

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA**

**ESCUELA DE POST GRADO**

**DOCTORADO EN DERECHO**



**EL DERECHO Y LA ETICA EN LA REGULACION  
DE LA PRODUCCION DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO  
EN LA TV PERUANA 2015**

Presentado por

**MGR. JUDITH MARITZA JESUS ALEGRE VALDIVIA  
PARA OBTENER EL GRADO ACADEMICO DE DOCTOR  
EN DERECHO**

**TACNA - PERU**

**2015**

## **DEDICATORIA**

**A MIS QUERIDOS HIJOS CESAR RENATO Y PIERINA ALEXANDRA  
CALDERON ALEGRE, FUENTE DE TODA INSPIRACION Y ANHELOS  
DE SUPERACION PERSONAL Y PROFESIONAL, MOSTRANDOLES  
EL CAMINO A SEGUIR**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A LOS DOCENTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO  
DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA, POR SUS VALIOSAS  
ENSEÑANAZAS DESTINADAS A FOMENTAR LA INVESTIGACION  
JURIDICA Y A MIS COMPAÑEROS DEL DOCTORADO,  
QUE HICIERON DE LOS ESTUDIOS UNA DICHA Y PLACER**

## RESUMEN

La relación entre ética y derecho no siempre ha sido pacífica, en realidad es una temática sumamente compleja, discutible y opinable. La ciencia jurídica, ha tratado de buscar una referencia en los marcos teóricos de la filosofía jurídica para poder entender cómo pueden consensuarse los principios jurídicos y las valoraciones éticas en la sociedad en el caso concreto de una regulación tanto normativa como axiológica de los programas de entretenimiento de la televisión nacional; siempre se ha generado una necesaria polémica porque muchas veces se ha planteado que ello puede afectar la libertad de expresión y de empresa y aún de la libertad de creación intelectual; esta problemática que no es solamente del Perú sino, en general de la sociedad moderna implica que el derecho debe actualizarse y superar estrechos marcos teóricos positivistas de antaño que subvaloraban dicha problemática

El gigantesco progreso de las telecomunicaciones y la masificación de los programas de televisión han generado una creciente necesidad del campo jurídico de su regulación o autorregulación con carácter sancionatorio con carácter imperativo para que las empresas de televisión tengan en cuenta los principios básicos del ordenamiento jurídico nacional en especial la protección de la mujer, del menor y de la dignidad del ser humano es por ello, que la presente tesis ha fundamentado en el marco teórico las diversas opiniones sobre regulación y autorregulación que existen en el campo del derecho en relación a los programas de televisión tanto en el derecho comparado como en el derecho nacional.

En efecto la Ley General de Telecomunicaciones es muy exigua al respecto y no tiene un desarrollo normativo suficiente, la Ley de Radio y Televisión apela a una autorregulación propia de las empresas televisivas, que la presente tesis ha demostrado es muy poco eficiente en el momento

de orientar que la programación televisiva se oriente de acuerdo a los valores y principios generales del derecho.

El caso de la serie televisiva: "La Paisana Jacinta" ha sido estudiada como caso paradigmático en la presente investigación a partir básicamente de las apreciaciones que organismos tan importantes como el Comité para la Erradicación de Discriminación Racial de las Naciones Unidas; los Organismos Nacionales de Derechos Humanos pero, la presente tesis alerta que no solamente se trata del programa "La Paisana Jacinta" sino, del desarrollo de un conjunto de personajes en los ámbitos de entretenimiento cómico televisivo dirigido a un público juvenil: novelas, programas deportivos, noticias etc., que pueden generar estereotipos, estigmas y valoraciones machistas y aún racistas que son incompatibles con los Estados de Derecho.

El trabajo de campo aplicado a la comunidad jurídica de la ciudad de Ilo - Moquegua ,ha demostrado que existe un consenso mayoritario por parte de los profesionales de leyes para establecer una regulación y autorregulación efectiva a los programas que emite la televisión peruana, lo cual sientan las bases del foro para la ulterior presentación de propuestas en un campo normativo que sean consensuadas con todos los actores sociales involucrados en esta problemática de tal modo que siempre prevalezca el estado del derecho de respetar la dignidad humana.

## **ABSTRACT**

The relationship between ethics and law has not always been peaceful; in fact it is a highly complex, controversial and debatable topic. Legal science has tried to find a reference in the theoretical frameworks of legal philosophy to understand how they can be agreed legal principles and ethical values in society in the case of regulation both normative and axiological entertainment programs national television; always has generated controversy because often required has been raised that this may affect freedom of expression, enterprise and even freedom of intellectual creation; this problem is not only in Peru but in general of modern society means that the law must be updated and overcome narrow frameworks old positivist your subvaloraban this problem

The huge advances in telecommunications and mass of television programs have generated a growing need legal field regulation or self-regulation mandatory punitive character to television companies consider the basic principles of the national legal system especially the protection of women, child and dignity of the human being is therefore that this thesis has been based on the theoretical framework the various views on regulation and self-regulation that exist in the field of law in relation to programs television both in comparative law and national law.

Indeed the General Telecommunications Law is very meager compared and has a sufficient regulatory development the Broadcasting Act calls for self-regulation of television companies own that this thesis has shown is very inefficient at the time of guiding the television programming is oriented according to the values and general principles of law.

The paradigmatic case of the television series, "The Peasant Jacinta" has been studied as a paradigmatic case in this investigation from the assessments basically agencies as important as the Committee on the Elimination of Racial Discrimination United Nations; the national human

rights but warns that this thesis is not only of "The Peasant Jacinta" program but the development of a set of characters in the fields of entertainment television comic aimed at a young audience: novels, sports programs , news etc. that can generate stereotypes, stigmas and even racist and sexist ratings that are incompatible with the rule of law.

Fieldwork applied to the legal community of the city of Ilo has shown a majority consensus among professionals laws to establish effective regulation and self-regulation programs Peruvian television broadcasts which form the basis of the forum for further proposals in a policy field are agreed with all stakeholders involved in this problem so that always prevails state law to respect human dignity

## INTRODUCCION

La presente tesis de investigación que tiene como título **“EL DERECHO Y LA ÉTICA EN LA REGULACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO EN LA TV PERUANA 2015”**.

Busca desarrollar una aproximación teórico-práctica de cómo la comunidad jurídica, entiende la relación entre el derecho a la libertad de expresión y la libertad de creación intelectual en relación con el principio básico del derecho constitucional peruano de defender y valorar la dignidad del ser humano. Este principio básico que pareciera ser lógicamente aceptado en la sociedad encuentra una dificultad en su concreción práctica en la sociedad peruana debido al desarrollo de una denominada industria cultural televisiva que muchas veces en el ejercicio de su actividad comercial puede generar en los contenidos de los programas de entretenimiento de la televisión nacional pública genere un conjunto de prejuicios y estereotipos que pudieran afectar la dignidad del ser humano y en particular de la mujer y el menor de edad.

La presente investigación surgió de una necesidad de explicar desde el ángulo del derecho porque la regulación y las formas de autorregulación normativa son insuficientes en la sociedad peruana y como no es dable hablar de un conflicto de derechos fundamentales porque el entendimiento del mandato constitucional en el artículo primero que es como sabemos el artículo llave que orienta todos el ordenamiento jurídico nacional que señala que el fin supremo de la sociedad y el Estado es la persona humana y su dignidad; hace entender que no existe una contradicción entre derechos fundamentales sino la necesidad de una concreción de dicho principio básico en el cual se asienta todo el denominado Estado democrático; vale decir, la defensa de persona humana y su dignidad.

Los programas de entretenimiento de la televisión peruana tienen un alto rating de sintonía por parte de la población muy especialmente de la juventud y la mujer; por lo que siendo ambos grupos sociales protegidos en forma especial por el marco jurídico positivo es meritorio desarrollar la presente investigación, si el contenido de algunos estos programas de entretenimiento pueden violentar su dignidad; en esta perspectiva el objetivo de la presente investigación es analizar la conveniencia de establecer una regulación consensuada del contenido ético y valorativo de los programas de entretenimiento en la televisión que no afecte la dignidad de la persona humana.

