigio y con ética que deberá ser del departamento de prensa, para que defienda los derechos del público. Este defensor del lector, oyente y televidente, atenderá reclamos y se pronunciara al respecto, debiendo ser imparcial en la toma de sus decisiones, y derivar los casos pertinentes a la autoridad competente.

Esta regulación será, con el fin de que los medios de comunicación, puedan rescatar los valores éticos del profesional periodista, su propio prestigio y establecer un control efectivo en sus informaciones emitidas y publicadas, y mejorar la calidad de los contenidos.

Este defensor actuará por analogía a una oficina de defensa del consumidor (ODECO) ya que estamos hablando de un consumidor específico: el consumidor de noticias e información.

Ambos defensores formaran parte del departamento de prensa de los medios de comunicación, para coadyuvar en la toma de decisiones en las amonestaciones y sanciones a los periodistas que tendrá sanción ética moral más no competencias paralelas o sobrepuestas al sistema judicial.

Artículo 13.- (ATRIBUCIONES) Las atribuciones del defensor del lector y el defensor del público serán:

1. El defensor del público velará porque se respete la vida privada de las personas.

2. Estos defensores, velarán porque se aplique y se cumpla el presente reglamento.

3. Capacitará a los periodistas y comunicadores sociales en temas relacionados con la ética periodística.

4. El defensor velará que los medios de comunicación, no difundan o publiquen información con morbosidad y sensacionalismo.

5. El defensor controlará la información, con el fin de que la noticia sea veraz y oportuna, y no tenga un carácter sensacionalista, con mensajes subliminales y manipulador.

6. Durante sus funciones estimulará la organización de foros y debates, donde la ciudadanía podrá expresar su parecer sobre la labor de los medios de comunicación.

TÍTULO III

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Artículo 14.- (PRINCIPIOS) Los medios de comunicación tienen la obligación de observar los siguientes principios:

1. Objetividad
2. Veracidad
3. Imparcialidad
4. Pluralidad
5. Responsabilidad en la información presentada
6. Información confirmada y oportuna
7. Obligación de aclarar y rectificar cualquier información difundida o publicada equivocada
8. Servicio a la comunidad
9. Respeto a la privacidad del individuo
10. Enaltecer a la familia
11. Observar el idioma
12. Difusión obligatoria de programas educativos, culturales y prevención de la salud, cuidado del medioambiente y del planeta en general.

Artículo 15.- (OBSERVANCIA) Los medios de comunicación tienen el deber de observar los siguientes puntos:

1. Eliminar los detalles sensacionalistas e irrelevantes en la información.
2. No publicar imágenes que ofendan la dignidad de las personas.

3. No difundir hechos privados, ni otras formas de conducta que vayan en contra de la naturaleza humana.
4. No publicar calumnias, difamaciones ni ataques personales, en los textos informativos y en las tandas publicitarias pagadas.
5. No identificar a los menores infractores ni a su familia
6. No publicar información sobre procedimientos judiciales de orden familiar, que sean estrictamente privados.
7. A respetar los horarios de protección al menor.
8. Emitir publicidad de manera proporcional al programa que se emite.

Artículo 16.- (SOCIEDAD) La persona como miembro de la sociedad tiene derecho a ser informado con objetividad, veracidad, imparcialidad, pluralidad y de forma oportuna y que sea comprobable, sin intereses ni prejuicios personales.

Artículo 17.- (SERVICIO A LA COMUNIDAD) Los medios de comunicación deben cumplir con un servicio social y de ayuda a la comunidad, la obligación primordial debe ser respetar a la sociedad, exaltar los valores y acciones que dignifiquen al ser humano. Proteger el medio ambiente. Los intereses de la sociedad deben estar por encima de sus propios intereses.

Artículo 18.- (CALIDAD) Todo medio de comunicación avala la calidad moral de sus colaboradores que utilicen pseudónimos, quienes también deben asumir principios éticos para el desempeño de sus funciones.

Artículo 19.- (OBLIGACIÓN) La obligación de los medios de comunicación es brindar información de hechos exactos y verídicos, sin falsear, omitir y ni distorsionar la realidad.

