

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Uno de los objetivos mayores de los sistemas democráticos modernos es contar con medios de comunicación libres, pero al mismo tiempo respetuoso de la voz y pensamiento de sus ciudadanos.

Los ciudadanos se sienten seguros cuando saben que las empresas o instituciones que actúan en su entorno, lo hacen respetando los derechos de la ciudadanía en los ámbitos político, económico, social y cultural.

En lo político y como consecuencia de los cambios políticos que se están produciendo en el país, en los últimos años se ha visto acentuada la lucha política entre partidos y sectores sociales. Esa confrontación ha llevado a que algunos medios de comunicación se conviertan en actores de la lucha política y social, defendiendo intereses que no siempre van a tono con los intereses de la colectividad.

En lo social la confrontación de intereses, es fuerte y a momentos genera tensiones y desencuentros entre diferentes sectores de la sociedad civil.

Está claro que para progresar y desarrollarse plenamente la sociedad, requiere el ejercicio de la libertad de expresión e información, sin embargo en los últimos años quedó claro que no todos los medios de comunicación o periodistas obran responsablemente y conforme a los códigos de ética del periodismo. Entre medio, existen intereses de todo tipo que suelen enturbiar el rol de los medios de comunicación y la labor de los propios periodistas, que afecta desde luego, el derecho a la libertad de expresión e información que no solo es de los medios y los periodistas, sino de la sociedad en su conjunto, es decir un derecho de mujeres, hombres, jóvenes, ancianos y niños.

En ocasiones sucede que los periódicos, radios y canales de televisión movidos por determinados intereses, publican o difunden una noticia o crónica que afecta la reputación de instituciones o personas. El perjuicio es directo para los injuriados porque una publicación inexacta, imprecisa o no verificada se instala en la mente de la gente provocando el desprestigio de esa persona o institución.

Es importante tener en cuenta que el derecho a la información es un derecho de toda la sociedad. No sólo un derecho de los medios de comunicación, de los periodistas o de los propietarios de los medios. Un derecho universal cuyo objeto son las opiniones e informaciones.

Es el derecho de los lectores a ser informados exactamente y el deber de los escritores (periodistas) de informar precisa y exhaustivamente al público acerca de determinados hechos y acontecimientos.

Sucede a menudo que como en todo, existen en la sociedad medios de comunicación que obran bajo códigos de ética y responsabilidad periodística. Sin embargo también existe otro grupo de medios que privilegia intereses económicos o políticos y por ese afán distorsiona en su labor la buena administración de la verdad.

A menudo son estos medios los que acaban influyendo a nivel político y social generando un cuadro de malestar que perjudica a la larga a toda la sociedad.

Por esa razón y bajo la premisa de que es importante precautelar el ejercicio responsable y ético de los medios de comunicación y los propios periodistas, se hace necesaria la creación de un Defensor del Público lector, oyente y

televidente como instancia a la cual pueden acudir las personas o instituciones afectadas por la labor de algunos medios.

La investigación está organizada en todos sus capítulos del siguiente modo:

En el primer capítulo se presenta del problema con los datos que social y jurídicamente sustentan la necesidad de llevar adelante la investigación.

El segundo capítulo del marco teórico expone antecedentes que desde diferentes ángulos explican la función de la prensa en la historia y el rol social y político que en todo tiempo y lugar jugaron los medios de comunicación.

En el tercer capítulo se plantea el diseño metodológico. Se detallan las unidades de análisis a partir de las encuestas realizadas y las definiciones metodológicas adoptadas para alcanzar el objeto de estudio.

En el cuarto capítulo van los resultados de la investigación, el análisis expuesto en gráficos y su interpretación.

El quinto capítulo van las conclusiones de la investigación, donde resaltan los resultados de la encuestas realizadas y los puntos de vista que expresan los actores sociales inmersos de manera directa en la referida temática.

1. Planteamiento del problema

La sociedad boliviana está viviendo una coyuntura de cambios políticos, sociales y culturales que también abarca a la labor que realizan los medios de comunicación escritos, radiales y televisivos.

Por un lado la sociedad reclama la vigencia de las libertades y fundamentalmente del derecho a la libertad de información y expresión y por el otro la propia sociedad exige que los medios de comunicación jueguen un rol de mediación responsable en el marco de las normas éticas que amparan el oficio periodístico.

Esta situación plantea un cuidadoso análisis de la labor de los medios, porque lo que hace un medio de comunicación no se equipará, por ejemplo, al trabajo de una fábrica de camisas. Se trata de una función social de distinta naturaleza que trabaja más bien con contenidos y significantes de distinto signo y que de hecho es delicada por ser una labor mediadora entre intereses políticos y sociales de diferentes sectores.

Considerando que en la actualidad Bolivia superó la oscura noche de las dictaduras militares, el poder civil se afianzó en ese ámbito y la sociedad se organizó conforme manda el estado de derecho, es decir con instituciones democráticas que deben sujetarse a una serie de controles tanto por lo que mandan las normas, pero también controles que surgen del poder que modernamente adquirió en las sociedades democráticas la opinión pública, es decir los controles que nacen de la sociedad misma, de la voz y palabra de los ciudadanos.

En una sociedad democrática, toda actividad debe estar enmarcada en los límites de respeto y cuidado del derecho ajeno. Debido a la competencia que

existe entre los medios de comunicación y los intereses políticos que subyacen a su actividad, sucede que algunos periódicos, canales, y radios de Bolivia transgreden determinados límites éticos, vulnerando el derecho de las personas naturales y jurídicas a cuidar esa imagen.

Ese modo de obrar mina la credibilidad de los medios de comunicación y genera peligrosas tensiones al interior de la sociedad boliviana.

El poder de los medios de comunicación no puede ni debe ser utilizado para afectar la imagen de personas e instituciones del país, porque la comunicación es una labor de servicio social y en esa medida debe tener un comportamiento que ayude y garantice la convivencia democrática de los bolivianos.

2. Formulación del problema

¿De qué modo se podrá evitar que la honra y prestigio de ciudadanos, servidores públicos e instituciones sea afectada por la labor de los medios de comunicación escritos, radiales y televisivos?

3. Propósito (alcance o finalidad)

En Bolivia se han presentado casos en los cuales varios medios de comunicación, afectaron la imagen de personas naturales y jurídicas. Consideremos los siguientes hechos:

- El 3 de enero de 2001, el periódico de crónica roja "Extra" publicó que la esposa del ex ministro de Gobierno Walter Guiteras, denunció a su marido ante una comisaría por una presunta agresión ocurrida en la noche de Año Nuevo y que el político utilizó sus influencias para eliminar la denuncia del

registro policial. Guiteras interpuso una demanda penal contra el periódico Extra, que duró más de veinte meses hasta derivar en la conformación de un Tribunal de Imprenta.

-La Comisión Especial Pluripartidaria del Senado concluyó que el periódico de crónica roja Extra, "usó y abusó de la libertad de prensa", al no "cumplir con su obligación de constatar la veracidad de sus fuentes de información". (La Razón, 8 de febrero de 2001)¹

-En 8 de junio de 2010 el periódico La Voz de Cochabamba, publicó una noticia que indicaba que el Banco de Crédito-BCP corría el riesgo de quiebra, lo cual derivó en una corrida de depósitos que afectó a la entidad financiera. El jefe de prensa del periódico La Voz, Freddy Uscamayta, dijo que la noticia que publicó este medio impreso en la víspera en Cochabamba, sobre una posible quiebra del Banco de Crédito (BCP), se sustentó solamente en rumores y que la entidad financiera no tiene ningún asidero para iniciar a este medio de comunicación, un proceso penal.

“Ellos (BCP) no tienen ningún asidero para poder plantear un proceso en este caso, debido a que si se lee claramente el contenido de la nota se está indicando que son rumores, (por eso) ningún abogado va sostener nada (en contra de La Voz), ni tampoco las autoridades judiciales”, afirmó Uscamayta, en declaraciones exclusivas a la radio Pío XII de la Red Erbol.²

En septiembre de 2012 el gobierno boliviano acusó a una agencia de noticias y dos periódicos de tratar con prejuicios racistas una declaración del presidente Evo Morales, sobre el pueblo cruceño.

¹La Razón, 8 de febrero de 2001, pág. 24, Sección política.

²Uscamayta Freddy, Jefe de Redacción de La Voz, en Erbol, 2011.

“El Gobierno de Bolivia denunció por "incitación al racismo" a una agencia de noticias y dos diarios por publicar una nota con la supuesta distorsión de unas palabras del presidente Evo Morales por las que recibió críticas de dirigentes del oriente del país, informó una fuente oficial. El ministerio de la Presidencia denunció a la Agencia de Noticias Fides (ANF), propiedad de la Iglesia católica, y los periódicos Página Siete y El Diario, dijo en una rueda de prensa el viceministro de Coordinación Gubernamental, Javier Baldiviezo”.³ Este caso alcanzó repercusión internacional porque fue la primera vez que un gobierno se querelló contra algunos medios de comunicación. La noticia dio la vuelta al mundo, y con el correr de los días se entendió que con el indicado proceso el gobierno de Evo Morales buscaba moderar a la prensa boliviana.

No se puede olvidar que los principales medios de comunicación, habían asumido una actitud fuertemente opositora contra su gobierno, sobre todo después del desgaste que sufrieron los partidos políticos tradicionales. Muchos analistas coincidieron que la oposición al gobierno se trasladó de los desgastados partidos a los medios de comunicación.

Beth Costa, secretaria general de la Federación Internacional de Periodistas-FIP, sostuvo que no siempre la responsabilidad por las distorsiones debe recaer en los periodistas. En muchas ocasiones son las presiones de los propietarios de los medios lo que define el contenido de una información.

“Muchas veces cuando se quiere silenciar una información, un mensaje, se silencia el mensajero”,⁴ dijo Costa en declaraciones a Radio Nederland. Sin embargo a continuación la misma periodista deploró el papel de los

³Baldiviezo Javier, Viceministro de Coordinación Gubernamental, 2012, ANF.

⁴ Pimentel, Julio en Radio Nederland www.rnw.nl/espanol/article/la-libertad-de-prensa

propietarios de medios de comunicación indicando: “No puede haber libertad de prensa cuando los periodistas corren riesgos, son acosados o padecen precariedad laboral. Tampoco cuando existe exceso de concentración mediática en manos de unos pocos empresarios. Esta es nuestra primera consigna”⁵, manifestó.

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Demostrar que para garantizar un responsable ejercicio de la prensa escrita, radial y televisiva en Bolivia se hace necesario implementar la figura del Defensor del Público como instancia de defensa de la imagen de los ciudadanos, servidores públicos e instituciones.

4.2. Objetivos Específicos

-Analizar el marco jurídico que en Bolivia regula la labor de los medios de comunicación escritos, radiales, audiovisuales, digitales y de los periodistas.

-Demostrar la necesidad de que a través de un acuerdo entre sociedad y Estado se instituya el Defensor del Público, como instancia de defensa de toda la sociedad.

-Verificar los casos relevantes en los cuales a través de publicaciones en periódicos, radios y televisión se afectó la imagen (se distorsiono la verdad) de personas servidores públicos e instituciones.

⁵ IBID

-Definir los roles y características de la figura del Defensor del lector (Público) en Bolivia y otros países

-Interpretar los instrumentos y normas con los cuales la prensa regula su labor.

5. Hipótesis

Instituyendo la Defensoría del Público como mecanismo de regulación de la actividad periodística, los medios de comunicación asumirán con mayor responsabilidad y equilibrio su misión de informar con veracidad.

6. Variables, indicadores

6.1. Variable dependiente

Implementación del Defensor del Público

6.2. Variable Independiente

Informar con responsabilidad

6.3. Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores
<p>Variable dependiente</p> <p>Implementación del Defensor del Público</p>	<p>El Defensor del Público será una instancia de defensa de los derechos de los ciudadanos con la finalidad de preservar la imagen de las personas y las instituciones.</p> <p>Será un cargo similar al del Defensor del Pueblo y dependiente de la Asamblea Legislativa Plurinacional.</p>	<p>Actuará en todas las situaciones en que los ciudadanos vean vulnerados sus derechos ciudadanos.</p> <p>Denuncias, quejas, protestas.</p>	<p>Se crea un defensor frente a la labor de los diferentes medios de comunicación</p> <p>Defensor observa el comportamiento de los medios de comunicación</p> <p>Actúa investigando y averiguando cuando los ciudadanos presentan una denuncia contra un medio de comunicación o periodistas.</p>
<p>Variable independiente</p> <p>Informar con responsabilidad</p>	<p>Los medios de comunicación tienen la obligación de informar de acuerdo a ciertos parámetros éticos. (Gómez, 2007:97)</p>	<p>Por ser entidades privadas, prescinden de las normas éticas y las regulaciones que aparece en la CPE</p>	<p>Publican injurias</p> <p>Calumnias</p> <p>Información no verificada</p> <p>Se prestan al juego de intereses políticos</p>

Fuente: Elaboración propia, 2012

7. Limitaciones del estudio

Se observaron limitaciones durante la aplicación de las encuestas, sobre todo en las redacciones de los periódicos. Algunos periodistas al leer el contenido de la encuestas se abstuvieron de responder aduciendo falta de tiempo. Otros sí aceptaron, pero exigiendo que se les busque en otros horarios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las definiciones que se tiene de los medios de comunicación han ido cambiando. Con el transcurrir del tiempo y en ciertas circunstancias son complejas y parece difícil de tener una sola definición de los medios de comunicación.

El autor McQuail se refiere a los medios de comunicación de masas como: “una tecnología; los contextos social, político, económico y cultural de una sociedad; un conjunto de actividades, funciones o necesidades y la gente, consideradas como grupos, clases o intereses”¹

Estos cuatro elementos mencionados se han interaccionado de muchas maneras, dependiendo mucho de los contextos de cada sociedad y sin un orden lógico de primacía entre los componentes.

También, el autor Thompson, se refiere a los medios de comunicación y señala que: “El uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo. Cuando los individuos utilizan los medios de comunicación, se introducen en formas de interacción que difieren en ciertos aspectos del

¹, MCQUAIL, Denis. “Introducción a la Teoría de la Comunicación de masas”, Tercera Edición, Editorial Paidós, España, 2000, Pág. 44

tipo de interacción cara a cara que caracteriza la mayoría de los encuentros de la vida cotidiana”²

Lo cierto, es que el avance tecnológico es fundamental para que los medios de comunicación sean cada vez más modernos y lleguen a cantidades enormes de población, haciendo que ya no existan las fronteras para conocer lo que sucede en el mundo.

Los medios de comunicación son escritos y audiovisuales como se detallan a continuación.

1.1. El Periódico

Antes de la aparición del periódico se inventó y se perfeccionó la Imprenta (Gutenberg) cuya evolución llevó más de un milenio. Se debe tener en cuenta que antes de que aparezca el periódico, parece ser la carta y posteriormente el libro los precursores de este medio escrito.

Al respecto, McQuail se refiere a este medio impreso: “lo que distinguió a los primeros periódicos fue su publicación regular, su carácter comercial (obviamente en venta), su diversidad de propósitos (para información, registro, publicidad, entretenimiento y cotilleo) y su carácter público o abierto”³

² THOMPSON, John B. : “Los Medios y la Modernidad” Una teoría de los Medios de Comunicación, , Primera Edición, Editorial Paidós, España, 1998, Pág. 17

³MCQUAIL, Denis.”Introducción a la Teoría de la Comunicación de masas”, Tercera Edición, Editorial Paidós, España, 2000, Pág. 45

La historia posterior de este medio impreso, se la puede considerar como una serie de luchas constantes, con avances y también con retrocesos, por la causa de la libertad, el progreso económico y tecnológico.

Así, el desarrollo de la tecnología posibilita a este medio impreso mayor alcance e influencia en los lectores, como indica Casto Millán: “La hoja impresa, el periódico lleva la información con una sensibilidad muy particular, comparando con otros medios de comunicación. En la mayor parte de los casos una persona llega a aceptar como verdad indiscutible todo lo que en letra impresa, ya que una misma palabra no es igual en sus efectos, hablada o escrita (impresa) y aun así varía cuando se trate de un libro, una revista o un periódico”⁴

Las técnicas de impresión fueron perfeccionadas y permitieron el uso de varios colores, tirajes de millones de ejemplares, formatos originales en periódicos, revistas, libros, folletos y carteles.

1.2. La Radio

La aparición de este medio de comunicación es el resultado de una serie de descubrimientos e ideas. Este invento mediante su dispositivo transmisor, permitió prolongar a cualquier distancia la voz humana, la que a su vez, mediante el dispositivo receptor era escuchada por cualquier cantidad de personas.

Para que la radio se perfeccione como hoy en día, tuvieron que pasar muchos años, así el año 1867, “el físico inglés James Clerk Maxwell, formuló la primera fundamentación teórica de la radio en la obra Electricity

⁴ MILLÁN Casto O.: “ El Periodismo en Bolivia”, Editorial Quelco, La Paz Bolivia, 1974

and Magnetism, al describir el fenómeno de las ondas electromagnéticas”⁵
Sin embargo, la demostración de la existencia real de estas ondas se debe al alemán Hertz, quien provocó una chispa eléctrica entre dos electrodos de forma esférica y vio que al mismo tiempo, aparecían chispas entre otros dos electrodos que estaban algo alejados de los del emisor. Entonces es que el inventor llegó a la conclusión de que la energía se había transmitido a través del aire.

Años después, el italiano Marconi fue el pionero de la radiotelegrafía. La radio extendió la voz del hombre a través de montañas, desiertos, valles y mares, permitiendo llegar hasta los hogares y lugares más aislados del mundo.

1.3. La Televisión

La radio como la televisión, tuvieron que recurrir a otros medios de comunicación ya existentes y gran parte de sus contenidos populares son derivados: cine, música, relatos, noticias y deporte. Según Williams citado por Mcquail: “De forma distinta a las anteriores tecnologías de comunicaciones, la radio y la televisión fueron diseñadas esencialmente como sistemas de transmisión y recepción, y consideradas como procesos abstractos con una escasa o nula definición previa de contenidos”⁶

La invención de la fotografía también tuvo un impacto mucho más fuerte sobre el desarrollo de la comunicación visual, ella permitió la ilustración de libros, periódicos y revistas; inspiró el nacimiento del cine, primero mudo,

⁵ Enciclopedia COMBI Visual, Ediciones Éxito S.A, España, 1978

⁶ MCQUAIL, Denis. “Introducción a la Teoría de la Comunicación de masas”, Tercera Edición, Editorial Paidós, España, 2000, Pág. 52

más tarde sonoro; aliada a la electrónica, culminó en la transmisión de las imágenes vía televisión.

El alcance de la comunicación fue asegurado de manera definitiva por la invención de los medios electrónicos, los que aprovechan diversos tipos de ondas para transmitir signos: el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión y finalmente el satélite.

Todo este desarrollo de la tecnología hizo que las noticias llegarán de un continente a otro en cuestión de segundos, por no decir simultáneamente a los hechos que suceden en algún lugar de los países, al respecto el autor Diaz Bordenave manifiesta: “El dominio de las ondas electromagnéticas por el hombre redujo el tamaño del mundo y lo transformó en una “aldea global”. Si algunos años atrás una noticia precisaba de 4 meses para llegar de Europa a América del Sur, hoy no demora más que segundos”⁷

En Bolivia, la televisión apareció en la década de los sesenta, en blanco y negro, al igual que la radio se convirtió en toda una magia en los hogares.