Siendo este un tema opinable y discutible dentro del foro jurídico y la sociedad en general la presente investigación ha intentado desarrollar una visión holística del problema vale decir, establecer la conveniencia de una regulación basada en el diálogo y consenso y no la imposición de tal modo que nadie se sienta afectado en su libertad de creación intelectual o libertad expresión y aún de la libertad de empresa en especial de los propietarios de las grandes empresas de televisión nacional; pero, del mismo modo se proteja en forma adecuada y objetiva a la mujer y al menor de edad en general en la transmisión de contenidos que pueden tener un alto sentido racista, machista, patriarcal.

El planteamiento hipotético de la presente investigación, ha señalado la desregulación jurídica y la valoración ética en los programas de entretenimiento de la televisión nacional lo cual puede influir negativamente los contenidos de dichos programas que puedan hacer vulnerar la dignidad la persona humana esto es, que buscaba establecer una relación de causalidad entre la ausencia de una regulación jurídica y de una valoración ética imperativa en los programas de entretenimiento de la televisión nacional de modo tal, que dicha ausencia tanto de dicha regulación normativa como de valoración ética puedan explicar, qué los

programas de entretenimiento nacional de alta sintonía para el conjunto poblacional pueda afectar la dignidad del ser humano a través de la transmisión de estereotipos, prejuicios al propalar una visión machista y el rol cosificado de la mujer que se contradicen con la construcción programática de un Estado de Derecho.

La comprobación hipotética de la presente investigación se realizó, trabajando un análisis de caso basado en el programa televisivo “La Paisana Jacinta” y en el personaje en sí ,dado, que dicho programa ha sido suspendido solamente por un periodo de tres años sin embargo, el personaje de la “Paisana Jacinta”, continúa apareciendo frecuentemente en los programas de televisión siendo que dicho personaje ha sido condenado por el Comité de Eliminación de toda forma de discriminación racial de las organismos de las Naciones Unidas con sede en Ginebra, al considerarlo como un personaje que se burla o hace una caricatura de la mujer proveniente la serranía al presentarla como una mujer sucia, ignorante, vulgar y de mala conducta de modo tal que la fundamentación del caso emblemático permite comprobar la relación hipotética, aún cuando se puede ampliar estudios de caso a personajes como el “negro mama” en el caso de la población afroperuana.

Esta problema en realidad también se puede ampliar no solamente a los programas de entretenimiento, sino en los populares realty show juveniles que son programas basados en un conjunto de retos asignados a menores de edad, como el programa “el último pasajero” en el cual se han desarrollado verdaderos escándalos mediáticos cuando se obligó a menores de edad a consumir insectos que pueden afectar gravemente su salud y también evidentemente afectar su dignidad.

Pero, la comprobación hipotética ha tenido también un trabajo de campo en la aplicación de una encuesta al conjunto de la comunidad jurídica de la comunidad de Ilo-Moquegua, para tomar conocimiento de la opinión

fundamentada de los profesionales del derecho que han sido educados y preparados en el conocimiento y defensa del Estado de Derecho, para de este modo tomarle el pulso al foro y sentar las bases para el planteamiento de espacios académicos que discutan este acuciante problemática; así como las sugerencias de lineamientos normativos que pueden ser introducidos en la necesaria reforma jurídica y axiológica que requiere la orientación de los programas de entretenimientos de la televisión peruana.

Las limitaciones de la presente investigación son sin duda el no haber ampliado los estudios de caso u otros programas o empresas televisoras de tal modo de tener una visión completa de la problemática de dichos programas; todo ello se explica por el tiempo y la falta de preparación teórico-metodológica que requiere dichos trabajos; además de la ausencia de un marco doctrinario teórico específico que trabaje la regulación jurídica sólo en tanto los trabajos en tanto las investigaciones de la filosofía del derecho son muy escasas en el idioma español y mucho más en nuestro país.

Los méritos de la presente investigación desde mi humilde opinión reside en haber colocado un caso paradigmático para poder comprobar la correlación hipotética; así como haber aplicado una encuesta a la comunidad jurídica para tomar conocimiento de la opinión preponderante de este modo ir estableciendo las bases para las sugerencias y recomendaciones en el ámbito normativo que se han de tener en cuenta en los próximos años sobre esta problemática

La presente tesis se divide en cinco capítulos: el primer capítulo versa sobre aspectos metodológicos básicos como son el planteamiento del problema las interrogantes específicas y generales así como los respectivos objetivos generales y específicos del mismo modo; se establece una relación a los conceptos básicos a trabajar en la presente

tesis y la existencia de antecedentes teóricos y de trabajos de investigación sobre dicha problemática. El segundo capítulo trata sobre los fundamentos teóricos vale decir, los marcos teóricos doctrinarios que exploran desde el mundo de la filosofía del derecho y aún de la sociología del derecho para determinar cuál es la relación que debe existir entre regulación auto regulación o inexistencia de la misma en los programas de la televisión de señal abierta en el derecho comparado y nuestro propio derecho nacional. El tercer capítulo desarrolla el planteamiento hipotético a través de la variable independiente y dependiente y sus respectivos indicadores así como la determinación de la población y muestra estadística respectiva; finalmente señala las técnicas e instrumentos que se han de aplicar en la presente investigación. El cuarto capítulo presenta los resultados de la investigación a partir de la descripción del trabajo de campo; la presentación de los cuadros, tablas y gráficas del de la encuesta realizada; así como la interpretación de dichos cuadros para concluir con el acápite de discusión y análisis de resultados para ver si se ha logrado la comprobación hipotética deseada. El quinto capítulo establece las conclusiones que significan las principales afirmaciones a los cuales he arribado, después de todo el proceso de investigación teórico-práctico ,así como el conjunto de recomendaciones o sugerencias, que se plantea al Estado y la sociedad civil para poder aportar en la solución de la problemática investigada.

Considero que el presente trabajo adolece de las naturales limitaciones por mi falta de pericia metodológica sin embargo, quiero resaltar que desde mi posición como mujer y profesional del derecho me parece imprescindible generar investigaciones que superen una visión del dogmatismo jurídico positivista y se amplían horizontes axiológicos valorativos; de tal modo que la regulación si ha de existir sea expresión de un consenso entre los actores sociales involucrados para lograr un impacto real de dicha norma y una aplicación concreta de sus principales

enunciados en la práctica de la sociedad; de tal modo que tengamos el derecho tener un entretenimiento en los programas de televisión abierta así como un pleno respeto a los derechos fundamentales y la dignidad de la mujer y el menor y de todo ciudadano en este país es tal vez el mérito que puede alcanzar la presente investigación.

## INDICE

Dedicatoria .....	ii
Agradecimientos .....	iii
Resumen .....	iv
Abstract .....	vi
Introducción .....	viii

### **CAPÍTULO I**

1. EL PROBLEMA .....	1
1.1. Planteamiento del Problema .....	1
1.2. Formulación del Problema .....	4
1.2.1. Interrogante Principal .....	4
1.2.2. Interrogantes Secundarias .....	4
1.3. Fundamentación de la investigación .....	4
1.4. Objetivos de la Investigación .....	5
1.4.1. Objetivo general .....	5
1.4.2. Objetivos específicos .....	5
1.5. Antecedentes de la Investigación .....	5
A. Título de la Tesis .....	5
B. Título de la Tesis.....	7

### **CAPITULO II**

2.- FUNDAMENTOS TEORICO CIENTIFICOS .....	8
2.1.- Antecedentes .....	8
2.2. Bases Teóricas Científicas.....	9
2.3 Evolución de la Teoría ética en las comunicaciones .....	10
2.4 Objetivos principales de la Ética de comunicación.....	11
2.5. El poder de los medios de comunicación .....	11
2.6. Contenidos televisivos dirigidos a los niños .....	13
2.6.1 La influencia de la televisión.....	13
2.6.2 Regulación y autoregulación de la televisión .....	14
2.6.3 La ética en la regulación de la comunicación televisiva .....	15