Cualquier error u omisión en la información publicada, editada y difundida por el medio de comunicación social, será reconocido, aclarado y rectificado inmediatamente, buscando la restitución del daño y la satisfacción plena de la persona o de la institución afectada, sea a petición de parte o de oficio.

TÍTULO IV

DERECHO DE ACLARACIÓN O RECTIFICACIÓN

Artículo 20.- (SUJETO ACTIVO) Se otorga la calidad de sujeto activo al demandante de un derecho de aclaración y rectificación a toda persona natural o jurídica, que haya sido aludida u ofendida injustamente por algún medio de comunicación social.

Artículo 21.- (SUJETO PASIVO) Se considera sujeto pasivo al medio de comunicación, obligado a la difusión o publicación de una aclaración, rectificación, en el que se concretó la información.

Artículo 22.- (OBJECCIÓN) Toda persona que fuera aludida por algún medio de comunicación social, tiene el derecho a la replica y precisar los detalles, que considere pertinentes para aclarar la información difundida.

Artículo 22.- (LIMITACIONES). El derecho de aclaración y rectificación, no puede ejecutarse, respecto a las apreciaciones personales que se formulen en

comentarios especializados de crítica política, literaria, histórica, artística, científica, deportiva, sin perjuicio de la sanción, si por el medio de la apreciación se cometiere algunos delitos penados por ley.

Artículo 22.- (PUBLICACIÓN). Todo medio de comunicación social tiene la siguiente obligación:

1. A publicar a la brevedad posible, la versión de la parte que se considera afectada, la publicación debe hacerse al día siguiente de la fecha en que se recibió la aclaración. Cuando existan aspectos técnicos que lo impidieren hacerlo ese día, se procederá a publicar en la edición siguiente.
2. El medio de comunicación social deberá publicar, la aclaración o rectificación en forma íntegra, sin intervalos, con las características similares a la información que fue provocada, en su defecto, en un lugar destacado de la misma sección, si se tratare de radiodifusoras y medios televisivos, deberá difundirse en el mismo horario y con las características similares a la transmisión.
3. Se debe eliminar en el derecho a réplica el lenguaje soez, los ataques personales o las expresiones que denigren a alguna persona.

Artículo 23.- (CALIDAD Y CONDICIÓN) Teniendo la calidad y condición del cargo, todos los trabajadores, empleados o funcionarios deberán ingresar mediante examen de admisión y/o competencia o concurso de méritos, según el caso.

No están comprendidos en esta regla los cargos de serenos, porteros y otras ocupaciones que no requieran preparación técnica o estudios

superiores, para estos casos se tomarán en cuenta el antecedente personal y de trabajo anterior.

Artículo 24.- (DEFENSA) Se defenderá el derecho a la información con sus principales linamientos periodísticos, entendida como una garantía fundamental que le pertenece a la sociedad, para estar enterada de los hechos de interés público sin manipulaciones de intereses particulares o de grupos empresariales.

I. El periodismo debe ser libre, para poder investigar para informar y publicar lo que le interesa a la sociedad.

II. El periodista no debe tener actividades que sean incompatibles con su labor periodística como: funcionario público, militante activo de algún partido político y si lo es debe, debe señalar si es funcionario público y señalar su filiación, trayectoria política del cual es.

BIBLIOGRAFIA

ANASAGASTI DE Pedro, “La verdad objetivo primario del peiodista”, Graficas Ella curia, Bilbao, 1969.

ANDONI Alonso, et al., “Para Comprender Ciencia, Tecnología y Sociedad” Primera Edición, Editorial Verbo Divino, 1996.

ASBUN Jorge,” Derecho Constitucional General: Conceptos Jurídicos Básicos”, 3º ed. UPSA, Santa Cruz, 2001,pp. 278

ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE LA PAZ, “Estatuto Orgánico del Periodista”. La Paz ,1991.

BORJA Rodrigo “Derecho Político y Constitucional”, 2º ed. Edit. Fondo de Cultura Económica, México, 1992, pp. 365

BADANI Gregorio, “Libertad de Prensa”, Abeledo Perrot, Buenos Aires, 1991.

BALLESTER Eliel, “Derecho de Respuesta”, Astrea, Buenos Aires,1987.