1.4. Internet

Este medio masivo de comunicación, se ha convertido en un nuevo medio intelectual, como lo manifiesta el autor Piscitelli: “... es un nuevo soporte intelectual en el sentido en que lo fueron en su momento la inscripción en piedra, el papiro, el papel y recientemente los soportes electromagnéticos...(…) son nuevas formas expresivas de enseñar, de

⁷ DIAZ, Bordenave, *Comunicación y Sociedad*”, Escuela Profesional “Don Bosco”, primera Edición, La Paz – Bolivia, 1985, Pág. 26

aprender, negociar, vender y entretener, es similar a lo que sucedió con todas las tecnologías de los medios”⁸

Internet aparece aproximadamente en el año 1946 en estados Unidos y es Paul Baran, quien acepta trabajar en Rand Corporation creado por el gobierno norteamericano, quien le pide crear un sistema de comunicación capaz de resistir un presunto ataque nuclear, Baran abogó por la creación de un sistema de comunicación digital.

Este medio de comunicación se ha convertido en algo universal y permite que las personas se comuniquen por nuevas vías, abarca gobiernos, escuelas, negocios, hogares, en fin todo y como realmente ha cambiado la vida de las personas.

2. Importancia de los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación han jugado, juegan y seguirán jugando un papel fundamental en el desarrollo de la opinión pública. Los medios determinan en gran medida la manera en que las personas se informan acerca de lo que pasa a su alrededor y esto ayuda a la generación de opiniones.

Los medios de comunicación deben resaltar la gran importancia de la información al dotarle de dos requisitos básicos explica Gonzáles Gaitano: “La información debe ser inteligible, comprensible, característica que no es propia de la comunicación. La información debe ser entendida, es un proceso de transmisión clarificativa en el que los actores establecen una relación de

⁸PISCITELLI, Alejandro: “Internet, la Imprenta del Siglo XXI”, Primera Edición, Editorial Gedisa, España, 2005, Pág. 21

intercambio sumativo y creador de nuevas informaciones. La información, a decir de los clásicos, debe ser entendida.

La información debe ser necesariamente verdadera, debe ser verdad. Si no es verdad, no es información es desinformación”.⁹

Gracias a los medios de comunicación la sociedad se mantiene informada de los acontecimientos que pasen en ella. Estos tienen la función de expresar las opiniones de la sociedad y tratar de ser un nexo entre el estado y la sociedad civil. Sin embargo, hoy en día una gran parte de los medios de comunicación, han dejado de lado sus códigos deontológicos por el lucro; ya que no todos los medios presentan noticias con una verdadera investigación o no son objetivos si no que se basan en opiniones o en lo que dice la gente mas no, en una investigación seria. Por eso hoy muchas personas ven a los medios de comunicación como un medio de entretenimiento más y no como un medio de información, lo cual marca una crisis para los mismos medios.

En el entendido de que una sociedad democrática requiere de modo imprescindible el funcionamiento de los medios de comunicación, existe la necesidad de pensar en mecanismos o instituciones que permitan un balance o equilibrio entre la necesidad de preservar la libertad de expresión e información y la necesidad de que dicha libertad sea manejada responsablemente.

Por tanto es necesario introducir en el rol de los medios de comunicación ciertos mecanismos de regulación de esa actividad, antes que la libertad irrestricta de los mismos, siga afectando la imagen de los ciudadanos, funcionarios públicos e instituciones y el sano deseo de vivir en libertad.

⁹ Gonzáles Gaitano, citado por Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 25

La incorporación del defensor del público, implicaría dar un paso hacia adelante en la necesidad de regular el oficio periodístico en Bolivia, ante la obsolescencia de la Ley de Imprenta del año 1925 y la inaplicabilidad de los restantes códigos de ética de los gremios periodísticos.

Desde esa óptica regular significa no dejar el ancho camino de la libertad de expresión e información sólo para los periódicos, canales y radios, sino exigir que esa labor tenga ciertos límites y formas de control que aseguren que los medios de comunicación desenvolverán su actividad, respetando la honra, dignidad y prestigio de las personas e instituciones.

3. Derecho a la Información

De acuerdo a lo que establece Andrés Gómez Vela en su libro Mediopoder, “Las Naciones Unidas, en la Declaración sobre los Medios de Comunicación que hizo en 1978, considera que la información es un componente fundamental de la democracia y constituye un derecho del hombre, de carácter primordial en la medida en que el derecho a la información valoriza y permite el ejercicio de los demás derechos”.¹⁰

Para Barroso y López el Derecho a la Información es: “Un derecho universal, un derecho de todos los hombres. El objeto de este derecho son las opiniones e informaciones, que incluyen todo tipo de mensajes, distinguiendo tres facultades esenciales: la de recibir, la de investigar y la de difundir”¹¹

¹⁰ Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 21

¹¹ Barroso y López citados por Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 54

Alessandro Scurani citado por Gómez describe el Derecho a la Información desde un doble punto de vista: El derecho de los lectores a ser informados exactamente y el deber de los escritores de informar exacta y exhaustivamente al público acerca de determinados hechos y acontecimientos; o el derecho del escritor mismo a tener acceso a fuentes de información completas y objetivas. Por otro lado el Derecho del Público a la información parece que, en algún caso, puede ser limitado por graves razones de orden público y siempre con miras al bien común. Pero en tal caso la verdad no deberá sufrir distorsión alguna, aunque puedan callarse algunos particulares, por necesidad de secreto, para evitar grandes escándalos o simplemente por motivos de buen gusto.

Retomando a Barroso y López afirman que: “para que se dé el derecho a la información, la noticia debe ser de hechos con trascendencia pública y ser conforme con la realidad completa, asequible por igual a todos y rápida. En cuanto a opiniones, como segundo objeto de este derecho, comprende las ideologías, juicios u opiniones propiamente dichas o conclusiones que se obtienen de aplicar las ideas a los hechos. En cambio, la facultad de investigar concibe la prerrogativa atribuida a los profesionales de la información, a los medios informativos en general y al público, de acceder directamente a las fuentes de las informaciones y de las opiniones y de obtener éstas sin límite general alguno”.¹²

En Bolivia el derecho a la información está regulado por la Constitución Política del Estado (2009:15) en dos artículos que indican:

Artículo 106

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

¹² IBID

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

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

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

Artículo 107

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

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

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

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

4. Libertad de la Información

El profesor Julio Escobar de la Serna explica que “la libertad de información entraña una doble faceta: la libertad de información activa, es decir, el derecho a comunicar libremente información veraz por cualquier medio de difusión, y la libertad de información pasivo o derecho a recibir aquella, a las que debía añadir la libertad de creación y gestión de empresas informativas. La libertad de información debe entenderse en sentido amplio como la libertad de prensa y, como tal, es propio esencialmente de la profesión periodística, aunque pueda ejercer este derecho todos los ciudadanos”.¹³

La libertad de la información en realidad es el vehículo de la transmisión de noticia y pensamientos, por esta razón es un derecho fundamental reconocido por la declaración internacional de la Organización de las Naciones Unidas. “La información debe ser expresión de libertad. Pero la libertad periodística, no es absoluta. Es un derecho relativo y tiene que coexistir con otros derechos. Hoy en día, es evidente que el derecho a la difusión o comunicación de noticias es tan fuerte que se explica que la libertad de expresión se haya confundido con el derecho mismo de la libertad de información y que sea la única facultad que proclamen algunas declaraciones nacionales de derechos”.¹⁴

“La libertad de información no puede actuar independientemente de la verdad del contenido de la noticia. La noticia verdadera es el objetivo de la libertad

¹³Escobar de la Serna Julio Citado por Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 58

¹⁴ Romero Coloma Aurelia María, Derecho a la información y libertad de expresión, Bosch, Barcelona, 1984, pág. 48

de prensa. La prensa depende, para tener algún efecto y ser económicamente viable, de una transmisión de información lo más rápida posible. Esta libertad no se extiende a las informaciones deliberadamente falsas, injuriosas, calumniosas, difamatorias, o delitos contra el honor, intimidad, propia imagen, juventud o infancia. Tampoco puede amparar una interpretación que abarque un deliberado o descuidado mal uso del derecho fundamental a la libertad de expresión (...) Lo que se pretende es proteger a la prensa frente a la exigencia de un deber de cuidado exagerando y frente a intromisiones preventivas por parte de órganos estatales, ya sea la policía, ya sea la justicia ordinaria”.¹⁵

Sobre esta reflexión jurídico-política urge agregar que la libertad de prensa también debe estar destinada a proteger al ciudadano de la posible intromisión del propietario o los gerentes de un medio de comunicación en el contenido de la información y en la construcción de los mensajes, generando efectos negativos en los asuntos públicos para beneficiar a intereses de grupos aglutinados detrás de la máscara de las libertades de información, expresión, y de prensa.

Para salvaguardar al ciudadano de posibles excesos de propietarios, gerentes o periodistas, se ha establecido el derecho de réplica y de la corrección de errores, que facultan a las personas físicas y jurídicas acogerse a esta norma, que figura en la mayoría de las legislaciones de las sociedades democráticas, para expresar su versión respecto a un hecho y obligar al medio a rectificar la noticia en caso de haberse equivocado o solicitar el resarcimiento económico y moral, si considera que su honor, intimidad o imagen fueron afectadas.

¹⁵ Barroso Porfirio y López Talavera María, Libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales, editorial Fragua, Madrid, España, 1997, pág. 58

El Decreto *Inter mirifica* del Concilio Vaticano II aconseja a las autoridades civiles defender y tutelar una verdadera y justa libertad de información: “Las autoridades civiles tienen peculiares deberes en esta materia en razón del bien común al que se ordenan estos instrumentos. Por virtud de su autoridad, y en función de la misma, les corresponde defender y titular una verdadera y justa libertad que la sociedad moderna necesita enteramente para su provecho, sobre todo en lo que atañe a la noticia (...) Téngase especial cuidado en proteger a los jóvenes de la información y de los espectáculos que sean perniciosos para su edad”.¹⁶

5. Origen y Características del Defensor del Lector

El defensor del lector ombudsman es una figura que surgió en los medios de comunicación escrita alrededor de 1912 - 1916, cuando en Suecia se nombró un consejo de prensa o sea un defensor plural para todos los medios escritos, es lo que explica Paz en su libro *En los zapatos de la pulga* y hace además un recorrido del defensor del lector por otros países como se presenta a continuación.

-En los Estados Unidos de América surgió el año 1967 en dos periódicos de Louisville en Kentucky; En esos Estados nombraron a John Herchenroeder como primer Ombudsman en Estados Unidos, no sólo para recibir quejas sino para establecer lo que andaba mal en la prensa; el defensor se movía entre dos tareas diferentes; la de recibir quejas y la de proporcionar respuesta a la crisis de los periódicos.

-A nivel latinoamericano, el Ombudsman existe en Brasil desde 1989, fecha en que se instituyó en la *Folha de Sao Paulo*. En Colombia fue el diario *El Tiempo* el primero en adoptar esta figura, posteriormente se le unieron *El*

¹⁶ Gómez Vela Andrés, *Mediopoder*, editorial gente común, La Paz Bolivia 2006, pág. 64

Espectador y el Colombiano de Medellín. Hay además defensores del televidente en los canales RCN y Caracol.

-En México existen cuatro defensores del lector –antes del de Noroeste-. El periódico Público- Milenio de Guadalajara, instituyó esta figura en 1999 y la ha ido construyendo de manera adecuada.

-En Noroeste de Culiacán, con la elaboración y puesta en funcionamiento del Manual de Estilo y el Código de Ética, la figura del defensor del lector viene por un lado a completar este esfuerzo como parte de las exigencias técnicas y éticas y, por otro, a cubrir la necesidad del lector de que este diario tenga un representante ante la redacción que vigile el cumplimiento de sus derechos. (Paz, 2007:25).

Características

El defensor del lector Ombudsman es una figura u oficio en construcción. No existen modelos claros en el mundo, aunque sí intentos importantes que van estableciendo experiencia en el desempeño de este rol en el ejercicio periodístico.

Los planteamientos que más se mencionan en la revisión de distintas experiencias en torno a la institución del Ombudsman, son las siguientes: - Debe tener independencia y autonomía en su actuación.

-No tiene autoridad en la redacción del periódico y no hay autoridad sobre él.

-Las suyas son propuestas para el diario.

-Tiene la tarea de rectificar, corregir o aclarar cuando fuera el caso.

-Su tarea es representar al lector ante la redacción.

5.1. El Defensor del Lector en Bolivia

Hasta el año 2003 el periodismo Boliviano se autorregulaba en el ámbito gremial a cargo de tribunales de honor de las agrupaciones profesionales de periodistas con jurisdicción sólo sobre sus miembros. Esta regulación ha tenido modesta eficacia.

Es a partir del 2003 hasta el 2006 que se implementa el defensor del lector “encabezado por El Deber de Santa Cruz, cuyo Subdirector, Juan Carlos Rivero Jordán asumió su coordinación con habilidad y entusiasmo. Contó con el asesoramiento del principal especialista sobre la materia en Latinoamérica, el renombrado periodista colombiano Javier Darío Restrepo y Luis Ramiro Beltrán Salmón que desempeñó el papel del defensor del lector por dos años. Fue invitado por el Director ejecutivo de El Deber, Pedro Rivero Jordán, inspirador y promotor de la experiencia del defensor del lector...”.¹⁷

Según Martha Paz, Luis Ramiro Beltrán era el intelectual y periodista que reunía el perfil adecuado para desempeñar el cargo tanto por su trayectoria profesional, como por su solvencia ética e independencia comprobadas. “En los años 70 se destacó entre los proponentes de la democratización de la comunicación y del planeamiento de ella para el desarrollo, con énfasis en políticas nacionales de comunicación. Sus análisis críticos de las premisas, objetos y métodos de la investigación científica en su campo tuvieron resonancia internacional. Es conocido como uno de los fundadores de la corriente científica progresista denominada Escuela Crítica Latinoamericana de Comunicación. Por estos méritos es el único latinoamericano que obtuvo el Premio Mundial de Comunicación McLuhan”¹⁸.

Beltrán, se hizo cargo de la Defensoría del Lector de los ocho periódicos del Grupo Líder: El Deber de Santa Cruz, La Prensa de La Paz y Oruro, Los

¹⁷ Beltrán Salmón, Luis Ramiro, prologuista del libro En los zapatos de la pulga de Martha Paz, 2007, pág. 1.

¹⁸Paz, Martha. En los zapatos de la pulga. Ediciones ARU, La Paz Bolivia. 2007. Pág. 28

Tiempos de Cochabamba, Correo del Sur de Sucre, El Potosí de Potosí, El Alteño de El Alto, El Norte de Montero.

Posterior a Beltrán asumió el cargo de Defensor del Lector Martha Rosa Paz Burgos del periódico El Deber. Ella es comunicadora social y docente universitaria, con varias maestrías e investigaciones sociales. Fue periodista y editora de El Deber, durante cuatro años. El tiempo que estuvo como Defensora del Lector fue de un año.

La investigadora y comunicadora Martha Paz ha sido la primera y única mujer Defensora del Lector en el país. Ella afirma que los periodistas asumieron una actitud “negativa” y los lectores una participación escasa.¹⁹ Y sostiene que el parangón con el nombre de su libro, viene porque una pulga en la oreja pica o molesta a cualquier persona, y el Defensor se convirtió en ese bicho que provocó resquemores en los periodistas. Martha Paz concluye que es comprensible, pero inaceptable “la actitud negativa y defensiva” que asumieron algunos periodistas, generalmente a cargo de puestos claves en la Redacción, mientras que caracteriza como “preocupante” la poca respuesta de los lectores.

En ese contexto, Paz asegura que si un medio asume públicamente que se autorregula, que acepta sus errores y los enmienda, aumentará su credibilidad; la población tendrá la oportunidad de opinar y poner en práctica el derecho a la comunicación y los niveles políticos no tendrán necesidad de realizar una vigilancia a esta labor.

¹⁹ IBID, pág. 29

5.2. El Estatuto del Defensor del Lector

Se considera necesario conocer en forma completa lo que fue el primer estatuto del defensor del lector en Bolivia, ya que este incide en el planteamiento de la figura del *Defensor del Público*.

Publicado en las páginas del Manual de Redacción del periódico El Deber (2005), El Defensor del Lector dice textualmente lo siguiente²⁰ :

Principios de la Autorregulación

a) Necesidad de autorregulación: El Deber reconoce la necesidad de autorregulación para perfeccionar su desempeño bajo un esquema de interacción medios – comunidad, así como para consolidar y expandir la credibilidad y respetabilidad. La autorregulación consiste fundamentalmente en definir reglas básicas de conducta institucional y profesional que señalen los límites y las posibilidades del ejercicio periodístico en su relación con los lectores del diario y con la sociedad en general.

b) Abusos de la libertad de expresión: La autorregulación busca erradicar los abusos de la libertad de expresión. Frente a la tutela del Estado y el libertinaje del mercado, El DEBER elige la libertad de guiarse y evaluar sus acciones de acuerdo con sus propias normas y valores. La autorregulación no tiene como tarea suplantar los papeles propios del Estado y del mercado, sino compensar sus insuficiencias y sus limitaciones.

c) Defensoría del Lector: El mecanismo más conocido para efectuar la autorregulación es la Defensoría del Lector, que ya existe desde hace algunos años en ciertos países de Europa, Norteamérica y Latinoamérica. Por tanto, este diario le instituye mediante el presente estatuto, que define la naturaleza de esa función encarnada en la figura del Defensor del Lector.

²⁰ Paz, Martha. En los zapatos de la pulga. Ediciones ARU, La Paz Bolivia. 2007. Pág. 30

d) Perfil del Defensor: El Defensor del Lector es una persona a quien se la reconoce alta profesionalidad, moralidad y pluralidad. Debe ser un lector acucioso, crítico, enterado, ético y justo. Durante el desempeño de sus funciones, no podrá ocupar cargos públicos ni pertenecer a partidos políticos o a cualquier institución que le genere un conflicto de intereses con el periódico.

e) Funciones: El Defensor del Lector ayuda al diario a atender y responder a las quejas del público. También cumple una función pedagógica frente a los lectores y miembros de la Redacción: enseña a tener los contenidos implícitos de las noticias, a diferenciar los argumentos coherentes de la palabrería insignificante; resalta los valores de la información, y enseña la tolerancia y a respetar visiones opuestas a la ideología del periódico.

f) Derecho a réplica: Cuando el medio se equivoque, debe reconocerlo y proceder a hacer rectificaciones, correcciones y aclaraciones precisas. Toda persona afectada por afirmaciones inexactas o agraviantes para su honor por publicaciones tiene derecho a réplica de forma gratuita. El periódico no puede negarse sin causa justa a publicar la réplica o defensa del reclamante y no debe demorar su publicación por más de tres días hábiles después de presentado el reclamo.

g) Falibilidad de los medios de comunicación. Es una premisa razonable sostener la imposibilidad de que los medios de comunicación social garanticen generar información precisa siempre y en todos los contenidos, pues el derecho a la libertad incluye el derecho a caer en el error. Lo que la moral no cubre es el derecho de incurrir deliberada o responsablemente en el error.

h) Objetivos a derecho a réplica. Ante la inevitable falibilidad de los medios de comunicación se ha instituido el derecho a réplica, que permite al afectado –por una información inexacta- el acceso al medio para su propia versión de los hechos controvertidos. Los objetivos de este derecho son:

-Construir una vía inmediata, de carácter extrajudicial, que habilite al particular para defender su reputación, personalidad, imagen u honor afectados por una información inexacta o equivoca, mediante la difusión de las precisiones o correcciones pertinentes.