2.6.4	Importancia de los códigos éticos en la televisión.....	20
2.7.	El Derecho a la comunicación como derecho fundamental .....	24
2.7.1	Interrelación de los derechos nacionales e internacionales .....	27
2.7.2.	El bloque constitucional de derechos fundamentales .....	29
2.8.	La alternativa de la autoregulación .....	30
2.8.1.	Beneficios y ventajas de la autoregulación .....	32
2.8.2.	Tipos de autoridades regulatorias .....	33
2.8.3.	Regulación, corregulación y autoregulación .....	35
2.8.4.	Derecho comparado un órgano autónomo en materia de radio y televisión.....	37
2.8.5.	Orientación de la regulación de la televisión en el Perú.....	41
2.8.6.	Instrumentos normativos internacionales.....	44
2.8.6.1	Los derechos y libertades informativas .....	44
2.8.6.2	La protección de otros derechos colectivos.....	45
2.8.6.3	El derecho a la comunicación .....	45
2.9	Regulación de la Radio y la Televisión en el Perú .....	47
2.9.1	El marco legal peruano.....	50
2.9.2	Ley de modernización y transparencia de los servicios de telecomunicaciones .....	54
2.9.3	La ley Nro. 28278 Ley de Radio y Televisión.....	58
2.9.4	La Sociedad Nacional de Radio y Televisión y Regulación de los contenidos de los programas de entretenimiento en la televisión peruana .....	63
2.9.5	Código de ética publicitaria del Perú.....	66
2.9.6	El consejo consultivo de Radio y Televisión .....	67
2.9.7	El caso del programa de entretenimiento La Paisana Jacinta.....	73
2.9.7.1	Análisis jurídico del programa televisivo La Paisana Jacinta.....	73
a)	Antecedentes.....	73
2.9.7.2	Valores discriminatorios del programa .....	74
2.9.7.3	Fundamentación jurídica de los derechos vulnerados.....	77

a) Fundamentos Jurídicos Internacionales .....	78
b) Fundamentos Jurídicos Nacionales.....	80
2.9.7.4 Elementos discriminatorios en el contenido del programa La Paisana Jacinta.....	82
<b>CAPÍTULO III</b>	
3 MARCO METODOLÓGICO .....	85
3.1 Hipótesis General .....	85
3.2 Variable .....	85
3.2.1 Variable Independiente .....	85
3.2.1.1 Indicadores .....	85
3.2.2 Variable Dependiente .....	86
3.2.2.1 Indicadores .....	86
3.3 Tipo de Investigación .....	87
3.4 Diseño de Investigación .....	87
3.5 Ámbito de Estudio .....	87
3.6 Tiempo Social .....	87
3.7 Población y Muestra .....	87
3.7.1 Unidad de estudio .....	87
3.7.2 Población .....	87
3.7.3 Muestra .....	87
3.8 Técnicas e Instrumentos .....	89
3.8.1 Técnicas .....	89
3.8.2 Instrumentos .....	89
<b>CAPÍTULO IV</b>	
4. LOS RESULTADOS .....	90
4.1 Descripción del Trabajo de Campo .....	90
4.2 Diseño de la Presentación de los Resultados .....	91
4.3 Presentación de los Resultados .....	91
4.4. Encuesta aplicada a los profesionales de derecho de la ciudad de Ilo – Moquegua en marzo 2015 .....	91
4.5 Comprobación de Tesis .....	123

## **CAPÍTULO V**

5.1 Conclusiones ..... 128

5.2 Sugerencias ..... 129

Bibliografía

Infografía

Anexos

# CAPÍTULO I

## 1. EL PROBLEMA

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El ordenamiento jurídico constitucional establece que el fin supremo de la sociedad y el Estado es la defensa la persona humana y su dignidad; siendo este artículo primero de la Constitución Política la llave maestra de todo el sistema jurídico por tanto; cuando se habla de la consolidación del Estado Democrático de Derecho tenemos que entender que es la persona humana el objetivo: la “última ratio” del sistema jurídico cuando se presentan situaciones que vulneren o afecten la dignidad de la persona humana el sistema jurídico debe reaccionar estableciendo límites o regulaciones para que las actividades sociales no afecten o pongan un cuestionamiento la dignidad de la persona humana.

Eso significa necesariamente recurrir a un criterio axiológico o de valoración de las conductas sociales; es por ello, que la norma jurídica no puede ser entendida solamente en un ámbito normativo sino, también en el cumplimiento teleológico o programático de las mismas; en general se ha sostenido que el fin es la paz social, la convivencia democrática y la búsqueda de la justicia sin embargo, dichos criterios generales son siempre debatible, en una época donde coexisten diversas lecturas y ópticas por lo que es preferible concentrarse en el ordenamiento jurídico positivo el mismo que señala la defensa de la persona humana y su dignidad como la primera obligación de la Sociedad y el Estado de ahí se deriva que acorde con las lecturas filosóficas jurídicas sobre la última ratio de la norma jurídica esta última será interpretada a partir del reconocimiento que su función social tiene a la persona humana como centro y eje para su aplicación.

En la sociedad moderna, los medios de comunicación se han desarrollado exponencialmente a tal punto que se habla de la revolución de la información y las telecomunicaciones; hoy en pleno siglo XXI la información y los contenidos multimedia que mezclan video y sonido se ha convertido en el principal canal de

comunicación entre los ciudadanos -a través fundamentalmente la televisión- como la denominadas redes sociales vale decir, que estamos viviendo en la plena sociedad de la información y del entretenimiento de la “más media” convertida en toda una poderosa industria cultural que permite contenidos valorativos que afectan necesariamente al conjunto de la población.

Se ha discutido por lo tanto, la importancia de su regulación para evitar que por sólo criterios económicos se pueda ofender la dignidad del ser humano a través de contenidos de los programas televisivos o de la multimedia que contengan antivalores como la discriminación el machismo o la violencia.

Un ejemplo concreto de lo señalado en el párrafo anterior es la difusión del programa televisivo: “la paisana Jacinta” por una conocida empresa de televisión a nivel nacional; dicho programa ha sido considerado por los defensores de los derechos humanos un programa que estigmatiza y afirma estereotipos y prejuicios del ciudadano de las zonas alto andinas del país -fundamentalmente de la región de Puno-. Al presentar a la mujer campesina mediante un estereotipo que la denigra en sus valores y dignidad; sin embargo, un sector de la sociedad defiende la difusión de dicho programa en el entendido que estamos ante el derecho de la libertad de empresa e incluso el derecho al trabajo del elenco actoral así como el reconocimiento o derecho que tiene la ciudadanía de tener programas de entretenimiento humorístico. La discusión en la sociedad se ha mantenido así como el programa en mención durante varios años en la cartelera televisiva con relativo éxito sólo en los últimos semanas la declaración de la Comisión de lucha contra toda forma de discriminación de las Naciones Unidas, ha señalado enfáticamente que dicho programa contiene estereotipos y prejuicios racistas ha establecido la necesidad de retirar de la promoción televisiva ha dicho programa con lo que se ha observado lo difícil que es en la sociedad peruana hablar de una regulación de los medios de comunicación con criterios éticos y de respeto al Estado Democrático de Derecho recordando cómo se ha señalado el velar por respeto de la dignidad de la persona humana.

Teniendo el ejemplo anterior se observa en el conjunto de programas de entretenimiento televisivo a nivel nacional que la serie :” la Paisana Jacinta” no es una excepción al contrario existe una variedad de programas dedicados al

entretenimiento fútil que estarían afectando valores como la igualdad de hombres y mujeres; el respeto a las minorías étnicas; a la diversidad cultural del país o incluso la difusión de antivalores racistas en programas como son los programas de competencia y programas de humor que constituyen hoy por hoy programas de alta sintonía televisiva y por tanto de una enorme capacidad influencia en la formación de valores de la ciudadanía

En el campo del derecho se discute si el Estado tiene la facultad de la regulación. En el Perú generalmente es aceptado el criterio de la autorregulación de las empresas televisoras a través sus propios códigos de ética sin embargo, todo parece indicar que ha prevalecido el manejo empresarial de las grandes cadenas televisivas un criterio menos valorativo y más afirmado en la ganancia económica; observando el derecho comparado se puede decir que en los países donde se predica la libre empresa existan normas muy claras de regulación de los contenidos televisivos para impedir la transmisión de antivalores tanto la Unión Europea como los Estados Unidos de Norteamérica es por ello que se ha abierto en el Perú una discusión también en el campo jurídico sobre la necesidad de la regulación de los programas de entretenimiento a través de un sano equilibrio entre la ética y el derecho.

No se está postulando por tanto un dirigismo totalitario que establezca que es lo que debe ver un peruano o no sino; el lograr acuerdos y consensos entre la sociedad civil y el Estado, basándose en un entendimiento que respete valores y que por tanto no pueda perjudicar el desarrollo de la personalidad de los niños y adolescentes o afectar la dignidad de hombres y mujeres.