BARROSO Porfirio et al., “La Libertad de Expresión y sus Limitaciones Constitucionales”, Fragua, Madrid, 1998.

CAMACHO A. Carlos, “Cultura de Transparencia”, Hebrón Impresores, La Paz, 2007, pp. 309.

CAMACHO Azurduy, et al., “Comunicación Masiva de la Audiencia a la Competencia”, Erbol, La Paz, 1999.

CÁMARA Madeline, “Por una Nueva Crítica”, Pablo de la Torriente, La Habana, 1988.

CANELAS Iván, “Libertad, Prensa y Medios, marco legal, normativo e histórico de la legislación de prensa”, Fondo Editorial de los Diputados, La Paz, 2007, pp. 231.

CARMONA Salgado Concepción, “Libertad de Expresión e Información y sus Límites” Edersa, Madrid, 1991.

CARBONEL Miguel “Constitución Reforma Constitucional y Fuentes del Derecho en México”, Porrúa, México, 1991

CEPEDA Manuel José, “Los Derechos Fundamentales en la Constitución de 1991”, Themis, Bogotá, 1992.

CERRUTO Waldo, “Proyecto de Ley”, La Paz, 1981

CORTE INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. Opinión Consultiva OC-7/86.

CRISÓLOGO Arce Aurelio, “La Monografía y el Informe de la Tesis”, Abedul, Lima 1997.

DATÁVOLA Arthur; “Libertad de Ver”, Pablo de la Torriente, La Habana, 1991.

DERMIZAKY Peredo Pablo, “Derecho Constitucional”, Serrano, Cochabamba, 1996.

FINOT Alfonso, "Así Cayó Villarroel", Novedades, La Paz , 1966, pp.121

FORERO José, "Los Derechos Fundamentales y su Desarrollo Jurisprudencial", Editextos, Bogotá, 1994.

GARAY Candía Casto, "Bases Jurídicas e Institucionales Sobre el Derecho de Privacidad Informática", La Paz, 2001.

GOMEZ, Antonio, "Peso y Levedad de los Jurados de Imprenta", Lubilin Graph. La Paz, 1994.

GONZALES Enrique, "La Guerra Oculta de la Información", Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1997.

GUAJARDO, Horacio, "Elementos de Periodismo", Gernika, México, 1982.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA "Indicadores Socio demográficos de la ciudad de La Paz", Censo 2001.

IRIARTE Gregorio, "Análisis Crítico de la Realidad", 15ª Edición, Kipus, Cochabamba, 2004.

IRIARTE Gregorio, "Conciencia Crítica y Medios de Comunicación, Técnicas de Análisis", Centro de Promoción de los Misioneros (CEPROM), Cochabamba, 1999.

MADRID Fulgencio, "Derecho a la Intimidad Informática y Estado de Derecho", Universidad de Valencia, Valencia, 1984.

NAVOA Eduardo", "Curso de Derecho Civil", Univ, Santiago, 1984.

PABON Vera Rafael Gonzalo "Bases Jurídico Institucionales para una Moderna Ley de Comunicación Social", La Paz, 1983.

PLAZA Javier, "El derecho al Honor y la Libertad de Expresión", Tirant Lo Blanch, Valencia, 1996.

PORRUA Miguel Ángel, "Cambio Social y Cambio Jurídico", ITAM, México, 2001.

PRZEWORSKI Adán, "Democracia y Mercado. Reformas Políticas y Económicas en la Europa del Este y América Latina", Cambridge, 1991.

RAMOS Juan, "Derecho Constitucional Contemporáneo" Academia Boliviana de Estudios Constitucionales, La Paz.

RIVADENEIRA Raúl, "La Opinión Pública" Cuarta Edición, Trillas, México, 1995.

RIVADENEIRA Raúl, "La Televisión en Bolivia", Quipus, La Paz, 1986.

RIVADENEIRA Raúl, "Aplicación de las Leyes. La ley de Telecomunicaciones" Revista 30 años Universidad Católica Boliviana, La Paz, 1997.

ROLON Anaya Mario, "El Proyecto de Ley Mordaza", 1987.

SAAVEDRA Adolfo, "El Derecho de la Prensa", Instituto Nacional de Readaptación de Inválidos, La Paz 1939.