-Fortalecer la objetividad y la veracidad, en la información a través de una comunicación abierta entre emisores y receptores.

- Ofrecer a la sociedad distintas posturas y puntos de vistas sobre los hechos controvertidos, de modo que le brinden mayores elementos de juicio sobre temas de interés general, asegura el Manual de Redacción.

Funciones y Responsabilidades

Las funciones y responsabilidades del Defensor del Lector son, principalmente, la representación del lector ante el diario, el fomento de la corrección y la transparencia en el trabajo periodístico, y el asesoramiento a la Redacción.²¹

Como representante del lector ante el diario, el Defensor debe:

a) Servir como mediador independiente entre los ciudadanos y el medio de comunicación, así como entre la vigencia de los derechos de los ciudadanos a la información y el funcionamiento del periódico.

²¹ Paz, Martha. En los zapatos de la pulga. Ediciones ARU, La Paz Bolivia. 2007. Pág. 31

b) Contribuir a dar al lector oportunidad de participar al máximo posible, con opiniones y consejos, en la orientación del diario, acercando así al público el medio de comunicación y democratizando el espacio que ellos ocupan en el ámbito de la opinión pública.

c) Actuar como agente de enlace y promotor del diálogo, franco y frecuente, entre dirigentes de agrupaciones principales de la sociedad civil y conductores del diario para establecer un flujo sostenido de comunicación entre ellos y estimular las manifestaciones críticas del público.

d) Recopilar y analizar sistemáticamente las quejas, dudas apreciaciones y sugerencias de los lectores y contribuir a que se les dé curso público, amplio y destacado en el diario.

e) Publicar una columna periódica, claramente diferenciada de las demás, dedicadas a dar acogida a manifestaciones críticas del lector, y defender a este de errores, abusos y excesos por parte del periódico. Cuando lo vea pertinente, el Defensor del Lector publicará alguna de las cartas que le lleguen, luego de editarlas en función de la claridad y la concisión.

Además de la columna periódica, el Defensor del lector puede escribir en El Deber cualquier día de la semana, previa reserva de su espacio con 48 horas de anticipación. Como fiscalizador de transparencia y corrección, el Defensor debe:

a) Estimular, en general, el respeto por parte del diario del derecho a la información que asiste a los lectores.

b) Proporcionar el cumplimiento de los principios éticos de la profesión y de la empresa, a fin de robustecer la credibilidad y la responsabilidad del diario.

c) Impulsar la práctica de la rectificación justa, oportuna y adecuada, desechando la pretensión de infalibilidad y haciendo un hábito de la responsabilidad del diario.

d) Promover el ejercicio sostenido de la crítica interna en sentido autorregulativo de su orientación y desempeño.

Como asesor del diario, el defensor debe:

a) Mantener contactos frecuente con la directiva de la Redacción.

b) Leer y analizar todas las ediciones del diario.

c) Presentar a la directiva de la Redacción informes de labor con frecuencia semestral.

d) Establecer y sostener contactos con otros Defensores del Lector a fin de intercambiar información y experiencia laboral.

Procedimientos de Trabajo

El procedimiento de trabajo del Defensor del Lector en todo el grupo Lider, como manifiesta Paz²² es el siguiente:

Independencia. La relación entre los periodistas y el Defensor del Lector es la misma que se podría establecer un redactor y un lector. Por lo tanto, no es una relación de dependencia. El Defensor no está en posición jerárquicamente superior ni inferior a la de ninguna miembro de la Redacción. Sus funciones son totalmente independientes y autónomas.

Recepción de reclamos. El Defensor del Lector debe ser informado, con la mayor brevedad posible, de los errores de precisión, de coordinación, de enfoque o de manejo periodístico que puedan aparecer en el diario. La notificación de estos errores al Defensor es responsabilidad de la directiva de la Redacción. El aviso al Defensor del Lector debe incluir la entrega de

²² Paz, Martha. En los zapatos de la pulga. Ediciones ARU, La Paz Bolivia. 2007. Pág. 32

cualquier carta, comunicación, o documentos escritos que se haya recibido de las personas que hagan reclamos.

Proporcionar documentación de respaldo. El periodista debe facilitar el trabajo del Defensor del Lector en todo lo que este a su alcance. Esto implica suministrarle información adicional o publicada, así como informarles de las circunstancias y detalles de la manera en que se obtuvieron los datos.

Recomendaciones del Defensor del Lector. Los periodistas deberán escuchar las opiniones del Defensor y leer sus cartas internas, ambas cosas a título informativo. Cuando al oír tales opiniones o leer esas cartas se le presenten dudas sobre la manera de proceder en materia relacionada con la información; debería exponer tales dudas al editor de su sección o a la directiva de la Redacción.

El prestigio del periodista y las réplicas. El Defensor del Lector debe abstraerse de desprestigiar o emitir sentencia sobre el trabajo de los periodistas o de poner en duda su profesionalidad. Los comunicadores afectados por una réplica o artículo del Defensor tendrán siempre derecho a ser escuchados.

Autorización para publicar rectificaciones, correcciones y aclaraciones. A diferencia de la columna del Defensor del Lector, de la que él es su único responsable, las rectificaciones, correcciones y aclaraciones son responsabilidad del periódico. El Defensor del Lector podrá proponer, por cuenta propia, una rectificación, corrección o aclaración, pero será la directiva de la Redacción, la única que podrá autorizar que se publique. Por ejemplo, si se trata de un reclamo carece de fundamento, el periódico no está obligado a publicar una rectificación; si se trata de un tema controvertido, la directiva puede optar por publicar el reclamo del lector junto con una nota de Redacción donde fije su posición.

Honorarios y horario de trabajo. El Defensor del Lector no forma parte de la planta de trabajadores de El Deber. Por tanto, no recibe sueldo sin honorarios, según contrato civil. Su horario de trabajo será deberá ser fijado por mutuo acuerdo.

Periodo en ejercicio de funciones. El Defensor del Lector cumplirá su función por un periodo de un año, con la provisión de renovarse por otro año así llegasen a acordarlo las partes.

Causales de rescisión de contrato. El Defensor del Lector cesará en sus funciones cuando: Cumpla el plazo, presente su dimisión; la Directiva del Deber determinará que el Defensor del Lector ha vulnerado derechos básicos de las personas, dentro o fuera de la redacción.

Equipamiento de oficina. El periódico proveerá al Defensor del Lector las condiciones adecuadas para que desarrolle sus actividades con plena autonomía e independencia.

Réplicas y Derecho de Defensa

*Rectificaciones de Errores graves.*²³ Cuando en El Deber aparezca publicado un error comprobado sobre materia grave que pueda lesionar los intereses del lector o del protagonista de un hecho sobre el cual se haya informado, la directiva de Redacción, en coordinación con el Defensor del Lector, rectificara la información y determinará la forma en que lo hará. La persona que detecte un error o que reciba la queja o solicitud de rectificación deberá poner el caso a la consideración de la directiva de la Redacción, junto con un recorte de la información equívoca y la carta o documento que haya recibido.

²³ IBID, pág. 33

Procedimiento ante reclamos por errores graves. El periódico puede asumir las siguientes actitudes respecto de los errores comprobados o las solicitudes de rectificaciones:

a) Que el diario admita su error. Se publique la rectificación convenida, sin hacer mayor alarde de ella.

b) Que el periódico considere que no cometió un error e insista en la versión original. Debe publicarse la rectificación de todos los casos en la que la legislación boliviana lo demande, junto con una nota de la Redacción en la que se explique su posición. Esta nota debe ser concreta y no polémica, y limitarse a los hechos.

c) Que el periódico haya sido víctima de una celada, razón por la cual se publicó el error. Esto amerita un tratamiento noticioso aparte, además de la rectificación.

Texto de la rectificación. La directiva de la Redacción redactará el texto de la rectificación y lo entregará al Defensor del Lector. Si éste no tiene observaciones lo devolverá con su visto bueno. Si tiene observaciones, podrá entregarlas a la directiva, que adoptará la decisión final sobre la rectificación.

Ausencia del Defensor del Lector. En aquellos casos en que no esté disponible el Defensor del Lector y haya urgencias de rectificar, la directiva de la Redacción procederá según su criterio, pero deberá informar en la primera oportunidad.

Correcciones de errores de poca gravedad. Cuando el error sea de gravedad menor y no perjudique a terceros, la directiva de la Redacción o el editor correspondiente decidirán si amerita una corrección y ordena que se haga. Ellos también determinarán cuando el proceso de una corrección debe ser llevado al Defensor del Lector. Incluso se le puede pedir a él o ella que redacte alguna de estas correcciones.

Aclaraciones de textos confusos o incompletos. Si más que un error se trata de una redacción confusa que se presta para que el lector saque conclusiones equivocadas, o de una información a la cual le ha faltado un dato de importancia capital (como la segunda versión de un hecho contradictorio), la directiva de la Redacción o el editor correspondiente decidirán si debe hacerse un aclaración.

Replicas ante reclamos sobre textos confusos e incompletos. El Defensor del Lector debe ser consultado en aquellos casos en los que la declaración se refiere a un hecho de importancia que pueda tener consecuencias ulteriores. La directiva de la Redacción también puede pedir al Defensor del Lector que redacta algunas de estas aclaraciones.

Reglas Adicionales para Réplicas

Error involuntario. Los textos de una rectificación, corrección o aclaración no pueden tener la palabra “involuntario”, ni sus derivados o sinónimos. Se debe presumir que El Deber no puede haber errores voluntarios.²⁴

Textos de las réplicas en general. Todos los textos de correcciones, aclaraciones y rectificaciones deben ser claros, concisos, serios, no polémicos ni con ambigüedades.

Rectificaciones voluntarias. En el caso de rectificaciones no solicitadas, debe hacerse notar en el texto que se trata de un acto voluntario.

Espacio para las réplicas. El texto de la defensa o réplica debe publicarse en un espacio fijo y destacado. Cuando no haya ningún texto para publicar en este espacio, ocasionalmente se puede publicar una nota que explique la

²⁴ ²⁴ IBID, pág. 34

política de réplicas del periódico, con el fin de incentivar la participación de los lectores.

Límites para las réplicas. El derecho de respuesta no se puede ejercer de manera ilimitada y en todas las materias, toda vez que ello implicaría eventualmente vulnerar otras libertades públicas, en particular la libertad de expresión.

Reclamos por escrito y entrevistas personales. La directiva de Redacción debe acostumbrar a los lectores a presentar sus reclamos por escrito. Las entrevistas personales tienden a enredarse en polémicas estériles, fruto de las emociones del momento, y producen resultados poco efectivos a la hora de rectificar, corregir o aclarar el asunto informativo. La directiva de Redacción del Defensor y el Lector decidirá cuando es necesario recibir a una persona que quiere presentar un reclamo.

Aznar sostiene que “la autorregulación periodística por tratarse de una iniciativa de la sociedad civil y de una regulación deontológica y moral, la autorregulación suele carecer de otra capacidad coactiva que no sea la de su eco en la opinión pública. Aunque esto pueda parecer poco efectivo, es sin embargo enormemente valioso y necesario, ya que constituye una prueba de madurez de una sociedad cuyos miembros son capaces de asumir libremente responsabilidades y compromisos más allá de sus intereses particulares”.²⁵

6. MARCO JURÍDICO DE LA PRENSA BOLIVIANA

Bolivia nace a la vida republicana garantizando la libertad de expresión y el derecho a la información en la constitución de 1826 que, en su artículo 150 señala: “Todos pueden comunicar sus pensamientos de palabra o por

²⁵ Aznar citado por Paz, Martha. En los zapatos de la pulga. Editorial ARU, La Paz - Bolivia. 2007. Pág. 20

escrito, y publicarlo por medio de una imprenta, sin previa censura, pero bajo la responsabilidad que la ley determine”.²⁶

El abogado periodista Carlos Serrate Reich²⁷ explica que de este precepto viene la costumbre de denominar “Ley de Imprenta” a la ley particular que rige la libertad de opinión y de expresión, incluido el derecho a la información.

El comunicador e investigador Erick Torrico²⁸ . Indica que el 7 de diciembre de 1826 se aprobó la *Ley sobre la Libertad de Imprenta, sus abusos y penas* para ratificar el derecho establecido en la Constitución Política del Estado, que facultaba a cualquier ciudadano boliviano para publicar sus pensamientos en la prensa. En su parte fundamental, esta norma establece que “todo habitante puede publicar por la prensa sus pensamientos, conforme al artículo 150 de la constitución, siempre que no se abuse de esa libertad”. Los tres elementos prohibitivos fundamentales consistían en no injuriar a las personas, no publicar materiales opuestos a la decencia y a la moral ni contrarias a las leyes del Estado Esta norma también clasificó las penas en dos categorías: destierro y multas; e institucionalizó el juicio por jurados y la obligación de los editores de prescindir de los impresos anónimos.

El periodista Rodolfo Salamanca²⁹. Señala que los responsables de cualquier ataque de la prensa contra la Constitución y las leyes eran sancionados con seis meses a un año de destierro; los autores de los escritos contrarios a la moral y las costumbres pagaban una multa de 200

²⁶ Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 79

²⁷Serrate Reich Carlos, Marco legal de la Prensa en Bolivia, exposición realizada en el seminario Concentración de medios de comunicación y censura en Bolivia, organizada por la carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés de La Paz, 1999. Pág. 55

²⁸Torrico Villanueva Erick Legislación y Ética Periodística en Bolivia, Sindicato de Trabajadores de la prensa de La Paz, Bolivia, 1991. Pág. 60

²⁹ Salamanca, Rodolfo, Diseño histórico lineal de la libertad de Imprenta y pensamientos en Bolivia, ediciones Asociación de periodistas de La Paz, 1981. Pág. 101

pesos; y las injurias eran castigadas con una multa que oscilaba entre 100 y 1.000 pesos, caso contrario con prisión de un mes a un año. “No se sorprenda ustedes de esta cantidad de multa. Doscientos pesos, con moneda de altísimo valor adquisitivo, era mucho dinero. Mucho más de los que podemos calcular ahora. Los directores de periódicos ganaban como haberes elevados, 50 pesos al mes; los sueldos medios eran mucho menores. La multa era alta y difícil de cubrir por la gente común”, escribe salamanca y dice que la ley de 1826 creó “los jurados de imprenta para reconocer y fallar en una sola instancia sobre los procesos por delitos de imprenta”.

Serrate sostiene que las constituciones de 1831 (Art.150), de 1834 (Art. 152) y 1839 (Art. 149) copian el texto de la comisión de 1826, pero poniendo en plural “bajo la responsabilidad que las Leyes determinen” para atenuar y limitar el mandato. En la Constitución de 1843 (Art. 94) se establece una radical reducción del derecho de expresión oral al cancelarlo y mantener sólo el de la prensa “Todos tienen derecho a publicar por la prensa sus opiniones, sin previa censura, y bajo la responsabilidad de la ley”. Esta disposición es un fracaso y reflejo del espíritu dictatorial del General José Ballivián (1841-1847).

La Constitución de 1851, escribe Serrate, refleja el carácter popular del gobierno del general Manuel Isidoro Belzu (1848-1855), que en su artículo 6, inciso a, establece: “Todo hombre goza en Bolivia del derecho de petición y de la manifestación libre de sus pensamientos por la prensa o de otra manera, sin más límites que los que las leyes establecen”. El inciso b agrega: “ellas no podrán jamás someter la prensa a previa censura”.

En ese sentido Belzu, antes de la constitución de 1851, promulga el decreto *de la libertad de imprenta de sus abusos en 1850*. “Esta disposición tenía por objetivo proteger la libertad de prensa, pero al mismo tiempo impedir que se

cometieran excesos, considerándose como tales los escritos anti-religiosos, contrarios a los intereses de la nación subversivos, obscenos o calumniosos”, dice Torrico y agrega que en cinco años más tarde, el 5 de octubre, el general Jorge Córdova, sucesor de Belzu, “decreto la obligación de que toda publicación y todo material que la componga estén firmados por el autor o responsable”.

Entre 1900 y 1920 se produjeron tres nuevos contenidos legales –dos reglamentos y una ley-, el del 17 de junio de 1920 –que estableció el derecho de publicar sin censura previa y clasificó los delitos en tres niveles: atentatorios contra la Constitución, destinados a confundir a la población y dirigidos a injuriar a personas o instituciones- sirvió de base a la Ley Imprenta aprobada el 19 de enero de 1925. La parte considerativa de la nueva norma trae consigo el espíritu de “abrir al pensamiento escrito amplio campo de acción, a fin de que llene su alta misión social y política que confiere la democracia a la prensa; expone la libertad de imprenta como la base y eje de todas las demás libertades públicas, cualquier restricción a su libre ejercicio importa la paralización del progreso y el establecimiento del régimen de autocracia; que dentro de las instituciones libres los poderes públicos deben hallarse sujetos a la fiscalización y el control de la opinión pública”.³⁰

6.1. Ley de Imprenta

La Ley de Imprenta, promulgada el 19 de enero de 1925 era la respuesta correcta para la época en que fue, sin embargo para el momento actual ha quedado obsoleta.

Pese a los varios intentos por reformarla y hasta abrogarla, sigue vigente y reconoce de principio, en su artículo primero, que “todo hombre tiene

³⁰ Gómez Vela Andrés, Mediopoder, editorial gente común, La Paz- Bolivia 2006 Pág. 84

derecho de publicar sus pensamientos por la prensa sin previa censura, salvo que las restricciones establecidas por la presente ley”.³¹

El Artículo 2 señala que “son responsables de los delitos cometidos por la prensa o por cualquier otro modo de exteriorizar y difundir el pensamiento: 1) los que firmen como autores una publicación; 2) los directores de diarios, revistas y publicaciones periodísticas; 3) los editores. Si los que aparecieran firmando una publicación como autores de ella no fuesen personas jurídicamente responsables, o no tuvieran la solvencia necesaria para responder por los delitos denunciados, será el director y en su efecto, el editor, el responsable. A falta de estos, en todos los casos, las responsabilidades penales o pecuniarias recaerán sobre las personas enumeradas en el inciso 1, siempre que sean distintas de aquellos, la responsabilidad de las personas señaladas no es conjunta ni mancomunada, sino sucesiva, y se establece en el orden determinado”.

El artículo 6 prescribe que “son responsables de las transcripciones, para los efectos penales de esta ley y para los de propiedad literaria, los directores de publicación y a falta de estos, los editores. De las publicaciones impresas en el exterior son responsables aquellos que les pusiesen en circulación”.

El Artículo 7 dispone, “no hay delito de imprenta sin publicación. Se entiende realizada la publicación, cuando se distribuyen tres o más ejemplares del impreso, o ha sido leído por cinco o más individuos, o se pone en venta, se fija en un paraje, se deja en un establecimiento, se remite por correo y otros casos semejantes”.