Este diálogo democrático es frecuente en las sociedades modernas, donde no se cuestiona el rol que el Estado y la sociedad les competen, cual es el defender a la persona humana y su dignidad; por ello, se torna de importancia relevante establecer ,cuál es la relación entre ética y derecho en la regulación de los contenidos televisivos nacionales; todo lo cual sin duda alguna beneficiara el proceso de consolidación el Estado Democrático de Derecho.

## 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

### 1.2.1. Interrogante principal

¿Es posible establecer la conveniencia de una regulación consensuada del contenido ético y valorativo de los programas de entretenimiento en la televisión que no afecte la dignidad de la persona humana Perú 2015?

### 1.2.2. Interrogantes secundarias

- a) ¿cuál es el contenido del derecho a la regulación de los programas de entretenimiento desde el plano jurídico filosófico?
- b) ¿Cuáles son las principales características de las relaciones entre ética y derecho en la regulación de los programas de entretenimiento de la televisión peruana 2015?
- c) ¿Cómo se da en el derecho comparado la regulación de los programas de entretenimiento de la televisión peruana?
- d) ¿Es posible proponer lineamientos jurídicos para la regulación de los programas de entretenimiento con el fin que no afecten la dignidad de la persona humana?

## 1.3. FUNDAMENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se justifica desde el punto de vista de la **relevancia** social, dado que los programas de entretenimiento presentan altos ratings en la sociedad peruana y por lo tanto influyen en la conducta de millones de personas. La investigación es **útil**, desde el campo **jurídico porque va a desarrollar elementos doctrinarios que puedan** admitir ulteriores propuestas legislativas para la regulación o autorregulación de los programas de entretenimiento bajo el principio de no violentar la dignidad de la persona humana. La presente investigación es **original** porque existen muy pocos trabajos desde el campo jurídico que establezcan la relación entre ética y derechos en especial en la línea de investigación de la regulación de los programas de entretenimiento.

## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar la conveniencia de establecer una regulación consensuada del contenido ético y valorativo de los programas de entretenimiento en la televisión que no afecte la dignidad de la persona humana Perú 2015

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- a) Conocer cuál es el contenido del derecho a la regulación de los programas de entretenimiento, desde el plano jurídico filosófico
- b) Sistematizar las principales características de las relaciones entre ética y derecho, en la regulación de los programas de entretenimiento de la televisión peruana 2015
- c) Conocer cómo se da en el derecho comparado la regulación de los programas de entretenimiento de la televisión peruana
- d) Proponer lineamientos jurídicos para la regulación de los programas de entretenimiento con el fin que no afecten la dignidad de la persona humana

## **1.5. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

A) Título de la tesis

**“EL SIGUIENTE PASO: LA CORREGULACIÓN COMO EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA”**

Tesis para optar el grado de Magíster en Derecho presentada por Alex Sosa Huapaya

Lima – Perú Diciembre – 2011

## CONCLUSIONES

1. La existencia de los sistemas de autorregulación no es un tema novedoso, estos se han ido desarrollando desde el inicio de las actividades comerciales de los hombres, pues desde antes de que apareciera la regulación por parte de la monarquía o estado a estas actividades, los comerciantes buscaban establecer sus propias reglas para establecer un comercio leal entre ellos. Así hasta nuestros tiempos, hemos podido ver que en muchos sectores del mercado, donde no existe regulación o la regulación es mínima, los agentes privados buscan autorregularse entre ellos, estableciendo normas y sanciones a sus actos.

2. La autorregulación publicitaria nace en los países anglosajones por iniciativa de los privados ante la amenaza estatal de promulgación de normas legales más duras y rígidas respecto a la difusión de publicidad comercial. Esto debido a la presión de los consumidores y asociaciones de consumidores frente al crecimiento de anuncios engañosos y desleales. El nacimiento de estos sistemas en Europa fue distinto: se fomentaron a través de la legislación comunitaria y legislación estatal de los Estados Miembros. En el Perú, este sistema nace en el año 1997, promovido por los gremios más poderosos de la industria publicitaria: (i) Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA PERÚ), (ii) Sociedad Nacional de Radio y Televisión (SNRTV) y (iii) Asociación Peruana de Agencias de Publicidad (APAP).

3. Los requisitos constitutivos de un sistema de autorregulación publicitaria son los siguientes: (i) agrupación voluntaria de miembros que forman la industria publicitaria; (ii) creación de normas de carácter moral o ético que sean compatibles con las normas de carácter jurídico que regulen la materia, (iii) establecimiento de órganos de control y supervisión de la publicidad que se difunda en el mercado, (iv) el sistema debe tener un carácter sancionador y capacidad para ejecutar sus decisiones.

## **B) TITULO DE LA TESIS**

**LA IMÁGEN DE LA MUJER ANDINA EN LA TELEVISIÓN PERUANA:**

**“DINA PÁUCAR, LA LUCHA POR UN SUEÑO”**

TESIS DE LICENCIATURA PRESENTADA

POR: MAGDA SIMONS TEJADA

### **CONCLUSIONES**

1. La televisión es un actor social, porque contribuye a instituir el imaginario social y, por tanto, la sociedad. Como se ha demostrado, la institución de la sociedad es también la institución del representar/decir social. En otras palabras, el imaginario social se instituye como sociedad imaginada cuando es manifestada o representada por medio de algún lenguaje, el cual puede ser oral, escrito, visual, auditivo o audiovisual.
2. **El imaginario social está en constante evolución.** Las significaciones sociales no son productos terminados, son un equilibrio entre resistencia y maleabilidad puesto que dependen de la técnica y el hacer social. La técnica corresponde a la puesta en escena o representación y el hacer social corresponde a la historia, la experiencia de una sociedad y el contexto del presente. En suma, si la sociedad cambia, el imaginario social cambia.
3. **La televisión interviene en la evolución del imaginario social.** Es cierto que la televisión recoge los acontecimientos, procesos y fenómenos ya existentes en la sociedad; sin embargo, la puesta en escena implica una selección, el uso de estereotipos, un punto de vista y recursos retóricos. Además, poner la atención sobre determinado fenómeno y repetirlo es colocarlo en la agenda televisiva, darle relevancia e imponerlo como *la* realidad.

## CAPITULO II

### 2.- FUNDAMENTOS TEÓRICO CIENTÍFICOS

***Si todo está permitido al hombre, entonces la libertad se transforma en la esclavitud de uno mismo.<sup>1</sup>***

#### 2.1.- Antecedentes

La comunicación es ahora un sistema articulado a la época de la llamada globalización, favoreciendo la interacción en la denominada “aldea global” . La televisión representa dentro de este sistema el medio más ubicuo ya que, si bien antes la encontrábamos en el centro de los hogares, ahora aparece incorporada a los servicios que se ofrecen en la telefonía celular o en otros dispositivos personales, al tiempo que también se afirma como el medio más flexible, pues admite desde la emisión de programas grabados hasta la transmisión en vivo. La televisión, entonces, frente a las demás formas de comunicación audiovisual adquiere una prioridad que se justifica por las características aludidas y que se expresa en la cantidad de horas que la población mundial pasa frente a la pantalla.

Esta situación, ciertamente hegemónica, lejos de haberse perdido con el surgimiento de Internet se ha potenciado bajo una nueva alternativa de distribución, que además le agrega una inédita posibilidad de interacción con las audiencias. Más aún, la creciente facilidad técnica para que el usuario/televidente pueda generar por sí mismo productos audiovisuales e incorporarlos al flujo general que circula por la red, ha multiplicado las oportunidades de intervención de aquellos que no estaban incluidos en el campo profesional de la televisión.