SALAMANCA Rodolfo, “Diseño Histórico Lineal de la Libertad de Imprenta y de Pensamiento en Bolivia”, Asociación de Periodistas, La Paz, 1981.

SAGÜÉS Néstor Pedro. “Elementos de Derecho Constitucional. Tomo Dos, Astrea, Buenos Aires, 1991.

SITTELL Superintendencia de Telecomunicaciones, “La Década de las Telecomunicaciones 1995 – 2005”, Lara Bisch, 2006, pp. 83

TAMAYO y Tamayo Mario, “El Proceso de la Investigación Científica”, Limusa, México, 1989.

TERRY Lynn Kart, “Transiciones a la Democracia en Europa y América Latina”, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1991.

TREDINNICK Felipe, “Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales”, 3ra. Edición, Los Amigos del Libro, La Paz, 1993.

VARGAS Flores Arturo, “Guía Teórico Práctica para la Elaboración de Perfil de Tesis”.

VILLARROEL Claire Ramiro, “Sociología del Derecho”, Juventud, La Paz, 1991.

Villavicencio Saíd, “Hacia la Comunicación y el Periodismo Críticos”, Yachaywasi, La Paz, 2009, pp.62.

Villavicencio J. Saíd, “El Rol de los Medios en la Constituyente y Mas Allá... (medios – democracia – neoliberalismo)”, Creart Impresores, La Paz, 2009, pp. 94.

BIBLIOGRAFIA JURÍDICA

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA, “**CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO**”
Edición Oficial, La Paz, 2009.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA, “**CÓDIGO PENAL**”, Edición Oficial, La Paz, 1999.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA, “**CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO PENAL**”,
Edición Oficial, La Paz, 1999.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA, “**CÓDIGO CIVIL**”
Edición Oficial, La Paz, 1975.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA, “**CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO CIVIL**”
Edición Oficial, La Paz , 1975.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA, “**CÓDIGO DEL NIÑO, NIÑA Y ADOLESCENTE**”, Edición Oficial, 1999.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA, “**LEY DE IMPRENTA**”
Edición Oficial, La Paz, 1925.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA, “**LEY DE TELECOMUNICACIONES**”, Edición
Oficial, La Paz, 1995.

ANEXOS

FORMULARIO DE LA

ENCUESTA APLICADO A LA

POBLACIÓN.

PROFESION U OCUPACION.....

SEXO: F.....M..... EDAD.....

1. ¿Cree usted, que los periodistas en Bolivia, (prensa, Radio, televisión), difunden y publican información confiable y verídica?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

2. ¿Cree usted, que la información de es interés público debe difundirse y publicarse con objetividad y veracidad?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

3. ¿Cree usted, que los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) manipulan y distorsionan la información emitida?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

4. ¿Cree usted, que es necesaria la actualización de la ley de imprenta que data de 1925?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

5. ¿Cree usted, que debería existir una ley y un reglamento que controle el manejo de la información con objetividad, veracidad y pluralidad de los periodistas?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

6. ¿En su opinión, la libertad de información será más importante que el derecho de todas las personas ha ser informadas con objetividad, veracidad y pluralidad?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

7. ¿Cree usted, que existe influencia política, institucional de los propietarios de medios de comunicación en los periodistas?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

8. ¿Cree usted, que los periodistas deberían contar con un título profesional para ejercer esa labor periodística?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

FORMULARIO DE ENCUESTA APLICADO A PERSONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIO DE COMUNICACIÓN EN EL CUAL TRABAJA.....

SEXO.....F.....M.....

1. ¿Cree usted, que los periodistas en Bolivia, (prensa, radio, televisión), difunden, publican información con objetividad?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

2. ¿Cree usted, que existen limites o restricciones al derecho de informar con objetividad, veracidad y pluralidad de los periodistas?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

3. ¿Está de acuerdo en sancionar a aquellos periodistas y medios de información que difunden información distorsionada y manipulada tergiversando la verdad?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

4. ¿En su opinión, la libertad de información será más importante que el derecho de todas las personas ha ser informadas con objetividad, veracidad y pluralidad?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

5. Cree usted, que existe influencia política, institucional de los propietarios de medios de comunicación en los periodistas?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

6. ¿Cree usted, que es necesaria la actualización de la ley de imprenta que data de 1925?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

7. ¿Cree usted que debería existir un reglamento que controle el manejo de la información con objetividad, veracidad y pluralidad?