Los artículos señalados y los restantes que especifican los pasos a seguir para incoar un juicio ante un Tribunal de Imprenta³² y vigilan directamente la

³¹ Ley de Imprenta, 1925, s/e Bolivia, pág. 12

responsabilidad de los periodistas, dejando en amplia libertad e irresponsabilidad a los propietarios de los medios de comunicación que, en determinados casos, actúan también como propietarios de los periodistas, obligándoles, en situaciones extremas, a convertir sus intereses particulares en noticias con efectos públicos.

Es posible que el término “editor” que aparece en los artículos 2 (inciso, 3) y 9 comprenda al propietario de un medio de comunicación, sin embargo es ambiguo en su concepción, pues el “editor” no siempre es el propietario, puede ser un empleado encargado de la impresión, por esta razón y para evitar dudas será mejor especificar en una Ley de Medios de Comunicación Social *el nomenjuris* de propietario y sus responsabilidades en la producción informativa y de opinión ante la sociedad.

6.2. Ley para Periodistas

6.2.1. Decreto Supremo 10246

Bajo esta lógica, el poder político decidió “cualificar” la profesión del periodismo en mayo de 1972, en el gobierno del dictador Hugo Banzer Suárez, quien promulgó el Decreto Supremo 10246 por el que se aprobó el Estatuto de Profesionalización del Periodista, estableciendo los requisitos necesarios para “profesionalizar periodistas en actual servicio que, antigüedad y capacidad reconocidas no tuvieron oportunidad de seguir estudios académicos en universidades e institutos”³³

³² Ley de imprenta del 19 de enero de 1925 tiene 71 artículos, entre otras cosas, establece que el secreto en materia es inviolable y tipificada faltas relacionadas a la producción informativa. Pág. 90.

³³ Gómez Vela Andrés, Mediopoder, editorial gente común, La Paz- Bolivia 2006 Pág. 91

6.2.2. Ley 494

La Ley 494³⁴, sancionada por el Congreso Nacional el 20 de diciembre de 1979 y promulgada el 29 de diciembre de ese mismo año por la presidenta constitucional Lidia Gueiler Tejada.

Esta Ley, en su artículo 1, instituye “la profesión de periodista en provisión nacional, a los ciudadanos que hayan obtenido el respectivo título académico de la Universidad Boliviana”, y su artículo 6 crea el Registro Nacional de Periodistas, a cargo del Ministerio de Educación.

En su segundo Artículo determina que las personas que hayan cumplido diez o más años de servicio en el periodismo, “con carácter de excepción y por única vez, son acreedores al título profesional por antigüedad y capacidad, otorgada mediante resolución ministerial, previa certificación de la Federación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia”. El tercer artículo establece la obtención del título previa defensa de tesis para quienes tenían una antigüedad de cinco años o más, pero no menos de diez.

6.2.3. Decreto supremo 20225 Estatuto Orgánico del Periodista

Apenas reabierto el periodo democrático, el 9 de mayo de 1984, el gobierno de Hernán Siles Suazo promulgo el Decreto Supremo 20225 para poner en vigencia el Estatuto Orgánico del Periodista, que en su artículo primero declara al periodismo como una profesión de servicio a la sociedad; porque “posee el atributo de la fe pública y su ejercicio está garantizado por la Constitución Política del Estado y sus leyes vigentes”.

El artículo segundo establece que “la constitución garantiza una absoluta libertad de expresión, entendida como el derecho de los miembros de una sociedad a emitir su opinión y ser informados, sin restricción alguna”. Esta

³⁴ Ley para periodistas N° 494 de 29 de Diciembre de 1979, promulgado por la Presidenta de Bolivia Lidia Gueiler Tejada.

disposición se adscribe a la última etapa de la evolución del derecho a la información porque universaliza esta prerrogativa y reconoce los derechos a investigar, recibir y difundir informaciones y opiniones a todos los seres humanos bolivianos por su sola condición de tales.

El artículo tercero del Estatuto Orgánico del Periodista, aprobado en cierto modo como un homenaje a los trabajadores de este gremio que desarrollaron un trabajo fundamental en la restauración de la democracia, explicita las funciones que puede ejercer el periodista profesional.

- En periódico: director, codirector, subdirector, jefe de redacción, jefe de informaciones, corrector de estilo, y redactor, reportero gráfico y corresponsal.
- En televisión: director, subdirector, jefe de departamento de prensa, redactor, reportero, camarógrafo de prensa.
- En radio: director, jefe de departamento de prensa, redactor, reportero.
- En otros medios de comunicación oral y/o escrito y oficinas de relaciones públicas: todas aquellas funciones que impliquen el ejercicio de la profesión de periodista.

Esta norma, en su artículo sexto, complementa el decreto de profesionalización de Banzer al habilitar al periodista con título en Provisión Nacional para el ejercicio de la profesión libre, por tanto, no se aceptan advenedizos, disposición que no se cumple.

El artículo 10 del Estatuto Orgánico descarga toda la responsabilidad del proceso de búsqueda y construcción de los mensajes informativos en los periodistas al establecer que “la libertad plena de información corresponde al periodista y le da derecho de acceso a toda fuente informativa para comunicar hechos y acontecimientos sin otras restricciones que las establecidas por la Ley de imprenta de 19 de enero de 1925”.

Para alcanzar ese objetivo resguarda las posibilidades de investigaciones de los periodistas al convalidar la figura de la reserva de fuente en el artículo 11: “Las funciones u orígenes de las informaciones deben ser guardados en reserva, dentro de un estricto secreto profesional, el cual no puede ser revelado salvo orden de tribunal competente y la aplicación del artículo 10 de la Ley de Imprenta de 19 de enero de 1925”. Esta disposición coincide con el artículo 8 de la Ley de Imprenta, que señala que “el secreto en materia de imprenta es inviolable, aunque el juez de la causa puede ordenar al director, que descubra la fuente de alguna publicación cuando existe denuncias y peticiones expresa para ello”. Inmediatamente, el artículo 9 advierte: “El editor o impresor que revele a una autoridad política o a un particular el secreto del anónimo, sin requerimiento del juez competente, es responsable, como delincuente, contra la fe pública, conforme al Código Penal”.

Respecto a las normas éticas que deben guiar la labor de los periodistas, el Estatuto Orgánico prescribe en su artículo 17 que “el periodista está obligado a ser veraz, honesto y ecuánime en el ejercicio de su profesión, así como observar en el desempeño de sus funciones respeto a las normas éticas”; y el artículo 18 dice que “el lenguaje que use el periodista en sus crónicas, comentarios o información, deberá ser mesurado y exento de obscenidad, injurias, calumnias o expresiones lesivas a la moral”.

El artículo 19 conmina al periodista a “respaldar la información que divulgan con testimonios fehacientes que avalen su veracidad”; el artículo 20 señala que “nadie podrá adulterar u ocultar datos de noticias en perjuicio de la verdad y el interés colectivo. Si lo hiciere, el periodista podrá denunciar públicamente este hecho y no podrá ser objeto de despido ni ser pasible a represalias”.

6.3. Ley Mordaza

En los años de 1985 cuando los empresarios privados, que antes de la democracia accedían al poder político utilizando a las Fuerzas Armadas como instrumento político, comenzaron a copar las frecuencias de televisión, radio y a adquirir y abrir nuevas empresas de prensa para redimensionar su poder. Sin embargo, pese a esta evidencia, el poder político de ese entonces responsabilizaba de la producción de los mensajes informativos sólo a los periodistas, a quienes, incluso en determinados momentos históricos, los considero como rivales peligrosos por el papel de mediación que habían comenzado a cumplir en reemplazo, precisamente, de los partidos políticos. Estas consideraciones son clave para interpretar el hecho sucedido en 1987, en el régimen de Víctor Paz Estensoro, cuando el senado aprobó, en sus tres sesiones, la denominada “Ley Mordaza”, que fue arduamente resistida por los gremios de periodistas, la oposición política y otros sectores sociales.

Este proyecto de Ley, que tenía un solo artículo, decía: “Los delitos previstos en la Ley de Imprenta de 19 de enero de 1925 serán tipificados de acuerdo al Código Penal vigente”³⁵

Los periodistas detentaban aún el poder de decisión en la formulación de la agenda pública, por tanto la búsqueda, la acumulación, selección y jerarquización y marchas de resistencia, que como resultado final lograron frenar la amenaza de penalizar el derecho de información de ciudadanos y ciudadanas.

6.4. Tribunales Especiales para Periodistas

La Ley de Imprenta impone la estructura de tribunales especiales para el juzgamiento de los delitos cometidos por los periodistas en el ejercicio de

³⁵ Ley Mordaza, de 1987, promulgada durante el gobierno de Victor Paz Estensoro, La Paz – Bolivia, s/e, pág. 1.

sus funciones. Así, el artículo 28 establece que “corresponde al jurado el conocimiento de los delitos de imprenta, sin distinción de fueros; pero los delitos de injuria y calumnia contra los particulares serán llevados potestativamente ante el jurado o los tribunales ordinarios. Mas, si a título de combatir actos de los funcionarios públicos, se les injuriase, difamase o calumniase personalmente, podrán estos querellarse ante los tribunales ordinarios. Cuando los tribunales ordinarios conozcan los delitos de prensa, aplicarán las sanciones del Código Penal, salvo que el autor o persona responsable diera ante el juez y por la prensa, satisfacción plena y amplia al ofendido, y que este acepte los términos de la satisfacción, con lo que quedará cubierta la penalidad”.³⁶

Ciro Félix Trigo citado por Gómez advirtió, en 1945, sobre la casi inaplicable posibilidad de reunir a los jurados de imprenta. Para reforzar su percepción escribió que “es imposible reunir a los jurados de imprenta; de ahí que las querellas por injurias o por calumnias realizadas por la prensa a los particulares en origen a que se querellen ante el juez de partido; estamos en presencia de disposiciones inoperantes, de un mecanismo complicado y que no pueden funcionar, como desde hace 20 años (se refiere al tiempo transcurrido desde 1925) no ha podido llevarse a feliz término ningún juicio por el procedimiento de jurados”.³⁷

6.5. Cláusula de Conciencia

La cláusula de conciencia es un derecho importante en favor de los trabajadores de la información en su relación con el propietario de la empresa periodística, que se define en la posibilidad de informar en el medio de comunicación sin recibir represalias. La Constitución Política del Estado contempla la Cláusula de Conciencia, lo que es un avance en los derechos de los periodistas.

³⁶Gómez Vela Andrés, Mediopoder, editorial gente común, La Paz- Bolivia 2006 Pág. 99

³⁷ IBID, pág. 67

Esta disposición está garantizada por el artículo 14 del Estatuto Orgánico del 9 de mayo de 1984 y dice que “ningún periodista podrá ser despedido por sus ideas o creencias, sean estas políticas, religiosas o sindicales”, al igual que lo establece la Nueva Constitución Política del Estado.

El artículo 15 entiende la Cláusula de Conciencia como “el derecho de un periodista de separarse voluntariamente de la empresa, cuando se produzca un cambio de orientación ideológica que le implique un conflicto concienzal”. El artículo 16 dice que el trabajador de la información que se acoja a este derecho recibirá el pago de su indemnización conforme a la Ley General del Trabajo y si hubiere divergencias sobre la aplicabilidad de tal clausula en un caso específico, las partes recurrirán al Tribunal de Honor de la Prensa, que fallará en única instancia. Los códigos de honor o éticos del gremio de los periodistas contemplan esta figura.³⁸

6.6. Autorregulación Periodística

Los mecanismos e instrumentos utilizados para la autorregulación son: “Códigos deontológicos, libros de estilo, declaraciones de periodistas, consejos de información, veedurías de comunicación, observatorios de medios y defensores de los públicos”.

Martha Paz (2007:30), en su libro *En los zapatos de la pulga*, hace mención a las formas con las que se hacía la autorregulación periodística, antes del defensor del lector. En los párrafos siguientes se describen los instrumentos utilizados para dicha autorregulación.

6.6.1. Códigos Deontológicos

Respecto a los Códigos Deontológicos Barroso Asenjo afirma que son: “El conjunto de normas éticas emanadas de diversos organismos internacionales o nacionales para que los profesionales – en este caso, los periodistas –

³⁸ Estatuto Orgánico del Periodista, promulgado el 9 de mayo de 1984, La Paz – Bolivia, pág. 11

conozcan sus obligaciones y deberes, así como sus derechos, a la hora de ejercer con dignidad y honestidad su profesión, anteponiendo siempre el servicio a la verdad y al público antes que a sus propios intereses personales”.³⁹

Barroso sostiene que el primer código del que se tuvo noticias fue el de Kansas, adoptado el 8 de marzo de 1910, seguido del de Missouri, 1921, y el de Oregon, 1922.

A partir de la Segunda Guerra Mundial, con la explosión masiva de los medios de comunicación los códigos de ética fueron más frecuentes en su aparición y en su aplicación. Los hay de carácter nacional y supranacional. El carácter nacional que tienen los códigos se refieren específicamente a la realidad de un país.

En el caso de Bolivia fueron adoptados los códigos de 1991, 1993, 1999 y 2007 por la Federación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia, la Asociación de Periodistas de La Paz, la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia y la Asociación Nacional de la Prensa, respectivamente.

En cuanto a los supranacionales son aquéllos emitidos por diversas organizaciones y asociaciones de periodistas de signo internacional, y que reflejan un mismo sentir entre los periodistas de diversos países. Por ejemplo se tiene la Declaración de los Deberes de los Miembros de la Federación Internacional de Periodistas; Código de Ética para Periodistas; Declaración de los Derechos Deberes de los Periodistas; el Código Moral del Periodista Europeo; Código Latinoamericano de Ética Periodística; Código Internacional de Ética Periodística.

³⁹ Barroso Asenjo, Porfirio. Códigos deontológicos de los medios de comunicación. Prensa, Radio, Televisión, Cine, Publicidad y Relaciones Públicas. Madrid, Edic. Paulinas. 2006 Pág. 13

6.6.2. Libros de estilo, manuales de ética, declaraciones de principios y estatutos de redacción

Estos libros, manuales de ética, declaraciones de principios y estatutos de redacción, son instrumentos creados al interior de los medios para promover el correcto manejo del lenguaje, el cumplimiento de normas éticas y el fortalecimiento de una estructura operativa eficaz y moral de funcionamiento en las salas de redacción. Si bien son de los medios, se explicitan a la opinión pública, constituyendo un pacto de confiabilidad con los lectores.

El primer libro de estilo de un medio de comunicación para Gómez es el Manual de Selecciones, que contiene las normas generales de redacción, preparado bajo la dirección de Jorge Cárdenas Nanneti y publicada el año 1959 en la Habana. Este libro estaba destinado a lograr una buena traducción del inglés al español y contiene además una serie de normas gramaticales y ortográficas de gran utilidad, que coinciden casi totalmente con los que años después aparecerían en el Manual de Estilo de la Agencia EFE”.⁴⁰

En Bolivia de acuerdo a las afirmaciones que hace Paz, podría decirse que “Una aproximación de libro de estilo lo constituyen los capítulos 5, 6 y 7 del Manual de Redacción del diario El Deber. Se considera aproximación porque, si bien contienen cuestiones gramaticales, de sintaxis y léxico, y un diccionario de dudas, no necesariamente dan pautas para la armonización del estilo de redacción de este periódico”.⁴¹

⁴⁰ Gómez citado por Paz, Martha. En los zapatos de la pulga. Ediciones ARU, La Paz Bolivia. 2007. Pág. 21

⁴¹ Paz, Martha. En los zapatos de la pulga. Ediciones ARU, La Paz Bolivia. 2007. Pág. 21

6.6.3. Los tribunales de honor de las organizaciones gremiales

Estos tribunales de honor de las organizaciones gremiales, como colegios de comunicadores o asociaciones de periodistas, constituyen otros instrumentos de autorregulación periodística. Tienen la responsabilidad de procesar y castigar los actos de indisciplina, hechos de corrupción, chantajes y mala práctica del periodismo en el que pueden verse envueltos algunos de los miembros de esas entidades colegiadas. Las asociaciones departamentales de periodistas y los colegios departamentales de comunicación de Bolivia los contemplan e, incluso tienen bien descritos sus roles y funciones. Si bien algunos se han pronunciado sobre casos concretos, les falta aplicabilidad, explica Paz.⁴²

6.6.4. Los consejos nacionales de ética

Luis Ramiro Beltrán, define a los consejos nacionales de ética, también llamados consejos nacionales de prensa o consejos de información, como entidades colectivas que ya tienen largos años de existencia en Europa y registran experiencias precursoras en Estados Unidos. Corresponde señalar por lo menos dos características diferenciales de este formato: una es que aspira a involucrar a todos los periodistas y no solamente a los que son socios de agrupaciones profesionales y gremiales, y la otra es que abarcaría a todos los medios de prensa escrita, radio, televisión e, inclusive, a los servicios de internet”⁴³

6.6.5. Las veedurías de comunicación

Las veedurías de comunicación son las “Agrupaciones de diversas instituciones sociales que fiscalizan permanentemente la conducta de los medios en sentido cívico y cultural en general, y en sentido ético y de

⁴² IBID

⁴³Beltrán, Luis Ramiro. “La ética periodística en Bolivia: situación y perspectiva”. En: Seminario: Periodismo y Justicia, auspiciado por la Corte Suprema y la G.T.Z. de Alemania. Sucre – Bolivia. 2010

responsabilidad social en particular, mediante su evaluación periódica a fin de promover cambios en esa conducta por debate ciudadano, por regulación y por autorregulación. Este mecanismo cooperativo de investigación, está facultado para participar de la orientación y del desempeño de los medios de comunicación mediante sus organizaciones sociales”, afirma Beltrán.⁴⁴

6.6.6. Los observatorios de medios

En la década de los años 90 surgen en Latinoamérica los Observatorios de medios: “Como instancias de supervisión mediática que vigilan y controlan la actividad de los medios, han ido ganando, lenta pero progresivamente, una mayor presencia en el panorama mediático del continente. Aunque todavía ensayan su propia figura y sus trazos no están totalmente perfilados. Entre los rasgos comunes, están el reconocimiento de la importancia de la comunicación y de los medios para la democracia, la insatisfacción con la actual situación en la que se encuentran los medios, la reivindicación de otra forma de entender la práctica periodística la reivindicación de otro público consumidor de medios, el ejercicio constante, regular y sistemático de monitoreo, su intencionalidad revisionista y reformista, su carácter propositivo y una finalidad más prescriptiva que descriptiva, la diversidad y creatividad en sus actuaciones, la convicción de la importancia de divulgar su actividad, y la predilección por el empleo de las nuevas tecnologías y de una manera preferente por Internet. Sus funciones, también comunes, son: revisar el contenido y la oferta de los medios, elaborar estudios, informes y análisis comparativos, publicar o difundir el contenido de su actuación, recoger las quejas, críticas y comentarios de los consumidores, capacitar a la audiencia en el consumo crítico de medios, y capacitar a los periodistas en la elaboración de un periodismo de calidad”, afirma Herrera.⁴⁵

⁴⁴ IBID

⁴⁵Herrera Damas, Susana, Funciones de los observatorios de medios en Latinoamérica, citada por Paz, Martha. En los zapatos de la pulga. Ediciones ARU, La Paz Bolivia. 2007. Pág. 24

En Bolivia, hay un Observatorio Nacional de Medios (ONADEM), resultante de un proyecto de la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS) y la Fundación Unir. Bajo la dirección del comunicólogo Erick Torrico Villanueva, ya tiene dos años de funcionamiento y 25 investigaciones en su haber.

