

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



ACREDITA POR RES. CEUB N° 1126/02

## **MONOGRAFÍA**

**(Para obtener el grado de licenciatura en derecho)**

**“ASPECTOS JURÍDICO-SOCIALES PARA LA REGLAMENTACIÓN DE LOS  
CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LOS  
GOBIERNOS MUNICIPALES EN EL MARCO DE LOS ARTÍCULOS 160 Y 162  
DE LA LEY N° 2026”**

**INSTITUCIÓN** : Gobierno Municipal de La Paz

**POSTULANTE** : Pamela Yuvisa Herrera Flores

**LA PAZ - BOLIVIA**  
**2010**

## ***Dedicatoria***

*A toda mi familia,  
que son la razón de mi vida.*

# **AGRADECIMIENTOS**

*A nuestro Dios, gracias por la vida.*

*A mi familia,  
quien me brindo su apoyo,  
e inculcó el respeto hacia los demás  
y la solidaridad para con los mas necesitados*

*A mi prestigiosa Carrera de Derecho  
de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas,  
por haberme forjado en sus aulas.*

# ÍNDICE

Dedicatoria	
Agradecimientos	
	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	
<b>1. ENUNCIACIÓN DEL TEMA DE MONOGRAFÍA.....</b>	<b>6</b>
<b>2. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA DE MONOGRAFÍA.....</b>	<b>6</b>
<b>3. DELIMITACIÓN DEL TEMA DE TESIS.....</b>	<b>9</b>
3.1. Delimitación Temática.....	9
3.2. Delimitación Temporal.....	9
3.3. Delimitación Espacial.....	10
<b>4. BALANCE DE LA CUESTIÓN O MARCO DE REFERENCIA.....</b>	<b>10</b>
4.1. Marco Histórico.....	10
4.2. Marco Teórico.....	13
4.2.1. Marco Teórico General.....	13
4.2.2. Marco Teórico Especifico.....	14
4.3. Marco Conceptual.....	15
4.3.1. Medios de comunicación.....	15
4.3.2. Televisión y las relaciones familiares.....	15
4.3.2. Reglamento.....	16
4.4. Marco Jurídico.....	16
4.4.1. Constitución Política del Estado Plurinacional.....	16
4.4.2. Ley N° 2026 (Código Niño, Niña y Adolescente).....	17
4.4.3. Reglamento a la Ley N° 2026 (Código Niño, Niña y Adolescente).....	19
4.4.4. Ley N° 2028 (Ley de Municipalidades).....	19
4.4.5. Ley N° 1632 (Ley de Telecomunicaciones).....	19
<b>5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>20</b>

6. OBJETIVOS DEL TEMA DE MONOGRAFÍA.....	20
6.1. Objetivo General.....	20
6.2. Objetivos Específicos.....	21
7. ESTRATÉGICA METODOLÓGICA DE INVESTIGACIÓN.....	21
7.1. Métodos.....	21
7.1.1. Método Deductivo.....	21
7.1.2. Método Lógico Jurídico.....	21
7.1.3. Método Analítico.....	22
7.2. Técnicas.....	22
7.2.1. Técnica Documental.....	22
7.2.2. Técnica de la Investigación de Campo.....	22

## **CAPÍTULO I**

### **ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD BOLIVIANA**

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, SU INFLUENCIA Y SU SOCIALIZACIÓN.....	24
2. FUNCIONES E IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	26
3. EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN LA SOCIEDAD.....	28
3.1. Desde el punto de vista de la realidad mediática.....	29
3.2. Desde el punto de vista de la teoría del cultivo.....	30
4. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CUANTO AL ESPACIO PÚBLICO Y DERECHOS HUMANOS.....	31
5. LA TELEVISIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD.....	32
6. LENGUAJE TELEVISIVO.....	35
7. LA AUDIENCIA Y SU INTERACCIÓN CON LA TELEVISIÓN.....	38
8. EFECTOS DE LA TELEVISIÓN EN LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES.....	38

**CAPÍTULO II**  
**FUNDAMENTOS JURÍDICO-SOCIALES SOBRE LA NECESIDAD**  
**DE REGLAMENTAR LOS CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR**  
**TELEVISIÓN**

<b>9.1.SALUD MENTAL.....</b>	<b>41</b>
<b>9.2.LA TELEVISIÓN BOLIVIANA EN LA ACTUALIDAD.....</b>	<b>41</b>
2.1. Canales que se emiten.....	41
2.2. Programación a nivel nacional.....	41
2.2.1. Novelas.....	43
2.2.2. Producción nacional.....	43
2.2.3. Películas y enlatados.....	44
2.2.4. Informativos.....	45
2.2.5. Infantiles.....	46
<b>9.3.TIPOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS Y HORARIOS DE EMISIÓN</b> <b>DE LUNES A DOMINGO.....</b>	<b>47</b>
<b>9.4.PROMEDIO DE HORAS QUE SE VE TELEVISIÓN Y SU INCIDENCIA....</b>	<b>52</b>
<b>9.5.TIPOS DE PROGRAMAS QUE VEN LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES....</b>	<b>54</b>
<b>9.6.ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR</b> <b>TELEVISIÓN BOLIVIANA.....</b>	<b>54</b>
6.1. Violencia y agresividad.....	54
6.2. La imagen de la mujer en la televisión nacional como sinónimo de discriminación.....	58
6.3. Imágenes sexuales.....	61
6.4. Publicidad.....	63
6.4.1. Consecuencias de la publicidad.....	64
<b>9.7.LA EDUCACIÓN DE LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES DESDE LA</b> <b>ÓPTICA COYUNTURAL.....</b>	<b>66</b>
7.1. A nivel social.....	67
a) El desempleo abierto.....	67

b) La migración internacional.....	67
7.2. A nivel familiar.....	68
a) El papel de los padres.....	68
b) Descuido, abandono y negligencia.....	69
c) Delegación de funciones.....	70
<b>9.8. LA TELEVISIÓN COMO COMPAÑÍA.....</b>	<b>70</b>
<b>9.9. EL EFECTO DE LA TELEVISIÓN EN EL CARÁCTER Y EL APRENDIZAJE DE LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES.....</b>	<b>72</b>
9.1. Efectos en el aprendizaje.....	73
9.2. Efectos emocionales.....	75
9.3. Efectos en la respuesta de Catarsis.....	76
9.4. Efectos en la conducta.....	76
<b>9.10. ASPECTOS NEGATIVOS DE LA TELEVISIÓN EN LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES.....</b>	<b>79</b>
<b>9.11. ASPECTOS JURÍDICO-SOCIALES RELATIVOS A LOS CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN EN BOLIVIA.....</b>	<b>81</b>

### **CAPÍTULO III**

#### **ANTEPROYECTO DE REGLAMENTO PARA LA REGULACIÓN DE CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN EN EL MARCO DE LOS ARTÍCULOS 160 Y 162 DE LA LEY N° 2026**

1. CONSIDERACIONES GENERALES.....	84
2. DIMENSIÓN Y ALCANCE DE LA PROPUESTA.....	85
3. ANTEPROYECTO DE REGLAMENTO DE REGULACIÓN DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PARA PRECAUTELAR LA SALUD MENTAL DE LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES.....	87

#### **CONCLUSIONES**

#### **RECOMENDACIONES**

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

#### **ANEXOS**

## INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación, —*concretamente la televisión*— emiten programas que no respetan el horario de protección al menor, induciéndoles a la violencia, discriminación, sexo y otros que repercuten en la sociedad, afectando incluso el buen decoro y la moral; de modo que el sistema de justicia que tiene Bolivia carece de eficiencia y eficacia para proteger los derechos de los niños, niñas y adolescentes; dejando a un lado la protección que debe merecer la salud mental y emocional de estos.

Al respecto, es menester tomar en cuenta, que el 45% de la población boliviana son niños, niñas y adolescentes, lo cual representa un buen porcentaje según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Sin embargo, la falta de protección y la exclusión social de la que son objeto los menores hace que éstos sean más vulnerables a la violencia que se muestra a través de la pantalla televisiva, haciendo que estos imiten ciertos actos del cual muchas veces resulta perjudicial, ya sea para los menores, la familia o la sociedad y si bien existe normas que precautelan sus derechos, estas no son aplicadas por falta de conocimiento, o por falta de una reglamentación, generando vacíos jurídicos.

Al ser los dueños de los canales de televisión en la mayoría de los casos empresarios privados, para éstos es más importante lucrar que hacer cumplir los roles para lo que fueron creados que es el de **informar, entretener y educar**.

En la actualidad y en nuestro medio social —*país caracterizado por su pobreza, subdesarrollo y alienación, donde lo ajeno se impone a nuestra realidad a través de la televisión que es un medio de mayor difusión, impulso e influencia*— la programación que se emite por televisión, se convierte en un poderoso instrumento de incitación en la sociedad, ya que el espectador compromete en su observación todo su sistema nervioso. De modo que los niños, —*dada su escasa capacidad crítica*— son los más vulnerables y los puede llevar a reproducir situaciones y actitudes morbosas y



violentas en desmedro de su formación personal y social, puesto que a través de la pantalla se transmite una cultura, una realidad que a veces el niño aprende de manera inconsciente, ya que los contenidos de la televisión, refleja un entorno social que no es el nuestro, más al contrario es la devastadora influencia del imperialismo cultural al que estamos sometidos.

Lo recurrente del problema planteado, es que en el horario de protección al menor, no difiere de la programación para adultos, tomando en cuenta a la vez que la mayoría de su audiencia está conformada por niños y adolescentes que se encuentran en casa sin supervisión, ya que la difícil situación económica que atraviesa nuestro país, obliga a los padres a ausentarse del hogar continuamente, ello con el fin de satisfacer las necesidades de alimentación y vivienda.

En ese contexto, podemos afirmar que la televisión tiene una gran influencia en la educación que puedan adquirir los menores, puesto que estos optan por copiar ciertos modismos emitidos por los programas televisivos que no se encuadran a nuestra realidad. A ello se suma, la inexistencia de una normativa que regule los contenidos que emiten los medios televisivos, puesto que estos programas generan tremendas repercusiones en la niñez y adolescencia y consecuentemente en el ámbito familiar y social.

Por su parte, si bien existe una Ley de Telecomunicaciones y la ATT, pues ésta de manera superficial, establece solo una prohibición a la publicidad subliminal, que indudablemente es insuficiente para todo lo que se debe normar en relación al límite y control de los medios de comunicación, específicamente la televisión.

Paralelamente el Código Niño, Niña, Adolescente, establece que los Gobiernos Municipales Autónomos deben realizar supervisiones; sin embargo, actualmente no existe una unidad destinada a tal efecto, lo cual impide realizar un control efectivo, además de existir un vacío jurídico respecto a la modalidad de control y las sanciones a aplicarse en caso de incumplimiento.

Es así, que la presente investigación va dirigido a proponer la limitación y control de los programas que se exhiben por televisión, medio que de manera irresponsable y con el ánimo de lucrar ignora sus funciones esenciales —*Informar-Educar-Entretener*—; asimismo, promover e impulsar la atención que el Estado y la sociedad debe asumir para precautelar el bienestar de los niños y adolescentes, reconociéndolos como sujetos sociales con derechos y en proceso de desarrollo.

De tal manera, a partir de la reglamentación a medios televisivos se podrá brindar una adecuada protección a la minoridad para asegurar su desarrollo biosicosocial sin la influencia negativa que los medios de comunicación ejercen al emitir programas que atentan la moral y el buen vivir.

La problemática planteada: “NECESIDAD DE REGLAMENTAR CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN EN EL MARCO DE LOS ARTÍCULOS 160 Y 162 DE LA LEY N° 2026 PARA PRECAUTELAR LA SALUD MENTAL DE LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES” implica buscar mecanismos jurídico-sociales que permita ante todo, regular la programación de los medios televisivos donde se respete el horario de protección al menor, de modo que esta situación destapa las principales falencias encontradas en la Ley de Telecomunicaciones y por ende en la falta de seriedad respecto al tema por parte del Gobierno Municipal; ya que según nuestro ordenamiento jurídico vigente, es el encargado de regular estos aspectos.

De ahí la importancia de tratar este tema, ya que actualmente los niñ@s y adolescentes, al tener acceso a contenidos televisivos violentos y ajenos a nuestra realidad, se vuelven más insensibles, déspotas, machistas y sin conciencia social para hacer el bien; a ello se suma los noviazgos a temprana edad que muchas veces desencadena embarazos tempranos y no deseados hecho que lleva a tomar otras actitudes ilícitas como el aborto y por consiguiente pone en riesgo la vida del menor; por otro lado consideran que la violencia es la única forma de lograr lo que se pretende; siendo ésta una de las causas entre otras, para reglamentar las programaciones de la televisión e inclusive de la publicidad.

La investigación realizada, se dividió en cuatro partes; donde en la primera parte se hace referencia al Diseño de la Investigación, en el cual se contempla todos los aspectos vinculados a los objetivos y la metodología utilizada. En la segunda parte de la presente investigación, analizamos el rol de los medios de comunicación y la influencia de éstos en la sociedad boliviana y ante todo en la niñez. La tercera parte, esta destinada a fundamentar desde el punto de vista jurídico y social sobre la necesidad de reglamentar los contenidos que se emiten por televisión. En la última parte, después del análisis doctrinal y la explicación jurídico-social sobre la necesidad de reglamentar los contenidos que se emiten por televisión, se propone un reglamento que regule, controle, evalúe e incaute en su caso los contenidos que afectan la salud mental de los niñ@s y adolescentes.

El trabajo de investigación concluye con la presentación de conclusiones y recomendaciones pertinentes, los cuales refuerzan la investigación presentada y surgieron a raíz del conocimiento extenso del tema puesto en cuestión.

# **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

# **CAPÍTULO I**

## **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **8. ENUNCIACIÓN DEL TEMA DE MONOGRAFÍA**

“ASPECTOS JURÍDICO-SOCIALES PARA LA REGLAMENTACIÓN DE LOS CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LOS GOBIERNOS MUNICIPALES EN EL MARCO DE LOS ARTÍCULOS 160 Y 162 DE LA LEY N° 2026”

### **9. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA DE MONOGRAFÍA**

La presente investigación aborda un tema importante, el cual revela que una gran cantidad de menores tiende a acceder a programas televisivos no aptos para éstos; los cuales indudablemente escapa de la voluntad de los padres respecto al control de los programas que emiten los medios de comunicación a los cuales tienen acceso los niños y adolescentes, conllevando esta situación muchas veces a dañar su salud mental.

De modo que resulta un tema importante, puesto que los medios de comunicación emiten programas en horarios en los que éstos acceden a la televisión, sin tomar en cuenta que muchos de los programas deben ser emitidos en horarios para adultos; éste aspecto es muy recurrente en Bolivia por ser un país caracterizado por su pobreza, subdesarrollo y alienación, aspectos que motivan el interés por analizar las repercusiones de este fenómeno en nuestra sociedad.

Al respecto, es menester señalar que nuestra legislación carece de mecanismos jurídico-sociales y reglamentación respecto a programas televisivos que se emiten, por lo que ante un contexto tan enraizado que va incrementándose día a

día, resulta forzosa y hasta perentoria una regulación legal integral, que regule tales situaciones para que los derechos de los menores sean respetados y los padres puedan estar seguros de que los programas televisivos al que acceden éstos no perturben su salud mental.

Éste fenómeno que no es ajeno a nuestra realidad, en el cual se puede constatar la dejadez de los medios de comunicación en sus roles principales y la ausencia de reglamentación para garantizar la salud mental de los menores, requiere un análisis reflexivo, proponiendo alternativas socio-jurídicos e institucionales destinados a regular la problemática en cuestión.

En ese contexto y de la manera de proceder de los medios de comunicación, se puede evidenciar que los dueños de los canales televisivos no precautelan la salud mental de los niñ@s y adolescentes convirtiéndose en mercantilistas, ya que lo único que les interesa, es captar la mayor audiencia y publicidad, sin tomar en cuenta que una de sus objetivos es educar e informar de manera idónea; por lo que la problemática en cuestión, sin duda alguna genera mal estar en los padres que no tienen el control de sus hijos respecto a los programas televisivos a los que acceden, de modo que esta situación requiere con urgencia una reglamentación que permita que los programas televisivos no aptos para menores no sean emitidos en horarios en los que estos puedan acceder.

En diversos aspectos, la problemática planteada ha variado sustancialmente con el transcurso del tiempo, por lo que se debe pensar en soluciones adecuadas respecto de innumerables cuestiones vinculadas a la programación. En ese contexto, a objeto de precautelar la salud mental de los niños y adolescentes de conformidad a la Ley N° 2026, es necesario reglamentar los programas televisivos, ya que el 40% del total de la población boliviana son niñ@s y adolescentes los cuales son a la vez vulnerables a la falta de protección y la exclusión social de la que son objeto, toda vez que las normas positivas vigentes que precautelan sus derechos, no son aplicadas de manera eficiente y eficaz por

falta de conocimiento, políticas de gobierno y muchas veces por falta de reglamentación.

En merito a ello, y considerando que la televisión es el medio de mayor difusión, impulso e influencia, el cual se convierte en un poderoso instrumento de incitación en la sociedad donde el espectador compromete en su observación todo su sistema nervioso; es necesario investigar, puesto que los niños, dada su escasa capacidad crítica, pueden llegar a reproducir situaciones y actitudes morbosas y violentas en desmedro de su formación personal y social, ya que a través de la pantalla se transmite una cultura, una realidad que a veces el niño aprende de manera inconsciente, el cual es reflejo de un entorno social que no es el nuestro, toda vez que los programas televisivos no tienen su origen en nuestro país, ya que la mayoría son importados, siendo este aspecto la devastadora influencia del imperialismo cultural al que estamos sometidos.

En ese contexto, es necesario aclarar que en nuestra realidad, la programación que se exhibe en la franja infantil, no difiere de la programación para adultos, ignorando que la mayoría de su audiencia está conformada por niños y adolescentes que se encuentran en sus hogares sin supervisión, ello debido a la difícil situación económica que atraviesa nuestro país, el cual obliga a ambos padres a ausentarse del hogar continuamente, generando consecuencias en el ámbito familiar y social.

Al respecto, la Ley de Telecomunicaciones de manera superficial, establece solo una prohibición a la publicidad subliminal, que es insuficiente para todo lo que se debe normar en relación al límite y control de los medios de comunicación, específicamente la televisión. Paralelamente el Código Niño, Niña, Adolescente, establece que los Gobiernos Municipales Autónomos deben reglamentar los programas de los medios de comunicación el cual deben estar supervisados por éstos; sin embargo, en la actualidad, éstos no cuentan con una Dirección o Departamento que regule tales aspectos, no concretándose dicho

control y menos las sanciones a los que incurran en estas faltas; por lo que existe un vacío jurídico, el cual debe ser llenado a través de una reglamentación para los programas que se exhibe en la televisión boliviana.

De modo que se ve la necesidad de limitar y controlar los programas que se exhiben por televisión, toda vez que de manera irresponsable y con el ánimo de lucrar ignora sus funciones esenciales como ser la de **Informar-Educar-Entretener**; asimismo, promover e impulsar la atención que el Estado y la sociedad debe asumir precautelando el bienestar de los niños y adolescentes, reconociéndolos como sujetos sociales con derechos.

De tal modo, la investigación realizada, permitió encontrar las deficiencias que existe en la emisión de programas televisivos y la falta de educación que brindan éstos, por lo que se hace necesario reglamentar a través de los Gobiernos Municipales Autónomos para garantizar y proteger la salud mental de los menores.

## **10. DELIMITACIÓN DEL TEMA DE MONOGRAFÍA**

### **3.1. Delimitación Temática**

En cuanto a la delimitación temática, la presente investigación se enmarcó en el ámbito jurídico-administrativo, puesto que se pretende reglamentar los contenidos que se emiten por televisión para proteger la salud de los niños y adolescentes.

### **3.2. Delimitación Temporal**

En cuanto al parámetro temporal para la presente investigación, se ha determinado tomando en cuenta los programas televisivos que se emiten, por lo que se tomó como referencia los últimos tres años; es decir, desde la gestión 2006 hasta la gestión 2009.



### **3.3. Delimitación Espacial**

En cuanto al espacio, la investigación se realizó en la ciudad de La Paz, puesto que en esta ciudad se encuentran la mayor cantidad de canales que emiten su programación sin tomar en cuenta el horario de protección al menor.

## **11. BALANCE DE LA CUESTIÓN MARCO DE REFERENCIA**

### **4.1. Marco Histórico**

En los últimos años, los medios de comunicación han dejado de lado sus roles, puesto que hoy en día se han convertido en meramente mercantilistas antes que educadores, informantes y entretenientes; este aspecto generalmente se debe a diversos factores donde indudablemente la situación económica de las familias hace que el padre y la madre recurran a fuentes laborales dejando la educación de los menores a merced de los medios de comunicación, ya que estos no tienen control sobre los programas televisivos a los que acceden.

En tal sentido, es menester tomar en cuenta que el proceso de desarrollo de la televisión en nuestro país, fue el siguiente:<sup>1</sup>

- En 1969, Bolivia estrena su primer canal de televisión perteneciente al Estado, Canal 7, bajo esta modalidad surgen también canales universitarios.
- En 1976, el gobierno adopta el sistema NTSC norteamericano para dar carta libre a la televisión en color.
- En 1984, el gobierno anula el monopolio del Estado en relación a la televisión, y autoriza la existencia de canales privados. Desde entonces, la

---

<sup>1</sup>PÉREZ HANSEN, Raúl, *Comunicación*, La Siembra, Bolivia, 2007, p. 82

difusión de series extranjeras, películas y otros enlatados se difundieron por la pantalla chica.

El periodo de 1984 y 1990 comienza con un particular fenómeno en Bolivia, la proliferación de canales de televisión. La televisión privada comenzó con 2 estaciones en La Paz y en Santa Cruz y fue bien recibida por los ciudadanos. Durante 15 años Bolivia solo había tenido un canal de televisión, sometido por el gobierno a abusos, manipulaciones y censuras, mientras que los canales universitarios no podían escapar a las influencias partidistas. En abril de 1984, comenzaron a operar esas estaciones privadas y pronto se llegó a 35 canales, con lo que fue difícil manejar por el gobierno. La regulación llegó el 1986 con un nuevo reglamento general del servicio de la televisión. En 1988 existían 35 canales privados, 18 distribuidos por áreas urbanas y 17 tenían cobertura provincial. Ésta década terminó con cerca de 60 canales privados, además de la red estatal de repetidoras, que cubre los 9 departamentos del país, y 8 estaciones distritales urbanas dependientes de universidades públicas. Sin embargo, los canales más importantes por entonces eran los siguientes:

Frecuencia	Nombre Empresa	Localidad	Propietario
Canal 5	TV Universo Ltda.	Santa Cruz	Roberto y Oliver Richards. Sector empresario nuevo.
Canal 13	Cruceña de Televisión	Santa Cruz	Ivo Kujlis, empresario con intereses en agroindustria, curtiembre, comercio importador y exportados, banca y servicios de comunicación
Canal 9	Paceña de Televisión	La Paz	Raul Garafulic, empresario de la mediana minería y miembro de Acción Democrática Nacionalista.
Canal 2	Telesistema Boliviano	La Paz	Carlos Cardona, miembro del Movimiento Nacionalista Revolucionario de izquierda y co-propietario de revista perspectiva.
Canal 4	Televisión Popular	La Paz	Carlos Palenque, miembro del Movimiento Nacionalista Revolucionario y dueño de la Radio Metropolitana (La Paz)
Canal 2	CCA Televisión SRL		Laureano Rojas Alcocer, dueño de Empresa Disquera Lauro.