La explosión audiovisual en Internet ha revelado así, de manera incontrovertible, la importancia que en la vida de las personas posee esa dimensión de la comunicación tanto para la adquisición de información y noticias, como para el

---

<sup>1</sup> En N. Berdiaev (1946): *Essai de métaphysique eschatologique*, Paris, citado por Brajnovic (1978), *Deontología Periodística*, Pamplona, Eunsa, p. 120.

entretenimiento o la expresión de la propia opinión. El derecho a la información que desde el plano jurídicos se entiende como:

***La facultad de decir lo que se piensa y se opina, a través de cualquier medio de comunicación, mientras que la libertad de información se refiere, por un lado, al de solicitar y recibir información, y, por el otro, al de informar, es decir, al derecho de suministrar datos sobre los hechos de la realidad (Villanueva, 2004:20)***

Este plano informativo (que incluye los telediarios, documentales, programas culturales y deportivos, entrevistas de diversa índole y algunos que caen bajo el rótulo de true-televisión), y la "ficción" (donde se agrupan las telenovelas, teleseries, dibujos animados, programas de humor, etc.). Donde la opinión que se emita así tenga un matiz farandulero es un atributo del derecho de expresión

***La libertad de opinión es un derecho absoluto, es decir, que no tiene restricción alguna, pues nadie puede ser condenado por la posición que ha asumido respecto a un asunto. Implica la facultad de emitir juicios sobre los datos recogidos o hechos conocidos y de exponer sobre ellos los puntos de vista, análisis o críticas que se juzguen pertinentes (Perla Anaya, José. 2003:. 82-83) .***

## **2.2. BASES TEÓRICO CIENTÍFICAS**

Describir la realidad es la misión principal de los medios de comunicación. En el ejercicio de esta misión, el periodista ha de tratar de buscar la máxima objetividad posible. Debe explicar los hechos de manera transparente tal y como han ocurrido dado que es un mero administrador de un bien ajeno como es el derecho de los hombres y de las mujeres a saber qué pasa, a saber cómo pasa y a saber por qué pasa.

Si se observa el proceso de la comunicación desde el lugar del receptor, se aprecian diferentes formas de entender la misma información. La persona se vincula con el mensaje desde su bagaje cultural, creencias e ideologías. Por lo tanto, partiendo de este capital cultural se define el sentido de la información que está recibiendo. En toda comunicación humana, los sobreentendidos, malentendidos, ambigüedades, interferencias de sentido, muestran el carácter

resbaladizo del lenguaje y la necesidad de definir el significado de una conversación, de una obra o un programa televisivo desde cada propio bagaje cultural.

A pesar de que es inevitable desprenderse de este fondo subjetivo, los informadores deben intentar ser lo más objetivos posibles a la hora de transmitir la información.

Cada vez se va desarrollando un mayor interés por el desarrollo de una ética de la comunicación y de la información, debido a la gran incidencia que tienen los medios de comunicación. Además de eso, el progreso acelerado de nuevas tecnologías para la difusión de información hace necesaria con urgencia una "ética de la comunicación".

### **2.3. EVOLUCIÓN DE LA TEORÍA ÉTICA EN LAS COMUNICACIONES**

Está claro que el contexto social, económico y cultural es un factor ineludible a la hora de la selección de las noticias y su modo de interpretarlas y cualquier tipo de visión fuera de éste resulta completamente utópico. La imagen que ofrezcan los informadores es crucial para un buen conocimiento de la realidad, pues son millones de personas las que observan el mundo a través de los diarios, la radio o la televisión.

La ética de la comunicación debe establecer un espacio donde se pueda reflexionar y analizar los grandes conflictos morales:

- Los límites de la libertad de expresión
- La búsqueda obsesiva de la audiencia
- La contribución de los medios a una ética cívica

Hay que saber que no es necesario tan sólo que los teóricos presenten sus orientaciones, sino que también que sean los propios informadores los que redacten y asuman los criterios morales que rijan la profesión, antes de que mediante grandes presiones sean las instancias políticas, judiciales, económicas, publicitarias, etc. las que controlen los medios.

#### **2.4. OBJETIVOS PRINCIPALES DE LA ÉTICA DE COMUNICACIÓN**

- Acercar al máximo las reflexiones generales de la ética filosófica al mundo de la comunicación para orientar los problemas morales que tiene.
- Mostrar la "justificación racional" de los distintos principios éticos y las visiones del hombre subyacentes a las formas de comunicar.

Durante los últimos años la sociedad ha tomado conciencia cada vez más clara del peligro que representa una oferta de los medios de comunicación que no se sujete a criterios morales, incluso desde dentro de la profesión informativa. Muestra de esta alarma creciente es la constitución de comisiones éticas en numerosas empresas y la redacción de códigos deontológicos por parte de los profesionales.

Pero tampoco se han mantenido inactivos los partidarios de eliminar cualquier restricción informativa, ya que presentan al hombre como individuo autónomo y emancipado de tutelas externas. Según ellos, gracias al ejercicio de su libertad, cada humano puede realizar su propio perfil, y someter la oferta de los medios a unos criterios sería limitar inexcusablemente el abanico de posibilidades donde elegir.

Diversos empresarios de la radio y de la televisión argumentan que el receptor tiene en sus manos la decisión de ver o no ver determinados programas mediante la opción de apagar el aparato televisor.

#### **2.5. EL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

La independencia de los medios es un mito, existiendo diferentes grados de independencia, pero estando la libertad de acción de los reporteros y editores restringida ante presiones de los propietarios, compañeros, valores sociales y costumbres.

Todo medio tiene su propietario y, por tanto, no es exagerado decir que son los instrumentos a través de los cuales el poder económico o político monologa con la sociedad y la configura. La uniformidad de los contenidos de los medios de comunicación no es casual, sino que está propiciada por esa homogeneidad en

el poder de los mismos. Esto ocurre tanto con los medios de comunicación públicos, como con los privados.

Esta concentración de poder hace que ya no se diga qué es lo que hay que opinar, sino sobre qué. Las noticias se uniformizan, el ciudadano termina por no conocer las noticias de interés con profundidad, se silencia a los que no opinan lo mismo y se homogeneizan las opiniones.

La noticia es poder, quien posee los medios posee el poder. Lo que es noticia, existe, y lo que no, como si no lo hiciera. Cada día se dispone de más medio técnicos, se selecciona y se filtra la información que se cree conveniente.

Los medios siempre han colaborado eficazmente con el poder político. De hecho la opinión pública descansa hoy sobre los medios, ya que son ellos los que forjan, los que forman los valores y los posicionamientos de los ciudadanos a través de la insistencia informativa, porque en nuestra sociedad la repetición acaba siendo sinónimo de demostración.

Es posible que se diga que los medios de comunicación están en defensa de la democracia, pues se ocupan de destapar escándalos políticos y financieros pero siempre estará condicionado por el poder de quienes lo transmiten.

Existen tres posibles soluciones para evitar el problema de la concentración de los medios de comunicación:

- Hacer que los usuarios puedan saber a quién pertenece un medio de comunicación, para así saber quién dicta lo que se dice.
- Crear medidas para evitar el enlace entre los medios de comunicación y el poder político, como formar una comisión independiente que realice las concesiones de radio, televisión...
- Establecer un plan para impedir que la cuota de mercado de una empresa crezca tanto, que impida a los ciudadanos el acceso a otras fuentes informativas.

## **2.6. CONTENIDOS TELEVISIVOS DIRIGIDOS A LOS NIÑOS**

Hoy en día mucha publicidad está dirigida directamente a los niños, sobre todo en programas infantiles presentados por la televisión.

En el caso de algunos programas, se dedica casi la mitad del tiempo a comerciales para juguetes y otros productos infantiles. Algunos de estos comerciales son obvios, otros muy sutiles. Lamentablemente, la finalidad de este tipo de publicidad es lograr que los niños exijan que sus padres les compren tal o cual cosa. Se dan casos en que se promocionan ciertas marcas de productos alimenticios de tal manera que cuando el niño o la niña acompaña a su mamá o papá para hacer las compras, él o ella irá corriendo al mostrador para escoger la marca que ha visto en la televisión.

### **2.6.1. LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN**

Ahora bien, en ese panorama que abarca la extensa influencia de la televisión –muy por encima de la que se le pudiera atribuir al cine– a causa de su accesibilidad, gratuidad (al menos en un segmento de la programación) y variedad, la ficción es la que ha motivado un menor número de reflexiones éticas. La función informativa, por su parte, fue subsumida en las investigaciones sobre la ética periodística y rápidamente ganó un espacio propio en la bibliografía especializada. Esta realidad, sin embargo, tiende a cambiar y en los últimos años se ha visto un aumento de los estudios sobre la ficción en televisión atendiendo, en particular, al fenómeno de la multiplicación de los circuitos comerciales que colocan, en los mercados más distantes, obras construidas para un público estandarizado que disfruta tramas imaginarias que nada tienen que ver con su realidad cotidiana o con su manera de entender culturalmente los vínculos humanos.

Asimismo, se han extendido los estudios que profundizan el análisis de la retórica involucrada en la comunicación audiovisual, el pensamiento narrativo, la equivalencia y mixtura de géneros, la influencia de ciertos tópicos centrales –como la violencia– o la construcción de las audiencias. Todos ellos son temas que admiten un tratamiento ético y una discusión

sobre sus consecuencias en la formulación de la identidad personal o colectiva de los televidentes.