Del análisis de las normas creadas por el Estado boliviano y las otras normas que fueron planteadas en el ámbito de la autoregulación periodística, se establece que- pese a existir dichas normas y sus sanciones respectivas- ninguna de esas normas logran una efectiva protección de los ciudadanos, servidores públicos e instituciones ante la labor de los medios de comunicación, lo que hace necesaria la creación de un Defensor del Público. Sólo como ejemplo citamos tres casos de muchos que se conocieron:

El primer caso con la denuncia del gobierno del presidente Evo Morales, contra el periódico Página Siete por una información que daba cuenta de un niño muerto en los enfrentamientos de Yucumo.

El segundo caso el juicio que planteo el ex director Distrital de YPFB Cochabamba contra el periodista Wilson García Merida y el periódico Los Tiempos de Cochabamba.

El tercer caso con la denuncia del ex ministro de Gobierno Walter Guiteras contra el periódico Extra.

Otro caso muy sonado se dio cuando el periódico La Voz de Cochabamba publicó una nota periodística indicando que en el Banco de Crédito BCP se daba una corrida de depósitos. Esa publicación afectó la imagen del banco porque de inmediato muchos clientes retiraron sus depósitos con el consiguiente perjuicio económico. Este es uno de los pocos casos que ha llegado a juicio y en el que todavía no se tiene sentencia.

7. Legislación Comparada

En España se ha incorporado la figura y el caso más relevante se da en el prestigioso diario “El País” que cuenta con un defensor del lector.

En este periódico el trabajo está amparado por un estatuto que fija sus derechos y obligaciones y garantiza su independencia laboral. Experiencias de regulación del oficio periodístico a través del defensor del lector se han dado en Colombia y Brasil en el caso sudamericano.

En Latinoamérica, en Brasil existe desde 1989, fecha en que se instituyó en la Folha de Sao Paulo. En Colombia fue el diario El Tiempo el primero en adoptar esta figura, posteriormente se le unieron El Espectador y el colombiano de Medellín. Hay además defensores del televidente en los canales RCN y Caracol.

En México existen cuatro defensores del lector –antes del de Noroeste-. El periódico Público- Milenio de Guadalajara, instituyó esta figura en 1999 y la ha ido construyendo de manera adecuada; cabe decir que este periódico ha colaborado de manera solidaria en este respecto con nuestro diario.

En Noroeste de Culiacán, con la elaboración y puesta en funcionamiento del Manual de Estilo y el Código de Ética, la figura del defensor del lector viene por un lado a completar este esfuerzo como parte de las exigencias técnicas y éticas y, por otro, a cubrir la necesidad del lector de que este diario tenga un representante ante la redacción que vigile el cumplimiento de sus derechos.

Colombia ley 335 Art. 11

Colombia tiene en la región la particularidad de haber sido el primer país en sancionar una ley que establece la obligatoriedad de los canales de televisión

de contar con un Defensor del Televidente. En 1996 la ley 335⁴⁶ estableció en su artículo 11 que los operadores privados debían “reservar el 5% del total de su programación para presentación de programas de interés público y social”. “Uno de estos espacios”, se precisaba, “se destinará a la Defensoría del Televidente”. En tanto, y en enero de 2007, la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), en su Acuerdo 1, artículo 7, estableció que: “Los operadores privados del servicio de televisión abierta de cubrimiento nacional y local con ánimo de lucro, los operadores públicos de cubrimiento nacional y regional y los concesionarios de espacios de televisión del Canal Uno, deberán destinar un espacio al Defensor del Televidente”.

La normativa no sólo extendió, como se observa, la obligatoriedad de las Defensorías sino que además estableció en su artículo 8 la existencia de un programa de televisión dedicado a tal fin en cada canal.

Argentina. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 y su Decreto Reglamentario 1225/2010

En Argentina se aprobó en octubre de 2009 la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que establece, entre otras cuestiones, la creación de la “Defensoría del Público”. Es una ley que establece las pautas que rigen el funcionamiento de los medios radiales y televisivos en la República Argentina.⁴⁷

8. La Distorsión en la Veracidad y Responsabilidad del Ejercicio Periodístico

La información producida hoy se procesa en circunstancias de alta contaminación empresarial e intoxicación mediática, lo que tergiversa su definición original que consiste en la transmisión de hechos públicos, a través

⁴⁶ Ley Defensor del Televidente N°335 de 1996, Colombia.

⁴⁷Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 y su Decreto Reglamentario 1225/2010 Argentina,

de los medios de comunicación masivos para facilitar la participación de la sociedad en las decisiones públicas.

La información es la base de la participación de la ciudadanía en democracia. La buena información genera un buen juicio y este conduce a una buena decisión y ésta construye una sociedad soberana y democrática; en cambio, una mala información genera un mal juicio y un mal juicio conduce a una mala decisión.

Gómez afirma que: “La invasión a Irak, llevada a cabo por Estados Unidos, Inglaterra y España sobre una mentira – la existencia de armas químicas en aquel país del Medio Oriente para destruir a la humanidad. En Bolivia, la etapa de mayor intoxicación informativa se produjo durante el periodo de la Capitalización 1993 – 1997, cuando el gobierno de Gonzalo Sánchez de Lozada desinformó y escondió datos reales de las empresas estatales, en complicidad con algunos medios de comunicación, para viabilizar su venta a consorcios transnacionales y anular toda posibilidad de posición social”.⁴⁸

Esto quiere decir que los medios de comunicación, más allá de su tarea de informar y orientar la opinión, instalan discursos en la sociedad que en un momento de alta conflictividad social pueden contribuir (voluntaria o involuntariamente) de manera decisiva a reforzar algunas estigmatizaciones que anidan en el imaginario social, más aún en una coyuntura marcada no solamente por una alta polarización política; sino también por una fuerte diferenciación social y racial.

8.1. El aspecto doloso de los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación le dan un enfoque diferente a las noticias, en cuanto a contenido y forma, durante épocas de crisis. A partir de ello se

⁴⁸ Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 23

puede decir que la relación entre medios y conflictos perturba el escenario mediático de presentación, transmisión y decodificación de la noticia, sobre todo en un contexto sociopolítico como es el caso de Bolivia, con una sociedad heterogénea, de constantes divergencias entre las partes que componen la sociedad y el Estado, con profundas desigualdades y con disputas hegemónicas no resueltas y que constituyen en el escenario del conflicto autonómico con la agenda de enero o los hechos de octubre y la misma caída del ex presidente Carlos Mesa.

Si no se tiene un adecuado manejo de la información en situaciones de conflicto, los resultados negativos serán de doble vía. Primero, los medios de comunicación pierden los principales valores del periodismo, reemplazando veracidad por subjetividad, ecuanimidad por la parcialidad, equilibrio noticioso por alineamiento. Y en cuanto los periodistas se apartan o corrompen esos valores, tenemos una práctica informativa irresponsable, deshonesto, distorsionada, parcializada y en ese trayecto se produce la pérdida de credibilidad de la sociedad hacia los medios y la información. La consecuencia directa es el segundo resultado de esta doble vía, la desinformación y confusión de las audiencias, lo que contribuye a profundizar el conflicto creando un clima de incertidumbre en la sociedad frente a qué creer y qué no creer.

8.1.1. Observatorio de medios de comunicación social en las elecciones nacionales y prefecturales

El Observatorio de Medios de Comunicación Social fue organizado expresamente para las elecciones nacionales y prefecturales de 2005 de Bolivia, por la Asociación Latinoamericana para la Comunicación Social, a invitación de la Asociación Nacional de Periodistas y la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia.

Este observatorio según Gómez⁴⁹ estuvo integrado por personas vinculadas a medios e instituciones de Sudamérica y España. Estas personas realizaron, con objetivos y metodología muy bien definidos un seguimiento de las informaciones y opiniones proporcionadas por los principales medios de comunicación social del país en las dos etapas del proceso: preelectoral y electoral.

El OMCS tuvo como objetivo principal fue la evaluación de los contenidos de los medios nacionales con el fin de determinar el nivel de equilibrio informativo observado por los principales medios de comunicación social. A la conclusión de su trabajo presentó un informe detallado de los elementos que encontró en el proceso de producción de la información, particularmente, sobre la contienda presidencial.

El contenido del documento destaca los aspectos discursivos más sobresalientes de los medios observados durante más de una semana, en la parte de mayor intensidad del fragor electoral, es decir durante los últimos 10 días antes del día de los comicios.

A partir de una lectura comparativa de los informes sobre cada género periodístico observado, televisión, gráfica y radio, el equipo de Observadores de Medios presenta las siguientes conclusiones generales: “1. Se registró una clara tendencia a convalidar y valorar el acto comicial; 2. Se insistió en definir a Bolivia como un escenario de ingobernabilidad; 3. Se observó una clara tendencia a descalificar al candidato Evo Morales y al MAS; 4. A los efectos del equilibrio informativo, se constató una distinción entre aquello que reflejan los medios escritos, televisivos y radiales.

En televisión se verificó una marcada tendencia al desequilibrio por ausencia de fuentes o tratamiento unilateral de las mismas, sin contrastes ni

⁴⁹IBID. Pág. 216

verificaciones. En los medios radiofónicos, la observación arrojó un manejo más equilibrado de los contenidos informativos. En el caso de los medios impresos, se comprobó un tratamiento diferencial entre tanto que los de opinión expresaron un marcado desequilibrio; 5. Se observó un destacado contraste entre el sistemático discurso de los medios periodísticos respecto del candidato Evo Morales y la conducta electoral de un segmento importante de la sociedad”⁵⁰.

Según el observatorio, explica Gómez los medios televisivos bolivianos son los que más violan las normas periodísticas al confundir la información con la propaganda y articular un discurso racista. En otras palabras, aunque suene exagerado, no cumplen con su deber social de informar, violan el derecho a la información de los ciudadanos, los intoxican con mensajes manipulados para generar un juicio equivocado y, de ese modo, generar subjetiva, pero se sustenta sobre un informe institucional, cuyo método de investigación como plataforma de reflexión permanente para discutir sobre la relación informativo – comunicacional entre ciudadanos y medios de comunicación.

La experiencia boliviana y de otros países ha demostrado que la libertad de expresión e información del periodista, acaba en el momento en que se activan los intereses empresariales de los dueños del medio de comunicación.

8.2. Responsabilidad Social del Periodista y su Ética

Qué es ¿la Responsabilidad social del periodista? A decir del profesor Guillermo Mejía de la Universidad Autónoma de México Responsabilidad social del periodista es “Reconocer y responder tanto por lo que se hace como por lo que se deja de hacer”⁵¹

⁵⁰ IBID pág. 232

⁵¹Mejía Guillermo, El rol del periodista, UNAM, noviembre de 2011, México.

Frecuentemente, la ocurrencia de ciertos hechos lamentables nos demuestra que estamos atravesando por una grave crisis de los valores tradicionales. De forma general, se observa que principios fundamentales considerados antaño de carácter universal, han perdido vigencia como sistema de valores, incidiendo negativamente en las diferentes actividades sociales, donde el periodismo en cuanto tal, no se encuentra ajeno al problema.

Cabe recordar que el ejercicio profesional en general se cimenta en el respeto de valores, y determinadas normas de conducta. Además, existe consenso sobre la existencia de unos valores que distinguen a una determinada profesión y le dan fisonomía propia. En el Periodismo, ese valor distintivo lo constituye la veracidad.

Buscar sólo la verdad, toda la verdad, y nada más que la verdad, es la actitud diaria que toda comunidad humana reclama al profesional de la comunicación, consciente de que las mentiras o medias verdades difundidas por diversos medios impiden conocer la realidad. “Sólo en la medida en que las reacciones humanas se fortalecen por la verdad de las palabras y de las actitudes, crece la necesidad de veracidad y ésta se convierte en valor.”⁵²

Así, la verdad constituye la base ética del medio, su razón de ser. Y la libertad de información estará más protegida si los periodistas concientizados acerca de su responsabilidad profesional, tratan de llegar a ella informando oportuna, y objetivamente.

Deborah Jonhson, profesora estadounidense distingue el valor de la responsabilidad en el ejercicio del periodismo: “Comprendido como la actividad profesional destinada a buscar información, acumularla, seleccionarla

⁵²Ibid, pág.16.

y difundirla a través de un medio de comunicación masivo para facilitar a la sociedad, al ciudadano, su deber de participar en las decisiones públicas”⁵³.

La responsabilidad moral de los medios de comunicación, de sus propietarios, de sus gerentes y de los periodistas se lo puede relacionar, con la responsabilidad legal que deben tener frente a la sociedad asegura Gómez Vela Andrés.

Para reforzar mejor esta fundamentación, se recurre a Barroso y López⁵⁴, quienes distinguen cuatro tipos de responsabilidad:

1. La responsabilidad civil: obligación de reparar el daño causado según la medida y forma determinada por ley.
2. La responsabilidad penal: de quien puede ser perseguido legalmente por un delito determinado.
3. La responsabilidad o imputabilidad psicológica: capacidad de obrar con conocimiento.
4. Responsabilidad profesional: compromiso de la voluntad por cumplir eficazmente con una tarea, un encargo o una misión.

Los propietarios de los medios, los gerentes y los periodistas, cada vez cometen más graves omisiones y faltas sin responsabilidad alguna, corriendo el riesgo de este modo la sociedad de ser intoxicada irresponsablemente desde los medios de comunicación. La actividad informativa debe realizarse entre dos fuerzas: La de la ley y la que corresponde a la ética.

⁵³Jonhson citada por Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 66

⁵⁴ Barroso y López citados por Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 67

Considerando que dentro de los sectores económicos mundiales, el de la Comunicación es el que más rápido desarrollo y crecimiento ha tenido, ocupando los medios masivos un lugar preponderante en cuanto empresa, es importante observar la responsabilidad social que le compete al periodista.

Este problema moral que afecta a los deberes y derechos de los profesionales debe ser resuelto en el contexto de una ética de los profesionales de la información, en cuanto concierne a sus fidelidades y lealtades para con la empresa a la que pertenecen, y para con la sociedad a la que sirven.

8.3. La Empresa Informativa y la Ética con los propietarios de los Medios de Comunicación

Los medios masivos efectúan una función mediadora entre la realidad y quien no tiene acceso directo o fácil a ella. Al reflejarla, los medios la interpretan y “manipulan”; es decir, trabajan sobre ella –ya que no les viene totalmente dada- para ofrecérsela y explicársela a un público que la desconoce. Esta libertad para comunicar que tienen los medios, “debe ajustarse a dos grandes limitaciones, si quieren ser respetuosos con los derechos básicos de cada cual: no debe perjudicar a la libertad de nadie, y debe utilizarse para bien y no para mal”⁵⁵

Sin embargo, la realidad nos muestra que son pocos los medios que se ajustan a dichas limitaciones. El mayor daño que los medios hacen consiste en informar de lo que no deben o en meterse donde no les está permitido hacerlo porque a nadie le hace falta que lo hagan. En publicar aquello que debe ser privado, con la intención de hacer lo más "vendible", se evidencia

⁵⁵Mejía Guillermo, El rol del periodista, UNAM, noviembre de 2011, México. pág.17

claramente que el derecho a la intimidad y a la propia imagen es uno de los derechos más amenazados por la libertad de expresión.

Podría afirmarse de que se trata de “conflicto entre libertades; la libertad del individuo a ser soberano en su ámbito privado” (derecho a la intimidad), “contra la libertad del medio a revelar lo que ocurre en ese ámbito cuando juzga que es de interés general” (libertad de expresión), tal cual sostiene Enrique Bonete Perales.⁵⁶

La catedrática de Filosofía del Derecho, Moral y Política de la Universidad Autónoma de Barcelona, Victoria Camps, considera que cuando ambos derechos chocan entre sí, es porque se ha cruzado entre ellos el interés económico que es ciego frente a los derechos humanos.

Los medios de comunicación no son agrupaciones altruistas de profesionales con el único fin de informar correctamente de lo que ocurre. Son empresas con ánimo de lucro que deben responder al objetivo prioritario de maximizar sus beneficios. Por lo tanto, como cualquier otra empresa, tienen que cumplir con diversas funciones: Ser competitivas en el mercado, lanzar productos de calidad, aumentar la profesionalidad de sus empleados, generar beneficios y asegurar su capacidad de permanencia.

Así, se puede definir a la empresa informativa como “aquella que se dedica a la compra-venta de informaciones y, por consiguiente, abre un mercado de noticias, en el que la principal mercancía (el objeto de comercio) es la información”.⁵⁷

⁵⁶Bonete, Citado por Gómez Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 67”.

⁵⁷Conill, Jesús citado por E. Bonete Perales, “Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo”. s/l , 2005, pág. 68

Precisamente este peculiar producto es el que le otorga a la empresa periodística su carácter especial, justificando la índole particular de los deberes éticos de quienes la gerencian o son sus dueños, y su primordial responsabilidad respecto del público en general. La ética de la empresa no intentaría cambiar o controlar la conducta de las personas, sino que más bien estaría dedicada a las “estrategias para la toma de las decisiones”; es decir, entraría en el proceso de reflexión sobre las razones que existen para adoptar un determinado curso de acción entre posibles alternativas.

Dentro de esta ética empresarial, la empresa informativa o el medio de comunicación no sería una organización económica, sino que sería concebida como una institución social, que tiene una responsabilidad con la sociedad, además de los accionistas y empleados.

Sin embargo, la realidad nos demuestra que esa anhelada ética que debería regir los medios de comunicación no deja de ser una utopía. Resulta repudiable leer, escuchar y ver cómo algunos mensajes degradan la prensa en sus niveles de credibilidad, anteponiendo el valor del dinero como objetivo fundamental.

Pareciera que el único fin es vender, recabar audiencias, y que ésta es la mejor forma de servir a un público extenso e indiscriminado.

José Manuel de Pablos Coello advierte que este tipo de intervenciones que atentan contra la prensa seria y respetable se encuadran dentro de la llamada prensa amarilla o sensacionalista la cual reconocemos como la antítesis del Periodismo serio, riguroso, objetivo y transportador de la verdad. “Prensa capaz de provocar la noticia aún cuando no existe y de deformar la

información con el fin de hacerla más atractiva y comercial, para el crédulo lector”.⁵⁸

Precisamente, uno de los vicios del sensacionalismo es la magnificación: al inflar una noticia más allá de sus justas proporciones, se pueden obtener dividendos en la expectativa y en la atención que el tema logre crear. “La experiencia demuestra hasta qué punto es posible contradecir el principio periodístico de la verdad conceptual con hechos magnificados”.⁵⁹

La información y el entretenimiento que los medios de comunicación ofrezcan a sus públicos, deben cimentarse en el respeto a los derechos fundamentales. Hay demasiado insulto, demasiado rumor expresado como hecho cierto, demasiada explotación del dolor ajeno, demasiada irresponsabilidad. No es lícito informar de cualquier modo, como no es lícito entretener de cualquier manera.

No es lícito hacer una u otra cosa sin el respeto debido a la dignidad de cada persona, sea cual sea su rango o su lugar en la sociedad. No todo se puede convertir en mercancía.

9. Necesidad de Regular a los Medios de Comunicación

El poder que han adquirido los medios es inmenso... y lo más notable es que no tiene barreras ni frenos.