En la década de los 90, la televisión inició con un centenar de estaciones, pero las importantes eran cinco.

En la nueva política económica del gobierno de Víctor Paz Estensoro, se dio una mayor importancia a la iniciativa privada en todos los ámbitos. Por ese motivo los medios impresos, radiofónicos y televisivos se agruparon en la Cámara Nacional de Medios de Comunicación que dependía a su vez de la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia. Durante este periodo, las televisiones universitarias pasaron a un segundo plano. Los canales universitarios sufrieron una crisis por el poco dinero que tenían, agravada por no poder recibir publicidad.

A principios de 1990, Bolivia contaba con un canal estatal con repetidoras en algunas zonas del interior, a parte de las 9 capitales del departamento; 8 canales de televisión universitaria y 57 canales de televisión privada (12 en el departamento de Santa Cruz, 10 en La Paz, 10 en Beni y 25 repartidos por el resto del país). A finales de la década de los 90, el crecimiento de canales se frenó aunque el número total de estaciones se detuvo en 104 en el que el 90% eran retransmisoras de canales extranjeros.

RED DE TV	GRUPO	MEDIOS (propiedad)	OTRAS VINCULACIONES	PROPIETARIO
ATB, Sistema de Televisión Popular (La Paz)	Garafulic	Diarios: La Razón (La Paz), El Nuevo Día (Santa Cruz). Seminarios: Extra (nacional, sensacionalista), Bolivian Times (en inglés, internacional)	Diarios: Opinión (Cochabamba), Presencia (La Paz). Telefonía Celular: (La Paz) Salas de Cine: 6 de Agosto (La Paz) Producción Audiovisual: Produtele (La Paz) TV: Bolivisión (red nacional), Televisa (México) Fondos de Pensiones: Previsión (nacional) Aproximación partidaria: Acción Democrática Nacionalista, Movimiento Nacionalista Revolucionario.	Raúl Garafulic Gutiérrez (y familia)
Red P.A.T. (La Paz, Cochabamba, Santa Cruz y Sucre)	Rivero – Canelas	Diarios: El Deber (Santa Cruz), Los Tiempos (Cochabamba), El Correo Sur (Sucre), La Prensa (La Paz), Ahora (Tarija), Gente (nacional, sensacionalista).	Aproximación partidaria: Movimiento Nacionalista Revolucionario	Pedro Rivero y familia. Alfonso Canelas y familia.

Red Nacional UNO, Canal Infantil Mágico (Santa Cruz y La Paz)	Kuljis		Finanzas: Banco Económico. Comercio: Supermercados Hipermaxi, Teleshopping (venta por TV) Aproximación Partidaria: Unidad Cívica Solidaria, Conciencia de Patria.	Ivo Kuljis
Red Nacional SITEL	Fernández	Diario: La Estrella del Oriente (Santa Cruz) Radio: 12 Emisoras (Santa Cruz y Beni)		Johnny Fernández

En esta década la Asociación de Teledifusoras Privadas de Bolivia (ATB) fue la red más consistente, su crecimiento incorporó la participación de canales extranjeros como el vínculo con Televisa (México) y a partir del 2000 con Prisa (España).

Actualmente los medios de comunicación, entre ellos la televisión, no se dedican a informar de manera coherente y menos a educar; más al contrario, pareciera que su fin es lucrar sin tomar en cuenta la perturbación que están generando en los menores y por ende vulnerando sus derechos reconocidos en la legislación positiva vigente.

En estas circunstancias, es necesario optimizar la labor de los medios de comunicación enmarcándose al respeto de los derechos al que toda persona tiene de donde el más perjudicado resulta ser el menor.

## 4.2. Marco Teórico

### 4.2.1. Marco Teórico General

Toda vez que el derecho protege la libertad de cada ser humano dentro del contexto social y asegura que dicha interrelación personal no atente contra el interés social y el bien común y siendo indispensable para regular la vida en sociedad y a objeto de conocer y comprender la naturaleza del hombre para que se pueda determinar el tipo de regulación que brinda el derecho, en el presente trabajo se tomó en cuenta la aplicación de la legislación vigente respecto a la

reglamentación que merecen los programas televisivos con el objeto de precautelar la salud mental de los niñ@s y adolescentes.

En merito a ello, se tiene como marco teórico general, la doctrina o filosofía jurídica del POSITIVISMO JURÍDICO, como “...la ciencia jurídica que tiene por objeto el conocimiento del conjunto de normas, constituye el derecho vigente o positivo, que tiene validez o fuerza obligatoria, eso en cuanto a su aplicación...”<sup>2</sup>

Dicho de otra manera es “...el estudio del derecho como una pluralidad de normas que constituyen una unidad o un ordenamiento, cuando su validez reposa sobre una norma única.”<sup>3</sup> Por lo que el presente trabajo de investigación viene a ser objeto de esta teoría jurídica, ya que se requiere una reglamentación para los programas televisivos.

Y debido a la perspectiva que se llegó, se tomará también en cuenta, la técnica legislativa que se define como “...el estudio de formulas o métodos destinados a mejorar la calidad de estructuración y sistematización de los instrumentos normativos, así como el uso del lenguaje de tales instrumentos, es un saber aplicado a la teoría de la legislación”<sup>4</sup>

#### **4.2.2. Marco Teórico Específico**

En cuanto a un marco específico, se tomó en cuenta la TEORÍA GENERAL DEL REGLAMENTO, el cual señala que:

*...el reglamento facilita la aplicación de la Ley detallándose y operando como instrumento idóneo, (...) los reglamentos son reglas que solo tendrán vida y siendo de derecho si derivan de una*

---

<sup>2</sup> ROJAS, Amandi Víctor Manuel, *Filosofía del Derecho*, Editorial Harta, México, 1991, p. 101.

<sup>3</sup> MOSTAJO, Machicado Max, *Seminario Taller de Grado y la Asignatura CJR – 100 Técnicas de Estudio*, Primera Edición 2005, p. 153.

<sup>4</sup> VETHENCOURT, Velazco Bellkys, *Manual de Técnica Legislativa*, Trad. Heliasta, Argentina, 1987, p. 15

*norma legal a la que se reglamentan en la administrativa, la diferencia entre la Ley y Reglamento consiste en que la ley es un acto legislativo porque deriva del congreso y el Reglamento es un acto administrativo ya que este se expide por el poder ejecutivo.*<sup>5</sup>

Por lo que también, la presente investigación es objeto de esta teoría jurídica, puesto que se propone la necesidad de un REGLAMENTO QUE REGULE LOS CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LOS GOBIERNOS MUNICIPALES.

### **4.3. Marco Conceptual**

#### **4.3.1. Medios de comunicación**

*...son una herramienta, que permite mantener a todo el mundo informado de lo que pasa a nivel nacional o internacional. Se trata de canales que nos entregan información, noticias e imágenes sobre como es el mundo en que vivimos. En las sociedades modernas, que necesitan estar en constante contacto y enteradas de todo lo que sucede, los medios de comunicación son fundamentales se cree, que no se puede vivir de la misma manera que lo hacemos; sin los medios de comunicación.*<sup>6</sup>

#### **4.3.2. Televisión y las relaciones familiares**

*El aparato de la televisión, que como medio tecnológico se ha instalado en el hogar y en el seno de la familia, ocupa no solo un espacio material, sino un lugar simbólico. A su alrededor se procesan relaciones familiares, encuentros y desencuentros y su consumo organiza o reorganiza una serie de rutinas en el hogar. Las relaciones familiares o de amistad se ven*

---

<sup>5</sup> <http://www.Universidadabierta/Macías, Torres M. De La Luz, Teoría del Reglamento, en fecha 30 de julio de 2010.>

<sup>6</sup> COMP, Serfaty Simón, *Los Medios de Comunicación Masivos y Política Exterior*, Devenir, Buenos Aires-Argentina, 1995, p. 24

*atravesadas por las referencias a los productos comunicativos, a los artistas, a las canciones, al momento en que se quedo la telenovela. Estamos en realidad frente a un medio de comunicación con pretensiones definitivamente homogeneizantes, pero cuyo consumo es heterogéneo según quienes lo disfrutan, valoran, toman, interpretan o rechazan”.*<sup>7</sup>

#### **4.3.2. Reglamento**

Manuel Osorio, define al reglamento, como “toda instrucción escrita destinada a regir una institución o a organizar un servicio o actividad...”<sup>8</sup>, es decir, que el Reglamento se entiende en forma general como “...un conjunto ordenado de reglas y conceptos que se dan por una autoridad competente para realizar la ejecución de una ley o para el régimen interior de una dependencia o corporación”<sup>9</sup>.

#### **4.4. Marco Jurídico**

##### **4.4.1. Constitución Política del Estado Plurinacional**

Siendo la Constitución Política del Estado Plurinacional la norma fundamental de nuestro ordenamiento jurídico, los artículos<sup>10</sup> 58, 59 párrafo I, y 64 párrafo I, determinan la condición de niño, niña y adolescente y su desarrollo integral, donde los padres tiene el deber de la educación de los menores.

---

<sup>7</sup> IGLESIAS, Francisco, *La televisión Dominada*, Rialp, Madrid-España, 1998, p. 39.

<sup>8</sup> OSSORIO, Manuel, *Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales*, Edit. Heliasta S.R.L., Buenos Aires-Argentina. 1981, p. 856.

<sup>9</sup> <http://www.universidadabierto.edu.mx/Biblio/M/Ma/reglamento>. en fecha 3 de agosto de 2009

<sup>10</sup> ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, *Constitución Política del Estado Plurinacional*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 2009, **Artículo 58.-** Se considera niña, niño o adolescente a toda persona menor de edad. Las niñas, niños y adolescentes son titulares de los derechos reconocidos en la Constitución, con los límites establecidos en ésta, y de los derechos específicos inherentes a su proceso de desarrollo; a su identidad étnica, sociocultural, de género y generacional; y a la satisfacción de sus necesidades, intereses y aspiraciones.

**Artículo 59.- I.** Toda niña, niño y adolescente tiene derecho a su desarrollo integral.

**Artículo 64.- I.** Los cónyuges o convivientes tienen el deber de atender, en igualdad de condiciones y mediante el esfuerzo común, el mantenimiento y responsabilidad del hogar, la educación y formación integral de las hijas e hijos mientras sean menores o tengan alguna discapacidad.

Por otro lado, el Artículo 107<sup>11</sup> parágrafo I, establece que los medios de comunicación debe contribuir con los valores éticos y morales, de modo que se proteja la salud mental de los menores.

#### **4.4.2. Ley N° 2026 (Código Niño, Niña y Adolescente)**

Del mismo modo la Ley N° 2026, en sus artículos<sup>12</sup> 1, 2, 5, 6, 7 y 13, hace referencia a la prevención, protección y atención integral que el Estado y la sociedad deben proveer a la niñez y adolescencia, garantizando los derechos reconocidos en la legislación vigente e implementando políticas sociales, que aseguren condiciones dignas para su gestación, nacimiento y desarrollo integral.

Por otro lado, los artículos<sup>13</sup> 100, 105, 108, 121 numeral 2) y 158, aseguran el respeto a la dignidad como persona en desarrollo de los

---

<sup>11</sup> ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, *Constitución Política del Estado Plurinacional*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 2009, **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.

<sup>12</sup> ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Ley N° 2026 de 27 de octubre de 1999, *Código Niño, Niña y Adolescente*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 1999, **Artículo 1. (Objeto del Código).**- El presente código establece y regula el régimen de prevención, protección y atención integral que el Estado y la sociedad deben garantizar a todo niño y adolescente con el fin de asegurarles un desarrollo físico, mental, moral, espiritual, emocional y social en condiciones de libertad, respeto, dignidad, equidad y justicia

**Artículo 2. (Sujetos de Protección).**- Se considera niño a todo ser humano desde su concepción hasta cumplir los doce años y adolescente desde los doce a los dieciocho años de edad cumplidos.

**Artículo 5. (Garantías).**- Los niños, niñas y adolescentes, como sujetos de derecho, gozan de todos los derechos fundamentales y garantías constitucionales inherentes a toda persona sin perjuicio de la protección integral que instituye este código.

Además, es obligación del Estado asegurarles por Ley o por otros medios, todas las oportunidades y facilidades tanto a mujeres como a varones, con el fin de garantizarles su desarrollo integral en condiciones de igualdad y equidad.

**Artículo 6. (Interpretación).**- Las normas del presente Código deben interpretarse velando por los interés superior del niño, niña y adolescentes, de acuerdo con la Constitución Política del Estado, las Convenciones, Tratados Internacionales vigentes, y las leyes de la República.

**Artículo 7. (Prioridad Social).**- Todo niño, niña y adolescente tiene derecho a ser atendido con prioridad por autoridades judiciales y administrativas.

**Artículo 13. (Garantía y Protección del Estado).**- Todo niño, niña y adolescente tiene derecho a la vida y a la salud. El Estado tiene la obligación de garantizar y proteger estos derechos, implementando políticas sociales, que aseguren condiciones dignas para su gestación, nacimiento y desarrollo integral.

<sup>13</sup> ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Ley N° 2026 de 27 de octubre de 1999, *Código Niño, Niña y Adolescente*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 1999, **Artículo 100. (Derechos).**- El niño, Niña o Adolescente tiene derecho a la libertad, al respeto y a la dignidad como persona en desarrollo.

Asimismo, como sujeto de derecho, están reconocidos sus derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales garantizados por la Constitución, las leyes, Convención Internacional sobre los derechos del niño y otros



menores, haciendo referencia al maltrato a todo acto de violencia ejercido por padres, responsables, terceros o instituciones, mediante abuso, acción, omisión o supresión en forma habitual u ocasional, que atente contra los derechos reconocidos a niños, niñas y adolescentes, en este caso los programas televisivos emitidos en horarios no aptos para menores. En merito a ello, los artículos<sup>14</sup> 160 y 162 del cuerpo legal antes señalado, establecen que los Gobiernos Municipales son los encargados de reglamentar la programación de los medios de comunicación; sin embargo, en la actualidad, existe un vacío jurídico respecto a la problemática en cuestión.

---

instrumentos internacionales ratificados por el Estado Boliviano.

**Artículo 105. (Respeto).**- Consiste en la inviolabilidad de la integridad física, psíquica y moral del niño, niña o adolescente, abarcando, además, la preservación de la imagen, la identidad, los valores, las opiniones, los espacios y objetos personales y de trabajo.

Ningún niño, niña ni adolescente debe sufrir discriminación étnica, de género, social o por razón de creencias religiosas.

El Estado tiene la obligación de garantizar un trato respetuoso de igualdad y equidad a todos los niños y adolescentes que habiten el territorio nacional.

**Artículo 108. (Maltrato).**- Constituye maltrato todo acto de violencia ejercido por padres, responsables, terceros o instituciones, mediante abuso, acción, omisión o supresión en forma habitual u ocasional, que atente contra los derechos reconocidos a niños, niñas y adolescentes por este código y otras leyes, violencia que les ocasione daños o perjuicios en su salud física, mental o emocional.

**Artículo 121. (Derechos).**-

**2. Que la información, cultura, diversiones, espectáculos, productos y servicios respeten su condición peculiar de persona en desarrollo;**

**Art. 158 (Prioridad de Prevención)** El Estado y la sociedad en su conjunto están en la obligación de dar prioridad a la prevención de situaciones que pudieran atentar contra la integridad personal de los niños, niñas y adolescentes y los derechos reconocidos en el presente código, quedando responsables de adoptar las medidas que garanticen su desarrollo integral.

La inobservancia a las normas de prevención, importara responsabilidad a la persona natural o jurídica que incurriera en ella, la obligación de reparar el daño ocasionado ya sea por acción u omisión, sin perjuicio de lo dispuesto por otras leyes.

Las obligaciones previstas en el presente Código no excluyen otras formas de prevención.

<sup>14</sup> ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Ley N° 2026 de 27 de octubre de 1999, *Código Niño, Niña y Adolescente*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 1999, **Artículo 160. (Diversiones, Medios de Comunicación y Espectáculos Públicos).**- Los Gobiernos Municipales reglamentaran las diversiones, espectáculos públicos y programación de Medios de Comunicación, analizando e informando sobre su naturaleza; grupos étnicos a los que van dirigidos y los horarios en que su presentación sea adecuada para niños, niñas y adolescentes.

**Artículo 162. (Obligación de los Medios de Comunicación).**- Los medios de comunicación oral, escrito y televisivo están obligados a emitir y publicar programas y secciones culturales artísticos, informativos y educativos dirigidos a la niñez y a la adolescencia, de acuerdo a reglamentación.

Toda emisión de programas que atente contra la formación y salud mental del niño, niña, y adolescente, así fuere publicidad de tabaco o bebidas alcohólicas, solo podrá ser emitida en horarios destinados a adultos. Ninguna persona, empresa u organización podrá utilizar imágenes de niños, niñas ni adolescentes en la publicidad de esos productos u otros similares, bajo sanciones contenidas en este Código y demás disposiciones vigentes.

#### **4.4.3. Reglamento a la Ley N° 2026 (Código Niño, Niña y Adolescente)**

El reglamento de la Ley N° 2026 en sus artículos<sup>15</sup> 57 y 59 numeral 2); establecen las políticas de prevención y la responsabilidad de los Gobiernos Municipales en cuanto a la supervisión y control que deben ejercer respecto a los programas televisivos.

#### **4.4.4. Ley N° 2028 (Ley de Municipalidades)**

Este cuerpo legal en sus artículo 8<sup>16</sup>, párrafo V, numeral 5), hace referencia a las competencias de los Gobiernos Municipales entre las cuales esta reglamentar y supervisar los espectáculos públicos y la publicidad comercial; de modo que reconoce que esta dentro de sus funciones la regulación de espectáculos difundidos por los medios de comunicación, tarea que no se cumple y solo podrá materializarse con la implementación de una reglamentación práctica para su cumplimiento.

#### **4.4.5. Ley N° 1632 (Ley de Telecomunicaciones)**

Nuestra legislación respecto a las actividades relacionadas con los medios de comunicación, están comprendidos en la Ley General de Telecomunicaciones y el Reglamento.

---

<sup>15</sup> ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Decreto Supremo N° 27443 de 08 de abril 2004, Reglamento a la Ley N° 2026, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 2004, **Artículo 57.- (Políticas de Prevención)**- Las políticas públicas de prevención, definidas en el nivel normativo, son esencialmente de carácter educativo y de responsabilidad operativa de las Prefecturas y los Gobiernos Municipales; debiendo involucrar a las instituciones y organismos de la sociedad civil.

**Artículo 59. (Responsabilidad de los Gobiernos Municipales)**- Con carácter enunciativo y no limitativo los Gobiernos Municipales, a través de la Unidad Municipal correspondiente, son responsables de la supervisión, control y evaluación de:

2. Los programas y espectáculos difundidos por los medios de comunicación en horarios de protección a niños, niñas y adolescentes. de esos productos u otros similares, bajo sanciones contenidas en este Código y demás disposiciones vigentes.

<sup>16</sup> ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Ley N° 2028 de 28 de octubre de 1999, *Ley de Municipalidades*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 1999, **Artículo 8. (Competencias)**- V. En materia de servicios.

5) Reglamentar y supervisar los espectáculos públicos, la publicidad comercial y la propaganda vial, mural o por cualquier otro medio que se genere o difunda en su jurisdicción.

Este es un instrumento moderno que se refiere concretamente a los aspectos técnicos de la regulación de los medios de comunicación, haciendo una referencia mínima a los programas de televisión, no así a su contenido, ni a los parámetros que se toman en cuenta para que exista un equilibrio entre información, educación y entretenimiento, ni a un control previo de la programación proyectada con un tiempo prudencial para realizar un análisis del contenido de las películas y programas que se exhiben por el medio televisivo; de manera que se establezca un control; o en su caso, se impongan prohibiciones y limitaciones que precautelen la salud mental de la población en general.

En ese contexto, el artículo 469<sup>17</sup>, de manera muy ambigua regula el control de las emisiones de televisión siendo insuficiente y superficial para un tema tan profundo y con tanta repercusión en la mentalidad de la población boliviana.

## **12. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

**¿Por qué es necesaria la reglamentación de los contenidos que se emiten por televisión a través de los Gobiernos Municipales en el marco de los artículos 160 y 162 de la Ley N° 2026?**

## **13. OBJETIVOS DEL TEMA DE MONOGRAFÍA**

### **6.2. Objetivo General**

- Demostrar la necesidad de crear de un reglamento a través de los Gobiernos Municipales para la regulación de los contenidos que se emiten por televisión en el marco de los artículos 160 y 162 de la

---

<sup>17</sup> ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Ley N° 1632 de 5 de junio de 1995, *Ley de Telecomunicaciones*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 1995, **Artículo 469.- Art. 469.-** El procedimiento de percepción subliminal está prohibido durante todo el tiempo de transmisión de las emisoras sean programas o publicidad.

Ley N° 2026, a efectos de precautelar la salud mental de los menores.

## **6.2. Objetivos Específicos**

- Determinar, el rol de los medios de comunicación y la influencia de éstos en la sociedad boliviana.
- Explicar los aspectos jurídicos-sociales respecto a los contenidos que se emiten por televisión y la necesidad de reglamentar.
- Proponer un anteproyecto de Reglamento para la regulación de los contenidos que se emiten por televisión en el marco de los artículos 160 y 162 de la Ley N° 2026.

## **14. ESTRATEGIA METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **7.1. Métodos**

#### ***7.1.1. Método deductivo***

“Consiste en partir de principios y teorías generales para llegar a conocer un fenómeno particular...”<sup>18</sup>. Al ser el método deductivo, el proceso de conocimiento de lo general a lo particular, permitió partir de problemas generales, que muestran la realidad social para analizar de manera particular la problemática que existe respecto a los programas televisivos y su falta de reglamentación.

#### ***7.1.2. Método lógico jurídico***

Este método permitió un análisis lógico de la normatividad existente y su desarrollo fenomenológico con relación al estudio de la realidad del

---

<sup>18</sup> VARGAS, Flores Arturo, *Taller Teórico-Práctico de Elaboración de Perfil de Tesis de Grado*, en: CD-ROM, 2007.

problema planteado; es decir, la ausencia de una reglamentación que permite la vulneración de los derechos de los niñ@s y adolescentes en cuanto a la emisión de los contenidos que se emiten por televisión.