1) SI

2) NO

3) NO SABE

EMISORAS RADIALES Y SU DISTRIBUCIÓN POR DEPARTAMENTO

<i>DEPARTAMENTO</i>	<i>ONDA CORTA</i>	<i>AMPLITUD MODULADA</i>	<i>FRECUENCIA MODULADA</i>	<i>TOTAL</i>
BENI	5	5	39	49
LA PAZ	4	49	88	141
COCHABAMBA	1	33	72	106
SUCRE	3	16	37	56
ORURO	1	18	34	53
PANDO	1	-	14	15
POTOSI	4	6	45	55
SANTA CRUZ	7	12	77	96
TARIJA	2	7	33	42
TOTAL	28	146	439	613

Fuente: Guía Boliviana para Medios de Comunicación.

EMISORAS DE TELEVISION

CIUDAD	NUMERO DE CANALES DE TELEVISION EN BOLIVIA
LA PAZ	21
COCHABAMBA	28
POTOSÍ	21
ORURO	14
SANTA CRUZ	37
BENI	10
TARIJA	20
CHUQUISACA	14
PANDO	9
Total	174

INFLUYENTES EMISORAS RADIALES

<i>DEPARTAMENTOS</i>	<i>RADIOS</i>
<i>LA PAZ</i>	Panamericana, Erbol, Fides, Metropolitana, Radio Patria Nueva, Integración, Altiplano, Studio 92, Erbol, Infinita, FM Color, La Cruz del Sur, Stereo 97.
<i>SANTA CRUZ</i>	Oriental, Santa Cruz, Amboró, Marítima.
<i>COCHABAMBA</i>	Centro, Cultura, Cochabamba, Nacional, San Rafael, Cosmos.
<i>ORURO</i>	El Cóndor, Bolivia, Oruro, Atlántida, América, Topáter, Continental.
<i>SUCRE</i>	Loyola, La Plata, Colosal, Acción Cultural Loyola.
<i>BENI</i>	Trópico, El Dorado, FM - 101.
<i>POTOSÍ</i>	Galaxia, Melodía, Indo-América, Collasuyo, Electra, Imperial.
<i>TARIJA</i>	Luís de Fuentes, Los Andes, Voz Nacional, Guadalquivir, Tarija, Nueva Andalucía.
<i>PANDO</i>	Radio San Miguel.

Fuente: Guía Boliviana de Medios de Comunicación.

MEDIOS IMPRESOS PRINCIPALES PERIÓDICOS

DEPARTAMENTOS	PERIÓDICOS
LA PAZ - EL ALTO	El Diario, Cambio, La prensa, Jornada, Pagina Siete, La Razón, Extra, El Alteño.
SANTA CRUZ	El Mundo, El Deber, El Día.
COCHABAMBA	Los Tiempos, Opinión, Extra.
ORURO	La Patria, Expreso.
SUCRE	El Noticiero, El Nacional, Unión, Prensa Libre.
BENI – TRINIDAD	La Prensa del Beni
POTOSÍ	El Siglo, La Gaceta del Sur.
TARIJA	La Voz del Sur, Ahora el País
PANDO	La Voz Pandina.

Fuente: Guía Boliviana de Medios de Comunicación.

PERIÓDICOS A NIVEL NACIONAL

CIUDAD	TOTAL DE PERIÓDICOS EN BOLIVIA
LA PAZ	28
COCHABAMBA	7
POTOSÍ	5
ORURO	1
SANTA CRUZ	10
BENI	2
TARIJA	5
CHUQUISACA	3
PANDO	1
TOTAL	62

Fuente: Guía Boliviana para Medios de Comunicación 2006.