El coordinador Nacional de la Red Erbol, Andrés Gómez Vela, en su libro *Mediopoder* explica el funcionamiento y la estructura de los medios y

⁵⁸ De Pablos Coello José Manuel “Amarillo en Prensa”, Sao Paulo, 1999, pág. 23

⁵⁹ Herrán María Teresa, Restrepo Javier Darío. “Ética para periodistas”. Tercer mundo editores, Colombia, 1991

cuestiona, la forma en que algunos propietarios entremezclan sus intereses particulares con la agenda pública.

Gómez asegura que: “Los hechos registrados por varios medios de comunicación durante la Guerra del Gas; La agenda de enero; La caída de Mesa y la profunda crisis mediática, reflejada con mayores evidencias en el proceso electoral de 2005, cuestiona duramente el modelo de periodismo que generó el libre mercado, cuyo rasgo esencial, particularmente de la industria informativa, es la envoltura comercial que recubre la información, la superficialidad en el tratamiento de los temas y, particularmente, el control editorial de los propietarios sobre el contenido”.⁶⁰

“La autorregulación periodística es la mejor alternativa para garantizar el profesionalismo en la información. Ésta ya no debe responder sólo a patrones de actualidad, oportunidad, veracidad, verosimilitud, precisión y concisión. Ahora la verdadera información es aquélla que es ética per se, es decir, que procura la dignificación y perfeccionamiento de la persona individual que vive en una comunidad política”.⁶¹

Gabriela Ichaso también comunicadora cruceña, lamenta que los medios y periodistas de Santa Cruz hayan convertido el derecho a la información en un circo romano y que los propietarios de medios dictan los contenidos de los mensajes a las conductoras y conductores de su canal televisivo a través de auriculares.⁶²

⁶⁰ Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 237

⁶¹ Paz, Martha. En los zapatos de la pulga. Ediciones ARU, La Paz Bolivia. 2007. Pág. 20

⁶² Ichaso citada por Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 196

Las reglas periodísticas según explica Javier Darío Restrepo⁶³ exigen a los encargados de la producción de la información buscar fuentes diversas, de lo contrario una información deja de ser buena cuando recurre a una sola fuente.

En la misma línea Gómez afirma que: “La orientación asumida por las grandes empresas de comunicación, sino se ponen límites legales o de control social, puede con el tiempo convertir a los medios en peligrosos elementos antidemocráticos e instalar en el país una dictadura mediática como ocurrió en las crisis de octubre y enero.”⁶⁴

El camino hasta el momento más señalado por varios estudiosos de la materia, es el de la reformulación de políticas para que correspondan a la naturaleza de los desafíos de la actualidad, es decir de una sociedad que está en constantes cambios políticos y sociales es oportuno adoptar políticas que salvaguarden a la opinión pública.

El primer paso indispensable para la reanudación de la lucha latinoamericana por la democratización de la comunicación y la responsabilidad social del periodista, debiera ser contrarrestar al poderoso esquema de desregulación reviviendo, remozando y reactivando las formas de regulación.

Uno de los retos mayores – y más apremiante – es el de abrir las compuertas del colosal embalse conservador – foráneo y nativo - que resiste a la intención de forjar la normatividad reguladora.

⁶³ Restrepo Javier Darío, periodista colombiano, impulsor de la creación del Defensor del Pueblo en América Latina.

⁶⁴ Gómez Vela Andrés. Mediopoder, Libertad de expresión y derecho a la comunicación en la democracia de la Sociedad de la Información. Editorial Gente Común, La Paz – Bolivia. 2006. Pág. 195

Durante años, diversos sectores de la prensa rechazaron la iniciativa de la regulación del ejercicio periodístico, pero esas posiciones en los últimos años perdieron fuerza y más bien hoy son más las voces que apoyan la regulación del oficio periodístico, ya sea mediante la creación de un defensor o mediante las veedurías ciudadanas.

En este marco existe la necesidad de modificar el artículo 107 de la CPE disponiendo la creación de un Defensor del Público.

10. El Defensor del Lector y el Defensor del Público

El Defensor del Lector en Bolivia fue una institución creada por los propietarios del Grupo Líder en mayo de 2003 para ocho periódicos de esa red, sin contar al diario sensacionalista Gente que fue excluido. La experiencia llegó a su fin en septiembre de 2006, aunque para entonces la defensora Martha Paz lo era sólo para El Deber.

En ese sentido surge la siguiente pregunta ¿es posible que el defensor del lector pueda ser totalmente independiente e imparcial en su labor de crítica hacia el medio o medios en los que trabaja?.

Está claro que la independencia está unida a la eficacia: en la medida en que el defensor sea independiente, será eficaz, y solamente podrá ser eficaz si consigue ser totalmente independiente.

Es importante señalar la idea de la utilización de un instrumento que, por una parte, posibilite y amplíe la participación del público en los medios de comunicación, y que, por otro, fomente la autocrítica del medio y, por tanto, de la propia profesión y evite las distorsiones frente a la veracidad periodística.

El defensor del lector como tal plantea el siguiente problema: ¿cómo puede una persona, periodista o no, criticar con total libertad al medio del que, en

mayor o menor medida, depende económicamente, y a unos periodistas a los que, pasado un tiempo, va a volver a tener como compañeros de redacción o de búsqueda de información?

Se hace necesario crear la institución del Defensor del público, del oyente o del telespectador porque se encargará de atender quejas y tratará de encontrar soluciones satisfactorias sobre la exactitud, la imparcialidad, el equilibrio y el buen gusto en la cobertura de las informaciones. Son generalmente periodistas profesionales que realizan públicamente la crítica interna de los medios, pagados por su propio periódico, estación de radio o canal de televisión.

El Defensor del Público será el puente (intermediario) entre el medio de comunicación y los usuarios (Público) y su labor debe ser guiada por principios y postulados de orden moral, no jurídico, que los medios mismos deben formular para regular el comportamiento de sus colaboradores.

El Defensor contribuirá a la labor profesional de los periodistas para entregar un producto de calidad, fomentará la autocrítica, el diálogo interno y la credibilidad del medio, cuida el lenguaje y la imagen pública de los profesionales e impulsa la participación activa del ciudadano en el proceso informativo, atendiendo a sus quejas y dudas, estimulando la defensa de sus derechos.

CAPÍTULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

1. Tipo de Estudio

La presente tesis considera que el tipo de estudio es el descriptivo - Jurídico propositivo. Es una investigación descriptiva, porque describe todos los aspectos teóricos, doctrinarios, jurídicos en relación al actuar de los medios de comunicación.

Es propositiva porque plantea la ampliación del Artículo 107 de la Constitución Política del Estado con la creación del Defensor del Público.

Los Estudios Descriptivos, buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.¹En el caso concreto se busca describir a los comunicadores, a los propietarios de los medios de comunicación y la relación que tienen la sociedad con los medios de comunicación.

Los métodos que se utilizaron en la presente tesis fueron:

Método deductivo

Como su nombre lo especifica el método deductivo parte de datos generales aceptados como válidos y que por medio del razonamiento lógico puede deducirse varias suposiciones. Con la deducción ese da una relación que permite ir de lo general a lo particular e inferir lo que está presente.

¹Danhke, citado por Hernández Sampieri y otros, Metodología de la Investigación, Ed. McGrawHill, México, 2010

Método inductivo.- Consiste en partir del estudio profundo de un fenómeno particular, para elaborar conclusiones válidas para una amplia gama de fenómenos generales. El método inductivo parte de la especificidad de los objetos a la unidad de los conceptos.

Analítico comparativo.- El análisis de la información se realizó mediante el método analítico y comparativo, el mismo que permitió categorizar y seleccionar la información obtenida que finalmente ha sido fundamental para la demostración de la hipótesis.

El método analítico.- permitió la desagregación del objeto de investigación para dar con la estructura básica de los elementos, relaciones y propiedades que lo sustentan así como sus condicionantes, lo obsoleto de la Ley de Imprenta y la autorregulación periodística.

Método exegético.- El método exegético es el método expositivo que sigue el orden de las leyes positivas y atiende sobre todo a su interpretación. En ese sentido se analizaron las normas vigentes nacionales e internacionales sobre comunicación, periodismo y la figura del defensor del lector y del público y se trabajó su interpretación.

Método Histórico Jurídico.- El método, enfoque o punto de vista histórico se caracteriza por la idea de que sólo la historia permite entender adecuadamente la realidad. Sólo la comprensión del pasado permite entender el modo de ser y comportamiento de las cosas presentes; la realidad presente está compuesta de capas o niveles, y las más antiguas determinan a las más recientes o superficiales.

Método comparativo.- Con este método se realizó un examen simultáneo de fenómenos de diferente tiempo o ámbito espacial que tienen algo en común y algo diferente. Dicha comparación permitió tener una visión más rica y libre del fenómeno perteneciente al ámbito o época del investigador, o de

articular teorías que convengan o fenómenos que trasciendan ámbitos o épocas concretos. El método comparativo responde al interés de desarrollar y comprobar teorías que sean aplicables por encima de las fronteras de una sola sociedad.

Entre los métodos expuestos los que más se usaron en la investigación figura el método jurídico, en su acepción exegética y comparativa. Los métodos expuestos líneas arriba tienen como fuente el libro Metodología de la Investigación de Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010).

2. Descripción del Área de Estudio

Las descripciones del área de estudio contemplan la Constitución Política del Estado, la Ley de Imprenta, el Estatuto Orgánico del Periodista y los códigos de ética de las asociaciones de periodistas. Grupos de periodistas y grupos de ciudadanos de la ciudad de La Paz. La muestra será probabilística estratificada porque se seleccionará a un segmento social.

3. Población y Muestra

3.1. Población y Características

La población en la presente investigación constituyen los periodistas, los directores de medios de comunicación, codirectores, editores de los medios de comunicación, asambleístas y ciudadanos, solo de la ciudad de La Paz.

Los periodistas, los directores de medios de comunicación, codirectores, editores de los diferentes medios de comunicación. Estos medios de comunicación son canales de televisión como Bolivia TV, radios, periódicos.

Los asambleístas fueron encontrados para aplicar el cuestionario, al entrar o al salir del Hemiciclo Parlamentario de la Asamblea Legislativa Plurinacional.

3.1.1. Ubicación espacio – temporal

El estudio estuvo enmarcado en los últimos 5 años. Se analizaron los principales casos en los cuales se evidenció que la prensa no actuó en el marco de los límites y responsabilidades que corresponde al oficio periodístico.

La investigación fue desarrollada en la provincia Murillo del departamento de La Paz, pero también se conocieron los casos más relevantes acontecidos en las principales ciudades del país.

Se revisó datos sobre la experiencia del Defensor del Público en otros países, en los cuales ya está instituida la figura. Las experiencias y avances que se lograron para precautelar el derecho que tienen los ciudadanos y ser informados con veracidad equilibrio y responsabilidad.

3.2. Muestra

La muestra en la presente investigación fue la probabilística. La muestra probabilística fue aplicada a los ciudadanos, donde todos tiene la misma posibilidad de ser escogidos hasta alcanzar el número propuesto. En este caso las encuestas fueron realizadas en tres puntos estratégicos de la ciudad de La Paz. Hablamos de la Plaza Murillo (asambleístas y periodistas), El Prado de la ciudad de La Paz, la plaza del Maestro en Villa Fátima y las redacciones de varios periódicos y canales de televisión.

3.2.1. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra abarca a 35 reporteros; 15 periodistas entre Directores, Codirectores y editores; 40 assembleístas, y por último 350 ciudadanos, tomados al azar. Se recogieron estos datos sobre la percepción que tiene actualmente la población mencionada en torno a la labor de los periodistas, los medios de comunicación y la creación del defensor del público.

4. Instrumentos de la Recolección de Datos

Cuestionario

El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos de la presente investigación. Se trata de una técnica para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación.

Se utilizó un cuestionario con nueve preguntas mixtas es decir preguntas cerradas, con opciones de respuesta y preguntas de complementación abiertas.

-La Observación

La observación es la acción de observar y no debe ser entendida sólo como mirar o ver, sino también oír con atención.

Sobre la observación Barragán señala que el acto de observar suele estar asociado a cierto proceso de mirar con atención una cosa o actividad, o sea, centrar la capacidad sensitiva en algo en lo que uno está particularmente interesado. La observación es fundamental en cualquier investigación.

Observar no es solo mirar sino se trata de hacerlo en forma sistemática y en forma precisa.²

-Revisión de fuentes documentales escritas

Esto permitió encontrar el sustento teórico de la investigación. Los documentos escritos sirvieron para obtener datos bibliográficos e información en general para mostrar el contexto social y legal sobre la actividad periodística y el accionar de los propietarios de los medios de comunicación.

5. Proceso de la Recolección de Datos

El proceso de recolección de datos tanto en la recopilación bibliográfica, documentación y la aplicación de encuestas abarcó un periodo de cuatro meses, debido a la dificultad de la aplicación de la encuesta a los directores, codirectores y editores sobre todo por el factor tiempo para ellos.

6. Análisis Estadísticos

El análisis estadístico de los resultados se hizo utilizando una tabla matriz, en la que se sistematizó la información obtenida de los cuestionarios.

Se describieron los datos, los valores asignados a cada ítem en sus opciones de respuesta, en porcentajes acumulados sobre un total de 100%.

Se elaboraron gráficos que permitan en el informe final visualizar los elementos más informativos para el lector y la descripción de los resultados más un comentario.

²Barragán Rossana, Guía para Formulación de Proyectos de Investigación, La Paz Bolivia, Fundación PIEB 2003

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

NECESIDAD DE REGULAR A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: DEFENSOR DEL PÚBLICO

1. Percepción de la Población Sobre el Defensor del Público: Resultados y Análisis

En una encuesta realizada a 35 reporteros; 15 periodistas entre Directores, Codirectores y editores; 40 asambleístas y por último 350 ciudadanos, tomados al azar. Se recogieron estos datos sobre la percepción que tiene actualmente la población mencionada en torno a la creación del defensor del público. Los resultados obtenidos son los que siguen:

Gráfico Nº 1: Calificación a medios de comunicación respecto a la veracidad de la información

1. ¿Cómo califica la labor de los medios de comunicación en términos de respeto a la veracidad?



Fuente: Elaboración propia, 2012

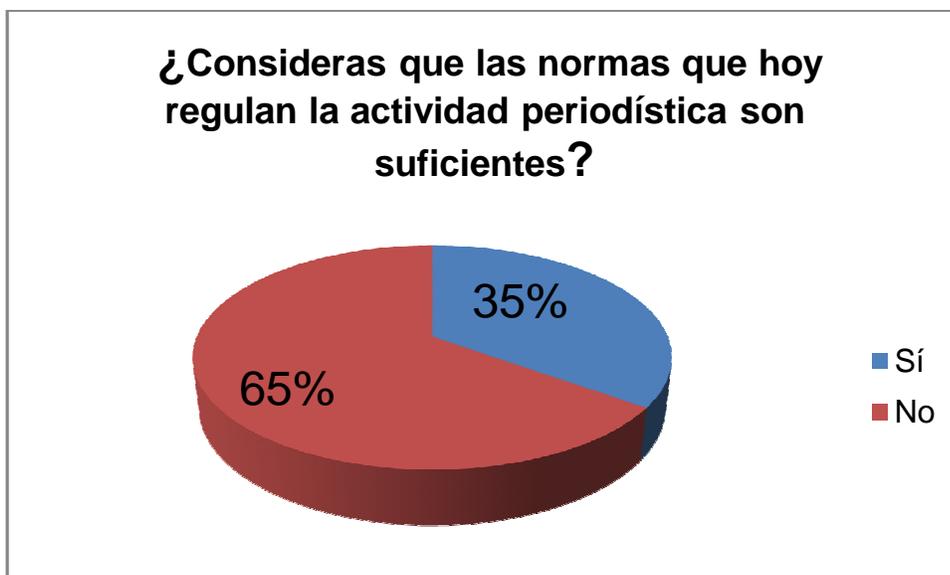
El 40% de los encuestados dijo que es mala la labor que cumplen los medios de comunicación.

El 35% respondió que es regular y el 25% restante de los encuestas dijo que es buena.

De acuerdo a la sistematización de los resultados, el 25 % de los encuestados que respondió que la labor de los medios de comunicación es buena, fueron los directores, codirectores de medios de comunicación; el 75% restante que corresponde a las opciones de respuesta mala y regular se reparten casi en forma equitativa entre asambleístas y ciudadanos de a pie.

Gráfico N° 2: Las normas que regulan la labor de los periodistas se las puede considerar como suficiente

2. ¿Consideras que las normas que hoy regulan la actividad periodística son suficientes?



Fuente: Elaboración propia, 2012

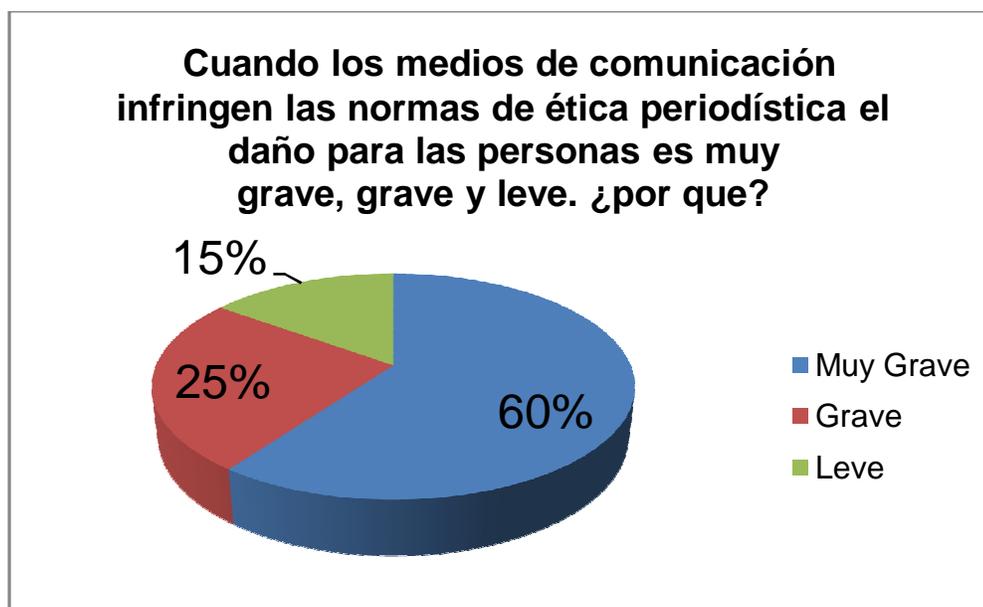
El 65% de los encuestados respondió que las normas que hoy regulan la actividad periodística no son suficientes.

El 35% restante dijo que sí, que las normas que hoy regulan la actividad periodística son suficientes.

Al igual que en el anterior ítem este 35% que considera que las normas que hoy regulan la actividad periodística son suficientes, corresponden a respuestas emitidas por directores y codirectores de medios, editores y un porcentaje mínimo de reporteros.

Gráfico N° 3: La ética periodística y el daño de las personas

3. Cuando los medios de comunicación infringen las normas de ética periodística el daño para las personas es muy grave, grave y leve. ¿Por qué? :



Fuente: Elaboración propia, 2012

Este 15% de encuestados consideran que cuando se infringen las normas de ética el daño es leve, ya que el propio medio permite la rectificación o aclaración. Este 15 % corresponden a directores, codirectores y algunos periodistas.