### ***7.1.3. Método Analítico***

Este método permitió descomponer el problema por el que atraviesan las familias respecto a la educación que reciben los menores a través de los medios de comunicación y la ausencia de una reglamentación que supervise los programas televisivos, para posteriormente establecer las características más sobresalientes, que sirvieron para conocer de manera más específica el tema en cuestión.

## **7.2. Técnicas**

### ***7.2.1. Técnica Documental***

Consiste en el registro de la información documental obtenida, y que se halla contenida en las diferentes fichas bibliográficas, como ser: de cita textual, resumen, comentario, herográfica, etc. Sirvió para operativizar y sistematizar el trabajo científico y en nuestra investigación se utilizó para la recopilación de información.

### ***7.2.2. Técnica de la Investigación de Campo***

Es una técnica dirigida a recoger y conocer la opinión de una población representativa sobre un tema a través de encuestas. Sirvió para cuantificar la fuente de información y los criterios, lo que nos permitió obtener información actual sobre la problemática planteada.

# CAPÍTULO I

# CAPÍTULO I

## ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD BOLIVIANA

### 9. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, SU INFLUENCIA Y SU SOCIALIZACIÓN

Los medios de comunicación se constituyen en un poderoso instrumento de socialización, tanto o más poderoso que la familia, la escuela o el trabajo, porque forman los sentimientos y las creencias, entrenan los sentidos y ayudan a formar la imaginación social. Llegan a las personas a través de la vista (imágenes), el oído (sonidos, melodías) o de ambos (televisión, películas, videos), en combinaciones muy atractivas y envolventes.

De modo que por socialización hemos de entender, **la internalización de normas, valores y pautas de conducta sociales por parte del individuo**; un proceso que le sirve para relacionarse de manera satisfactoria con el mundo que le rodea, para vivir en sociedad y entender el entramado en el que se halla inmerso. Entonces se puede afirmar que:

*...los medios de comunicación tienen cada vez más influencia en la vida como formadores culturales y determinan a la vez parte de nuestras ideas, hábitos, costumbres, debido a que nos muestran a diario ejemplos de lo que es el estilo de vida actual a través de películas, telenovelas documentales, noticias, se representa lo que se considera un modelo ejemplar, mostrándonos como hay que ser y actuar, y como no.<sup>19</sup>*

---

<sup>19</sup> IGLESIAS, Francisco, *La Televisión Dominada.*, Rialp, Madrid-España, 1998, p. 37

Por otra parte, se les critica a los medios masivos de comunicación, en especial a los televisivos, de hacer de la violencia algo cotidiano y normal en la sociedad, desculturalizar con programación sin importancia y consecuentemente desintegrando la unidad familiar y perturbando su salud mental.

Otro aspecto a considerar, es que los medios televisivos manipulan el pensamiento del público con ideas políticas, económicas, etc., reflejados en un interés particular. Además, crea pasividad en los usuarios, con lo que influye fácilmente en los pensamientos de las personas, más aún en los menores y pueden imponer actitudes superficiales y consumistas en ellas, mostrar una cultura superficial, rutinaria y consumista.

En tal sentido, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir mensajes, de modo que son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes programas televisivos influyen negativamente en los niños y adolescentes.

Los medios de comunicación son un reflejo de la sociedad, como un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y negativo de una situación o de un contexto determinado; pero hoy en día se han convertido en mercantilistas antes que educadores.

De todo lo precedentemente expuesto, se deduce que los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial de hoy, así que afirmar que alguna de las aseveraciones anteriores es falsa o verdadera sería apresurado, pues todas son sumamente relativas, dependiendo su falsedad o veracidad del contexto específico desde el cual se observen, pues todas las afirmaciones hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen hoy en día; por lo que:

*...los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de la sociedad o de una*



*comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y finalmente, se expresa y se comunica.*<sup>20</sup>

Los medios masivos de comunicación y particularmente la televisión constituyen espacios privilegiados a través de los cuales se accede al conocimiento de los diversos acontecimientos sociales, políticos y económicos a nivel local, nacional y mundial.

## 10. FUNCIONES E IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Por función debemos entender la capacidad de acción, o la acción misma de acuerdo con su condición natural; es decir, para lo que existe. La función está condicionada por el destino que se da a ese medio o instrumento; es decir, para lo que se usa. Esta sencilla apreciación viene a indicar que es la persona humana con su inteligencia y voluntad libre, quien confiere a la televisión unas u otras funciones: la televisión tiene fundamentalmente el cometido que el hombre le asigna.



De manera general, todos los medios de comunicación social, como la televisión tienen las mismas funciones comunes y son **INFORMAR** (sobre hechos, acontecimientos), **EDUCAR O FORMADORA** (dimensión educativa) y **ENTRETENER** (función lúdica).

<sup>20</sup> QUIROZ, María Teresa, *Los Medios una Escuela Paralela*, Cuaderno Cicosul, Facultad. de Ciencias de la Comunicación, Lima-Perú, 2003, p. 09

La televisión se ha adecuado con mayor facilidad a la función lúdica; es decir, que para la mayor parte del público, la televisión es principalmente un medio de diversión, un modo de entretenimiento.

Se ha propugnado que la función formativa de la televisión se atendería casi únicamente con la difusión de programas culturales, o cuando se utiliza como medio complementario del institucionalizado sistema tradicional de enseñanza, o incluso como posibilidad alternativa de la escuela y de otros centros educativos; una televisión netamente cultural, sería entonces como una escuela paralela, una aula electrónica, naturalmente sin muros.

Sin embargo, el problema surge cuando la utilización deshumanizadora de este medio, orientándose la televisión tal vez hacia la colonización intelectual, la alineación, el aliento al consumismo, la pérdida de la consideración personal de los destinatarios de los programas, la masificación, la manipulación, la perturbación de la salud mental de los niños, etc.

Lo frecuente en los medios de comunicación social es que su razón de ser estriba en satisfacer las necesidades del público, de las grandes empresas, para lo cual buscan mayor audiencia y publicidad, emitiendo de tal modo contenidos televisivos no aptos para menores y en horarios donde estos tienen acceso a dichas programaciones con toda facilidad.

Por otro lado, es menester también señalar las necesidades que cubre la televisión; por lo que surge la siguiente interrogante:

¿Satisface auténticas necesidades, necesidades reales o supuestas necesidades que el mismo medio crea y provoca?

*El hombre —según ponderado Julián Marías— necesita muchas cosas, y en forma distinta necesita a las personas (en última instancia, necesita personalmente todo lo que necesita, aunque lo necesitado no sea personal, porque el es persona, y no es esto solo lo que no tiene, sino, que sigue necesitando lo que tiene, y muy especialmente a las personas). La indigencia humana no cesa nunca su menesterosidad no se extingue con la presencia, el logro, el goce, la posesión, con todas las formas de consecución o realización que pueden imaginarse. En la medida en que las necesidades son auténticamente personales, son inextinguibles, perdurables, están penetradas en curación ilimitada. Que la televisión siga habitualmente los gustos del público, no significa que satisfaga las necesidades más importantes. Para mucha gente, la televisión más que conveniente, parece haberse hecho necesario para satisfacer, sobre todo deseos de evasión y entretenimiento.<sup>21</sup>*

## **11. EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN LA SOCIEDAD**

Victoria Camps, señala que:

*Los medios de comunicación (...) son los espacios donde lo público se hace transparente y donde los ciudadanos aprenden los hechos más elementales de la cultura, incluida la cultura democrática, modos de vivir, de comportarse, de relacionarse entre sí, de divertirse, de consumir.<sup>22</sup>*

De modo que el papel de los medios de comunicación de manera concreta es: **INFORMAR, EDUCAR Y ENTRETENER**; sin embargo en la actualidad, los medios televisivos han dejado de lado estos aspectos; del cual los más

---

<sup>21</sup> IGLESIAS, Francisco, *La Televisión Dominada*, Rialp, Madrid-España, 1998, p. 10.

<sup>22</sup> TORNERO, Juan, *La Recepción Crítica de la Televisión*, Valda, Madrid-España, 1999, p. 15.

perjudicados son los menores, ya que se está perturbando su salud mental, el cual provoca una serie de acontecimientos que se refleja en la violencia y actos muchas veces obscenos y hasta embarazos no deseados por los noviazgos a muy temprana edad, ya que ingresan antes de lo debido a la edad adulta.

Esta aseveración es corroborada a través de una encuesta realizada en la ciudad de La Paz, donde el 42% manifiesta que la televisión ha perdido la esencia de informar, entretener y educar, convirtiéndose meramente en mercantilista con fines únicamente lucrativos; por otro lado el 20% señala que cumple el rol de informar, en tanto que el 18% coincide en señalar que entretiene; el 11% refiere que educa y el 9% expresa que cumple los tres roles.<sup>23</sup>.

De lo precedentemente descrito se deduce que la mayoría de la población encuestada manifiesta que la televisión no cumple con sus roles fundamentales. Al respecto, se hace necesario ver este punto desde dos ángulos:

### **3.1. Desde el punto de vista de la realidad mediática**

Los medios son una de las herramientas de conocimiento de la estructura del mundo que tiene a su disposición el individuo en las sociedades contemporáneas.

**Pero, ¿Qué imagen de la sociedad transmiten?**

Desde luego, nada inocente; es decir, un axioma aceptado en comunicación que **los medios no se limitan a reflejar la realidad, sino que en buena medida contribuyen a crearla.**

De modo tal, que podemos decir que existe una **realidad que efectivamente es verídica y una realidad mediática**, que en apariencia es el reflejo de la especulación de aquella, pero que de hecho toma de ella sólo lo que le interesa, refundiéndolo para ofrecerlo a la audiencia de manera

---

<sup>23</sup> Véase Anexo 3

simplificada y esquemática. Se trata de una realidad distorsionada, por cuanto es fruto de la selección del emisor y obedece a los cánones ideológicos, sociales, económicos, culturales e incluso religiosos de éste; es decir, no refleja la realidad tal cual es; sino, crea una realidad distorsionada para generar mayor audiencia.

### 3.2. Desde el punto de vista de la teoría del cultivo

Quizá el intento más completo de sistematizar el efecto socializador de la televisión, corresponde a la “teoría del cultivo” o “teoría de la cultivación”, desarrollada por el norteamericano George Gerbner —profesor de la Universidad de Pensilvania— el cual atribuye al medio televisivo y sobre todo a los géneros de ficción, un papel fundamental en la construcción de representaciones mentales de la realidad en las sociedades contemporáneas. De modo tal, que **cuantas más horas se sumerge un individuo en el mundo de la televisión, mayor es la coincidencia entre la concepción que éste tiene de su entorno y la representación televisiva del mismo**, por lo que su idea de lo que le rodea no se ajusta a lo que de hecho es.

El modelo de cultivo puede sistematizarse en las siguientes etapas:<sup>24</sup>

- Los espectadores de ficción televisiva observan en pantalla un mundo que difiere por completo de lo real, no sólo en lo que respecta a los acontecimientos reflejados, edulcorados o violentados según los casos, sino también a la representación de los roles sociales —étnicos, sexuales, profesionales, etc—, que resultan altamente estereotipados.
- Los grandes consumidores de televisión, definidos como aquellos que se exponen a sus emisiones durante al menos cuatro horas al día,

---

<sup>24</sup> MARAÑÓN, Montaña Marcelo, *Educación en Medios*, Píncel, La Paz-Bolivia, p. 56.

experimentan un “desplazamiento de realidad”, identificando lo que ven en la pequeña pantalla con lo que les rodea.

- Dichos consumidores absorben las representaciones sociales presentes en el universo de la ficción televisiva de modo masivo, sin discriminar aquellas que son válidas de las que no lo son.
- Gerbner cree, además, que el consumo continuado y excluyente de la televisión, favorece el desarrollo de actitudes violentas y antisociales en el espectador, que puede acabar desarrollando una visión pesimista y paranoica del mundo.

Pero lo fundamental y válido es que: **los medios desempeñan un papel socializador fundamental, ofreciendo una imagen de la realidad que cala en los receptores a largo plazo si su exposición al contenido de los medios es prolongada.** De ahí que su influencia debe ser tutelada, con objeto de orientar la descodificación de los mensajes transmitidos por los medios, para que no se identifiquen de modo automático con nuestro mundo real.

## **12. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CUANTO AL ESPACIO PÚBLICO Y LOS DERECHOS HUMANOS**

En los últimos años, la proliferación de medios de comunicación, —*donde la mayoría es de carácter privado*—, ha permitido que surja una multiplicidad de espacios públicos relativamente abiertos y autónomos. De esta manera, se ha fortalecido la sociedad civil, porque el acceso a información y valores culturales redunda en un fortalecimiento de la capacidad de ejercicio de ciudadanía.

Por lo que, los Derechos Humanos en nuestra Constitución Política del Estado Plurinacional se constituyen en derechos fundamentales los cuales deben ser protegidos por todos los Órganos del Estado y las instituciones ya sean públicas o

privadas; en esa línea, los medios de comunicación, especialmente la televisión al tener roles tan importantes como el informar, entretener y educar no cumplen a cabalidad, puesto que dejan a un lado sus roles y se convierten meramente mercantilistas que tratan de captar la mayor audiencia con el objeto de acaparar la mayor publicidad para acrecentar sus ingresos. Y debido a ello se emiten en horarios de protección al menor contenidos que no difieren para adultos, vulnerando de esta manera derechos fundamentales como el de la educación, salud y otros que van relacionados al desarrollo integral biosicosocial de los niños, niñas y adolescentes.

Así encontramos dos tipos de labor en los medios de comunicación, las cuales muestran distintos enfoques y efectos respecto a la concepción de los Derechos Humanos:

*Por un lado, un uso virtuoso de los medios respecto a la construcción de la ciudadanía y un uso perverso de los medios en aquellas notas que privilegian la crónica roja en el tratamiento de la dignidad humana existen otras modalidades, particularmente en televisión, que muestran un carácter ambivalente respecto al tratamiento explícito o implícito de los derechos de las personas; tal como ocurre con los programas que reproducen el fomento de la “Tribuna Libre del Pueblo” de la red RTP, caracterizado por canalizar demandas personales de migrantes y pobres mediante la difusión pública de quejas y pedidos de ayuda, algunas de las cuales son derivadas a entidades de beneficencia, y ayudas voluntarias o entidades públicas.<sup>25</sup>*

### **13. LA TELEVISIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD**

---

<sup>25</sup> SUBIERA, Claros Juan José, *Tratados sobre Derechos Humanos: Jerarquía Constitucional en Bolivia*, Centro de Publicación UPSA, Santa Cruz de la Sierra-Bolivia, p. 62

La televisión, TV y popularmente tele, es un sistema de comunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia.

*La palabra “televisión” es un híbrido de la voz griega “tele” que significa distancia y la latina “visio” que significa visión. El termino televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV. Este término fue utilizado por primera vez en 1900 por Constantin Perski en el Congreso Internacional de Electricidad de Paris.*<sup>26</sup>

Por otro lado, se debe entender a la televisión (TV) como la transmisión instantánea de imágenes, tales como fotos fijas o en movimiento, por medios electrónicos a través de líneas de transmisión eléctricas o radiación electromagnética (ondas de radio) banda de las ultra elevadas (UHF).

Hoy en día, la televisión ha llegado a convertirse en un sustituto de la participación directa porque permite entretenerse sin salir de la casa y propone a través de ciertas imágenes, en la publicidad principalmente, paquetes de ilusiones, anhelos y ambiciones soñadas y ansiadas por el público.

En tal sentido, a través de la televisión transitan una serie de relaciones de comunicación que no terminan en lo que se exhibe en la pantalla; sino, que se extienden y expresan en múltiples formas de la sociabilidad urbana. En ese contexto, las relaciones familiares o de amistad se ven atravesadas por las referencias a los productos comunicativos, a los artistas, a las canciones, al momento en que se queda la telenovela, por lo que “...estamos en realidad frente a un medio de comunicación con pretensiones definidamente homogeneizantes, pero cuyo consumo es heterogéneo según quienes lo disfrutan, valoran, toman, interpretan o rechazan”<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> IGLESIAS, Francisco, *Op.Cit.*, p. 37.

<sup>27</sup> *Ibidem*, p. 39



La televisión entra en las casas de casi todas las familias y forma parte de las mismas. Y este artefacto tan conocido y vendido es causante de problemas graves que acontecen a la sociedad actual, como ser la violencia, la discriminación, los noviazgos a temprana edad, las relaciones sexuales indiscriminadas, el embarazo no deseado, el aborto y otros. De tal manera, la televisión se ha alterado mucho en los últimos tiempos, puesto que hoy en día la televisión dejó de informar, educar y entretener y simplemente se ha convertido en un vendedor pro excelencia.

La televisión presenta estímulos audiovisuales y se impone sobre los otros medios de comunicación por entrar en el hogar de una manera extremadamente fácil, en la vida diaria y llegar a formar parte de hábitos de cualquier niño.

A través de este proceso el niño adquiere habilidades y formas de comportarse en la sociedad. Es a partir de los 4 a 5 años de edad, que se establecen los hábitos permanentes y las características emocionales, jugando un papel decisivo la imitación y la identificación, hecho que impulsa que ingresen a la edad adulta antes de lo debido.

Entendemos por **identificación** la adopción de pautas de conducta y actitudes de sus padres y otras personas significativas para él: maestros, familiares o bien algún personaje de la televisión; esto ocurre en forma inconsciente. En tanto que la imitación es consciente.

De modo que la televisión es alienante, porque la misma refuerza el carácter del espectador pasivo (menores), de no ser protagonista, predisponiendo al hombre contemporáneo a absorber y ser manipulado a ciertas conductas (influencia de la violencia, discriminación, noviazgo temprano, embarazos no deseados debido a las relaciones sexuales indiscriminadas, abortos, etc. en los menores). Por ello, la televisión no tiende a esencializar la información, sino a fenomenalizarla, dejando a un lado su función principal que es el de informar, educar y entretener.

En ese contexto podemos señalar, que el impacto de la televisión es incuantificable, por los efectos que genera, se constituye en un medio de comunicación masivo, pues ningún otro medio de comunicación inventado por el hombre ha producido tantos cambios, tan profundos y tan rápidos.

*La televisión es un medio de comunicación complejo, pues al emitir información audiovisual de personas, de cosas concretas, de realismo, de signo dinámico no estático, con secuencia temporal, con una gran dosis de persuasión, transmite un gran potencial afectivo, provocando así cambios de actitudes, incluso así en lo político, económico, social, ideológico y cultural, se puede decir que estamos viviendo un proceso de sincretismo comunicacional social; es decir, que hay una ausencia y limitación a percibir signos prescindiendo de las significaciones”.*<sup>28</sup>

Al ser la televisión un medio de comunicación complejo y emitir información audiovisual, son los menores los que en mayor proporción son persuadidos por los contenidos que emiten éstos, dañando en consecuencia la salud mental de los niños y adolescentes e induciéndolos a la violencia y actos obscenos; de modo que este influye muchas veces de forma negativa en el menor; esta aseveración es corroborada a través de la encuesta realizada donde el 75% de los encuestados manifiestan que influye negativamente en la niñez y adolescencia; en tanto el 17% señala que influye de manera positiva y el 8% refiere que no influye ni positiva ni negativamente.<sup>29</sup>

#### **14. LENGUAJE TELEVISIVO**

Una de las razones que explican que la televisión tenga muchedumbre de seguidores, radica en la naturaleza de su propio lenguaje que es el de la “imagen”, además de ser una expresión comunicativa lugar viviente. La imagen es

---

<sup>28</sup> MARAÑÓN, Montaña Marcelo, *Educación en Medios*, Píncel, La Paz-Bolivia, 1997, p. 70.

<sup>29</sup> Véase Anexo 10

elocuente, constituye una forma de auténtico lenguaje humano; y como todo lenguaje verdadero no solo comunica algo ya existente, da cuerpo expresivo a los ámbitos de la vida y realidad que se van instaurando al hilo de la historia.

Pero en televisión la imagen configura un lenguaje peculiar, que contiene fuerte carga emocional como resultado de elementos característicos del proceso de comunicación; donde la combinación de tres componentes que son: 1) la importancia de lo visual, 2) el destacado culto a la personalidad y, 3) la espectacularidad de la información periodística, producen como resultado el que la noticia televisada no esté sujeta a la lógica del lenguaje racional —*la lengua hablada o escrita fundamentalmente*— sino a la lógica de un lenguaje emocional.

Lo que se ve en el televisor, no son evidentemente hechos y cosas tales como son en la realidad. Vemos una reproducción electrónica de imágenes concretas, captadas por las cámaras —*sobre aspectos determinados*— de algo que puede ser real o no.

*...la característica del hecho televisado, es que está separado del contexto y de los antecedentes, que no está situado ni explicado; sino que es con frases necesariamente tan cortas que casi valdría mas abstenerse de ellas. Es la violencia de la imagen y la no importancia del acontecimiento lo que produce la fuerza de la impresión.*<sup>30</sup>

Es evidente a la vez, que en la imagen en movimiento radica efectivamente lo fascinante de la televisión; pero no es eso solo a diferencia de lo que ocurre en el cine; por ejemplo: en televisión la diferencia entre la realidad y ficción resultaba menos perceptible al espectador. Ciertamente no es que este no sepa distinguir lo real de lo que es mera ficción o creación inventada. Lo que ocurre en la práctica es que la ficción se capta, no pocas veces, de manera irreflexiva, como si se tratara de la realidad.

---

<sup>30</sup> QUIROZ, María Teresa, *Los Medios una Escuela Paralela*, Cuaderno Cicosul, Facultad. de Ciencias de la Comunicación, Lima-Perú, 2003, p. 17.

Pero también se puede comprobar que debido a la abundancia de espacios de ficción, los espectadores tienen cierta propensión a tomar como ficción lo que ven en la pantalla chica. Por lo tanto:

*...las imágenes televisuales han llegado a constituir, sobre todo para esas personas (que son ya una gran mayoría en todas partes) una realidad tan real como la misma realidad, la cual podría llegar a configurarse para ellas como un remedio de la imaginaria televisual.<sup>31</sup>*

Otro autor al respecto señala que la televisión es:

*...un medio íntimo de expresión; no de comunicación de ideas. Señala la ruptura entre realidad y ficción y su influencia en la transformación cultural y como fuente de entretenimiento y noticias; borra la distinción entre realidad y ficción, entre los sucesos y el comentario sobre los mismos. Al informar sobre nuestra cultura, la televisión cambia esa cultura, después informa sobre esos cambios y los elaborara de nueva cuenta. A cambio de nuestros oídos y de nuestros ojos, la televisión nos presta su voz y su mirada, para decirnos y enseñarnos lo que de otra manera tal vez no podríamos ver y escuchar; en cierto modo, ya no vemos con nuestros propios ojos, no oímos con nuestros oídos; vemos y escuchamos lo que las cámaras y los micrófonos presencian y oyen por nosotros. Nos han sustituido. Han ocupado nuestro lugar.<sup>32</sup>*

Esta situación se refleja con mayor claridad en los menores, puesto que éstos se dejan influenciar con mayor facilidad con los programas televisivos; ya que:

---

<sup>31</sup> QUIROZ, Maria Teresa, *Op. Cit.*, p. 56

<sup>32</sup> LORA, Gumiel Edgar, *Lenguaje y Comunicación*, La Hoguera, Bolivia, 2002, p. 98.