PRECIOS DE LA PUBLICIDAD POR PROGRAMA

2012 TARIFARIO ENERO



La Comunidad de la Vida

RTPP



Lunes a Viernes

Hrs.	PROGRAMA	CAT
05:30	Taypi	AA
06:30	Noticiero RTP - Comenzando el Día	AAA
09:00	La Wislla Popular	AAA
11:00	La Tribuna Libre	AA
12:30	Noticiero RTP - Ed. Meridiana	AAA
13:30	Los Principales	AA
15:00	Tropicalísimo	AA
16:30	Graffiti	AA
18:00	Bolivia Productiva	AA
18:30	Sol y Luna (Revista)	AA
19:30	Programa Navideño	AA
20:00	Cabildo (Lun-Jue)	AAA
	Conciencia & Naturaleza (Viernes)	AAA
21:00	Deportes RTP	AAA
22:00	Noticiero RTP - Edición Central	AAA
23:00	En Boca de Todos	AA
00:00	El Telepolicial	AA
00:30	Repris (Sekai TV - Planeta Gamer - El Hueco en el Muro- Pura Energía - Cocineros en Acción)	AA
01:00	Cierre de Emisión	AA

Sábado

Hrs.	PROGRAMA	CAT
07:00	Ritmo Popular	AA
09:00	Te Cuento un Cuento	AA
09:30	Galopando con el Chucaro	AA
11:30	MP4 - Especial	AA
12:30	Planeta Gamer	AA
14:00	Naturama	AA
15:00	Tropishow	AA
18:00	Documental BBC	AA
19:00	En Concierto	AA
20:30	Documental BBC	AA
21:30	La Wislla Popular	AAA
23:30	Los Superclásicos	AA
01:00	Cierre de Emisión	AA

Domingo

Hrs.	PROGRAMA	CAT
06:00	Kawsay Pacha (Musical Autóctono)	A
07:00	Jicha Pacha	A
08:00	Los Principales en Domingo	AA
09:00	Te Cuento un Cuento	AA
09:30	Sekay TV	AA
10:30	Pura Energía	AA
11:00	Cocineros en Acción	AA
12:00	El Hueco en el Muro	AA
13:00	Viva Bolivia	AA
14:00	Lo Nuestro	AA
17:00	Los Superclásicos	AA
18:00	7 Pecados	AA
19:00	Las Superpoderosas	AA
20:00	Al Natural	AA
21:00	Noticiero RTP - Fin de Semana	AAA
22:00	El Show de Deportes	AAA
23:00	Telecasos	AAA
24:00	Cierre de Emisión	AA