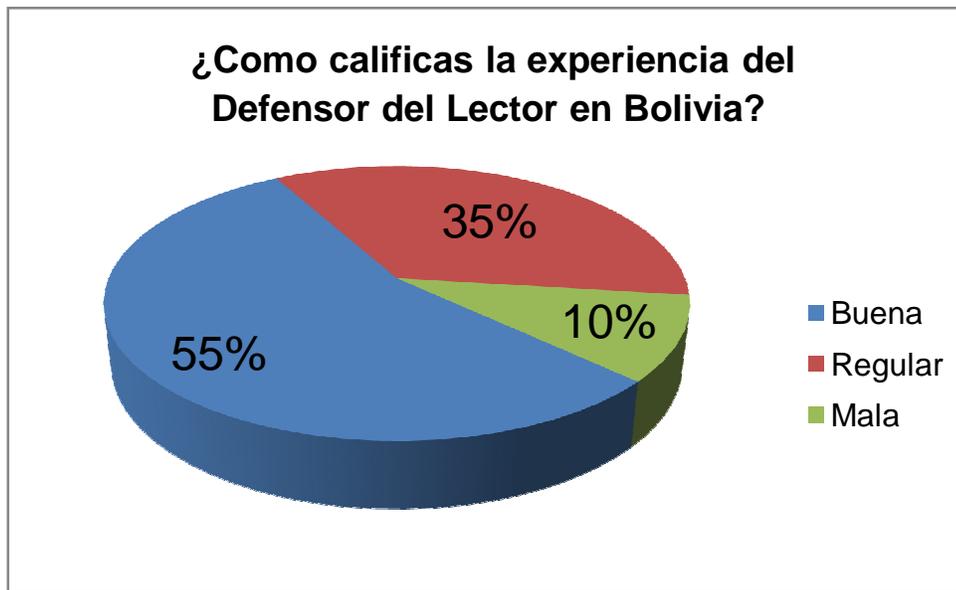
El 25% considera que este daño es grave porque la aclaración que realiza el medio no tiene la misma proporción que la nota original publicada.

El 60% de los encuestados respondieron que es muy grave porque los encuestados consideran que el único patrimonio real que tienen las personas, las autoridades y las instituciones es su prestigio y al quedar afectado dicho prestigio, queda socavado su poder y autoridad frente al

medio social de la cual es parte. Este porcentaje de respuestas corresponde a los assembleístas y ciudadanos consultados.

Gráfico N° 4: El defensor del lector en Bolivia

4. ¿Cómo calificas la experiencia del Defensor del Lector en Bolivia?



Fuente: Elaboración propia, 2012

Sistematizadas las respuestas a este ítem se establece que el 10% que califica como mala la experiencia del Defensor del Lector en Bolivia, corresponde a periodistas.

El 35% que dijo que es regular corresponde a los directores, codirectores, editores y a ciudadanos de la calle.

El 55% de los encuestados dijo que la experiencia es buena previa explicación por parte del encuestador, sobre la naturaleza de esta institución aplicada en 8 medios escritos de Bolivia. Esta población corresponde a los assembleístas y a ciudadanos encuestados

Gráfico N° 5: El defensor del público y el trabajo que desarrollaría en el medio de comunicación social

5. Es ético que el defensor del público sea contratado por el mismo medio de comunicación Si, No ¿Por qué?.



Fuente: Elaboración propia, 2012

En esta respuesta es importante hacer notar, que la pregunta se refiere a que la nueva figura del Defensor del Público no debe pertenecer al mismo medio en el que se trabajaría, debe ser una institución al margen del Estado y de todo medio privado o público de comunicación. Su trabajo debe ser completamente independiente.

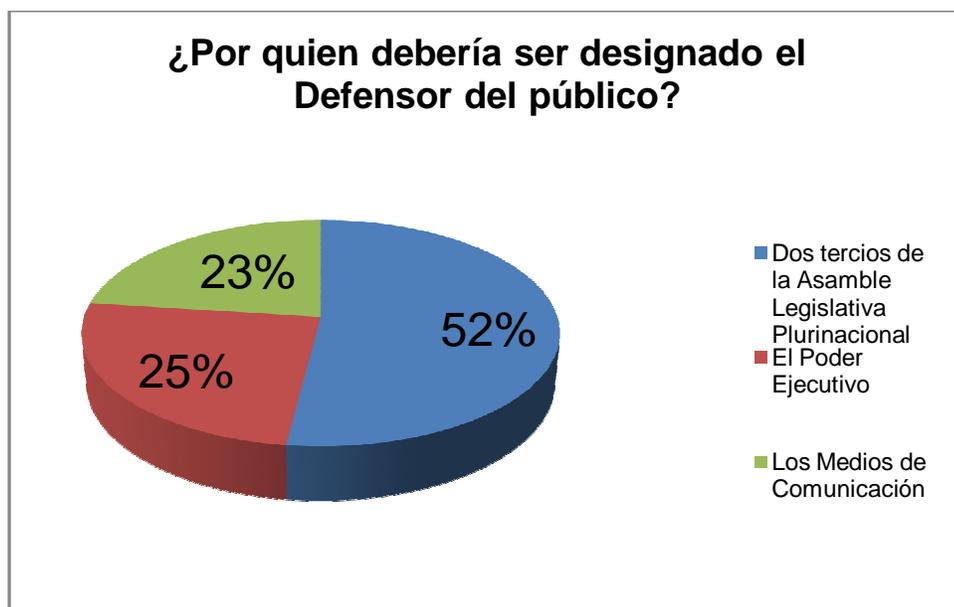
El 25% dijo que sí es ético que el Defensor del Público sea contratado por el mismo medio de comunicación, porque se considera que los errores en los que podrían incurrir debe ser aclarados por el mismo medio. Sólo en caso de no satisfacer la aclaración al afectado se seguirá lo que la norma dispone sobre la conformación de un tribunal de imprenta. (En la presente investigación se ha establecido que sólo tres casos han llegado a la justicia

ordinaria). Las respuestas que corresponden a este porcentaje fueron expresadas por directores, codirectores y periodistas.

El 75% de los encuestados que indicó que no es ético que el mismo medio de comunicación contrate al defensor del público, porque queda en duda la eficacia de su labor al no tener independencia. Estas respuestas fueron emitidas por los asambleístas y los ciudadanos encuestados.

Gráfico N° 6: El defensor del público y su designación

6. ¿Por quién debería ser designado el Defensor del Público?



Fuente: Elaboración propia, 2012

El 52% de los encuestados respondieron que la designación del defensor del público lo deben hacer los dos tercios de la Asamblea Legislativa Plurinacional. Las respuestas fueron expresadas por asambleístas y ciudadanos.

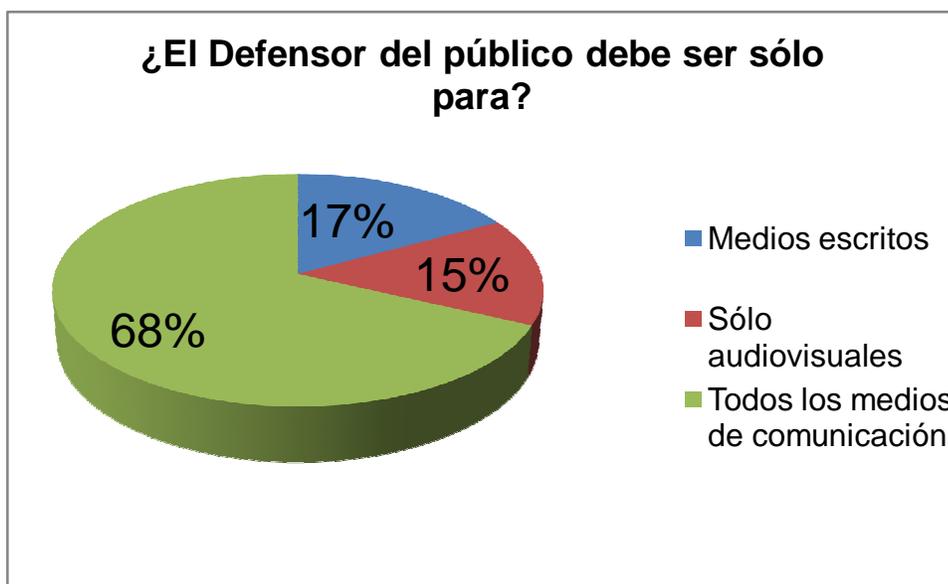
Solo el 25% de los encuestadores dijo que la designación del defensor del público debe hacer el Poder Ejecutivo. Este porcentaje representa la opinión de ciudadanos.

El 23% dijo que el defensor del público debe ser designado por los medios de comunicación. Estas respuestas corresponden a periodistas y ciudadanos

Gráfico N° 7: El defensor del público y los Medios de Comunicación

7. El Defensor del público debe ser solo para:

Medios escritos, medios audiovisuales y todos los medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia, 2012

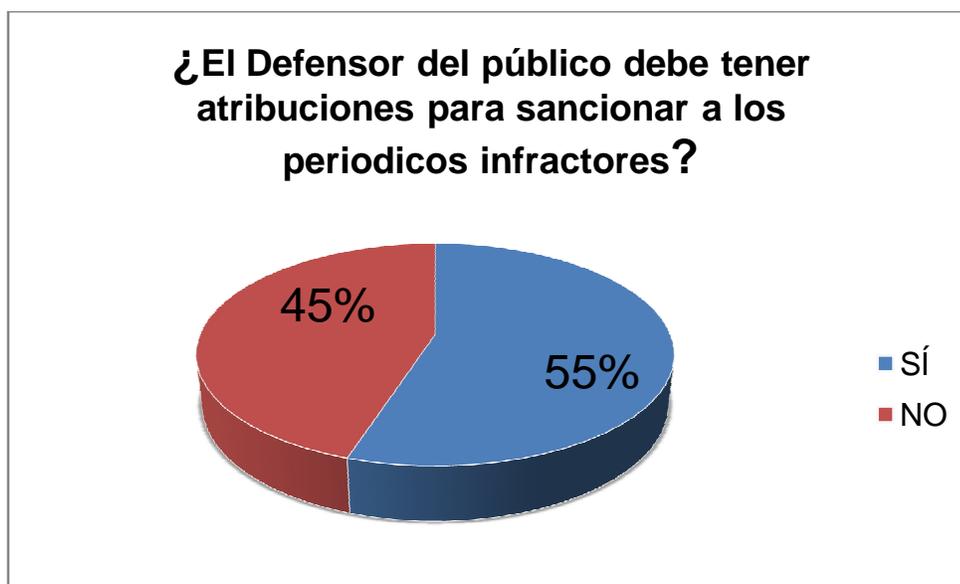
El 68% de los encuestados considera que el defensor del público debe ser para los medios de comunicación en general.

El 17% dijo que el defensor del público sólo debe ser para medios escritos

El 15% restante dijo que el defensor del público sólo debe ser para audiovisuales.

Gráfico N° 8: El defensor del público y sus atribuciones con los periodistas

8. ¿El Defensor del Público debe tener atribuciones para sancionar a los periodistas infractores?



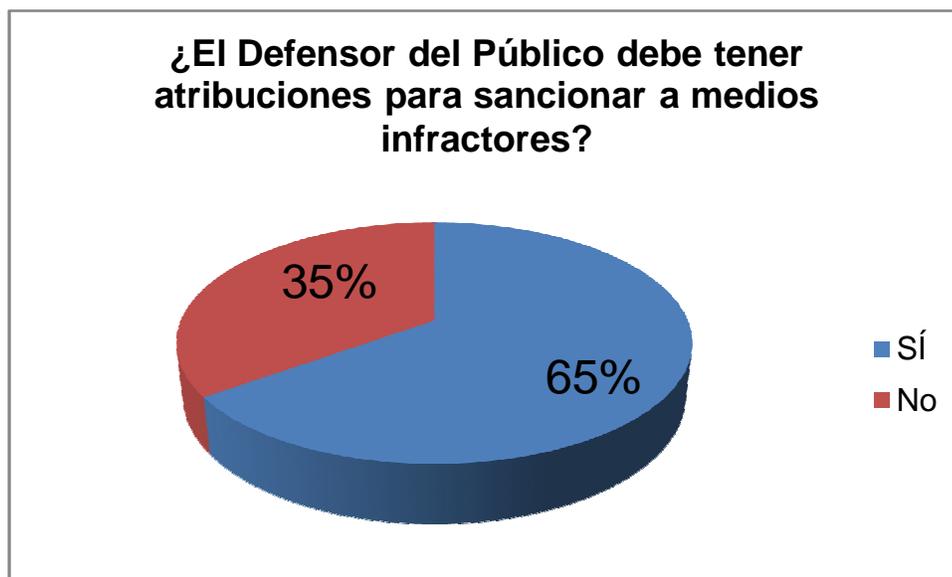
Fuente: Elaboración propia, 2012

El 55% de los encuestados dijo que el defensor del lector sí debe tener atribuciones para sancionar a los periodistas infractores de las normas éticas del periodismo.

El 45% dijo que el defensor del público no debe tener atribuciones sancionadoras.

Gráfico N° 9: El defensor del público y sus atribuciones con los Medios de Comunicación

9. El Defensor del Público debe tener atribuciones para sancionar a los medios infractores. ¿Por qué?



Fuente: Elaboración propia, 2012

El 65% de los encuestados dijo que el Defensor del Público debe tener atribuciones para sancionar a medios infractores. Indicaron que de no ser así la instancia del defensor no tendría efectividad y todo quedaría en sanciones meramente simbólicas. Este porcentaje corresponde a la opinión de asambleístas, ciudadanos y algunos periodistas.

Solo el 35% dijo que no debe tener atribuciones para sancionar porque se estaría dando excesivo poder al Defensor del Público y además implicaría incurrir en el riesgo de coartar la libertad de expresión e información en el país. En este grupo se encuentran directores de medios, codirectores, editores y algunos periodistas.

2. Análisis de Publicaciones Distorsionadas que Afectan a los Ciudadanos, Servidores Públicos e Instituciones

Entre los casos en que se vulneró y distorsionó la información figuran los siguientes:

Muere un bebe en violento operativo

Se pone en consideración la nota de Página 7 ya que la misma fue repetida por todos los noticieros televisivos y radiales. No insertamos los análisis de noticieros de radios y televisión, porque generalmente los mismos replican lo que publica la prensa en el día a día.

Ese día las fuerzas policiales llevaron adelante una violenta intervención que tuvo saldo de muertos y heridos. A propósito de esa intervención el periódico Página 7 titulaba su titular de tapa con la siguiente información: “Muere un bebé en violento operativo”.

Muere un bebé en violento operativo

Represión, Tras 41 días de marcha, un numeroso contingente policial intervino el campamento indígena en Yucumo, esto ocasionó un muerto y un número indeterminado de heridos y desaparecidos.

Amancaya Finkel, enviada especial, Yucumo y San Borja- 26/09/2011

Un bebe de tres meses murió anoche tras la violenta intervención policial en Yucumo a la marcha indígena que se opone a la construcción de la carretera por el TIPNIS. El bebé falleció aparentemente por la inhalación de gases lacrimógenos. La muerte fue informada mediante un boletín de la comisión de comunicación de la marcha.

Alrededor de las 16:30, la policía atacó el campamento que mantenía los indígenas en las afueras de Yucumo, utilizando palos y gases lacrimógenos. Existe un saldo de 37 desaparecidos, según el comunicado, entre ellos siete niños y un bebé, y una cantidad no determinada de heridos y detenidos. Por momentos la represión fue extremadamente violenta, golpearon a algunos indígenas con saña, según comprobó Página 7.

Muchas personas fueron enmanilladas y otras inmovilizadas con cinta adhesiva. El diputado disidente del MAS Pedro Nuni fue detenido sin respetarse su inmunidad. La cantidad de gases lacrimógenos fue tal que se produjo una gran confusión, ocasionándose el extravío de los niños a patadas y palazos, los policías lograron meter a varias decenas de indígenas a buses y camionetas para llevarlos a San Borja, distante 25 Kilómetros al norte. Sin embargo, esa población, como una muestra de solidaridad con los marchistas, bloqueó el ingreso e impidieron su paso, incluso provocaron un incendio en la carretera. Las iglesias de San Borja empezaron a tocar sus campanas como una forma de alerta a la población y ayudar a los marchistas.

La situación de esos indígenas detenidos es incierta debido a que se los buses en los que se encuentran retornaron desde San Borja, pero no existe información oficial de su paradero; aparentemente se dirigían hacia Rurrenabaque, en el norte, debido a esporádicos bloqueos que impedían el paso de los buses. Otros reportes no confirmados señalan que mototaxistas de San Borja salieron de la localidad con la intención de impedir el paso de los cuatro buses y cinco o seis camionetas usadas por la Policía.

En cuanto empezó la represión en Yucumo. Un grupo de indígenas y dirigentes políticos, entre ellos el ex viceministro de Tierras Alejandro Almaraz y el mallku del CONAMAQ, Roberto Quispe, pudieron escapar hacia el monte. Desde allí algunos lograron comunicarse con medios de

comunicación para señalar que se reorganizaran y volverán a marchas contra el Gobierno.

“Ya no marcharemos sólo contra la carretera, sino en favor de la democracia boliviana”, dijo Almaraz, que añadió que unas 30 o 40 personas se están reorganizando para reiniciar la medida. Quispe declaró más tarde que se dirigirán hacia San Borja.

En Yucumo la jornada empezó con relativa tranquilidad. Primero los marchistas celebran una misa a campo abierto. Más tarde recibieron la oferta del Gobierno de que 20 dirigentes se trasladarán a La Paz para negociar con las autoridades porque en Yucumo no existían las condiciones para ello. Los indígenas resolvieron reunirse para analizar el pedido.

En medio de las discusiones empezaron a llegar versiones de otros marchistas en sentido de que la Policía estaba procurando rodearlos. Por un lado estaba el piquete policial original que les impedía el paso hacia La Paz (al sur), pero notaron un movimiento de tropas policiales en la salida hacia San Borja (al norte).

Ante esa situación, los dirigentes preguntaron a los jefes policiales las razones por las que se estaba colocando un grupo de policías en la retaguardia de los indígenas y recibieron como respuesta que era un procedimiento de rutina, que resultó falso, puesto que los policías efectivamente estaban cercando a los marchistas.

Aunque el presidente Evo Morales pidió perdón a los indígenas por la violencia que ejerció la policía contra los indígenas, pocos fueron los medios que reflejaron esta situación, todos se centraron en maximizar el hecho.

ACLARACIÓN DEL MATUTINO PÁGINA SIETE

Página Siete explica su titular del lunes 26

TIPNIS: Como afirmamos el martes 27, lamentamos no haber realizado los esfuerzos suficientes para comprobar la información sobre la supuesta muerte del bebé y pedimos disculpas por ello.

Página 7/ La Paz- 28/09/2011

Respecto de la información sobre la presunta muerte de un bebé publicada por el diario de Página Siete el lunes, y que ha ocasionado fuertes críticas del Gobierno, este diario reitera que tomó fuente de esa noticia un comunicado oficial de la Comisión de Comunicación de la Marcha.