*...el lenguaje de la imagen es portador de algunos rasgos significativos de la mentalidad moderna, puede ser reflejo de una realidad distorsionada; este medio que puede cambiar los mensajes, de una forma sutil, imperceptible, si a esto unimos las características del lenguaje de imagen de ser dinámico, repetitivo y penetrante, podemos comprender que el televidente no tiene tiempo para reflexionar, como pudiera tenerlo en el lenguaje escrito, por consiguiente la información de la imagen puede contener manipulaciones difíciles de desentrañar y pasar como un lenguaje verdadero".*<sup>33</sup>

## **15. LA AUDIENCIA Y SU INTERACCIÓN CON LA TELEVISIÓN**

*Aunque nuestro cuerpo no se mueva, nuestra mente esta constantemente tratando de conectar lo que vemos, lo que oímos y lo que leemos con todo lo que ya sabemos; nuestras diferencias influyen las distintas interpretaciones que damos a los mensajes mediáticos. Si usted lo piensa, no existen dos personas que vean la misma película u oigan la misma canción; padres e hijos no ven el mismo programa de televisión. Cada miembro de la audiencia aporta a cada uno de los encuentros con los medios, su propio conjunto de experiencias vividas (edad, genero, educación, cultura, etc.) y generan en relación con los contenidos, una interpretación única.*<sup>34</sup>

Esta situación, sin duda alguna es muy evidente, ya que en la cultura de cada persona, se reúnen diferentes factores; sin embargo, mayor es la probabilidad de que los menores copien actos que ven en los programas televisivos y traten de ejecutarlos en la vida cotidiana, sin tomar en cuenta que estos pueden hasta constituirse en delitos.

---

<sup>33</sup> PEREZ, Hansen Raúl, *Comunicación*, La Siembra, Bolivia, 2007, p. 80.

<sup>34</sup> MARAÑÓN, Montañó, Marcelo, *Op. Cit.*, p. 81.

## 16. EFECTOS DE LA TELEVISIÓN EN LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES

Según investigaciones sociológicas la influencia de los medios masivos de comunicación en las personas y las personalidades son:<sup>35</sup>

- **A corto plazo:** Tienen un poder de influencia o persuasión.
- **A largo plazo:** producen efectos cognitivos.

Respecto a este punto, es necesario aclarar que los efecto de la televisión en los menores es a corto plazo puesto que en el momento la televisión influye y persuade sobre su conducta, haciendo que estos traten de imitar ciertos actos que en muchas ocasiones no se adecua a las buenas costumbres. Cuando hablamos de largo plazo, nos referimos que produce efectos cognitivos; es decir, que los menores adoptan ciertas actitudes los cuales se convierten en una forma de vivir, esto debido a las alienaciones, puesto que los medios participan en el proceso de construcción de imágenes de la realidad acarreando efectos acumulativos de significación. Así mismo, la cultura de la imagen afecta a la constitución subjetiva, ya que el niño educado en el video no crece desarrollando sus potencialidades simbólicas, de ser pensante. Esto es así porque:

- El lenguaje hecho de palabras es el instrumento del pensar, comunicar y conocer.
- La traducción de algunos conceptos a imágenes es insuficiente.
- La cultura audiovisual invierte la evolución de lo sensible a lo inteligible, promoviendo reduccionismos que dificultan la comprensión de abstracciones y de conceptos, va atrofiando la capacidad de la abstracción.

---

<sup>35</sup> Ibidem, p. 85.

# **CAPÍTULO II**

# **CAPÍTULO II**

## **ASPECTOS JURÍDICOS SOCIALES RESPECTO A LA NECESIDAD DE REGLAMENTAR LOS CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN**

### **1. SALUD MENTAL**

La salud mental y los problemas mentales, al igual que la salud y la enfermedad están determinados por muchos factores que interactúan en forma social, psicológica y biológica. En ese contexto, la salud mental puede verse afectada por diversos factores, siendo uno de ellos los contenidos que se emiten por televisión, los cuales tienen una mayor incidencia en la niñez y adolescencia por su nivel de educación.

### **2. LA TELEVISIÓN BOLIVIANA EN LA ACTUALIDAD**

#### **2.1. Canales que se emiten**

Los actuales canales de televisión más importantes que se emiten a nivel nacional en Bolivia son: El sistema televisivo universitario (Canal 13), Unitel (Canal 2), Bolivisión (Canal 5), Televisión Nacional de Bolivia (Canal 7), ATB (Canal 9), Red UNO de Bolivia (Canal 11) y Red P.A.T (Canal 39).



## **2.2. Programación a nivel nacional**

Al principio, la televisión boliviana en cuanto a su programación era más de entretenimiento ya que la censura y el control informativo no daban paso a más. También había programas en los que había influencia política.

La televisión en nuestra sociedad, es un medio de comunicación social muy aceptado, por no decir que es la principal, de modo que en la ciudad de La Paz, contamos con la emisión de los canales (2, 4, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 18, 21, 24, 27, 30, 33, 36, 39, 42, 45, 48, y 57), independientemente del servicio por cable. Estos canales se dedican exclusivamente a emitir informaciones de carácter local y nacional y a la vez emiten programas no aptos para menores en donde la mayoría de los menores acceden sin la vigilancia de sus padres.

Es importante también señalar que nuestros canales de televisión son de tres características: a) estatales, b) privados y c) institucionales.

Sin embargo, es preciso señalar que los canales de televisión que tienen mayor cobertura y aceptación, sin referirnos a la televisión por cable que por cierto también debería tener un mayor control, aunque no tenga cabida en gran parte de los hogares, son los canales: UNITEL (2), RTP (4), BOLIVISION (5), ATB (9), RED UNO (11) y PAT (39).

Sin embargo, la problemática radica que muchos canales televisivos emiten programas sin respetar el horario de protección al menor, vulnerando de esta manera normas jurídicas.

En una encuesta realizada, sobre los programas televisivos a los que acceden con mayor frecuencia los niños son: en un 21% las películas o enlatados donde se encuentra un sin fin de violencia, discriminación, sexo, y otros; en tanto que el 18% accede a las novelas que tienen casi los mismos matices que las películas; el 17% de los encuestados manifiestas que acceden con mayor

frecuencia a los dibujos animados que por cierto en el humos que les caracteriza están llenos de violencia y el 14% a los noticieros o informativos con el afán de enterarse del acontecer nacional e internacional; por otro lado el 11% refiere a los deportivos; el 10% a las series televisivas; el 5% a los programas de entretenimiento y cocina; el 3% a programas netamente científico culturales y el 1% a otro tipo de programas.<sup>36</sup>

Por lo que por razones de sistematización, se agrupo la programación que se emite por estos canales de lunes a domingo, de manera que se nos permita analizar los contenidos que se emiten en los canales de televisión de UNITEL (2), BOLIVISION (5), ATB (9), RED UNO (11), PAT (39) de la siguiente forma:

### 2.2.1. Novelas

En los cinco medios audiovisuales precedentemente descritas, se exhiben un total de 30 novelas diariamente, abundando en este género los siguientes contravalores: **deseos de venganza, infidelidad conyugal, violencia física, psicológica, odio, agresividad, racismo, lucha de clases, frivolidad, superficialidad, pasión, deseo y donde la mujer es tratada como objeto de placer, etc.**, tomando en cuenta el horario de protección al menor de 6:00 a 21:00. Respecto a las novelas podemos señalar a algunas: “Bellas calamidades”, “La vida es una canción”, “Donde esta Elisa”, “Infieles Anónimos”, “Soy tu dueña”, “Amores e intrigas”, “Corazón Salvaje”, “Al fondo al sitio”, etc.

### 2.2.2. Producción nacional

La producción nacional, hoy en día quedo relegada a comparación de toda la programación de enlatados que importamos, especialmente de novelas que es la más grande cantidad de programas que se emiten.

---

<sup>36</sup> Véase Anexo 4

Algunas reglamentaciones internacionales sobre la utilización de la televisión; por ejemplo la de Perú, incita, prioriza, valora su producción nacional, incluso la participación de actores peruanos en su programación, indicando que la televisión debe ser la ventana del país al mundo, donde los telespectadores puedan conocer su realidad y cultura. Situación que no sucede en nuestro país; más al contrario, solo se emite producción extranjera; talvés porque resulta más económico, para los empresarios.

Lamentablemente en nuestra realidad, ni el Estado, ni los empresarios de los canales de televisión, ni los comunicadores sociales, encaran con seriedad la producción de programas televisivos. Por lo que:

*...la producción nacional no contribuye la difusión de nuestra historia, al rescate y enriquecimiento de nuestros valores culturales, la defensa de nuestra identidad y al análisis y comprensión de nuestra realidad”<sup>37</sup>*

Del análisis de los programas televisivos de nuestro país, se deduce que la producción nacional de entretenimiento de las mañanas, consiste en revistas mañaneras, donde se habla de chismes de farándula, de cocina, de moda, también están los de espectáculos musicales, los de análisis de la problemática actual; existiendo muy pocos programas novedosos que vayan destinados con exclusividad a los niñ@s y adolescentes para forjar su educación, y no simplemente inducirles a la alineación y modismo.

### **2.2.3. Películas y enlatados**

---

<sup>37</sup> GUMIEL, Lora Edgar, *Lenguaje y Comunicación*, La Hoguera, Bolivia, p. 112

*Se conoce con el nombre de enlatados, a todos los programas que se producen y se realizan en otros países. Obviamente estos programas nos traen modas, costumbres, ideas problemas de realidades ajenas a nuestro contexto. (...) La mayoría de enlatados son series, películas y telenovelas con mensajes, temas, personajes argumentos, ambientes que no corresponden a los valores universales del amor, trabajo, responsabilidad, solidaridad, fidelidad, verdad, justicia, derechos, servicio, comprensión, tolerancia, disciplina, etc., a los que el ser humano debe aspirar para perfeccionarse. Al contrario muchos enlatados hacen ostentación y gala de antivalores como la violencia, el crimen, el sexo fácil y la pornografía, el consumismo, la irresponsabilidad, la violación de las normas civiles y de las leyes establecidas para la convivencia humana.<sup>38</sup>*

Algunas de las películas y series que emiten los canales televisión en horarios de protección al menor, de igual manera dañan la salud mental de los menores induciéndolos a realizar actos contrarios al decoro. En estos sectores se presentaron por ejemplo los enlatados más conocidos y aceptados como “Los Simpson”, “Dos hombres y medio” y otros que nuestro medio conoce.

Estos enlatados que se importan, resultan completamente dañinos para nuestra sociedad, aun más para los niñ@s y adolescentes, porque muestran realidades completamente evolucionadas, ajenas, desarrolladas, donde el crimen, corrupción, drogadicción, violencia, agresión tiene índices sumamente altos.

---

<sup>38</sup>GUMIEL, Lora Edgar, *Op.Cit.*, p. 115

#### **2.2.4. Informativos**

Si bien los informativos reflejan el acontecer diario en hechos noticiosos, no se limitan en la exhibición de imágenes grotescas, desgarradoras de algunos hechos noticiosos, que si bien suceden en la realidad deben exhibirse en horarios apropiados, porque crean en los niños el miedo, desconfianza, inseguridad.

Además en muchos casos, se hace uso del “**sensacionalismo noticioso**”, para impresionar a la audiencia recurriendo incluso a la manipulación de la noticia. Si bien es cierto, que uno de los roles de la televisión es el de informar, pues este aspecto muchas veces no se cumple a cabalidad, puesto que los informativos hoy en día están siendo manipulados tanto por el oficialismo, como por la oposición con poder económico, del cual resulta que los informativos en vez de informar, desinforman.

#### **2.2.5. Infantiles**

Los programas dirigidos especialmente a niños son pocos, sin tomar en cuenta que estos son los espectadores más asiduos al medio, ya que tienen mayor tiempo libre fuera de su actividad escolar; por lo que la programación infantil debería estar dirigida a ellos, pero en nuestra realidad no sucede; más al contrario, inducen también a la alineación olvidándose de nuestra cultura e historia.

Generalmente, estos programas consisten en la emisión de una serie de concursos que impulsan bailes extranjeros, publicitar productos, fomentar el consumismo, etc.

Los programas infantiles en Bolivia, resultan ser los más limitados y lo paradójico es que precisamente los niños son los que mayor acceso tienen a los programas televisivos; además a ello se suma que en un solo

programa se ofertan más de 15 productos, esto nos indica que no existe programa, solo se exhibe publicidad convirtiéndose únicamente en mercantilistas los medios televisivos y otros; ejemplo: **Chicostación** se ofertan: Chupetes, dentífricos, chocolates, juguetes, refrescos, muebles, servicios de peluquería, ropa, golosinas, shampoo, etc.

### **3. TIPOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS Y HORARIOS DE EMISIÓN DE LUNES A DOMINGO**

Si bien existe una franja infantil destinado a los menores de edad, hoy en día la programación televisiva de los diferentes canales incorporar contenidos que van vinculados especialmente a la violencia, discriminación, noviazgos a temprana edad, relaciones sexuales indiscriminadas que llevan a embarazos no deseados consiguientemente al aborto y otros que afectan la salud mental de los niñ@s y adolescentes, puesto que en muchas ocasiones imitan ciertos actos que muchas veces se configuran en delincuencia, obscenidades, alienaciones, etc., por lo que es necesario reglamentar dichos programas en procura de precautelar la salud de éstos. Al respecto tenemos los siguientes:

**CANAL 2 “UNITEL”**

FUENTE: EXTRACTO DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN LA PAZ DEL CANAL UNITEL (gestión 2009-2010).

### CANAL 5 "BOLIVISIÓN"

HORA	LUNES A VIERNES	HORA	SABADO	DOMINGO
06:00	Lo que callamos las mujeres	06:00	Bucky de increíble kid	Bucky de increíble kid
06.30	Noticias 1ra. Edición	6:25	Buggs bunny	Buggs bunny
		07:00	Class of the titans correccaminos	Class of the titans correccaminos
		07:30	Mega man	Pinky dinky doo
08:00	Hola TV.	08:55	bukugam	bukugam
09:00	Show chespirito	09:20	El chavo	El chavo
09:50	Lo que callamos las mujeres	09:40	Los padrinos magicos	Los padrinos magicos
10:40	La vida es una canción	10:05	chespirito	chespirito
		10:35	El chapulin colorado	El chapulin colorado

HORA	LUNES A VIERNES	HORA	SABADO	DOMINGO
6:10	La revista	07:00	Cine cantinflas	superanimados
9:00	Escalera al cielo	09:00	El Zorro	Dr. house
		09:30	Buggs bunny	
10:00	La batidora	10:00	El pájaro loco	Huesos
		10:30	Tom y Jerry	
11:00	Decisiones	11:00	Star wars guerra de los clones	Prisión break
11:45	Los Simpsons	11:30	Los Simpsons	
12:15	A todo deporte	12:00	Familia gay	Mi nombre es Earl
12:50	Tele país edición meridiana	12:30	American Dad	The amazing race
		12: 54	Telepais adición meridiana	
14:00	Al fondo hay sitio	13:30	Cine aventura	Cine aventura
15:00	Mas sabe el diablo	15:30 a 17:00	Cine aventura	Cine aventura
16:00	Chico station			Sobrenatural sc
17:45	Los Simpsons			Heroes sc y cb
18:45	Niños ricos pobres padres	18:00		
		19:00	Señor cine	Los Simpsons
20:00	Telepaís edicion central	20:00		Señor cine
21:00	La favorita	21:00	Greys anatomy	
11:30	Caso cerrado	11:25	La septima puerta	La septima puerta

12:00	Zona deportiva	12:15	Novela vivan los niños	Novela vivan los niños
<b>HORA</b>	<b>LUNES A VIERNES</b>	<b>HORA</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>

13:00	Noticias 2da. Edición	13:30	Vecinos	Vecinos
14:00	Novela (amor comprado)	14:00	Juntos pero no revueltos	Juntos pero no revueltos
		14:30	Que nos pasa	Que nos pasa
15:00	Novela (la dueña)	15:15	hechiceras	hechiceras
15.45	Mujer casos de la vida real			
16:30	Lo que callamos las mujeres	16:00	Resumen latinan american idol	Zona muerta
17:20	La rosa de Guadalupe	17:00	Americans next tops model	Americans next tops model
18:10	El Chavo del 8	18:00	Walter texas ranger	Walter texas ranger
19:00	Novela (Camaleones)	18:00	Los videos mas asombrosos	Fear factor
20:00	El rostro de analia	20:00	Cine premium	Series de oro
21:00	Noticias edición central			

FUENTE: EXTRACTO DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN LA PAZ DE LOS CANAL BOLIVISIÓN, (gestión 2009-2010).

**CANAL 9 “A T B”**



06:45	ATB Noticias 1º Edicion	06:30	Mi bella genio	
		07:00	La hora divertida Dino Rey	La hora divertida Dino Rey
		08:00	Bob Esponja	Bob Esponja
		08:30	Power Rangers	Power Rangers
09:00	Dos Hombres y Medio			
09:30	Día y Día con Sandra	09:30	Versus	Versus
		10:30	Rockanrollers	Rockanrollers
11:00	Todovien	11:00	I Carli	I Carli
		11:30	Drake y Josh	Drake y Josh
		12:00	Contame	Show Match
12:30	ATB Noticias deportivo	12:30	American Dad	The amazing race
12:50	ATB Noticias 2º Edicion			
14:00	Los Profesionales (Novela)	14:00	ATB de película familiar	ATB de película familiar
15:00	La hora divertida (Dino Rey)			
15:30	Bob Esponja			
16:00	Power Rangers			
16:30	Mi arbol de naranja lima			
18:00	Drake y Josh	18:00	Lo mejor de los premios Billboard	ATB de película
19:00	Las detectives y el Víctor	20:00		Señor cine
20:00	ATB Noticias 3º Edicion	20:00	The Solteron	ATB de película
		20:30	ATB de pelicula	
21:00	Infieles Anónimos	21:40		Reporte ATB Noticias

FUENTE: EXTRACTO DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN LA PAZ DE LOS CANAL ATB, (gestión 2009-2010).

### CANAL 11 “RED UNO”

HORA	LUNES A VIERNES	HORA	SABADO	DOMINGO
06:30	El mañanero	06:30	Cuentos infantiles	Cuentos infantiles
		07:00	Jakers	La santa misa
		07:30	Back yardigans II	
		08:00	H1-5	H1-5
		08:30	furcio	furcio
09:00	Pura vida	09:00	Como se filmo	Como se filmo
		09:30	serie	serie
10:45	Maria de los ángeles	10:30	conexión	conexión
11:15	Hasta que el dinero nos separe	11:00		Cine mundo
12:10	Súper deportivo	12:00	Primer impacto	Conexión
12:45	Notivision			

14:00	No somos ángeles	14:00	Cristina	Serie
		14:30		Serie
		15:00	Dr. WHO	
		15:30		
16:00	TEENS	16:00	serie	Cine
16:55	Atrévete a soñar			
17:48	Mi pecado	17:00	Top uno	Cine
18:50	12 corazones			
19:45	Notivision	19:00	Sábado gigante	NSA
21:06	Corazón salvaje	21:00		CS1 Miami

FUENTE: EXTRACTO DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN LA PAZ DE LOS CANALES RED UNO (gestión 2009-2010).

### CANAL 39 “P A T”

HORA	LUNES A VIERNES	HORA	SABADO	DOMINGO
		06:30	Reporte especial	Samurai X
		07:00	Samurai X	Misa
		07:30	Monkey typhoon	
		08:00	Dr. Miniatura	Dr. Miniatura
		08:30	Amor e intrigas	Monkey typhoon
09:00	En hora buena	09:00		Salvaje repris
		09:30		
		09:45		
		10:00		
		11:00		
		11:30		PAT cine infantil
12:00	Gol	12:00	Lea Tv.	
12:30	PAT Noticias	12:30		
		13:00	PAT Noticias	
		13:30		Til Death 2da. T.
14:00	Los Plateados	14:00	WWE: Raw lucha libre	WWE: Raw lucha libre

15:00	El Circo de Narices	15:00	WWE: Snack Dawn lucha libre	WWE: Snack Dawn lucha libre
16:00	Casi Angeles	16:00	PAT Cine	PAT Cine Familia II
17:00	La noticia a la hora			
17:03	Reel			
18:00	La noticia a la hora	18:00	Me lo llevo	Me lo llevo
18:03	Reel			
18:30	Reality Canta para ser una Estrella 3			
19:00	La Noticia a la Hora	19:00	5 Cinco	5 Cinco
19:03	Reality Canta para se una Estrella 3			
19:45	PAT Noticias Noche			
20:00		20:00	Los mismos	Gala de Canta para ser una Estrella 3
21:00	Justo a Tiempo	21:00	Lo mejor de justo a tiempo	

FUENTE: EXTRACTO DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN LA PAZ DE LOS CANAL PAT, (gestión 2009-2010).

- **ROJO** : NOVELAS , SERIES Y PELÍCULAS CON CONTENIDO SEXUAL, ÍNDICE DE VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN.
- **AZUL**: PROGRAMAS DESTINADOS AL PÚBLICO INFANTIL.
- **NEGRO**: DESTINADO AL PÚBLICO EN GENERAL.

En éste extracto de programa televisivo, se puede evidenciar un abandono creciente de la audiencia infantil, donde una programación para los más pequeños es casi inexistente; y al contrario, se identifican cortes abusivos en los programas y contenidos que abundan en contravalores como la competitividad, la violencia, la venganza, el sexismo la ridiculización de la cultura, contenidos que incitan al consumismo irracional, que llegan a asociar la adquisición de un bien a la superación de problemas; hechos que sin duda alguna, afecta la salud mental de los menores, por lo que se hace imprescindible reglamentar estos contenidos e incluso a partir de la Carta Orgánica Municipal que debe ser realizada por los municipios. Otro aspecto a considerar es que:

*“...está demostrado que el contenido de los mensajes de televisión, sobre todo en el mundo occidental y más aún en los países subdesarrollados, es de baja calidad artística, con altos contenidos*

*de violencia, agresión y exaltación de valores que no están de acuerdo con los intereses de nuestra sociedad. La exaltación del individualismo, el énfasis por el dinero y los bienes económicos, etc.*

*La televisión ayuda a la formación de imágenes estereotipadas con respecto a profesionales, grupos étnicos, religiosos o políticos. Sin ir más lejos, con la excusa de representar la realidad, se reproducen estereotipos en algunos casos sangrantes, como es el grave perjuicio que se infiere a la imagen de la mujer.<sup>39</sup>*

#### **4. PROMEDIO DE HORAS QUE SE VE TELEVISIÓN Y SU INCIDENCIA**

La población boliviana ha adquirido el hábito de ver televisión, un 98% de la población lo hace a diario y el número de horas que le dedica es un promedio de cuatro horas diarias.