En las próximas páginas pretendo contribuir a ese debate –todavía incipiente– con una reflexión sobre los principios que deberían regular el desarrollo de la ficción televisiva permitiendo a todos los agentes involucrados en su realización una mayor conciencia ética y, por tanto, un ejercicio de su responsabilidad más lúcido y coherente.

### **2.6.2. REGULACIÓN Y AUTORREGULACIÓN DE LA TELEVISION**

Un medio que por su propia inercia tiende cada vez más hacia el espectáculo, forzosamente tenderá también a eludir a cualquier mecanismo de control jurídico o ético: la sensación general, entre los profesionales de la televisión, es que la policía no tiene nada que hacer en el circo porque el cómico tiene bula. Y mientras siga habiendo espectadores complacientes –y los seguirá habiendo, y cada vez más dependientes del aparato–, los canales harán todo lo posible para permanecer ajenos a cualquier exigencia de carácter público.

Ahora bien, la comunicación es algo que se produce en el ámbito de lo público, forma parte de la vida pública, no se reduce a una transacción privada entre quien ofrece espectáculo y quien lo consume. Ninguna sociedad consciente puede permitir que esta fuerza circule sola, a su propia conveniencia, al margen o, mucho menos, en contra de la sociedad.

Por eso hace falta definir unos nuevos parámetros éticos en torno a la televisión desde el punto de vista del consumo de entretenimiento.

Primera, que los medios de comunicación no dejan de tener responsabilidades públicas por el hecho de atender a estrategias comerciales privadas. La orientación hacia el espectáculo no libera a la empresa de obligaciones de carácter social.

Segunda convicción, que los profesionales siguen siendo responsables de la dimensión pública de su trabajo. El paso de la figura del informador a la figura del comunicador no puede significar una desaparición de toda

responsabilidad, sino, en todo caso, una adaptación a las nuevas circunstancias. .

Tercera convicción, que hay que promover por todos los medios la participación pública de los ciudadanos. Cuanto más poderosos son los instrumentos de comunicación de masas, más hay que precaverse para que la persona guarde su autonomía frente a esta nueva forma de poder. Esta participación puede materializarse a través de distintas vías.

Las cadenas de televisión siempre defenderán que ninguna coerción debe atar su camino; invocarán para ello su libertad. Pero la sociedad, y muy en primer lugar los ciudadanos, deberíamos argumentar que frente a esa libertad de los canales hay otra más importante, a saber, nuestra propia libertad de personas singulares.

Los controles éticos y jurídicos son instrumentos que trabajan a favor de la libertad de los ciudadanos de ahí que sea importante determinar que entendemos por ética

***La ética es mucho más que la ciencia que estudia los actos, hábitos o costumbres correctos y adecuados a la naturaleza humana. Es la ciencia que estudia el carácter o personalidad moral que el hombre ha de apropiarse necesariamente como un quehacer, una tarea obligada por su condición de persona moral y libre (Aranguren,1958:47) .***

De ahí que la ética presupone un control de sus actos lo que lleva a entender la auto regulación Por eso es imprescindible reivindicar una y otra vez la necesidad de tales controles. Porque lo que hay detrás no es una simple actividad de entretenimiento, de recreo, sino el universo de principios, de convicciones, sobre el cual se construye una sociedad.

### **2.6.3. LA ETICA EN LA REGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN TELEVISIVA**

El uso que la gente hace de los medios de comunicación social puede producir efectos positivos o negativos. Aunque se dice comúnmente —y lo diremos a menudo aquí— que en los medios de comunicación social « cabe de todo », no son fuerzas ciegas de la naturaleza fuera del control del

hombre. Porque aun cuando los actos de comunicación tienen a menudo consecuencias no pretendidas, la gente elige usar los medios de comunicación con fines buenos o malos, de un modo bueno o malo.

Estas opciones, importantes para el aspecto ético, no sólo las realizan quienes reciben el mensaje —espectadores, oyentes y lectores—, sino especialmente quienes controlan los medios de comunicación social y determinan sus estructuras, sus políticas y sus contenidos. Incluyen a funcionarios públicos y ejecutivos de empresas, miembros de consejos de administración, propietarios, editores y gerentes de emisoras, directores, jefes de redacción, productores, escritores, corresponsales y otras personas. Para ellos, la cuestión ética es particularmente importante: los medios de comunicación social de ahí la importancia de los códigos deontológicos

***En realidad, se da una verdadera complementariedad entre estas tres dimensiones, al igual que entre la ética –o moral pensada- y las diversas morales sociales y deontologías –o moral vivida-, pues las normas que proponen los códigos deontológicos se justifican en la medida en que diseñen una manera específica de ser profesional, es decir, presuponen necesariamente una teoría ética que fundamente esos deberes ( Enrique Bonete Perales,1995:19)***

El impacto de la comunicación social es enorme, por medio de ella la gente entra en contacto con otras personas y con acontecimientos, se forma sus opiniones y valores. La evolución tecnológica está teniendo como consecuencia inmediata que los medios de comunicación resulten cada vez más penetrantes y poderosos. La llegada de la sociedad de la información es una verdadera revolución cultural. El alcance y la diversidad de los medios de comunicación accesibles a la gente en los países ricos ya son asombrosos: libros y periódicos, televisión y radio, películas y vídeos, grabaciones y comunicaciones electrónicas transmitidas por radio, cable, satélite e Internet. Los contenidos de esta vasta difusión van desde las noticias rigurosas hasta el mero entretenimiento, desde las oraciones hasta la pornografía, desde la contemplación hasta la violencia. La gente, dependiendo de cómo usa los medios de comunicación social, puede

aumentar su empatía y su compasión o puede encerrarse en un mundo narcisista y aislado, con efectos casi alienantes como se señala:

**Al crear una falsa apariencia de instalación en la verdad y con ello fomentar la inercia intelectual, los medios de comunicación tienen a menudo un efecto alienante. (...) La verdadera autonomía hunde sus raíces en el contacto con la realidad. Lo dijimos antes: no hay emancipación sin verdad**

**(Duplá, 1995:75 y 77.)**

Para nadie escapa que en la sociedad de fin de siglo el derecho a saber, y el derecho a participar en la toma pública de decisiones, pasa por entero a través de los medios de información, particularmente de la radio y la televisión. En efecto, la democracia representativa y, por ende, indirecta requiere para su ejercicio de la radio y la televisión que hacen las veces de vehículos de intermediación entre el Estado, la sociedad y los ciudadanos en los más distintos aspectos de la vida: información de interés público, educación, entretenimiento y publicidad justa. La radio y la televisión juegan, por tanto, un papel de importancia capital en la calidad de vida comunitaria.

Y es que debe quedar claro que, en un Estado democrático de derecho el sentido teleológico de los medios electrónicos debe consistir en un servicio público dirigido a enriquecer la calidad de vida mediática de todos. Y ello adquiere un rostro identificable al brindar información de interés público con veracidad e imparcialidad, y ofrecer variedad de programas de cultura, educación y entretenimiento susceptibles de interesar a la sociedad en su conjunto regidos por normas éticas.

Las energías y esfuerzos desde las empresas radiofónicas y televisivas con bastante frecuencia van dirigidos a elaborar sofismas como discursos argumentales para justificar su negativa a adoptar contenidos éticos, en lugar de trabajar con la sociedad organizada en fórmulas concretas para transformar el círculo vicioso que existe:

Primero. Los medios electrónicos no son buenos o malos per se. En todo caso lo positivo o negativo se localiza en los contenidos programáticos de la radio y la televisión;

Segundo. Frente a la discusión sobre si debe el poder público mediante una ley positiva regular con exhaustividad los contenidos programáticos, nuestra respuesta es en sentido negativo, en virtud de que la legislación vigente está destinada en este campo específico a delimitar los alcances constitucionales de las libertades de expresión e información, que son el respeto a la vida privada, la paz y el orden público. La libertad de información o derecho a la información ha sido definida con mucha precisión por Escobar de la Serna:

***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 pasiva o derecho a recibir aquélla, a las que habría que añadir la libertad de creación y gestión de empresas informativas. La libertad de información debe entenderse en sentido amplio como libertad de prensa y, como tal, es propia esencialmente de la profesión periodística, aunque pueden ejercer este derecho todos los ciudadanos (De la Serna, 1997: 380-381)***

Y ello es así porque la ley tiene como misión principal proteger el interés público y hacer posible la convivencia social en paz, razón por la cual regula únicamente aquellas conductas humanas que puedan poner en peligro esos valores sociales, dejando al ser humano un gran manto de libertad para que pueda llevar a cabo su proyecto vital, cualquiera que sea éste, en función de sus posibilidades y sus circunstancias. Por esta razón, no debe ser mediante una ley positiva como se pueda construir una programación con contenidos de calidad, por las innumerables posibilidades de incurrir en ejercicios de censura que mutilan todo sentido primigenio de libertad.