TARIFARIO COSTO EN BOLIVIANOS

CATEGORIA	AAA	AA	A
Costo/Seg-Red	56	42	28

REDO NACIONAL

4 La Paz - 4 Oruro - 4 Potosí - 11 Sucre - 5 y 15 Tarija
18 Cochabamba - 48 Santa Cruz

PRECIOS DE LA PUBLICIDAD POR PROGRAMA

UNITEL <small>www.unitel.tv</small>		PROGRAMACION ene-12		TARIFAS EN BOLIVIANOS POR SEGUNDO NIVELES DE DIFUSION				
HORA	LUNES A VIERNES	RED	SCZ	LPZ	CBA	NIVEL		
06:10 a 09:00	LA REVISTA	66,00	46,20	33,00	16,50		2	
09:00 a 10:00	MI CORAZON INSISTE	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
10:00 a 11:00	LA BATIDORA	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
11:00 a 11:45	HASTA QUE LA PLATA NOS SEPRE	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
11:45 a 12:15	LOS SIMPSONS I	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
12:15 a 12:50	A TODO DEPORTE	46,00	32,20	23,00	11,50		3	
12:50 a 14:00	TELEPAIS MERIDIANO	100,00	70,00	50,00	25,00		1	
14:00 a 15:00	GAMARRA	66,00	46,20	33,00	16,50		2	
15:00 a 16:00	ISA TK+	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
16:00 a 17:45	CHICOSTATION <small>(Times y Ferb - Ben in Alamo force - Kick Butowski - Mighty B - Mi Corazon es un Maru - Pucca - Nocturno - Hannah Forever - Zack y Cody - Santa entre las estrellas - Big Time Rush)</small>	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
17:45 a 18:45	LOS SIMPSONS II	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
18:45 a 19:50	EVA LUNA	46,00	32,20	23,00	11,50		3	
19:50 a 21:00	TELEPAIS CENTRAL	100,00	70,00	50,00	25,00		1	
21:00 a 22:00	CUCHICHEOS	66,00	46,20	33,00	16,50		2	
22:00 a 00:00	SEÑOR CINE	46,00	32,20	23,00	11,50		3	
00:00 a 01:00	TELEPAIS MEDIA NOCHE	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
01:00 a 03:00	CINE INSOMNIO	12,00	8,40	6,00	3,00		6	
HORA	SABADO	RED	SCZ	LPZ	CBA	NIVEL		
05:00 a 06:00	CINE INSOMNIO	12,00	8,40	6,00	3,00		6	
06:00 a 07:00	PAJARO LOCO	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
07:00 a 09:00	CINE CANTINFLAS	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
09:00 a 09:30	PUCCA	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
09:30 a 10:00	TOM & JERRY	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
10:00 a 10:30	PHINEAS Y FERB	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
10:30 a 11:30	AMERICAN GLADIATORS	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
11:30 a 12:00	FAMILY GUY	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
12:00 a 12:55	LOS SIMPSONS	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
12:55 a 13:40	TELEPAIS MERIDIANO	100,00	70,00	50,00	25,00		1	
13:40 a 14:00	CORRE VIDEO	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
14:00 a 15:00	CINE AVENTURA I	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
15:00 a 16:00	CINE AVENTURA II	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
16:00 a 17:00	SEÑOR CINE I	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
17:00 a 18:00	FUERA DE CHISTE	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
18:00 a 19:00	SEÑOR CINE II	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
19:00 a 20:00	LIE TO ME	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
20:00 a 03:00	CINE INSOMNIO	12,00	8,40	6,00	3,00		6	
HORA	DOMINGO	RED	SCZ	LPZ	CBA	NIVEL		
05:00 a 06:00	CINE INSOMNIO	12,00	8,40	6,00	3,00		6	
06:00 a 09:00	SUPERANIMADOS <small>(MICKEY MOUSE - STAR GAZE INFINITY - BAOBUN - PANTERA ROSA - PAJARO LOCO estreno - HANNA BOWTANA - WARE IL Y ACE)</small>	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
09:00 a 10:00	PUCCA	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
10:00 a 11:00	GLEE II	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
11:00 a 12:00	TRAUMA	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
12:00 a 13:00	DR. HOUSE (Estreno)	23,00	16,10	11,50	5,75		5	
13:00 a 15:30	CINE AVENTURA I	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
15:30 a 17:00	CINE AVENTURA II	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
17:00 a 17:30	LOS SIMPSONS	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
17:30 a 18:00	FUTURAMA	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
18:00 a 18:30	PADRE DE FAMILIA	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
18:30 a 19:00	MODERN FAMILY	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
19:00 a 19:30	THE BIG BANG THEORY	35,00	24,50	17,50	8,75		4	
19:30 a 20:00	LOS SIMPSONS capítulo estreno	46,00	32,20	23,00	11,50		3	
20:00 a 21:00	SEÑOR CINE	66,00	46,20	33,00	16,50		2	
21:00 a 23:00	A TODO FUTBOL	46,00	32,20	23,00	11,50		3	
03:00 a 03:00	CINE INSOMNIO	12,00	8,40	6,00	3,00		6	

NUESTRAS NOVEDADES





TARIFARIO Y PROGRAMACION
Febrero-12
TARIFAS EXPRESADAS EN BOLIVIANOS



HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	CAT
05:30	CNN EN ESPAÑOL					B
06:30	EL MAÑANERO					AAA
06:00	NOVELA: ESPERANZA DEL CORAZON					AA
10:00	PURA VIDA					AA
12:00	SUPER DEPORTIVO					AA
12:45	NOTIVISION PRIMERA EDICION					AAA+
14:00	CARA O CRUZ (DESDE EL 8 DE FEBRERO)					AAA
16:00	LAURA					AA
16:50	LOS CABALLEROS DEL ZODIACO					A
17:40	CARNAVAL 2012					AA
18:50	NOVELA: UNA FAMILIA CON SUERTE					AAA
19:45	NOTIVISION NACIONAL - SEGUNDA EDICION					AAA+
21:08	NOVELA: DOS HOGARES					AAA
22:10	QUE NO ME PIERDA					AAA
00:30	EL SUPER DEPORTIVO					AA
02:00	NOTIVISION REPRIS					B
03:00	FIN DE EMISION					