De manera continua son los niños y jóvenes los que miran televisión incrementándose este grupo con los ancianos y amas de casa; sin embargo, se incluyen los hombres profesionales o trabajadores los cuales solo ven la televisión durante horas nocturnas con el propósito de informarse.

De la encuesta realizada, se deduce que el 20% de los televidentes miran entre 2 a 3 horas diarias; en tanto que el 19% miran entre 1 a 2 horas y 3 a 4 horas respectivamente; por otro lado el 17% señala que ve durante 30 minutos a 1 hora; el 15% de 4 a 5 horas y el 10% indica que ve la televisión por más de 6 horas.<sup>40</sup>

De lo precedentemente descrito, se evidencia que gran parte de la población está frente al televisor, hecho que los hace más vulnerables a la violencia, discriminación, noviazgos a temprana edad, relaciones sexuales indiscriminadas

---

<sup>39</sup> ZUNA, Calvo Erica, *Defensa del Consumidor en la Publicidad y la Información en la TV*, Ericka Zuna, La Paz – Bolivia, 2004, p. 96.

<sup>40</sup> Véase Anexo 5

que se repercuten en embarazos no deseados y consecuentemente en abortos y otras actitudes que afecta a la familia y a la sociedad.

Desde otro punto de vista, se observa que el grupo que ve más televisión, son los niños y adolescentes, siendo estos más vulnerables, por lo que sin un control paterno en casa deciden cuando y hasta que mirar en televisión; y al no existir mucha oferta en la pantalla, se conforman con lo que se exhibe a través de la pantalla: novelas, musicales, concursos, etc., llenos de violencia induciendo a la alineación. A ello se suma que un gran porcentaje de los padres no se encuentran en casa por diversos factores, para controlar el tipo de programas al que tiene acceso el menor.

Esta aseveración es corroborada a través de una encuesta del cual el 39% señala que deja a los hijos menores con nadie, de modo que nadie controla al menor sobre qué tipos de programas accede; en tanto el 25% dejan al cuidado de los hermanos mayores que no cuidan como lo haría el verdadero padre, más al contrario por su calidad de hermano llega a existir peleas; por otro lado el 16% se encuentra al cuidado y bajo la vigilancia de la madre; el 9% de los abuelos, el 7% del padre y el 4% de los tíos.<sup>41</sup>

Es menester también señalar, que el tiempo que los niños miran televisión es de cuatro horas diarias, de seis e incluso de ocho, existiendo domicilios donde el televisor no se apaga durante todo el día; hecho que los hace más vulnerables a la violencia.

A este aspecto, se suma a que los padres no conocen en su mayoría el tipo de programa que accede con frecuencia su hijo, puesto que el 72% de los padres ignoran este aspecto, en tanto el 28% conoce los programas televisivos a los cuales su hijo accede.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Véase Anexo 6

<sup>42</sup> Véase Anexo 7

## **5. TIPOS DE PROGRAMAS QUE VEN LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES**

En un estudio realizado el 2003 por el Viceministerio de la Niñez, Adolescencia y Tercera Edad, se evidencia que:<sup>43</sup>

El 92.3% de los niños y adolescentes cuentan en su casa con un equipo de televisión, las películas y novelas son los programas que ven más de la mitad de los adolescentes, 55.8% las películas y 53.7% las novelas, le siguen los dibujos animados que gusta al 48.1% de la población de niños y adolescentes, programas deportivos en un 46.7%, noticiosos en un 38.5%, programas de entretenimiento y femeninos en un 35.7%, científicos y culturales en un 22.3% y musicales en un 0.4%.<sup>44</sup>

## **6. ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN BOLIVIANA**

### **6.1. Violencia y agresividad**

La violencia está definida como algo que se hace o sucede con brusquedad. En muchos casos la violencia es de tipo doméstica; es decir, de un padre a un hijo, entre hermanos, de una madre a un hijo, o entre la mujer y el hombre. Esto está mayormente relacionado con el tema de la educación. Depende de la educación de una persona, lo que ella resulte en el futuro o lo que pueda transmitirle a quienes la rodean.

A pesar de que la televisión es en parte, culpable de la violencia que muchas veces nace entre los adolescentes, hay que marcar a un personaje muy importante que es más importante que la TV y que provoca mucha más violencia que la misma, la discriminación.

---

<sup>43</sup> VICEMINISTERIO DE LA JUVENTUD, NIÑEZ, Y TERCERA EDAD, Cifras de las nuevas Generaciones para el nuevo siglo, Bolivia, Encuesta de Juventudes en Bolivia, 2003.

<sup>44</sup> Véase Anexo 1

La televisión muestra películas violentas, noticieros, dibujos animados, etc. Pero en todos estos géneros, nos muestran violencia y además de ella, nos enseñan a marcar diferencias con otras personas del mundo que son tan reales como nosotros.

La televisión nos muestra continuamente películas en las que los negros son feamente diferenciados de la población blanca; los dibujitos nos muestran como los negros no deberían formar parte de la sociedad; también nos muestran como las diferentes razas y religiones son humilladas sin justificación; etc., causando una fuente de donde brota de violencia.

Toda la programación que se emite por los canales bolivianos, a los que la población tiene más acceso, no está destinada a niños ni a adolescentes; una muestra de ello, es la emisión de películas que se exhiben donde se muestra mucha violencia y un sin fin de actitudes que van en contra del decoro y la moral como; por ejemplo “Los Simpson”.

*En América Latina, los datos registrados son preocupantes, los niños en edad escolar contemplan cada semana a través de sus receptores más de 600 homicidios, 850 peleas, 420 tiroteos y 60 episodios de robo, tortura y secuestro, la estadística no tiende más que a crecer.<sup>45</sup>*

*La violencia: la mitad de los protagonistas se ven implicados en episodios de violencia y el 10% en muertes. Más del 90% de los programas infantiles incluye violencia. Los representantes de la ley y el orden son un 20% en la televisión, mientras que en el mundo real es un 1%, y aparecen en los programas de mayor audiencia. El ejercicio de la violencia no es indiscriminado, y*

---

<sup>45</sup> GOMEZ, Calderón Bernardo, *Disfunciones de la socialización a través de los Medios de Comunicación*, 1º Revista Electrónica en América latina Especializada en Telecomunicación, en [www.razón\\_y\\_palabra.org.mx](http://www.razón_y_palabra.org.mx), en enero de 2010.

*tanto los agresores como las víctimas responden a un estereotipo. Los grupos sobre los que se cierne la violencia son las mujeres, los extranjeros y personas de razas diferentes a la blanca y las personas de clase alta o baja, en los extremos de la escala social. Todo esto constituye un subsistema de valores de la televisión, es una forma implícita de propaganda que nos influye sin que nos demos cuenta.*<sup>46</sup>

Lo cierto es que los niños y adolescentes pasan entre 2 a 4 horas diarias frente al televisor, un consumo que se ha vuelto indiscriminado. Cada vez más, ese horario invade las franjas que los canales dedican a la programación de adultos. Lejos de demonizar uno de los iconos del siglo XX, la televisión es un arma de doble filo.

*Las corrientes pedagógicas actuales coinciden en afirmar que un consumo responsable de la televisión favorece el desarrollo personal de los niños, los psiquiatras aseguran que si se suprimieran las escenas de violencia en televisión, habría un cincuenta por ciento menos de delitos.*<sup>47</sup>

Por lo tanto, la violencia se manifiesta con mayor fuerza en la función socializadora de la comunicación de masas, y donde más manifiestos pueden resultar sus efectos distorsionadores, es en la infancia. Los niños tienen un contacto muy limitado con su entorno y como apunta García Galera: los medios en especial, la televisión desempeñan tres funciones básicas en relación con la socialización infantil:

- i. Presentan conductas que pueden imitarse.

---

<sup>46</sup> RRPP NET. PORTAL DE RELACIONES PÚBLICAS, *Efectos de la Televisión en la Sociedad*, Desarrollado por V.M. Comunicaciones, 2 de febrero de 2010.

<sup>47</sup> QUIROZ, María Teresa, *Los Medios una Escuela Paralela*, Cuaderno Cicosul, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lima Perú, 2003, p. 45.



- ii. Proporcionan imágenes capaces de desencadenar determinadas acciones.
- iii. Permiten a los individuos familiarizarse con los valores de la sociedad de ocio y consumo.

LA TRASCENDENCIA DE ESTE HECHO RADICA EN QUE EL DISCURSO MEDIÁTICO NO SÓLO NO SE AJUSTA A LA REALIDAD, LO QUE PUEDE CONSIDERARSE UNA DISFUNCIÓN MENOR, SINO QUE DIFUNDE CONTENIDOS PERNICIOSOS DESDE EL PUNTO DE VISTA FORMATIVO, MATERIALES QUE PUEDEN DEFORMAR LA PERCEPCIÓN QUE DE LA SOCIEDAD TIENE EL INDIVIDUO Y AFECTAR NEGATIVAMENTE A SU CONDUCTA

De mismo modo, la UNESCO, en un informe dirigido por el ya citado George Gerbner titulado Violencia y terror en los medios, apuntaba en 1988 que:

*...la exposición constante a las historias y escenas de violencia y terror, pueden movilizar tendencias agresivas, desensibilizar y aislar otras, intimidar a muchos y disparar acciones violentas en algunos, y (...) hay una relación entre la violencia reportada por o desplegada en los medios y la violencia individual o de grupo, que es una realidad en las sociedades de nuestros días. Según otros autores, el efecto más directo que tendrían los contenidos agresivos difundidos a través de los medios sería el de insensibilizar a la audiencia ante situaciones de violencia real, volviéndola apática y permisiva frente a sus manifestaciones.*<sup>48</sup>

## **6.2. La imagen de la mujer en la televisión nacional como sinónimo de discriminación**

---

<sup>48</sup> MARAÑÓN, Montaña Marcelo, *Educación en Medios*, Píncel, La Paz-Bolivia, 2006, p. 85.

La discriminación es una situación en la que una persona o grupo es tratada de forma desfavorable a causa de prejuicios, generalmente por pertenecer a una categoría social distinta.

La televisión nos muestra todo el tiempo a personas “lindas”, “flacas”, etc. Con esto no se quiere decir nada, pero pareciera que nuestra sociedad está compuesta por ellas y nada más que por ellas.

¿Por qué no colocan a una persona de sexo femenino, obesa y de piel oscura a conducir un noticiero?

La mayor parte de los canales nos muestran constantemente figuras, modelos o “estereotipos” con los cuales una persona, normalmente, se siente identificada, porque son estos modelos, los que las personas usan como “la imagen propia deseada”.

Por otro lado, la escuela nos sirve como un ejemplo claro de discriminación. Tanto en la primaria, como en la secundaria, se arman subdivisiones en los cursos, estas divisiones son las que siguen las siguientes consignas:

- Status social.
- Marcas de ropa que el individuo utiliza.
- Color de piel.
- Religión.
- Disponibilidad económica.
- Facilidad para el estudio.

Y muchos otros factores que influyen tanto como estos.

Nuestra sociedad machista por excelencia, asigna valores de agresividad, competitividad, independencia y auto confianza a la población masculina, en cambio a la femenina, se le asigna el rol de candidez, pulcritud y obediencia;

por lo tanto, la imagen de la mujer boliviana esta moldeada como ama de casa y sobretodo como objeto de placer sexual.

De esta manera se insulta a toda mujer, poniendo su dignidad por los suelos, no reconociendo que la mujer actualmente es trabajadora de tiempo completo, ya sea como ama de casa o con un empleo profesional.

El propósito no es entrar a examinar cuales son los factores que desequilibran al hombre, lo traumatizan, desubican, los desinhiben y los impulsan al morbo, a la locura, al delito, pero particularmente se considera que los programas de contenido sexual, específicamente las novelas que son los programas que imperan en nuestra programación, (*donde se observan imágenes del cuerpo desnudo o semidesnudo de la mujer, relaciones sexuales, caricias, infidelidades, impulsan pensamientos morbosos y sucios en los telespectadores*), y que incitan en los niños y adolescentes la curiosidad por el coito sexual, a ver la sexualidad sin compromiso y responsabilidad, donde la cantidad de horrendos crímenes sexuales, violaciones, etc., se cometen muchas veces impulsados por la erotización que se realiza a través de los programas de televisión.

La Constitución Política del Estado Plurinacional al respecto en su artículo 14, párrafos I y II, manifiesta la igualdad de condiciones donde la dignidad y la libertad de la persona son inviolables, siendo deber primordial del Estado respetarlas y protegerlas.

Sin embargo, esta norma no se llega a cumplir en nuestro medio ya que la mujer no está en igualdad de condiciones en ningún campo y el Estado no logra que se respete la dignidad de la mujer en la emisión de novelas, películas, publicidad, etc.

Por lo que es evidente, que con estos programas de televisión, se atenta directamente a la salud mental y moral de la infancia, pues los niños se forman una idea morbosa y maliciosa del sexo.

La televisión boliviana presenta muchos estereotipos de la pantalla, por ejemplo: aparecen más hombres y estos son más agresivos, activos, constructivos y serviciales. Sus actividades les aportan recompensas tangibles. Pero las mujeres tienden a ser diferentes, pasivas e ignoradas, y son castigadas si se vuelven muy activas. En los últimos años se está cambiando la imagen en la televisión, las mujeres pueden trabajar fuera de la casa y los hombres pueden estar a cargo de los niños, pero todavía hay muchos estereotipos de género. A pesar de los cambios en gran parte de la televisión, "...se sigue retratando un mundo en el que se valora ser hombre, blanco y joven, y se denigra el ser el ser mujer, viejo, de piel oscura o extranjero."<sup>49</sup>

*La mujer es considerada símbolo sexual, la industria publicitaria mantiene el papel habitual femenino, desfigurando así, su verdadera condición cuando la reduce mostrando su cuerpo segmentado en piernas, busto, caderas, boca y enfatizando solo su condición de objeto sexual, privándola de inteligencia y dignidad y asociándola con la venta de productos.<sup>50</sup>*

La naturaleza de los estereotipos presentes en los medios de comunicación es muy amplia. Los más abundantes son los de tipo sexual, que ofrecen una imagen esquemática del hombre y de la mujer, con matices que para aquél son en su mayoría positivos, y para ésta, principalmente negativos. El rol de ama

---

<sup>49</sup> IGLESIAS, Francisco, *La televisión Dominada*, Rialp, Madrid-España, 1998, p. 87

<sup>50</sup> ZUNA, Calvo Erica, *Defensa del Consumidor en la Publicidad y la información en la TV*, Ericka Zuna, La Paz – Bolivia, 2004, p.65.

de casa, en inferioridad de condiciones con respecto al marido, continúa siendo mayoritario en la televisión y en la publicidad.

Un tercio de los hombres ha estado casado o va a hacerlo, mientras que dos tercios de las mujeres está casada, a punto de hacerlo o involucrada en algún tipo de relación sentimental.

Las ocupaciones normales de la mujer son: enfermera, secretaria, presentadora, criada o modelo, lo que confirma su carácter secundario de actividad en la sociedad. La personalidad que se le atribuye a la mujer es ser atractiva, sociable, tierna y pasiva, mientras que el hombre está relacionado con el poder, el talento, la racionalidad, y la estabilidad. Sin ir más lejos, con la excusa de representar la realidad, se reproducen estereotipos en algunos casos sangrantes, como es el grave perjuicio que se infiere a la imagen de la mujer.

Y dado el carácter visual del medio, parece que es la belleza física el único criterio aplicable a la hora de representar mujeres válidas, relegando la valía personal a un plano secundario por no decir irrelevante.

### **6.3. Imágenes sexuales**

Estos aspectos, relacionados a la sexualidad, despiertan un interés temprano de los niños a las relaciones de pareja, los inducen a noviazgos tempranos, imitar modas, formas de hablar, de comportarse, de vestirse, de considerar las relaciones sexuales como hechos pasajeros y sin trascendencia, observándose el sexo explícito e implícitamente, caricias, besos, etc., induciéndolos a una prematura pubertad, como en las novelas y en películas, en la programación diaria a horas apropiadas para menores donde se exhibe tales actos.

Esta exhibición que se emite por la televisión donde están llenas de escenas sexuales al que tienen acceso los menores influyen en gran manera en éstos,

puesto que despierta el interés por los noviazgos a temprana edad del cual se producen relaciones sexuales sin protección ni planificación y consecuentemente resultan embarazos no deseados que muchas veces lleva a cometerse hechos ilícitos como el aborto donde la vida de las menores corre riesgo, ya que por la falta del aspecto económico recurren a lugares clandestinos.

Este aspecto, no es ajeno a nuestra realidad, puesto que en Bolivia existe un alto índice de embarazos juveniles, donde a los 15, 16, 17, 18 y 19 años de edad el 2,70%; 5%; 11,20%; 20,40% y 28,70% respectivamente ya son madres; en tanto que el 1%; 1,90%; 3,10%; 21,01% y 5,20% de 15, 16, 17, 18 y 19 años de edad respectivamente se encuentran con embarazos de su primer hijo<sup>51</sup>.

Esta situación, más allá de los problemas sociales que puedan influir, tiene que ver mucho los contenidos que se emiten en televisión, puesto que existe contenidos televisivos con escenas sexuales en horarios de protección al menor lo que hace que estos ingresen a la vida adulta antes de lo previsto.

En ese entendido, la obscenidad y el sensacionalismo están casi siempre presentes en los programas televisivos de nuestro país lo que se convierte en preocupante puesto que afectan emocionalmente los menores; ya que estos emiten contenidos donde predomina "...una explotación de la temática sexual enemistada con la responsabilidad y el compromiso".<sup>52</sup>

Por otro lado, tampoco es ajeno a la programación televisiva boliviana escenas de contenido erótico y casi nunca ofrecen educación sexual, ni hablan de la posibilidad de contraer enfermedades, esto dificulta que los niños puedan distinguir lo que es adecuado para su edad y lo que no, con lo que puede

---

<sup>51</sup> Véase Anexo 10

<sup>52</sup> ZUNA, Calvo, Erica, *Op. Cit.*, p. 66.

resultar más difícil poner límites en un futuro, de modo que se hace necesario reglamentar esta situación a través de los Gobiernos Municipales.

#### **6.4. Publicidad**

Existen legislaciones en las que se controla la exhibición de publicidad audiovisual, ya que esta tiene mensajes completamente negativos que distorsionan la visión que se tiene del mundo; sin embargo, la televisión boliviana deja en libertad a los dueños de los medios de presentar anuncios comerciales plagados de mensajes sexuales y de estereotipos que la niñez y juventud percibe continuamente.

El hechizo de la televisión radica en su poder persuasivo, convence al televidente con una ecuación más o menos así: *SI ESTA EN LA PANTALLA VALE, ES CIERTO, ES BUENO, ES LO MEJOR*. Con este discurso funciona la publicidad por eso es tan importante para ella invertir dinero en mensajes televisivos que causaran gran impacto en el público. Un claro ejemplo de ello, son las propagandas respecto al kamasutra y otros que las empresas INTELCEL y otros pasan por la televisión en horarios aptos para menores.

Además existen horarios que son más caros que otros, pues son más efectivos (*horario estelar o de cartelera*), es decir, la gente los mira más, la publicidad mantiene la televisión, el televidente consume publicidad.

Aunque la televisión exige fidelidad absoluta (*quiere tu vista, tus oídos y hasta tu respiración*), la diversidad de estímulos externos obliga a que la lectura del mensaje televisivo sea discontinua y fragmentada, de modo que la pantalla chica hace hasta lo imposible por no perderte. La televisión no escatima imágenes de sangre, asesinato y violencia, y las combina con publicidades glamorosas de perfumes, discotecas y detergentes, como si bastara cambiar de imagen para cambiar la realidad.

La publicidad top models, besos, cuerpos, brillos, colores, estallidos, habitan la publicidad para construir un mundo perfecto en el que se puede entrar si se sabe cómo.

Se considera al mensaje publicitario, como un género televisivo aparte, pues sus características son especiales y sus efectos son gigantescos. Muchas personas ni recuerdan el producto publicitario, pero si la canción, las imágenes, la hermosa modelo que le dan vida a ese relato instantáneo de segundos de duración, porque este género puede ser más divertido que una película.

Por otro lado, la publicidad te excluye o te incluye, jamás deja en el medio como si nada hubiera ocurrido. Después de que se ve una publicidad, algo cambia en el televidente.

Cabe señalar, que la televisión no es la única influencia de la sociedad, pero es una de las más importantes, la televisión tiene un solo sentido: vender bienes.

#### **6.4.1. Consecuencias de la publicidad**

A través de la publicidad los valores del consumo son superfluos, de hedonismo, que se impone a través de los comerciales, son impuestos a través de la programación. Lo que en el fondo nos están entregando es un producto fabricado industrialmente que se llama televisión. Y el objetivo de ese producto es vender otros productos. A ello se suma que la mayoría de los dueños de los canales televisivos son empresarios privados que buscan lucrar sin importar lo que emiten olvidándose sus roles fundamentales que son informar, entretener y educar. Sin embargo, hoy en día la televisión se ha vuelto en:



*...adictiva, y funciona como una droga: la dosis tiende a aumentar, en la mañana no recuerdas lo que viste la noche anterior; se usa para tranquilizar a los niños y a los ancianos. Si le pones un poco de cocaína a la comida cada día, descubrirás que la gente tiende a comer más. Si le pones cocaína en los ojos mirara más.<sup>53</sup>*

Los **mensajes subliminales** que se envían a través de la televisión son:

*...un mensaje oculto que se envía en las imágenes que se exhiben por televisión, que no puede ser percibido en un nivel conciente, pero reconocido en un nivel subconsciente, provocando una insatisfacción que se desea saciar, es un estímulo que generalmente se utiliza en publicidad, que se emite por corto tiempo a una intensidad corta.<sup>54</sup>*

Este aspecto, en nuestra legislación se reglamenta solo en la Ley de Telecomunicaciones en su artículo 469<sup>55</sup>, el cual refiere la prohibición de los mensajes subliminales.

Esta limitación, sin duda alguna es insuficiente, debido a la magnitud del problema, pues no especifica a qué tipo de publicidad o contenidos de televisión se refiere; además, no limita el uso que se hace del cuerpo femenino, tampoco el límite de tiempo que se puede publicitar en cada programa, ya que se abusa de la audiencia, al programar 15 minutos de programa más 15 minutos de publicidad.