Tercero. De cara al argumento sostenido por diversos empresarios de la radio y la televisión, según el cual el televidente y el radioescucha tienen en sus manos la decisión de ver o no ver determinados programas mediante la opción de apagar el aparato televisor, habría que decir que se trata en

realidad de un sofisma, sobre la base de los siguientes razonamientos: a) el producto televisivo y radiofónico carece, de entrada, de la obligación de cubrir con las normas de calidad que en los productos comerciales, sin cuyo cumplimiento no pueden ser comercializados al público; b) el producto televisivo y radiofónico, a diferencia de los demás productos comerciales, carece de garantía, razón por la cual no puede ser sustituido ni compensado de otra forma; c) el producto televisivo y radiofónico se encuentra dentro de la casa y el televidente y/o el radioescucha debe aceptar, de mejor o peor manera, los contenidos que unilateralmente le son proporcionados, toda vez que –particularmente para la base de la pirámide social- la decisión de apagar o no el televisor o el radio es tanto como decidir entre tener teléfono o no tenerlo.

Cuarto. No es propiamente cierto que la medición de audiencias vía ratings arroje resultados objetivos para saber cuáles programas son aceptados y cuáles no. En el mejor de los casos, habría que diferenciar entre los programas más vistos y/o escuchados y los programas más aceptados, y tener en cuenta que los ratings son aproximaciones realizadas a través del método de ensayo y error, circunstancia que - a diferencia de lo que sucede en los demás productos comerciales con los que se puede saber certeramente su grado de aceptación en el mercado, obliga a ejercicios, mayores o menores, de interpretación.

Quinto. No se quiere abonar aquí a favor de un sistema de televisión pública (que jurídicamente hablando, nunca ha existido) con la exclusión de los particulares. Por el contrario, la presencia de la iniciativa privada en el mercado televisivo y radiofónico contribuye a brindar opciones y hacer de un régimen de libertades una realidad concreta. Ni duda cabe también que la lógica de la obtención de ganancia, en una economía social de mercado, es no sólo un planteamiento legítimo, sino ingrediente indispensable para darle viabilidad a proyectos televisivos y radiofónicos de largo aliento.

Así pues, si se considera que el producto televisivo y radiofónico tiene una naturaleza sui géneris, tanto por lo que hace a sus peculiares características mercantiles como por lo que se refiere a su valor social de servicio público en

pro del interés general, se puede inferir que tomar medidas que vayan más allá de la lucha del mercado publicitario y de la obtención de ratings supone actuar con responsabilidad frente a la sociedad. Y ciertamente para ser responsable se requiere ser libre, lo cual lleva al entendimiento de la libertad como derecho colectivo de información:

***El derecho clásico a la libre expresión se ha quedado corto y hoy aparece como mucho más completo el derecho a la información. En otras palabras: a la concepción típicamente individualista de la libertad de expresión se superpone la libertad colectiva de información y posteriormente la del derecho a la información con su correlato de la obligación de informar. (De Esteban, 1976:90)***

En esa tesitura, la eticidad de los contenidos no implica demérito en ningún sentido para la industria de la radio y la televisión, y esto conviene precisarlo porque con cierta regularidad se incurre en errores de percepción que hacen ver a los contenidos éticos de la radio y la televisión de calidad, como enemigos principales de la rentabilidad económica de estos medios.

Al respecto habría que señalar que ser éticos y rentables es perfectamente compatible. Más aún, los contenidos éticos no sólo generan rentabilidad económica, sino también rentabilidad social, ese valor a veces inasible que da sentido a la idea de humanidad.

Más que haber formulado una amplia discusión teórica sobre la pertinencia de adoptar contenidos éticos en la radio y la televisión, en este volumen se ha integrado un catálogo representativo de la deontología de la radio y la televisión del mundo entero que permita validar lo que en las líneas anteriores se ha argumentado.

#### **2.6.4. IMPORTANCIA DE LOS CÓDIGOS ÉTICOS EN LA TELEVISIÓN:**

a) Constatar que la ética en los medios electrónicos es una práctica cotidiana en países de distinto signo económico, pero que ubican al público como el eje central sobre el que gira su actuación;

- b) Verificar que es posible el sano equilibrio entre contenidos éticos y empresa privada;
- c) Conocer el grado de evolución que vive el país propio, de cara a la experiencia comparada;
- d) Formular iniciativas de recepción crítica de consumos de medios electrónicos;
- e) Notar que en países de mucho menor desarrollo económico que el propio, existe, por el contrario, una férrea voluntad para tener una programación de calidad, y
- f) Advertir que es posible lograr una sólida calidad de vida mediática cuando existe el apropiado concurso de ciudadanos y empresas de radio y televisión.

Si una parte de ello se puede alcanzar, esta obra habrá cumplido con creces sus propósitos de transmisión de conocimientos.

Cada vez que la moral o la ética son tema de debate, la influencia que los medios masivos de comunicación ejercen en esos ámbitos aparece a menudo en tela de juicio. La notable preponderancia que los más media, en especial la TV, tienen en las sociedades modernas, ha valido como motivo suficiente para que, incluso desde los sectores más dispares se coincidiera en señalar a los medios como el principal causante del problema en cuestión.

Estas cuestiones no se pueden responder de manera simple, sino que requieren un análisis y una explicación más amplios. Los medios de comunicación masiva son, antes que nada, empresas y, como tales, tienen en la información su principal producto de comercialización. Por lo tanto, sus características, con pecados y virtudes incluidos, no pueden entenderse fuera de la lógica empresarial de mercado.

El principal objetivo de los medios (aunque no el único de importancia) es vender y generar ganancias; y cuanto más, mejor. Pero es esta intención, totalmente natural y legítima, la causante también de grandes desviaciones conceptuales, morales y éticas.

En una época en la que hacer dinero de forma rápida y fácil parece ser la máxima, que obsesiona a la mayoría (no por nada es en esta época cuando la especulación y el poder financiero han alcanzado mayor auge y legitimidad), los medios no escapan a esta realidad. El caso más paradigmático es, claro, el de la televisión, un medio que alguna vez supo tener como funciones el informar, formar y entretener; a nadie escapa que en los últimos años la de entretener (se podría decir que a toda costa) ha relegado a las otras dos.

Esto se advierte con claridad en los informativos televisivos, cada vez más orientados a la crónica rosa, las noticias curiosas, la publicidad encubierta y la manipulación en la información de verdad relevante para la vida de los ciudadanos.

A esto hay que sumarle el agravante de que este imperio del entertainment, al extenderse en mayor o menor grado sobre todas las prácticas televisivas, lo hace también sobre la radio y la prensa, medios que hace años decidieron entregarse a los dictados de la TV. Claro que hay excepciones, tanto en la TV como en radios y diarios, pero la tendencia parece irrefrenable.

La TV es hoy más que nunca un pastiche donde lo estelar (por espacio dedicado y por audiencias) está encarnado por reality shows, talk shows, programas dedicados a la crónica rosa y a la policial, y los deportes. Entre medio, algunos espacios quedan para los programas cuya tarea es la de informar. Eso sí, siempre y cuando lo hagan sin perder el espíritu del entertainment. Si bien todavía no se da en igual medida, tanto la prensa como la radio se van metamorfoseando según este modelo.

El entretenimiento está en condiciones de hacer consciente a cada ser humano de su dignidad; le puede permitir comprender los pensamientos y sentimientos de los demás; puede servir para cultivar un sentido de responsabilidad mostrando a cada persona a crecer en la libertad personal, respetando la de los demás y tendiendo puentes de diálogo entre todas las personas y culturas.

Para ello, estéticamente los contenidos deben promover el desarrollo humano respetuoso del conocimiento, la sabiduría y la belleza, impulsando las formas plásticas sanas y útiles que reúnan a las familias y a las personas a resolver problemas diarios y elevar sublimemente su espíritu. En su forma debe estimular y celebrar las tradiciones, preservando y enriqueciendo el patrimonio cultural.