HORA	SABADO	CAT
06:30	CINE	A
08:00	PLAZA UNO: POKEMOS LOS CABALLEROS DEL ZODIACO	A
10:30	LUCHA LIBRE	AA
12:00	LAPSUS	AA
13:00	NOTIVISION	AAA+
14:00	SABADAZO	AA
16:00	TOP UNO	AA
18:00	SABADO GIGANTE	AAA
21:00	MISION MODA	AAA
22:00	LO MEJOR DE LAURA	AAA
23:00	MINISERIES	AA
00:00	PRIMER IMPACTO	B
02:00	FIN DE EMISION	

HORA	DOMINGO	CAT
06:30	CNN	B
08:00	PLAZA UNO: POKEMON; SUPER DNCE; LOS CABALLEROS DEL ZODIACO	A
11:00	CINE	A
12:30	LAPSUS	AA
13:30	TOP UNO	AA
15:30	LUCHA LIBRE AAA	AA
17:00	CINE	AA
19:00	DON FRANCISCO PRESENTA	AA
20:00	Q'VIVA THE CHOSEN	AAA
21:00	CSI MIAMI VI	AAA
22:00	CSI LAS VEGAS VII	AAA
22:00	CINE	AAA
02:00	FIN DE EMISION	

POLITICAS COMERCIALES:

NOTICIEROS AAA+ y NOVELA CENTRAL (21:00) AAA
 > Al Cliente que requiera pausar exclusivamente en Noticieros (AAA+) se le aplicará un recargo del 30% sobre su tarifa.
 > El segundo pase en los Noticieros (AAA+), tendrá un recargo del 20% y el tercer pase un recargo del 50%. El conteo de pases se considera por Anunciante, NO por marca.
 > La duración máxima de un spot en los Noticieros será de 60 segundos, pasado los 30 segundos se aplicará el 20% de incremento. Cada 30 segundos se contabilizará como un spot.
 > Para cada emisión de la Novela Central (21:00), un Anunciante podrá pausar hasta 2 pases de Spots sin recargos (30 segundos cada uno). En caso de programar cantidades superiores a las descritas en este programa, se aplicará el recargo del 20% al tercer pase y el 50% al cuarto pase.
 > Todos los recargos son acumulables.

OMISIONES
 > Todo reclamo de omisiones deberá ser presentado 30 días después de emitida la publicidad, pasado este periodo no se aceptaran reclamos.
 > En caso de confirmar las omisiones estas serán repuestas en horarios y programas similares, quedando nula la opción de descuento del pago o pautas.
 > El Cliente tendrá los posteriores 30 días, después de confirmada la omisión, disponibles para utilizar las reposiciones en horarios similares a los omitidos.

TARIFA MINIMA
 > La tarifa mínima que se cobrará es igual al valor de un spot de 15 segundos, para los Noticieros y Novela Central (21:00). Spots de duraciones menores serán considerados como el mínimo.

ORDENES DE COMPRA
 > Para todos aquellos Clientes que generen Orden de Compra por país, estas deberán venir acompañadas de la orden publicitaria.
 > Toda publicidad que asocie 2 o más anunciantes o que publitice un producto/servicio/evento ajeno a su actividad tendrá un recargo mínimo del 50%.

SPOT PUBLICITARIO

Bs/seg	RED	LPZ	SCZ	CBR
AAA+	81.31	40.66	48.79	16.26
AAA	58.33	29.17	35.00	11.67
AA	43.80	21.90	26.26	8.78
A	35.64	17.62	21.38	7.13
B	23.38	11.69	14.03	4.68

BANNER ANIMADO

CAT	RED (Bs/Pase)
AAA	1,566.00
AA	1,114.00
A	742.00
B	532.00

DURACION HASTA 10 SEG.

RED UNO DE BOLIVIA S.A.
 Tel.Fax: (591-2) 242-1111
 E-Mail: marioroja@reduno.com.bo
 marianetamoring@reduno.com.bo
 La Paz - Bolivia

TARIFARIO EXPRESADO EN BOLIVIANOS