---

<sup>53</sup> GOMEZ, Calderon Bernardo, *Op. Cit.*: en [www.razón\\_y\\_palabra.org.mx](http://www.razón_y_palabra.org.mx)

<sup>54</sup> ZUNA, Calvo Erica, *Op. Cit.*, p. 71.

<sup>55</sup> ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Ley Nº 1632 de 5 de junio de 1995, *Ley de Telecomunicaciones*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 1995, **Artículo 469.**- El procedimiento de percepción subliminal esta prohibido durante todo el tiempo de transmisión de las emisoras sean programas o publicidad.

La publicidad está representada generalmente solo con logotipos o marcas y no por esto dejan de ser controvertidas dañinas y peligrosas, ya que por su repetición inconscientemente se fijan en la mente de quien los observa.

*La finalidad de la excesiva publicidad destinada directamente a los niños, es lograr a que exijan a sus padres que les compren tal o cual cosa, todo esto debido a que la población infantil es muy sensible y receptora de los spots televisivos, por encontrarse en la fase de observar la realidad, pues por su ingenuidad, inocencia y candidez, creen en todas las fabulas que les son dirigidas para alimentar su imaginación y les deja poco margen de razonamiento, existen épocas propicias para seducir a los niños especialmente en navidad, día el niño y por lo general todo motivo es bueno, ya que con dichos comerciales, lograrán que los niños se identifiquen, con una serie de productos frívolos y superfluos.<sup>56</sup>*

## **7. LA EDUCACIÓN DE LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES DESDE LA ÓPTICA COYUNTURAL**

De acuerdo al Censo Nacional de Población y Vivienda realizado el 5 de septiembre de 2001, la población en Bolivia alcanza a 8.274.325 habitantes, gran parte de la población en nuestro país está comprendida por niños y adolescentes que oscilan entre los 0 y 14 años, veamos:<sup>57</sup>

1.087.557- niños de 0 a 4 años.

---

<sup>56</sup>MARAÑÓN, Montaña, Marcelo, *Op. Cit.*, p. 89.

<sup>57</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, *Censo Nacional de Población y Vivienda: Características de la Población*, INE., Bolivia, Septiembre 2002, p. 01

1.083.747- niños de 5 a 9 años.

1.026.770- niños de 10 a 14 años.

Esto suma un total de **3.198.074 niños** es decir que casi el 45% de la población boliviana es esencialmente joven, al contrario de otros países.

Al ser la población infantil un 45% en Bolivia, resulta muy preocupante puesto que los canales televisivos no insertan programas de contenido educativo, más al contrario emiten programas donde la violencia, las obscenidades, calamidades, el sexo y otros son contenidos que se emiten a diario sin respetar el horario de protección al menor, generando e induciendo de tal manera a los menores a optar por conductas que afectan la sociedad.

Esta situación se debe a diferentes factores en ese contexto señalaremos algunas:

### **7.1. A nivel social**

#### **c) El desempleo abierto**

Siendo el desempleo un problema latente en nuestra sociedad, pues resulta ser uno de los factores principales para que los padres de los niñ@s y adolescentes salgan a la calle a diario a buscar trabajo y consecuentemente dejan al merced del televisor a sus hijos menores accediendo éstos a programas no aptos ya que no cuentan con el control de los padres, dejando que los niños se eduquen solos.

#### **d) La migración internacional**

Por la difícil situación que atraviesa nuestro país, los bolivianos se ven en la necesidad de emigrar al extranjero, en busca de nuevas oportunidades, para sustentar sus hogares, es así que de manera directa se afecta a los niños, ya que se quedan bajo el cuidado de uno de sus progenitores y en muchos casos son ambos padres que deciden salir del país, dejando a los

niños bajo el cuidado de algún familiar, que no le brinda la atención necesaria para su desarrollo social y psicológico, donde a diario accede a programas de televisión con mucha violencia y afectando de tal manera su salud mental.

## **7.2. A nivel familiar**

### **d) El papel de los padres**

La familia constituye una unidad socialmente definida de subsistencia cotidiana; por tanto, la explicación de los procesos y conductas de los integrantes pasa necesariamente por la esfera familiar, de esta manera el hogar particularizado por su modo de inserción en la estructura socioeconómica, permite explicar las diferencias de los fenómenos estudiados debido a que constituye un espacio en el que se desarrollan las principales funciones de socialización y transmisión de valores a las nuevas generaciones y a los componentes del grupo familiar que atraviesan edades cruciales para la formación de actitudes y pautas de reproducción y supervivencia humanas.

*La familia es la base sustancial para la organización de un pueblo, de un Estado, sabemos que en la medida que tengamos una familia conformada dentro de los niveles de alta calidad moral y espiritual, un Estado o sociedad contará un capital humano de gran ponderación humanista.<sup>58</sup>*

La principal misión de los padres es dirigir la formación de sus hijos, ello implica la necesidad de fiscalizar los actos del menor, sus relaciones personales, el ambiente que frecuenta, interceptar y examinar.

---

<sup>58</sup> JIMÉNEZ, Sanjinez, Raúl, *Lecciones de Derecho de Familia y el Menor*, La Paz-Bolivia, 2001, p.7.

Sin embargo, muchas veces los padres usan la televisión como medio para tener a los hijos entretenidos y así no ocuparse de ellos, por lo que muchos niños ven la televisión solos, lo cual es perjudicial ya que nadie les restringe la programación. Otro error que cometen los padres, es utilizar la televisión como premio cuando el niño obedece y prohibirle verla en caso contrario.

*Se ha comprobado que la televisión es una de las causas del fracaso escolar porque en lugar de estudiar, ven la televisión a correspondencia, prohibir lecturas o espectáculos que juzguen perniciosos.<sup>59</sup>*

#### **e) Descuido, abandono y negligencia**

En la actualidad el grupo familiar ha perdido la cohesión que anteriormente se respetaba, cuando el varón asumía el papel de proveedor del hogar, hoy en día, al contrario ambos padres salen del hogar a buscar ingresos económicos que les permitan sustentar el hogar. Lamentablemente los que sufren este descuido son los niños que a muy temprana edad quedan al cuidado de sus hermanos mayores o simplemente se quedan solos sin la tutela de alguna persona mayor que controle sus actividades.

En las sociedades, idealmente, la familia proporciona a sus miembros protección, compañía, seguridad y socialización. En nuestra sociedad un 30 % de las familias, son monoparentales, en la que los hijos viven solo con el padre o con la madre en situación de soltería, viudez o divorcio hecho que influye también en la perturbación de la salud de los menores, puesto que debido a los programas violentos llegan a ser rebeldes.

---

<sup>59</sup> VAN PELT, Nancy, *Como formar Hijos*, Sudamericana, Buenos Aires-Argentina, 2004, p. 88.

Paralelamente como resultado de esta ola de modernidad, se conciben hijos fuera del vínculo matrimonial, de uniones libres, que posteriormente se quedan bajo la tutela de uno de los padres, generalmente la madre, que asume el rol proveedora del hogar, dejando de lado el cuidado de los niños que crecen solos.

Otra situación es el cambio de mentalidad de la mujer, que desea desarrollarse profesionalmente y de manera egoísta deja a los niños al cuidado de niñeras o empleadas, que solo se preocupan de la alimentación de los niños y no de su desarrollo personal y mental.

*Los niños o niñas que no reciben muestras de afecto, en el caso de abandono o negligencia, además de formarse una pobre imagen de sí mismos, perciben el mundo como algo amenazante y poco seguro. Posteriormente, en su vida adulta, pueden presentar cuadros depresivos, pues se ha constatado que la privación afectiva durante la infancia es una de las principales causas de la depresión, que a su vez pueden ser enmascarada por otros trastornos conductuales.<sup>60</sup>*

#### **f) Delegación de funciones**

De lo expuesto precedentemente, se deduce que los padres delegan sus responsabilidades a los hijos mayores para el cuidado de los niños menores, de la preparación de los alimentos, de la responsabilidad de los estudios, etc. Este aspecto resulta ser un enorme error, puesto que un niño nunca podrá cuidar de otro niño con la responsabilidad de una persona mayor. Además a ello se suma, la dejadez que existe del hermano mayor respecto al cuidado del hermano menor.

---

<sup>60</sup> TORREZ, Pinto Hugo, *Violencia contra la Niñez en Bolivia*, Convenio de INE-UNICEF, Sagitario, La Paz-Bolivia, 2005, p. 23.

## 8. LA TELEVISIÓN COMO COMPAÑÍA

La televisión es una fuente efectiva para la creación y formación de actitudes en los niños, ellos desde temprana edad son sometidos a su influencia sin poseer otro tipo de información. La observación de la realidad adquiere un significado especialmente agudo, si nos referimos a los menores de edad.

Según la teoría de socialización comunitaria de Erickson, es entre los 2 y 6 años en que se perfilan los sentimientos preferenciales hacia la madre, padre, familiares y otras personas significativas; a través de este proceso el niño adquiere habilidades y formas de comportarse en la sociedad. Es a partir de los 4 ó 5 años de edad, que se establecen los hábitos permanentes y las características emocionales, jugando un papel decisivo la *imitación* y la *identificación*. Entendemos por identificación la adopción de pautas de conducta y actitudes de sus padres y otras personas de relevante importancia para él: maestros, familiares o bien algún personaje de la televisión; esto ocurre en forma inconsciente, en tanto que la imitación es consciente; claro ejemplo de ello es la imitación de la violencia que se propaga por televisión en las contenidos de lucha (*RAW*, *SMACKDOWN*, *POWER RANGERS*), donde particularmente los niños ejecutan tales acciones en sus hogares, escuelas, parques, etc., concibiendo que es la única forma de lograr lo que se pretende; es decir, a través del uso de la fuerza.

Otro aspecto a señalar, es que los niños recurren a la TV para satisfacer sus necesidades de distracción, reducir las tensiones y como medio para obtener información. Además de las motivaciones personales, podríamos agregar un factor situacional externo al niño: "...el niño ve televisión porque le es impuesta por el medio, la ve porque no le queda otro remedio.<sup>61</sup> Le es ofrecida en el ambiente del hogar y se le refuerza la conducta de contemplación por los padres.

---

<sup>61</sup> SANTORO, *La Televisión Venezolana y la Formación de Estereotipos en el Niño*, Bibliotecas UCV., Caracas-Venezuela, 1990, p. 95.

En muchos casos constituye la única compañía del niño y a veces se convierte en una especie de niñera.

La acción de los intérpretes, los movimientos de la cámara, el ritmo de montaje y el desarrollo argumental constituyen cuatro poderosos medios que pueden ser empleados de tal modo en una escena, que quizás nos pareciera ficticia en la vida real, pero que llegue a adquirir en la televisión una desproporcionada fuerza de impacto, hasta el punto de que, en mayor o menor grado, se pueda tomar por real o ficticio.

En toda comunicación se persigue lograr un *efecto*. Puede considerarse como un “efecto de los medios, todo cuanto se quiera que ocurra como resultado de una lectura, de la audición o de la observación de los mismos”<sup>62</sup>.

La televisión es el instrumento que mejor adapta su función a la formación de valores, de modos de vida, de estereotipos, etc., que al medio le convienen. Santoro, en su trabajo: *La TV Venezolana y la Formación de Estereotipos en el Niño*, llegó a la conclusión de que “...la TV transmite y forma estereotipos sociales en los cuales se presentan directa o indirectamente, mensajes que conforman una actitud, siendo esta influencia mayor en los niños, quienes son moldeados en muchos aspectos por estos mensajes de televisión”<sup>63</sup>

Dentro de estos parámetros, se desenvuelve el desarrollo de los niños de clase alta, media y baja, que sin encontrar a una persona mayor que los guíe y los oriente, encuentran solo como compañía y como modelo de conducta las imágenes que se exhiben en televisión, llegando a copiar actitudes; convertirse en la madre, en la amiga, en la compañera de los niños y con quien pasan el mayor tiempo disponible, donde sus efectos puede resultar fatales en los niños.

---

<sup>62</sup> Ibidem, p. 105

<sup>63</sup> SANTORO, *Op, Cit* p. 207



## 9. EL EFECTO DE LA TELEVISIÓN EN EL CARÁCTER Y EL APRENDIZAJE DE LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES

Goranson's en su revisión sobre los efectos psicológicos de la violencia en los medios, identificó cuatro aspectos importantes:<sup>64</sup>

- 1) Efectos en el aprendizaje,
- 2) Efectos emocionales,
- 3) Efectos en la respuesta de catarsis y
- 4) Efectos en la conducta.

### 9.1. Efectos en el aprendizaje

Los niños aprenden viendo la televisión. Sin embargo es menester saber ¿Qué aprenden? De acuerdo a lo señalado en 1982 por el Instituto Nacional de Salud Mental de EE.UU., la violencia de la televisión conduce a conductas agresivas en el niño y ellos son el principal blanco hacia el cual van dirigidos la mayoría de los anuncios comerciales.

“Los niños pueden aprender conductas agresivas a través de la observación de modelos simbólicos presentados por la pantalla de TV”<sup>65</sup>. Esta situación es definitivamente cierta, puesto que los menores tratan de imitar a sus caricaturas favoritas, programas de lucha, etc.

Drabman y Thomas, plantean además que los niños que ven con frecuencia programas de TV de contenido violento, se convierten en apáticos a la violencia de la vida real, es por ello que algunas veces los niños golpean y siguen golpeando sin remordimiento alguno.

---

<sup>64</sup> ROTHEMBERG, Michael.; *Efectos de la violencia en la TV en niños y jóvenes*, Jama EE.UU., 1975, p. 10.

<sup>65</sup> BANDURA Albert, *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*, Alianza, Madrid-España, 1963, p.195.

En la actualidad nuestro medio social se presenta violento, si tomamos en cuenta que la televisión es parte de ese medio y que de él recibe los temas y a él los devuelve en forma de influencia sobre los telespectadores, podemos decir, que en parte la responsabilidad es del ambiente en donde se desenvuelve ese medio.

Cuando nos referimos al problema de la violencia televisiva, debemos señalar que no se trata de una violencia real, sino de una representación de la violencia; pero esto no exime a la televisión de responsabilidad ni la despoja de todo peligro. Los productores de programas infantiles (que son los mayores) deberían pensar en las consecuencias que pueden producirles a los niños.

Por lo que la influencia de la televisión es indudablemente influenciador en la niñez y adolescencia, puesto que imitan realidades distintas a la nuestra, constituyéndose este aspecto en alineación y parte del modismo.

En nuestro país no se han realizado estudios serios con respecto al contenido de episodios o escenas violentas en los programas infantiles o de adultos de manera que no disponemos de cifras que nos guíen en este sentido.

Sin embargo, cabe resaltar que ver televisión es la actividad líder de los niños. Ellos están más viendo TV que haciendo cualquier otra cosa que no sea dormir.

*El total del tiempo dedicado a ese medio de comunicación es a veces tan elevado, que aparentemente, queda poco tiempo para comer, ir a la escuela o dormir. Esto se debe a que los niños ven televisión mientras almuerzan o cenan. Mientras leen un libro o hacen sus deberes.<sup>66</sup>*

---

<sup>66</sup> PASQUALI, Antonio, *Comunicación y cultura de masas*, Monte Ávila, Caracas-Venezuela, 1978. p. 168.

Los sábados en la mañana, particularmente, se han convertido en un nuevo terreno a explotar con comerciales de juguetes violentos, para vender más productos. Los comerciales de TV, proyectan estereotipos en relación con aspectos raciales, sociales, culturales, sexuales, así como también hábitos alimentarios.

*Según estadísticas norteamericanas un total de 23 comerciales por hora, presentan al 60% de avisos que sugieren cereales, galletas, refrescos y golosinas. Ese excesivo número de comerciales que sugieren alimentos, ha sido ligado a la obesidad infantil. Por otra parte la exagerada representación de imágenes corporales pueden contribuir al problema de la anorexia nerviosa sobre todo en adolescentes.<sup>67</sup>*

Además 70% de los comerciales contienen información errónea, engañosa o ambas, que los niños creen como verdadera. De tal manera que la TV no sólo ofrece sino que impone experiencias, condicionamiento a nuestros niños. Gran proporción de las conductas agresivas son aprendidas por observación y retenidas por largos períodos de tiempo.

No obstante, los niños también pueden aprender de la TV valores sociales, como cooperación y amabilidad, así como aspectos relacionados con la violencia.

## **9.2. Efectos emocionales**

La televisión, es un medio de gran penetración y que en los niños surte efecto en las áreas emocionales, cognoscitivas y conductuales; es decir, influye en sus intereses y motivaciones hacia objetos comerciales o hacia la formación integral del niño.

---

<sup>67</sup> PASQUALI, Antonio, Op. Cit., p. 170.

Como resultado de la repetición de violencia en los medios de comunicación de masas hay un decremento en la sensibilidad emocional del niño. Por otra parte, hay un incremento en la agresión y la capacidad de ser violento o agresivo con otros. Además los niños demuestran mayor agresividad en sus juegos y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas.

### **9.3. Efectos en la respuesta de Catarsis**

La observación de escenas de dolor, horror y sufrimiento resulta en catarsis; es decir, estos sentimientos pueden ser descargados en forma continua durante o después de la observación de programas de contenido violento.

### **9.4. Efectos en la conducta**

La imitación es muy importante en la adquisición de la conducta, ya sea adaptada o desviada. La televisión ofrece modelos simbólicos que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales. Dichos modelos simbólicos pueden ser *positivos (conducta normalmente aceptada por la sociedad)* o *negativos (conductas rechazadas por la misma)*.

Los niños también pueden aprender a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, puesto que en los programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables. De modo que los “...efectos de la violencia física en TV afectan selectivamente a los varones, mientras que las mujeres manifiestan igualmente fuertes reacciones por medio de expresiones no físicas (*verbales o psicológicas*).<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> FEINBLOMM, Richards, *Televisión y niños en Pediatría*, EE. UU., 1998, p. 4.

El problema es que los programas de la televisión, hacen que todo se vea tan real que es por ello que afectan.

*Para lograr sus objetivos la TV tiene a su alcance distintas herramientas. Una de ellas es su poder para naturalizar lo que presenta: para hacer que sus mensajes aparezcan como si fueran verdad. Este poder de naturalización lo desarrolla la TV debido a su capacidad técnica de hacer su información evidente ante los propios ojos del televidente. No obstante su poderosa capacidad para naturalizar sus mensajes, la influencia naturalizadora de la TV no es unívoca. Esto en parte es debido al hecho de que cualquier mensaje tiene la potencialidad de ser polisémico, por lo que puede interpretarse de diversas maneras y no sólo de aquella dada por su emisor.<sup>69</sup>*

De lo precedentemente descrito, se evidencia que toda actividad que absorbe una gran porción del tiempo del niño, llega a ejercer una influencia poderosa en su carácter. Como el niño promedio mira unas tres horas de televisión cada día, esto influye grandemente en su carácter e imita las peleas propagadas por televisión creyendo que es la única forma de lograr lo que pretende. A la vez copia ciertas actitudes que van en contra del decoro y las buenas costumbres como “Bart de los Simpsons”, al que todo niño pretende imitarle.

El tema de la televisión, impresiona a la mayoría de los padres en sentido favorable, porque reconocen que puede servir para entretener a sus hijos; pero también muchos se preocupan por el contenido de los programas que se presentan en la pantalla.

---

<sup>69</sup> LAMEIRAS, José, *Medios y mediaciones*, El Colegio de Michoacán e Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, 1994, p. 63.

El menor tiende a ser más susceptible a influencias televisivas, debido a que no pueden diferenciar entre la fantasía y la realidad; de la misma manera, entre lo que hacen los muchachos mayores y las personas adultas.

La mayoría de los padres considera que los dibujos animados son programas inofensivos; pero si se analiza cuidadosamente, se descubre que en medio del humorismo, hay grandes elementos de violencia. Un investigador midió durante una semana la frecuencia y la duración de los episodios violentos en los dibujos cómicos. (*La violencia es definida como intentos efectuados para causar dolor o daño corporal, aturdir, sujetar por la fuerza, incapacitar o matar, fuera en defensa propia o en forma intencional y maliciosa*). Y entre otras cosas descubrió que algunos de los dibujos animados que son más populares entre los niños, como *“Bugs Bunny”* y *“Tom y Jerry”*, tiene más violencia que los que presentan aventuras con monstruos.

Se puede asegurar con toda confianza que las representaciones gráficas del crimen y la violencia suelen generar actitudes violentas en los niños, muestran la forma de llevar a cabo actos de violencia, y hacen que los niños consideren los delitos como una cosa común y corriente que no merece la reprobación social. Si el niño continua presenciando esta clase de programas, con el tiempo perderá de vista el resultado de la violencia en la vida real, y aceptará la agresión como una solución apropiada para hacer frente a los conflictos de la vida aspecto que indudablemente es negativo en la educación.

Además de enseñar la televisión valores mediocres, interrumpe la comunicación familiar y ofrece al niño una disculpa para alejarse de la interacción con la familia, produciendo cierta insensibilidad al sufrimiento humano, le hace perder el tiempo y reduce su participación en juegos y actividades deportivas.

Sin embargo, a pesar de que los padres conocen algunos estudios acerca de la televisión y sus efectos nocivos en la personalidad del niño, la mayoría de ellos no hace ningún esfuerzo por supervisar los programas que miran en casa.

Los estudios indican que menos de la mitad de las madres no ejercen control alguno sobre los programas que miran sus hijos y aquellas que lo hacen, se preocupan más por el tiempo que los niños pasan frente al televisor que por el contenido de los programas, por lo que se hace necesario que una entidad pública se haga cargo del control y fiscalización de los contenidos que se emiten por televisión, puesto que:

*La mayoría de los padres más educados regulan hasta cierto grado, el tiempo que sus hijos dedican a mirar televisión, pero lo hacen mayormente para evitar la interrupción de la rutina familiar, en vez de proteger al niño de los efectos adversos de esta actividad. Solo un número reducido de madres prohíbe a sus hijos que vean ciertos programas objetables y perjudiciales.*<sup>70</sup>

La televisión es un medio de gran penetración y que en los niños surte efectos en las áreas emocionales, cognitivas y conductuales; es decir, influye en sus intereses y motivaciones hacia objetos comerciales y a la formación integral del niño. Como resultado de la repetición de la violencia en los medios de comunicación de masas hay un decremento en la sensibilidad emocional del niño ante la violencia. Por otra parte, hay un incremento en la agresión y la capacidad de ser violento o agresivo con otros. Además los niños demuestran mayor agresividad en sus juegos y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas copiando incluso formas de pelea que se emiten en los programas televisivos como por ejemplo: RAW, SMAK DAW (programas de lucha libre americana).

## **10. ASPECTOS NEGATIVOS DE LA TELEVISIÓN QUE INCIDEN EN LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES**

En cuanto a los aspectos negativos podemos señalar los siguientes:

---

<sup>70</sup> VAN, Pelt, Nancy, *Formación del Carácter y la Personalidad*, Sudamérica, Buenos Aires-Argentina, 2004, p. 88.