La Comisión de la Marcha es una fuente confiable y creíble que informo a la opinión pública adecuadamente durante los más de 40 días que duró la marcha.

Por lo tanto, Página Siete no se basó en una declaración aislada, en un rumor o en una inferencia, como han señalado algunas autoridades. Al día siguiente, de manera destacada, el periodo admitió que no se había registrado ningún muerto y lamento no haber confirmado los hechos con una fuente independiente.

Además, haciendo un monitoreo sobre este tema, una veintena de medios (canales, radios y agencias) público la misma noticia, aunque de manera menos destacada. Durante la jornada del lunes siguieron las innumerables versiones sobre muertos y desaparecidos e incluso la agencia gubernamental ABI publico una nota con respecto a la presencia de Cuatro muertos ocasionados por el operativo. No se entiende entonces la fijación de las autoridades con este diario.

Así mismo, el periódico Página 7 lamenta las alucinaciones del presidente Evo Morales y el Vicepresidente Álvaro García en sentido de que este diario, entre otros medios de comunicación, ejerce una “tarea política” y es parte de

un “complot” contra el Gobierno. En ese sentido, Página Siete ratifica su carácter independiente y la idoneidad profesional de su equipo de periodistas.

Como afirmación en nuestra edición del martes 27, Página 7 lamenta no haber realizado los esfuerzos suficientes para comprobar la información sobre la supuesta muerte del bebé y pide disculpas por ello.

Existe una contradicción en la disculpa presentada por Página Siete, sobre la nota de muerte de un bebé.

Aunque el director del periódico admitió el error, justifica el mismo, afirmando que la fuente de la nota es el comité central de la marcha de la CIDOB, contrariamente, en la nota del 26 de septiembre de 2011, Página Siete afirmó que “comprobó” los hechos suscitados en Chaparina.

Notas como esta se repiten en forma recurrente, como en el caso de otra información publicada en El Diario y ANF (Agencia de Noticias Fides) el 16 de septiembre de 2012 cuyo titular expresa: “MAS CONFIRMA SU INTENCIÓN DE ELABORAR LEY DE COMUNICACIÓN”. (Ver Anexo 3) Estos medios de comunicación no contemplan la posición oficial del gobierno y presentan los hechos de manera confusa.

Otra nota periodística que manejó la Agencia de Noticias Fides ANF en fecha 19 de octubre de 2012 en la página principal de su portal digital expresa “BORIS VILLEGAS REVELA QUE SACHA LLORENTI INSTRUYÓ LA INTERVENCIÓN EN CHAPARINA” (Ver Anexo N° 4).

De acuerdo al titular de esta nota publicada por ANF el señor Villegas es la fuente primaria, es decir él acusa directamente a Sacha Llorenti para instruir la intervención, en el desarrollo de la nota se muestra que es Juan del

Granado quien presenta un supuesto informe en el que se acusa a Llorenti. Después de varios días Villegas desmiente dicho informe. La nota no tiene relación con el titular, nunca habla Boris Villegas, es más Juan del Granado habla por él.

Según el gobierno, el periódico Pagina Siete adopta una actitud fuertemente antigubernamental, porque el medio en realidad es propiedad de la familia Garafulic, muy ligada a grandes intereses empresariales muy ligados a los partidos políticos de oposición.

3. Sustento Teórico, Jurídico y Político para la Implementación del Defensor del Público

3.1. Sustento Teórico

Amanda Dávila, actual ministra de Comunicación antes de asumir el cargo participó en la Mesa de Reflexión “Comunicación e Información un derecho constitucional” al referirse al ámbito normativo de la comunicación sostuvo que:

“La constitucionalización del Derecho a la Comunicación e Información obviamente ha puesto en debate el derecho a la comunicación e información, un derecho que no es un atributo propio de los periodistas, Creo que al incorporar este derecho, en la constitución, constitucionalizar este tema, los periodistas han comenzado a entender que éste no era un derecho exclusivo de nosotros y nosotras periodistas, sino, también, un derecho de otros ciudadanos y otras ciudadanas.¹

¹Dávila Amanda, Mesa de Reflexión Comunicación e Información Un Derecho Constitucional, Impreso en Central Grafica, 2006, Pág. 29

Así mismo Dávila sostuvo criterios que avalan la elaboración de una ley de Comunicación, toda vez que las normas actuales no resuelven los problemas que se plantean entre medios y sociedad.

“Una Ley de Medios es importante en este país para que podamos ir reorganizando este escenario mediático donde no hay ningún tipo de restricción ni control, y aquí quiero dejar claramente establecido que no me estoy refiriendo al control de contenido. Un medio puede ser en su línea editorial y contenido neoliberal, trotskista o lo que sea, tiene todo el derecho, pero tiene que haber algún tipo de limitaciones en el tema de estructura accionaria de los medios de comunicación, pues no puede haber medios de comunicación que tengan como accionistas a representantes y dueños de empresas petroleras.”²

Gunnar Zapata, director de la carrera de Comunicación Social de la UMSS y vicepresidente electo de la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social-ABOCCS valora la experiencia del Defensor del Lector como una experiencia positiva de autorregulación de los medios de comunicación que ya no se practica. El sostiene:

“Lo que proponemos es una ley de impulso a la autoregulación, pero una autoregulación completamente factible. Basado en lo ocurrido con Página Siete, sostuvo que es importante establecer ¿a quién puede reclamar la población?; ¿Al medio?. Tiene que existir en el medio una figura que pueda atender los reclamos de la población de los lectores. Pero que no dependa del administrador o la gerencia del empresario, debe ser completamente independiente”.³

²Dávila Amanda, Mesa de Reflexión Comunicación e Información Un Derecho Constitucional, Impreso en Central Grafica, 2006, Pág. 35

³ZapataGunnar, Mesa de Reflexión Comunicación e Información Un Derecho Constitucional, Impreso en Central Grafica, 2006, Pág. 41-42

3.2. Sustento Jurídico

- Ley de Imprenta

La Ley de Imprenta promulgada el 19 de marzo de 1925 sigue vigente y en su espíritu todavía es una salvaguarda para la libertad de expresión, sin embargo muestra obsolescencia porque en los últimos 50 años los medios de comunicación se expandieron y transformaron superando radicalmente los moldes con los cuales se pensaba la comunicación hace 90 años.

- Decreto Supremo 20225 Estatuto Orgánico del Periodista

El artículo 10 del Estatuto Orgánico termina de destacar toda la responsabilidad del proceso de búsqueda y construcción de los mensajes informativos en los periodistas al establecer que “la libertad plena de información corresponde al periodista y le da derecho de acceso a toda fuente informativo para comunicar hechos y acontecimientos sin otras restricciones que las establecidas por la Ley de imprenta de 19 de enero de 1925”.

Estatuto Orgánico prescribe en su artículo 17 que “el periodista está obligado a ser veraz, honesto y ecuánime en el ejercicio de su profesión, así como observar en el desempeño de sus funciones respeto a las normas éticas”; y el artículo 18 dice que “el lenguaje que use el periodista en sus crónicas, comentarios o información, deberá ser mesurado y exento de obscenidad, injurias, calumnias o expresiones lesivas a la moral”.

- Ley Mordaza

Este proyecto de Ley, que tenía un solo artículo, decía: “Los delitos previstos en la Ley de Imprenta de 19 de enero de 1925 serán tipificados de acuerdo al Código Penal vigente”

Los periodistas detentaban aún el poder de decisión en la formulación de la agenda pública, por tanto la búsqueda, la acumulación, selección y jerarquización y marchas de resistencia, que como resultado final lograron frenar la amenaza de penalizar el derecho de información de ciudadanos y ciudadanas.

- La autorregulación periodística

Del análisis de las normas creadas por el Estado boliviano y las otras normas que fueron planteadas en el ámbito de la autoregulación periodística, se establece que- pese a existir dichas normas y sus sanciones- ninguna de esas normas logran una efectiva protección de los ciudadanos, servidores públicos e instituciones ante la labor de los medios de comunicación, lo que hace necesaria la creación de un Defensor del Público.

El fundamento Jurídico respecto a la creación del Defensor del Público, en la presente investigación se encuentra en las leyes internacionales como es el caso de Colombia y Argentina:

Colombia ley 335 Art. 11

Colombia tiene en la región la particularidad de haber sido el primer país en sancionar una ley que establece la obligatoriedad de los canales de televisión de contar con un Defensor del Televidente. En 1996 la ley 335 estableció en su artículo 11 que los operadores privados debían “reservar el 5% del total de su programación para presentación de programas de interés público y social”. “Uno de estos espacios”, se precisaba, “se destinará a la Defensoría del Televidente”.

Defensor Nacional del Público Argentina

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual Está contemplado en los artículos 19 y 20 de la ley. Será designado por la Comisión Bicameral

y actuará bajo su órbita, con un mandato de 4 años y una única posibilidad de reelección. Su función es la de representar los intereses de los espectadores, canalizando reclamos, haciendo seguimiento de los casos e informando a las autoridades pertinentes.⁴

3.3. Sustento Político

Amanda Dávila, actual ministra de Comunicación antes de asumir el cargo participó en la Mesa de Reflexión “Comunicación e Información un derecho constitucional establece:

“Es posible que muchos medios y periodistas que consideraban que la libertad y el derecho a la comunicación e información lo permitía absolutamente todo, como la difusión de estereotipos discriminatorios y racistas, que han podido hacer sentir vulnerables a algún sector de la población, pero la mayoría creo que se ha dado cuenta, sí actúa con la verdad, o con fines políticos, que no ha habido ninguna consecuencia o efecto negativo ni limitante para los medios. Sin embargo ha sido beneficioso para muchos y muchas ciudadanos y ciudadanas bolivianas porque los medios tienen, ahora, que ejercer el derecho a la comunicación e información no solo pensando en sus particulares intereses sino, sobre todo, respetando hasta al más humilde ciudadano en su dignidad de ser humano, y eso beneficia a toda la población de este país”.⁵

Juan Javier Zeballos, periodista, ex director del Periódico La Razón y durante años secretario ejecutivo de la Asociación Nacional de la Prensa.

Existió en Bolivia en 2007 una iniciativa, promovida por el partido político del presidente Evo Morales, acerca de la posibilidad de incorporar a la nueva Constitución la figura del Defensor del lector, del televidente y del oyente. Sin

⁴Argentina. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2010

⁵Dávila Amanda, Mesa de Reflexión Comunicación e Información Un Derecho Constitucional, Impreso en Central Grafica, 2006, Pág. 31

embargo, tal iniciativa no prosperó. Según da cuenta Juan Javier Zeballos Gutiérrez, ex Defensor del lector del diario El Deber, “la Asamblea Constituyente finalmente no aprobó nada al respecto”⁶

Otro aspecto queda por resaltar. Se trata de la coincidencia de tres gobiernos de la región (Argentina, Ecuador y Bolivia) en proponer la creación de Defensorías del público por ley, en particular, con competencias sobre los medios audiovisuales. Estas iniciativas, si bien se alejan de la concepción de las Defensorías como un mecanismo de autorregulación de la prensa, sí indican la actualidad de un debate referido a cómo el público puede presentar objeciones a los contenidos de los medios.⁷

Los resultados de la encuesta realizada muestran la necesidad de implementar la figura del defensor del público como instancia intermedia entre la sociedad y los medios de comunicación y para proteger a los ciudadanos, servidores públicos e instituciones ante la labor de los medios de comunicación. Los resultados indican que la figura del Defensor del Público debe ser independiente, institución con autonomía funcional, financiera y administrativa.

Las consideraciones teóricas de investigadores y comunicólogos bolivianos señalan que el derecho a la información no es patrimonio de los periodistas o los medios de comunicación, sino un derecho de toda la sociedad. De esto se infiere que la sociedad, sean ciudadanos, servidores públicos o instituciones, tienen derecho a reclamar a los medios de comunicación por las vulneraciones en las que incurren. En cuanto a la norma jurídica que regula la actividad periodística, se ha comprobado que requiere actualizarse al igual que en otros países como es el caso de Argentina y Colombia en torno a la creación del Defensor del Público.

⁶Zeballos Gutiérrez Juan Javier, ex Defensor del lector del diario El Deber, en el Deber 2010 pág. 9

⁷PAUWELS, Flavia (2010): Defensores de lectores y oyentes en la prensa Argentina. La pedagogía del Derecho a la Información. Maestría en Periodismo. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

PRIMERA

La gran mayoría de los medios de comunicación en Bolivia actúan bajo la lógica de los medios de comunicación en el mundo, en tanto se trata de empresas que tienen objetivos políticos e intereses concretos. En mayor o menor medida sus apreciaciones son subjetivas y por lo tanto su labor mediadora siempre va con una carga subjetiva beneficiando o perjudicando a personas o instituciones.

SEGUNDA

La labor de los medios de comunicación bolivianos no está contribuyendo al afianzamiento y consolidación de la democracia boliviana, porque al distorsionar los contenidos informativos no es un garante confiable en la mediación política y social. El principal problema constituye el carácter privado de los medios de comunicación, de donde se tiene que los periodistas –por razones de permanencia laboral- acaban acatando los lineamientos político-ideológicos de los medios en los cuales trabajan.

TERCERA

La ausencia de veracidad en los contenidos de las noticias afecta el derecho a la información que tienen los ciudadanos y que está consagrado en el art. 106 de la Constitución Política del Estado. No respetar la verdad y distorsionar la información conlleva grandes perjuicios para los ciudadanos, los funcionarios públicos y las instituciones.

CUARTA

Entre los años 2003 y 2006 un grupo de medios privados de comunicación denominado Líder creó el Defensor del Lector solo para medios escritos. La experiencia permitió detectar algunos aspectos adicionales, pero en definitiva no fue la solución al problema ya que los defensores deben tener independencia y no ser parte del mismo medio como ocurrió con la citada experiencia.

QUINTA

La Ley de Imprenta aprobada en 1925 y que aún está vigente ha demostrado en muchos casos su ineficacia. La referida ley ha quedado obsoleta y no responde a la realidad comunicacional que vive Bolivia hoy.

En la actualidad los medios de comunicación se han constituido en uno más de los factores de poder y ese carácter ha quedado acentuado con la creación de monopolios de la información que combinan a la prensa escrita, la radio, la televisión e internet.

SEXTA

La propuesta de la autorregulación de la labor de los medios de comunicación pese a haber sido planteada de diferentes formas durante muchos años como la salida para el conflicto que existe al respecto entre medios, estado y sociedad, nunca ha dado los frutos esperados, pues no existe un acuerdo general sobre la forma en que debe ser encarada.

SÉPTIMA

Al evidenciar que la Ley de Imprenta ha quedado obsoleta y ya no sirve para regular la labor de los medios de comunicación en el presente y que tampoco han prosperado las iniciativas de autoregulación de la labor de los medios. Es necesario encontrar una nueva instancia de regulación de la labor de los

medios de comunicación y la opción que surge como resultado de la presente investigación es el Defensor del Público.

2. Recomendaciones

- Se recomienda la creación del Defensor del Público como instancia de protección de los ciudadanos, servidores públicos e instituciones ante la labor de los medios de comunicación y que debe velar por el cumplimiento de las normas jurídicas vigentes y los derechos consagrados en la Constitución. El Defensor del Público deberá ser una institución con autonomía funcional, financiera y administrativa en el marco de la ley. Sus funciones deberán regirse bajo los principios de gratuidad, celeridad y accesibilidad.
- Se recomienda que los periodistas se acojan a la Cláusula de Conciencia que reconoce la Constitución Política del Estado para evitar las presiones que surgen de parte de los propietarios de los medios de comunicación y que en muchas ocasiones los llevan a distorsionar la veracidad de la información.

PROYECTO DE LEY DE AMPLIACIÓN

CREACIÓN DE UN PARÁGRAFO EN EL ARTICULO 107 DE LA CONSTITUCIÓN POLITICA DEL ESTADO QUE DISPONE LA CREACION DEL DEFENSOR DEL PÚBLICO COMO INSTANCIA DE PROTECCIÓN DE LOS CIUDADANOS, SERVIDORES PÚBLICOS E INSTITUCIONES ANTE LA LABOR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

JUAN EVO MORALES AYMA

PRESIDENTE DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

CREACION DEL DEFENSOR DEL PÚBLICO

EN CONSEJO DE MINISTROS

DECRETA:

La ampliación del artículo 107 del título II Derechos Fundamentales y Garantías; del Capítulo VII Comunicación Social de la Constitución Política del Estado que dispone la creación del Defensor del Público como instancia de protección de los ciudadanos, servidores públicos e instituciones ante la labor de los medios de comunicación.

ARTICULO 107.

V. El Defensor del Público como instancia de protección de los ciudadanos, servidores públicos e instituciones ante la labor de los medios de comunicación y velará por el cumplimiento de las normas jurídicas vigentes y los derechos consagrados por la Constitución. El Defensor del Público es una institución con autonomía funcional, financiera y administrativa en el marco de la ley. Sus funciones se regirán bajo los principios de gratuidad, celeridad y accesibilidad y será designado por dos tercios de la Asamblea Legislativa Plurinacional, de una lista que será propuesta por instituciones sociales que se desenvuelven en el área del periodismo y la comunicación. En el ejercicio de sus funciones no recibe instrucciones de los órganos del Estado.

Pase a la Asamblea Legislativa Plurinacional para su consideración.

Es dado en el Gabinete de Ministros.

FDO. EVO MORALES AYMA, David Choquehuanca Céspedes, Juan Ramón Quintana Taborga, Carlos Gustavo Romero Bonifaz, Rubén Aldo Saavedra Soto, Elba Viviana Caro Hinojosa, Luis Alberto Arce Catacora, Juan José Hernando Sosa Soruco, Ana Teresa Morales Olivera, Arturo Vladimir Sánchez Escobar, Mario Virreiralporre, Cecilia Luisa Ayllon Quinteros, Daniel SantallaTorrez, Juan Carlos Calvimontes Camargo, Felipe Quispe Quenta, Roberto Iván Aguilar Gómez, NemesiaAchacollo Tola, Claudia Stacy Peña Claros, NardySuxolturry, Pablo Cesar GrouxCanedo, Amanda Dávila Torres.

ANEXO Nº 1

CUESTIONARIO

1. Como calificar la labor de los medios de comunicación en términos de respeto a la veracidad

a) Muy Buena b) Buena c) Mala

2. ¿Consideras que las normas que hoy regulan la actividad periodística son suficientes?

Sí No

3. Cuando los medios de comunicación infringen las normas de ética periodística el daño para las personas es:

a) Muy grave b) Grave c) Leve

4. ¿Cómo calificas la experiencia del Defensor del Público en Bolivia?

a) Buena b) Regular c) Mala

5. Es ético que el Defensor del lector sea contratado por el mismo medio de comunicación?

Sí/No

¿Porque?

.....

6. ¿Por quién debería ser designado el Defensor del Público?

a) El Estado b) Los medios de comunicación c) otros

7. El Defensor del público debe ser solo para:

a) Medios Escritos b) Audiovisuales d) Todos los medios
de comunicación

8. ¿El Defensor del Público debe tener atribuciones para sancionar a los periodistas infractores?

Sí No

9. ¿El Defensor del Público debe tener atribuciones para sancionar a medios infractores?.

Sí No

¿Por qué?

.....

ANEXO Nº 2

ANEXO N° 3

ANEXO N°4