- a) ***La televisión desplaza los tipos activos de recreación***; también disminuye el tiempo dedicado a jugar con otros niños. Un niño tiene menos tiempo para usar su imaginación y para pensar.
- b) ***La televisión disminuye el tiempo disponible para la conversación y el intercambio de opiniones***, además reduce las interacciones sociales con la familia y las amistades.
- c) ***La televisión reprime la inclinación a la lectura***, puesto que para leer se necesita pensar mucho más que para mirar televisión. La lectura mejora el vocabulario en el niño; por lo que la baja en las calificaciones de lectura puede estar relacionada con el tiempo excesivo pasado frente al televisor.
- d) ***El tiempo excesivo viendo televisión (más de 4 horas al día) decididamente disminuye el rendimiento escolar***; éste exceso de televisión interfiere con el estudio, la lectura y el tiempo para pensar. Si los niños no duermen lo suficiente porque están viendo la televisión, al día siguiente no estarán suficientemente atentos para poder aprender bien.
- e) ***La televisión reduce la voluntad de hacer ejercicios***; es decir, un estilo de vida inactivo afecta la aptitud física. Si a esto se acompaña un consumo frecuente de comida y el hábito exagerado de ver televisión, puede contribuir a crear problemas de aumento excesivo de peso corporal.
- f) ***La publicidad en la televisión fomenta la demanda de posesiones materiales***; por lo que los niños pequeños presionan a los padres para que les compren los juguetes que ven anunciados.
- g) ***La violencia en la televisión puede afectar la forma en que un niño piensa acerca de la vida y de las personas***; el hecho de observar violencia excesiva puede hacer que un niño se vuelva muy temeroso acerca de su seguridad personal y del futuro. La violencia en televisión puede embotar la compasión



que un niño normalmente siente hacia las víctimas. Después de ver programas televisivos violentos, los niños pequeños pueden ser más agresivos en sus juegos, convertirlos en niños perturbados e impulsivos.

## **11. ASPECTOS JURÍDICO-SOCIALES RELATIVOS A LOS CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN EN BOLIVIA**

Al respecto, desde el punto de vista legal, se considera niño o niña a todo ser humano desde su concepción hasta cumplir los doce años y adolescentes desde los doce a los dieciocho años de edad cumplidos; por lo que tanto los niños, niñas y adolescentes, como sujetos de derecho gozan de todos los derechos fundamentales y garantías constitucionales inherentes a toda persona, sin perjuicio de la protección integral. Además es obligación del Estado resguardar su salud mental brindándoles por todos los medios las oportunidades y facilidades tanto a mujeres como a varones, con el fin de garantizar su desarrollo integral en condiciones de igualdad y de equidad.

Por otro lado, es inviolable la integridad física, psíquica y moral del niño, niña y adolescente, abarcando además, la preservación de la imagen, la identidad, los valores, las opiniones, etc.; precautelado su salud mental, donde la violencia ejercido por padres, terceros o instituciones, mediante abuso, acción, omisión o supresión, en forma habitual u ocasional, que atenten contra los derechos reconocidos de los niños, niñas y adolescentes, debe ser una problemática recurrente.

En función de lo descrito precedentemente, se deduce que los grandes empresarios a través de los programas televisivos atentan contra los derechos de los niños, niñas y adolescentes como el derecho a la salud, a la educación, a la

cultura y al esparcimiento; importándoles solamente generar mayor audiencia para captar mayor publicidad; es decir, con intereses netamente mercantilistas.

Por ello, es menester que los gobiernos municipales a través de una reglamentación regule los contenidos que se emite por televisión para proteger la salud mental de los niñ@s y adolescentes; esta atribución debe estar señalada de manera clara en un apartado de la futura Carta Orgánica Municipal y no solamente en la ley de telecomunicaciones, que por cierto si bien regula este aspecto, es muy ambigua.

# **CAPÍTULO II**

## **CAPÍTULO III**

# **ANTEPROYECTO DE REGLAMENTO PARA LA REGULACIÓN DE CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN EN EL MARCO DE LOS ARTÍCULOS 160 Y 162 DE LA LEY N° 2026**

### **4. CONSIDERACIONES GENERALES**

El Estado Boliviano constituido como un Estado de derecho, garantiza la seguridad jurídica y el respeto a los derechos de toda persona, en especial de los niños que se encuentran en pleno proceso de desarrollo.

Además es menester señalar, que desde el punto de vista jurídico-social los programas que se emiten por televisión en horarios no aptos para éstos vulneran derechos y consecuentemente atentan contra la salud mental y emocional de los niños, niñas y adolescentes.

Actualmente, los medios de comunicación televisiva emiten programaciones en horario de protección al menor contenidos que perturban la salud e incitan a la violencia, actos morbosos, discriminación alineación, modismo sexo y otros actos inmorales que van en contra de nuestra realidad; puesto que los programas que emiten los canales televisivos son importados y los niños son los más vulnerables a la imitación de realidades ajenas a la nuestra.

Al respecto, en una encuesta realizada en la ciudad de La Paz el 76% de la población encuestada manifiesta que los canales televisivos no respetan el horario de protección al menor, siendo lo más importante para estos medios captar mayor audiencia con el fin de acaparar la publicidad dejando indudablemente de la lado el rol que debe cumplir que es el de informar, entretener y educar.; por otro lado el 24% considera lo contrario.<sup>71</sup>

Toda vez que los medios de comunicación televisiva vulneran el horario de protección al menor emitiendo programas no aptos para estos y en merito a que el Estado tiene como deber precautelar la salud mental de los menores, es necesario reglamentar los contenidos que se emiten por televisión, a través de una reglamentación donde de conformidad al artículo 160 y 162 de la Ley N° 2026, los encargados para la ejecución de la regulación, control, evaluación e incautación contenidos de programas televisivos son los Gobiernos Municipales.

Sin embargo, actualmente el Gobierno Municipal no cuenta con una unidad específica para realizar dicho control, por lo que se hace necesario implementar.

Esta alternativa de solución que se brinda al problema planteado, debe institucionalizarse a través incluso de la futura Carta Orgánica Municipal como una atribución para precautelar la salud mental de los niños, niñas y adolescentes.

De la consulta realizada en una encuesta sobre la necesidad de reglamentar los contenidos que se emiten por televisión para reguardar la salud mental de los menores el 66% está de acuerdo, en tanto que el 34% manifiesta lo contrario.<sup>72</sup>

Por lo que se hace imprescindible proyectar un anteproyecto de reglamento que norme las deficiencias y el vacío jurídico de nuestra legislación.

## **5. DIMENSIÓN Y ALCANCE DE LA PROPUESTA**

---

<sup>71</sup> Véase Anexo 8

<sup>72</sup> Véase Anexo 9

Ni la ATT, ni el Gobierno Municipal, no ha podido solucionar el problema que acarrea en cuanto a los medios de comunicación y los contenidos que se emiten a través de éstas; ya que para tal hecho se requiere una unidad especializada que cuente con un equipo multidisciplinario que pueda evaluar cada uno de los programas que se emiten en la televisión y en el horario de protección al menor; por lo que para efectivizar y hacer que los derechos se cumplan a cabalidad y ante todo se precautele la salud mental de los niños y adolescencia, es menester viabilizar una reglamentación destinado a tal fin, con el objeto de que los medios de comunicación cumplan con sus roles, más allá de los intereses mercantilistas que puedan tener.

Esta propuesta, sin duda alguna, permitirá proteger y precautelar la salud mental de los menores, donde la influencia de la televisión hacia su conducta y estereotipos que emiten sean regulados para evitar problemas familiares, sociales y hasta legales.

Si bien la televisión cumple un rol importante dentro la familia y la sociedad, pues estos son los que más inducen a la violencia, sexo, discriminación, tomándolo a la mujer como un objeto sexual y no así como persona con derechos.

Evidentemente los más propensos a imitar y copiar actos de la televisión son los niños y ello se debe a que no tiene criterio formado, convirtiéndoles en futuras personas insensibles donde lo malo parece ser normal.

Ante esta realidad, la población requiere que los órganos públicos trabajen de manera conjunta en pro de la niñez y adolescencia y consecuentemente de la sociedad, cumpliendo de esta manera la normativa constitucional respecto al derecho a la salud que tiene los menores.

La propuesta, respecto a la necesidad de reglamentar los contenidos que se emiten por televisión, permitirá en gran manera precautelar la salud mental y emocional

de la niñez y adolescencia y consecuentemente los medios cumplirán su rol fundamental que es el de informar, entretener y educar.

Esta solución planteada, deberá constituirse en política de Estado para cumplir con la normativa positiva vigente y efectivizar las normas que garanticen derechos, al cual tienen derecho todos los ciudadanos, de modo que se constituye en un mecanismo jurídico-social para luchar contra la problemática en cuestión.

## **6. ANTEPROYECTO DE REGLAMENTO DE REGULACIÓN DE LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS PARA PRECAUTELAR LA SALUD MENTAL DE LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES**

### ANTEPROYECTO DE REGLAMENTO PARA EL CONTROL DE PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN”

#### **TÍTULO PRIMERO**

#### **PARTE GENERAL**

#### **CAPÍTULO I**

#### **CONSIDERACIONES GENERALES**

**Artículo 1. (*Del objeto*).**- El presente reglamento tiene por objeto establecer y contribuir a mejorar la formación de recursos humanos integrales precautelando que la información a la que estén expuestos respete su condición peculiar de persona en desarrollo.

Además establece el ente responsable, los procedimientos y mecanismos a los que deben sujetarse los contenidos de los programas de televisión, para ser exhibidos a través de la pantalla.

**Artículo 2. (*Del alcance*).**- Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento son de orden público y se aplicaran a todos los canales de Televisión que emiten su programación a nivel departamental y nacional.

**Artículo 3. (*Del objetivo*).**- Tiene por objetivo lograr regular los contenidos que se emiten por televisión, para garantizar la salud mental y emocional de los niños, niñas y adolescentes en el marco del ordenamiento jurídico vigente y sancionar las faltas en la que incurren los canales de televisión en la emisión de programas no aptos para menores en horario de protección al menor.

## **CAPÍTULO II**

### **DE LAS DEFINICIONES**

**Artículo 4. (*De los canales televisivos*).**- Se considera canal televisivo a todos los medios que emiten programas televisivos con el propósito de informar, entretener y educar a través de la transmisión instantánea de imágenes, tales como fotos fijas o en movimiento, por medios electrónicos de líneas de transmisión eléctricas o radiación electromagnética.

**Artículo 5. (*De los contenidos que emiten los medios televisivos*).**- Se considera contenido televisivo a toda la programación que se pretende emitir. Los contenido de la televisión deben guardar relación con las buenas costumbres, decoro, moral y ética de nuestro sociedad.

## **CAPÍTULO III**

### **DE LA JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA**

**Artículo 6. (*De la jurisdicción y competencia*).**- Los Gobiernos Municipales, a través una unidad específica para el control de contenidos que se emiten por televisión, es el titular de la potestad para controlar, regular, prohibir e incautar contenidos que afecten la salud mental y emocional de los niños, niñas y adolescentes los cuales se



emite o pretende emitir en los medios televisivos, con jurisdicción en sus municipios del territorio nacional. Su competencia se enmarcará en lo previsto por la Ley N° 2028 y demás disposiciones legales, en todo lo que la complementen y no se opongan a esta.

**Artículo 7. (De la finalidad).**- El presente Reglamento tiene por finalidad normar los procedimientos que regulan la emisión de contenidos en la televisión en horarios de protección al menor, para precautelar la salud mental y emocional de los niños y adolescentes. Consecuentemente, las sanciones emergentes al incumplimiento del presente reglamento.

## **CAPÍTULO IV**

### **DE LAS GARANTÍAS Y PRINCIPIOS RECTORES**

**Artículo 8. (De la legalidad).**- **I.-** Los medios televisivos para la emisión de cualquier tipo de programa, deberá recabar la autorización correspondiente del Gobierno Municipal de su jurisdicción.

**II.-** En caso de incumplimiento, serán sancionados conforme a las leyes y al presente reglamento.

**Artículo 9. (Del debido proceso).**- A todo medio televisivo que se le atribuya una o más contravenciones a la salud mental de los niño, niñas y adolescentes, se le reconoce todos los derechos y garantías procesales previstas en la Constitución Política del Estado y demás leyes, para su defensa.

**Artículo 10. (De la celeridad y transparencia).**- Las sanciones que se les imponga a los medios televisivos, se caracterizan por su celeridad y transparencia.

**Artículo 11. (Del respeto a la independencia funcional).**- La Unidad de control, regulación, prohibición e incautación de contenidos que afecten la salud mental y

emocional de los niños, es independiente y funcional que debe hacer cumplir las disposiciones legales vigentes.

## **TÍTULO SEGUNDO**

### **DEL PROCEDIMIENTO PARA LA REGULACIÓN DE LOS CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN**

#### **CAPÍTULO I**

#### **DE LOS CONTENIDOS DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN A SER REGULADOS**

**Artículo 12. (De los aspectos de regulación).**- Se regula la exhibición de las siguientes imágenes en horario de protección al menor:

- a)** Programas o películas que exhiban escenas exageradamente crudas y dañinas, de contenidos violentos excesivamente o exacerbados para el desarrollo normal psicológico del niño, niña y el adolescente.
- b)** Escenas de imágenes cargadas de morbo, de índole sexual explícito.
- c)** Escenas de discriminación de género.
- d)** Escenas reales de hechos noticiosos, que deben ser sujetas a revisión y edición, para ser expuestas fuera del horario de protección al menor.
- e)** Escenas de vejámenes, que vayan en contra de la dignidad humana.
- f)** Material televisivo que directa o indirectamente incentiven a la drogadicción, alcoholismo, violencia o dañen la salud mental del niño, niña o adolescente.
- g)** Publicidad con mensajes subliminales que afecte la salud mental y emocional del niño, niña y adolescente.

**h)** Toda emisión de programas que atenten contra la formación y salud mental del niño, niña y adolescente.

**Artículo 13. (De la clasificación de programas y películas).**- Se realizara a través de las Unidades Municipales, tomando en cuenta la práctica de valores humanos y de las normas éticas universalmente reconocidas, así como las propias de nuestra cultura, el respeto de los derechos humanos, etc.

**Artículo 14. (Del control de publicidad audiovisual).**- La televisión no puede transmitir en total más de quince (15) minutos de publicidad y de promociones por cada hora de programación.

**Artículo 15. (De la publicidad subliminal)** El procedimiento de percepción subliminal está prohibido durante todo el tiempo de transmisión de las emisoras, sean programas o publicidad.

## CAPÍTULO II

### DEL HORARIO DE PROTECCIÓN AL MENOR Y DE LA COMISIÓN RESPONSABLE DE LA PREVENCIÓN

**Artículo 16. (Del horario de protección al menor).**- Comprenderá desde las 6:00 de la mañana, hasta las 21:59 horas, periodo de tiempo en el que se realizara el control y regularización de imágenes que se exhiben en la Televisión, a excepción de los días Sábado y Domingo considerando que en estos días existe supervisión y orientación paterna.

**Artículo 17. (De la responsabilidad operativa).**- Las políticas públicas de prevención serán de responsabilidad de las Unidades Municipales, que a través de una comisión conformada por psicólogos, sociólogos, comunicadores sociales y maestros realizarán la supervisión, control y evaluación de toda la programación emitida por televisión, con carácter preventivo.

**Artículo 18. (De los deberes de la comisión).**- Es deber de la comisión:

- a)** Controlar, valorar, supervisar todo material audiovisual que se exhibirán por los canales de televisión.
- b)** Exigir el cumplimiento de emisión de programas culturales, artísticos, informativos y educativos dirigidos a la niñez y adolescencia.
- c)** Exigir la limitación de escenas fuertes de carácter sexual y agresivo que van en contra de la dignidad humana.
- d)** Regularizar la exhibición de imágenes erotizadoras, de alto contenido sexual.
- e)** Clasificar las películas que pueden ser exhibidas en nuestro medio, de acuerdo a parámetros culturales nacionales.
- f)** Pasar informes de incumplimiento de la norma a la Superintendencia de Telecomunicaciones.

### **CAPÍTULO III**

#### **DEL ÓRGANO SANCIONADOR Y SANCIONES**

**Artículo 19. (Del órgano sancionador).**- Será responsabilidad de ATT el cumplimiento de estas normas de manera conjunta con los Gobiernos Municipales a través de una unidad específica para tal efecto.

**Artículo 20. (De las sanciones).**- La inobservancia de este Reglamento se sancionara con de la siguiente manera:

- a)** Apercibimiento,
- b)** Multa pecuniaria,

- c) Inhabilitación temporal de matrícula de funcionamiento para la emisión de programas
- d) Suspensión permanente del canal televisivo.

**Artículo 21. (Del apercibimiento).**- El apercibimiento consiste en una llamada de atención, por la que se le pide el canal infractor que cese la emisión de determinados programas o películas no aptas para niños en horario de protección al menor.

**Artículo 22. (De la multa).**- Se exigirá el cumplimiento de la multa cuando este canal haya hecho caso omiso del apercibimiento anterior. El canal infractor deberá cesar inmediatamente la exhibición de este tipo de imágenes, bajo pena de multa pecuniaria.

**Artículo 23. (De la inhabilitación temporal).**- La inhabilitación temporal se realizará cuando el canal infractor incumpla repetidamente las normas de control establecidas en este reglamento.

**Artículo 24. (De la inhabilitación permanente).**- La inhabilitación permanente se realizará cuando el canal infractor reincida en cinco oportunidades la inhabilitación temporal.

### **CAPÍTULO III**

#### **DEL PROCEDIMIENTO PARA LA EMISIÓN DE CONTENIDOS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS**

**Artículo 25. (Del procedimiento).**- **I.-** Los canales televisivos para la emisión de un programa o publicidad, deberán solicitar su autorización en las unidades de los Gobiernos Municipales destinados a tal fin en su jurisdicción.

**II.-** El encargado de la unidad de control, regulación, evaluación e incautación de contenidos de programas televisivos, previo análisis en consenso con la comisión

evaluadora, mediante fundamentación escrita autorizará, rechazará o en su defecto sugerirá algún cambio en dicho contenido.

**Artículo 26. (Del procedimiento en caso de rechazo o negativa).**- Los canales televisivos en caso de que su contenido de programa televisivo haya sido rechazada, podrá aclarar cuestiones atinentes al contenido, fundamentar la necesidad de exhibir en la pantalla dichos contenidos y señalar las ventajas que puede generar el contenido televisivo en cuestión, en el plazo de 5 días a partir de su notificación con el rechazo.

**Artículo 27. (De la apelación).**- **I.-** En caso de persistir el rechazo de parte de la unidad del Gobierno Municipal, el canal televisivo podrá apelar dicha decisión ante la ATT, adjuntado todos los antecedentes del caso.

**II.-** La ATT en un plazo no mayor a veinte días deberá resolver. Su resolución tendrá calidad de cosa juzgada.

## **CAPÍTULO IV**

### **DISPOSICIONES FINALES**

**PRIMERA.- (De la vigencia).**- El presente reglamento entrará en vigencia a partir de la fecha de aprobación por el Plenario del Concejo Municipal del la Honorable Alcaldía Municipal, mediante resolución fundamentada.

**SEGUNDA.- (De la implementación).**- La Unidad de control, regulación, evaluación e incautación de contenidos de programas televisivos en coordinación con las Gerencias de Recursos Humanos y Administrativa, quedan encargadas de la implementación del presente reglamento en un plazo no mayor a 60 días a partir de su aprobación.

**TERCERA.- (De la abrogatoria y derogatoria).**- Quedan abrogados y derogados todas las disposiciones reglamentarias contrarias al presente reglamento.

Es acordado en la ciudad de La Paz, a los ..... días del mes de  
.....de .....años.

# **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## CONCLUSIONES

Del análisis de la problemática en cuestión se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se evidencia que la televisión es el instrumento más poderoso de comunicación masiva existente en la actualidad, y que por su naturaleza incluye programas particularmente llamativos, que cautivan una audiencia integrada por personas de diversos estratos sociales, culturales, educativos y otros y que además llega a personas de todas las edades, es menester insistir en que dicha programación debe estar sujeta a una normatividad idónea.
- La investigación demuestra en primera instancia que la televisión es en la actualidad el medio más utilizado para persuadir, influir e inducir a ciertos actos que van incluso contra nuestras buenas costumbres, hábitos, decoro y moral.
- Dentro de la variada programación que se presenta, especialmente en nuestro medio y en general en todo el entorno latinoamericano, los medios de comunicación acostumbrados a actuar libremente, incluyen en la programación diaria películas, novelas, series, dibujos animados, etc., con alto grado de violencia, discriminación, sexo indiscriminado que lleva a noviazgos tempranos y por consiguiente a embarazos no deseados del cual resultan abortos y actos que atentan el buen vivir, que por su puesto no son aptas para la mentalidad infantil donde se observan escenas exageradas, discriminación de género, que van en contra de la integridad emocional de los niños que asumen estas actuaciones como reales y en muchos casos los imitan.
- Toda la programación emitida actualmente en los canales de televisión en Bolivia, excluyen la presencia de niños y adolescentes como telespectadores, ya que los contenidos emitidos por estos medios, van dirigidos a personas adultas con criterio formado. Haciendo caso omiso de la función de formar y



culturizar a la población, especialmente a los menores de edad, ya que incluso, los programas destinados en la franja infantil, soslayan el tema educativo en todo el desarrollo del programa.

- La violencia exhibida a través de la televisión, conjuntamente con la discriminación de género, el sexo desmedido, los actos morbosos que se emiten en el horario de protección al menor, hace necesaria la reglamentación de la programación.
- El Código Niño, Niña y Adolescente en el Decreto Reglamentario en los artículo 59, 160 y 162 establece de manera explícita que el Gobierno Municipal es el encargado del control de los contenidos que se emiten por televisión a través de una unidad específica el cual no existe y menos un reglamento para la ejecución del control, puesto que lo que señala la norma son solo enunciativas que no cobra eficacia ni eficiencia; por lo que se hace necesario reglamentar los contenidos que se emiten por televisión en beneficio de los niños, niñas y adolescentes.

## RECOMENDACIONES

Con respecto a las recomendaciones podemos señalar:

1. La inmediata incorporación y aprobación del anteproyecto de reglamento propuesto en el Capítulo III de la presente investigación, esto permitirá precautelar la salud mental y emocional de los niños, niñas y adolescentes, puesto que los medios televisivos ya no podrán exhibir con tanta facilidad programas que inserten violencia, discriminación, sexo, y otros.
2. En todo proceso se debe poner en práctica los derechos y debe buscarse mecanismos jurídico-sociales que permitan su adecuada efectivización.
3. También es menester tomar en cuenta, que si bien se plantea una alternativa de solución para proteger la salud mental de los menores y priorizar su desarrollo biosicosocial, es también importante que las instituciones a cargo de la protección de los derechos fundamentales de los niños, niñas y adolescentes, ejecuten acciones que vayan en beneficio de éstos. Actualmente las instituciones encargadas de la regulación de los contenidos que se emiten por televisión, no hacen nada para reglamentarlos, aspecto que sin duda alguna va en desmedro de los menores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BANDURA Albert, *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*, Alianza, Madrid-España, 1963.
2. COMP, Serfaty Simón, *Los Medios de Comunicación Masivos y Política Exterior*, Devenir, Buenos Aires - Argentina, 1995.
3. ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, *Constitución Política del Estado Plurionacional*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 2009.
4. ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Ley N° 2026 de 27 de octubre de 1999, *Código Niño, Niña y Adolescente*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 1999.
5. ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Ley N° 2028 de 28 de octubre de 1999, *Ley de Municipalidades*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 1999.
6. ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Ley N° 1632 de 5 de junio de 1995, *Ley de Telecomunicaciones*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 1995.
7. ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Decreto Supremo N° 27443 de 8 de abril de 2004, *Reglamento a la Ley N° 2026 de 27 de octubre de 1999, Código Niño, Niña y Adolescente*, Gaceta Oficial de Bolivia, La Paz-Bolivia, 2004.
8. FEINBLOMM, Richards, *Televisión y niños en Pediatrics*, EE. UU., 1998.
9. GOMEZ, Calderon Bernardo, *Disfunciones de la socialización a través de los Medios de Comunicación*, 1° Revista Electrónica en América latina

Especializada en Telecomunicación, en [www.razón.y.palabra.org.mx](http://www.razón.y.palabra.org.mx) en: enero de 2010.

10. GUMIEL, Lora Edgar, *Lenguaje y Comunicación*, La Hoguera, Bolivia, 2000.
11. IGLESIAS, Francisco, *La Televisión Dominada*, Rialp, Madrid-España, 1998.
12. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, *Censo Nacional de Población y Vivienda: Características de la Población*, INE., Bolivia, Septiembre 2002.
13. JIMÉNEZ, Sanjinez, Raúl, *Lecciones de Derecho de Familia y el Menor*, La Paz-Bolivia, 2001.
14. LAMEIRAS, José, *Medios y mediaciones*, El Colegio de Michoacán e Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, 1994.
15. LORA, Gumiel Edgar, *Lenguaje y Comunicación*, La Hoguera, Bolivia, 2002.
16. MARAÑÓN, Montaña Marcelo, *Educación en Medios*, Píncel, La Paz-Bolivia, 1997.
17. MOSTAJO, Machicado Max, *Seminario Taller de Grado y la Asignatura CJR – 100 Técnicas de Estudio*, Primera Edición, Bolivia, 2005.
18. OSSORIO, Manuel, *Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales*, Edit. Heliasta S.R.L., Buenos Aires - Argentina. 1981.
19. PASQUALI, Antonio, *Comunicación y cultura de masas*, Monte Ávila, Caracas-Venezuela, 1978.
20. PEREZ Hansen, Raúl, *Comunicación*, La Siembra, Bolivia, 2007.
21. QUIROZ, Maria Teresa, *Los Medios una Escuela Paralela*, Cuaderno Cicosul, Facultad. de Ciencias de la Comunicación, Lima-Perú, 2003.

22. ROJAS, Amandi Víctor Manuel, *Filosofía del Derecho*, Editorial Harta. México, 1991.
23. ROTHEMBERG, Michael, *Efectos de la violencia en la TV en niños y jóvenes*, Jama EE.UU., 1975.
24. RRPP NET. PORTAL DE RELACIONES PÚBLICAS, *Efectos de la Televisión en la Sociedad*, Desarrollado por V.M. Comunicaciones, 2 de febrero de 2010.
25. SANTORO, *La Televisión Venezolana y la Formación de Estereotipos en el Niño*, Bibliotecas UCV., Caracas-Venezuela, 1990.
26. SUBIERA, Claros Juan José, *Tratados sobre Derechos Humanos: Jerarquía Constitucional en Bolivia*, Centro de Publicación UPSA, Santa Cruz de la Sierra-Bolivia, 2003.
27. TORNERO, Juan, *La Recepción Crítica de la Televisión*, Valda, Madrid-España, 1999.
28. TORREZ, Pinto Hugo, *Violencia contra la Niñez en Bolivia*, Convenio de INE-UNICEF, Sagitario, La Paz-Bolivia, 2005.
29. VAN PELT, Nancy, *Como formar Hijos*, Sudamericana, Buenos Aires-Argentina, 2004.
30. VARGAS, Flores Arturo, *Taller Teórico-Practico de Elaboración de Perfil de Tesis de Grado*, En CD-ROM, 2007
31. VETHENCOURT, Velazco Bellkys, *Manual de Técnica Legislativa*, Trad. Heliasta, Argentina, 1987.

32. VICEMINISTERIO DE LA JUVENTUD, NIÑEZ, Y TERCERA EDAD, Cifras de las nuevas Generaciones para el nuevo siglo, Bolivia, Encuesta de Juventudes en Bolivia, 2003.
33. ZUNA, Calvo Erica, *Defensa del Consumidor en la Publicidad y la Información en la TV*, Ericka Zuna, La Paz –Bolivia, 2004.

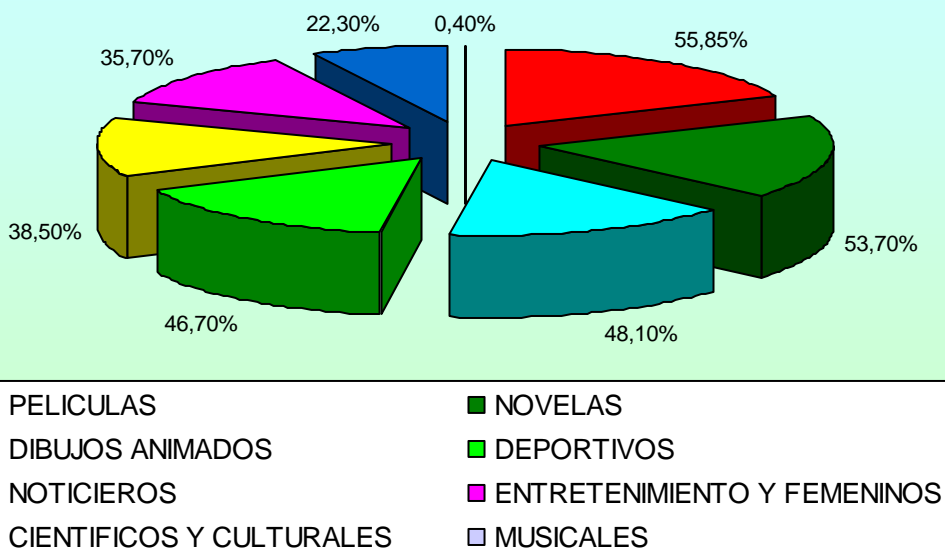
# **ANEXOS**

# ANEXO 1

## PROGRAMAS MÁS VISTOS POR LOS NIÑ@S Y ADOLESCENTES

	%
PELÍCULAS	55,85%
NOVELAS	53,70%
DIBUJOS ANIMADOS	48,10%
DEPORTIVOS	46,70%
NOTICIEROS	38,50%
ENTRETENIMIENTO Y FEMENINOS	35,70%
CIENTÍFICOS Y CULTURALES	22,30%
MUSICALES	0,40%

### PROGRAMAS MAS VISTOS POR LO NIÑ@S Y ADOLESCENTES EN %



**FUENTE:** ENCUESTA REALIZADA POR EL VICEMINISTERIO DE LA JUVENTUD, NIÑEZ, Y TERCERA EDAD, Cifras de las nuevas Generaciones para el nuevo siglo. Bolivia, Encuesta de Juventudes en Bolivia, 2003.



## ANEXO 2

### FORMULARIO DE ENCUESTA

(Dirigido a la población infantil y adulta en general)

SEXO

M

F

(Marque con una X o subraye la respuesta que Ud. considera prudente, y en caso de ser necesario proponga su respuesta alterna)

---

1. **¿Qué rol considera ud. que los medios de televisión cumplen?**

2. *Informar*
3. *Entretener*
4. *Educar*
5. *Todos*
6. *Ninguno*

2. **¿Qué tipo de programa televisivo observas generalmente?**

1. *Noticieros*
2. *Deportivos*
3. *Novelas*
4. *Películas*
5. *Series*
6. *Dibujos animados*
7. *Científico-culturales*
8. *Programas de entretenimiento, cocina, musicales*
9. *Otros*

3. **¿Cuántas horas diarias vez la televisión?**

- a) *Entre 30 a 60 minutos*
- b) *Entre 1 a 2 horas*
- c) *Entre 2 a 3 horas*
- d) *Entre 3 a 4 horas*
- e) *Entre 4 a 5 horas*
- f) *Más de 6 horas*

4. **¿Quién controla el de acceso que tienes a los contenidos que se emiten por televisión?**

1. *Padre*
2. *Madre*
3. *Abuelos*
4. *Tíos*
5. *Hermanos mayores*
6. *Nadie*

5. **¿En su calidad de padre, ud. conoce el tipo de programa que ve su hijo menor a diario?**

SI

NO

6. **¿Considera Ud. que los canales de televisión cumplen el horario de protección al menor en los contenidos de programas que emiten para precautelar su salud mental y emocional?**

SI

NO

7. **¿Ud. esta de acuerdo en reglamentar los contenidos de programas que emiten los canales televisivos para precautelar la salud mental de los niños, niñas y adolescentes?**

SI

NO

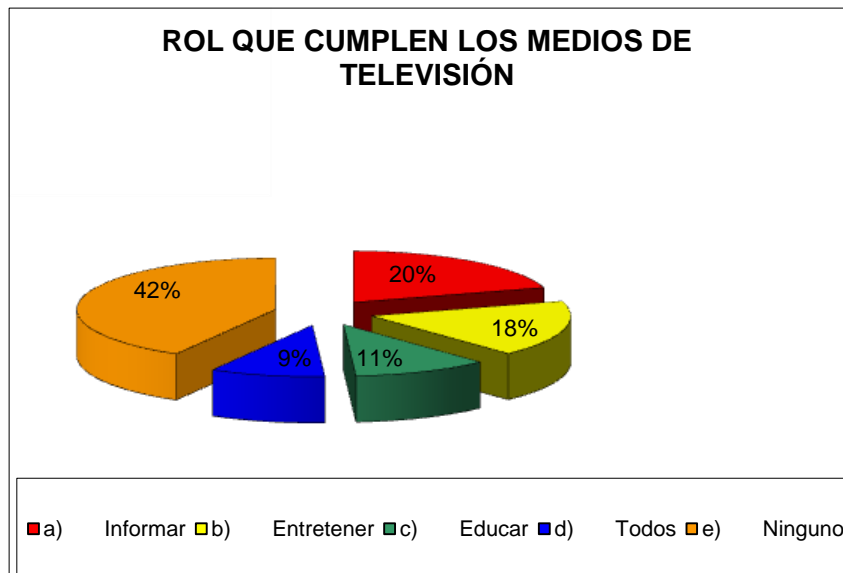
.....  
*Firma del Encuestado*

**Gracias por su Colaboración!!!**

## ANEXO 3

### ROL QUE CUMPLEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISIVA

	TOTAL
a) <i>Informar</i>	61
b) <i>Entretener</i>	53
c) <i>Educar</i>	33
d) <i>Todos</i>	28
e) <i>Ninguno</i>	125

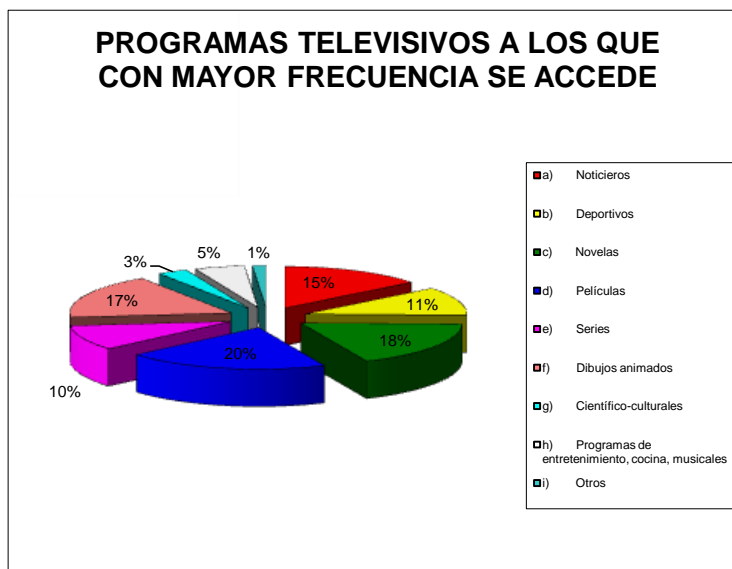


FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA en base a una encuesta realizada a 300 personas del público en general en inmediaciones del centro paceño.

## ANEXO 4

### PROGRAMAS TELEVISIVOS A LOS QUE CON MAYOR FRECUENCIA SE ACCEDE

	TOTAL
a) <i>Noticieros</i>	43
b) <i>Deportivos</i>	33
c) <i>Novelas</i>	54
d) <i>Películas</i>	61
e) <i>Series</i>	29
f) <i>Dibujos animados</i>	52
g) <i>Científico-culturales</i>	9
h) <i>Programas de entretenimiento, cocina, musicales</i>	15
i) <i>Otros</i>	4

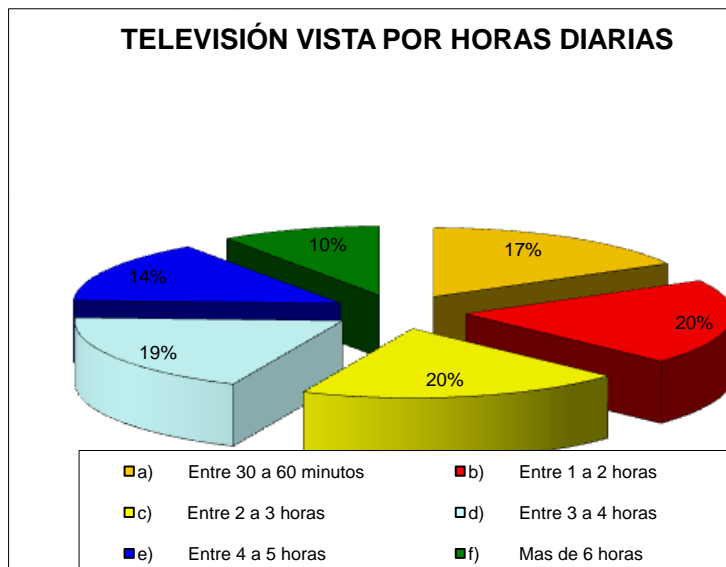


**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA** en base a una encuesta realizada a 300 personas del público en general en inmediaciones del centro paceño.

## ANEXO 5

### HORAS DIARIAS QUE SE VE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

	TOTAL
a) Entre 30 a 60 minutos	51
b) Entre 1 a 2 horas	60
c) Entre 2 a 3 horas	59
d) Entre 3 a 4 horas	57
e) Entre 4 a 5 horas	44
f) Mas de 6 horas	29



**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA** en base a una encuesta realizada a 300 personas del público en general en inmediaciones del centro paceño.

## ANEXO 6

### CONTROL HACIA LOS HIJOS RESPECTO AL ACCESO A LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS

	TOTAL
a) Padre	22
b) Madre	48
c) Abuelos	26
d) Tíos	13
e) Hermanos mayores	76
f) Nadie	115

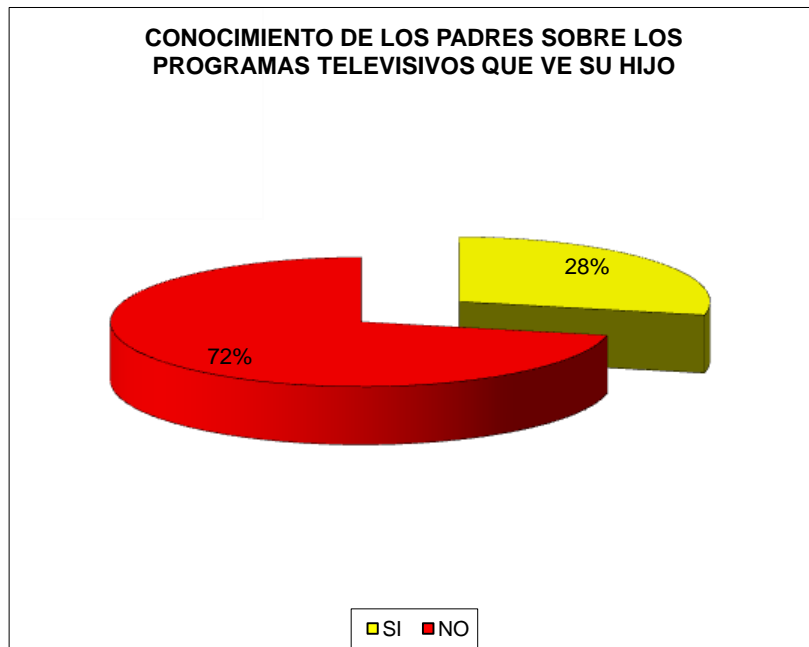


**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA** en base a una encuesta realizada a 300 personas del público en general en inmediaciones del centro paceño.

## ANEXO 7

### CONOCIMIENTO DE LOS PADRES DEL PROGRAMA QUE VE SU HIJO

	TOTAL
SI	85
NO	215



**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA** en base a una encuesta realizada a 300 personas del público en general en inmediaciones del centro paceño.

## ANEXO 8

### LA TELEVISIÓN RESPETA EL HORARIO DE PROTECCIÓN AL MENOR A LA HORA DE EMITIR PROGRAMAS

	TOTAL
SI	71
NO	229



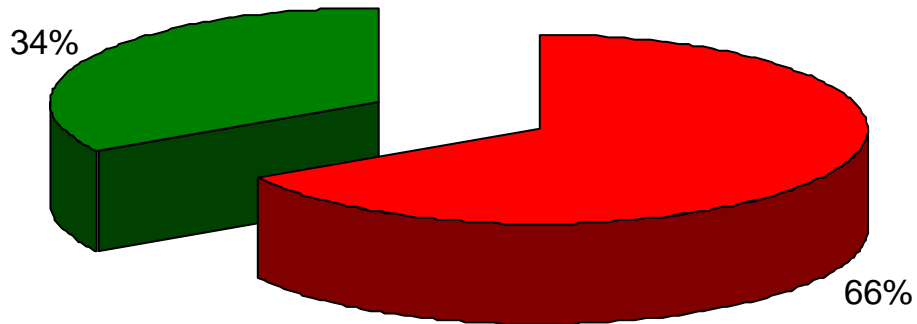
**FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA** en base a una encuesta realizada a 300 personas del público en general en inmediaciones del centro paceño.

## ANEXO 9

### PERSONAS QUE SE ENCUENTRAN DE ACUERDO CON UN REGLAMENTO PARA REGULAR LOS CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN

	TOTAL
SI	199
NO	101

### PERSONAS QUE SE ENCUENTRAN DE ACUERDO CON UN REGLAMENTO PARA LA REGULACIÓN DE LOS CONTENIDOS QUE SE EMITEN POR TELEVISIÓN



■ SI ■ NO

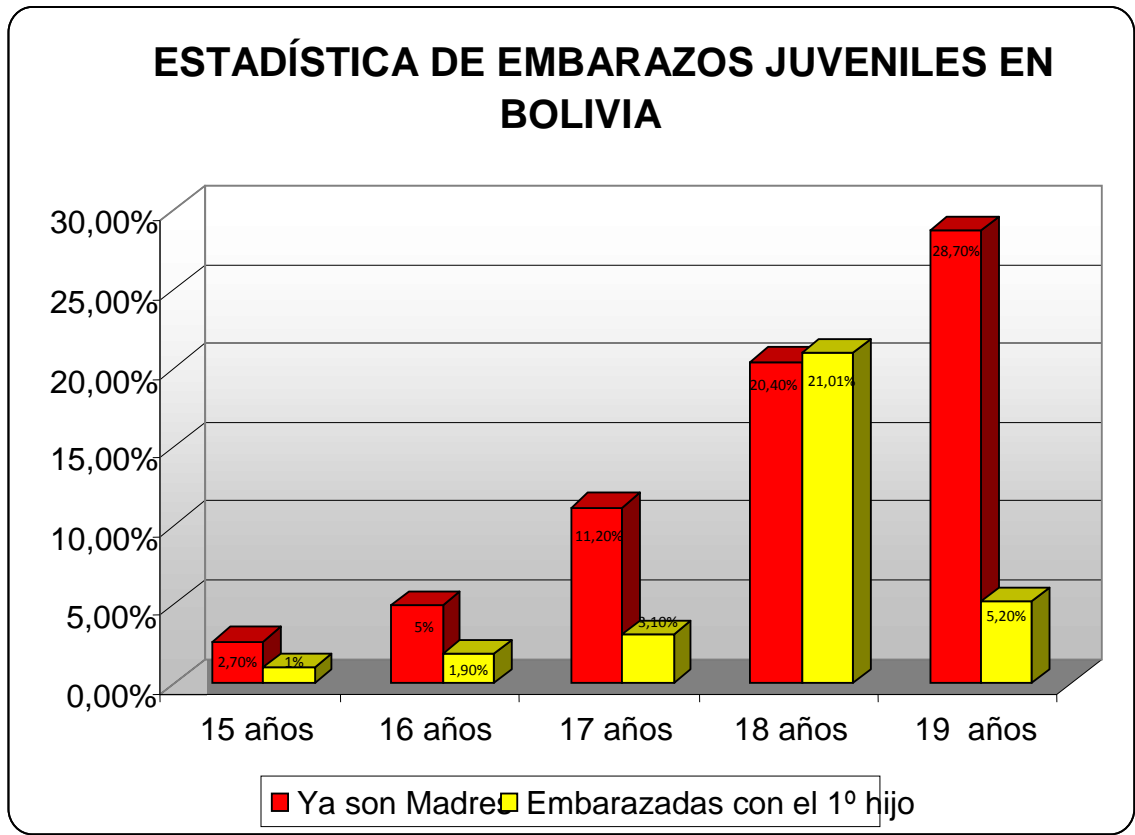
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA en base a una encuesta realizada a 300 personas del público en general en inmediaciones del centro paceño.



## ANEXO 10

### ESTADÍSTICAS DE EMBARAZOS JUVENILES EN BOLIVIA

EDAD	15 años	16 años	17 años	18 años	19 años
Ya son Madres	2,70%	5%	11,20%	20,40%	28,70%
Embarazadas con el 1º hijo	1%	1,90%	3,10%	21,01%	5,20%



FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, Censo de población realizado por INE, gestión 2001.