Es importante no perder de vista, que incluso en el mundo del entretenimiento, la persona y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de todos los vehículos de comunicación. El entretenimiento no puede dejar de ser una oportunidad para crecer y florecer en el ámbito físico, intelectual, afectivo, moral y espiritual.

Comunicar nos permite ser en relación. El dinamismo que ofrecen las tecnologías de información no puede ser una ausencia significativa cargado de intenciones vacías. La comunicación que se establece con el entretenimiento debe también apuntar a convertirse en un diálogo íntimo; un encuentro con la propia naturaleza. Ese hablar sobre cosas, es un significarlas. Si la relación que establecemos con el mundo depende en gran medida de las aproximaciones que hacemos vía el lenguaje y la comunicación, es fundamental no contaminar el ocio y el entretenimiento con el vacío. Si no queda lugar para el alma, para la finalidad y para la significación, lógicamente no puede haber interés por las personas. Yo me entretengo, yo pienso, yo soy podría ser nuestra línea de interacción.

Si las generaciones cambian, si los modos de entretenimiento y sus niveles de penetración cambian, también deben cambiar nuestros modos de aproximación ética al problema. Debemos de cuidar que no sean vistos sólo como mercado potencial, como un modo de obtener.

El entretenimiento, sin duda, no puede producir un cambio tan radical como planteamos por sí mismo, todo dependerá de cómo se use. Procuremos que el uso no pierda la mística natural que guardaba como medio para revitalizar la condición humana. La naturaleza cambiante de los textos mediáticos, aunque esté mutando, no debe perder de vista que su fin último es el ser humano.

***La libertad de información es un derecho humano fundamental y piedra de toque de todas las libertades a las cuales están consagradas las Naciones Unidas (...). La libertad de información requiere, como elemento indispensable, la voluntad y la capacidad de usar y no abusar de sus privilegios.<sup>2</sup>***

Estamos aún en posibilidad de hacer eco entre los jóvenes para que se sensibilicen con la parte de verdad, belleza y bondad que sigue viva en las tecnologías de información y el mundo del entretenimiento.

## **2.7. EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN COMO DERECHO FUNDAMENTAL.**

La dignidad humana es el fundamento de los derechos fundamentales.

La dignidad de la persona es el rasgo distintivo de los seres humanos respecto de los demás seres vivos, la que constituye a la persona como un fin en sí mismo, impidiendo que sea considerada un instrumento o medio para otro fin, además de dotarlo de capacidad de autodeterminación y de realización del libre desarrollo de la personalidad. La dignidad es así un valor inherente a la persona humana que se manifiesta a través de la autodeterminación consciente y responsable de su vida y que exige el respeto de ella por los demás.

La dignidad de la persona se constituye en el valor supremo y en el principio jurídico que constituye la columna vertebral básica de todo el ordenamiento constitucional y es fuente de todos los derechos fundamentales, irradiando todo el sistema jurídico el que debe interpretarse y aplicarse conforme a las condiciones en que dicha dignidad se realice de mejor forma.

Podemos sostener la primacía de la dignidad de la persona sobre los derechos fundamentales, ya que estos tienen su fuente y fundamento en la primera, debiendo rechazarse el ejercicio de cualquier derecho que suponga un atentado a ella. La dignidad de la persona constituye una barrera insuperable en el ejercicio de los derechos fundamentales. La dignidad humana se constituye en una barrera o límite inmanente a toda reforma constitucional, que pretenda

---

<sup>2</sup> **Resolución 59 de la Asamblea General de 1946**

desconocerla, suprimirla, degradarla o desnaturalizarla. La dignidad del ser humano es el *mínimum invulnerable* que todo ordenamiento y operador jurídico debe asegurar y garantizar, sin que nunca pueda legitimarse un menosprecio del ser humano como persona digna.

La afirmación constitucional de la dignidad humana constituye un enunciado constitucional de eficacia directa y de aplicabilidad inmediata, teniendo un efecto anulatorio o invalidatorio de toda norma que contravenga o ignore dicha dignidad:

**La defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad es una declaración general de vocación personalista en el ámbito filosófico, el sentido de la primacía que reconoce a la persona humana también coincide con la denominada “naturaleza social del ser humano..”(Bernales, 1997: 107)**

El valor y principio jurídico de la dignidad humana genera un efecto de irradiación se desarrolla sobre los otros principios e instituciones constitucionales.

La auto determinación del ser humano, de la persona, lleva al libre desarrollo de la personalidad, posibilitando el despliegue de sus capacidades psíquicas, morales, sociales, culturales y económicas, la búsqueda de los ideales de ser humano y de protagonista de la sociedad en que vive en un momento histórico determinado.

La dignidad humana se vincula y relaciona con la soberanía estatal en la medida que le fija su fundamento último, ya que ella se ejerce por el pueblo, que es el conjunto de personas dotadas de dignidad humana, espacialmente localizada y temporalmente desarrollada, públicamente vivida y abierta al futuro.

La dignidad humana, se expresa también como derecho de participación en la conformación política de la sociedad y el Estado, dando lugar a un principio que fundamenta la democracia y a un derecho de participación dentro de la sociedad política, que se explicita como derechos políticos y ciudadanía activa.

La dignidad de la persona es la fuente y fundamento de los derechos a través de los cuales se funda el consenso de la sociedad y se legitima el Estado, además de las garantías básicas para el desarrollo de la República Democrática y del Estado de Derecho.

El trato que afecta la dignidad humana, otorgada por el poder público al ser humano en cumplimiento de la ley, debe ser considerado como una minusvaloración de las garantías de que goza el ser humano por virtud de ser persona. Conforme a tales consideraciones podemos sostener que ningún derecho ni siquiera el derecho a la comunicación puede considerarse como derecho fundamental si contradice la dignidad humana, esta constituye un límite intangible para cada uno y todos los derechos fundamentales. De que se asume el criterio de responsabilidad social en el ejercicio de esos derechos.

**Subrayando el papel cada vez más importante que juegan la información y la comunicación en el mundo contemporáneo, tanto a nivel nacional como internacional, y la responsabilidad social creciente que reposa sobre los medios de comunicación y los periodistas (Villanueva,1999: 31-34)**

La dignidad humana se convierte así en límite y tarea de la sociedad en general y del Estado en particular, en efecto, la dignidad del ser humano tiene como límite el no poder nunca ser convertido en una cosa o en un objeto, en un instrumento para otros fines y no un fin en sí mismo, generando derechos fundamentales respecto de actos u omisiones que amenacen o vulneren dicha dignidad humana. Como tarea, constitucionalmente implícita o explícita, la dignidad humana determina deberes concretos de protección por parte de los órganos estatales para la protección de la dignidad de todos los seres humanos, asegurándola a través de medidas positivas o prestacionales como asimismo a través de actividades promocionales que implican particularmente, la remoción de obstáculos que impiden el desarrollo la dignidad humana y que creen las condiciones que posibiliten el más pleno goce y ejercicio de dicha dignidad. A través de la satisfacción de sus necesidades existenciales.

### **2.7.1. INTERRELACION DE LOS DERECHOS NACIONALES E INTERNACIONALES**

En nuestro sistema constitucional consideramos que los derechos no están en las normas (internas o internacionales), no se constituyen» en la norma positiva sino que ella sólo los asegura, los respeta, los garantiza y los promueve, los derechos emanan de la dignidad humana. FERNÁNDEZ SESSAREGO, Carlos señala al respecto:

**Los derechos de la persona tiene característica fundamental de que el objeto de protección jurídica se encuentra situado en el ámbito de la persona misma, del sujeto del derecho .... los derechos de la persona tienen necesariamente como punto de partida el reconocimiento del hombre como ser libre. (SESSAREGO, 1998: 103)**

La Constitución explícita un aseguramiento genérico a la existencia de derechos esenciales lo que da lugar a un catálogo de derechos abierto, ya que el constituyente reconoce sus eventuales limitaciones y está consciente del desarrollo progresivo de los derechos y garantías acorde a la naturaleza y necesidades esenciales del ser humano.

No es posible seguir sosteniendo a inicios del siglo XXI lo que señalaban autores de la segunda mitad del siglo XIX, como Gerber o Jellinek, para los cuales los derechos subjetivos públicos no representan más que una autolimitación impuesta y siempre revocable por el propio Estado.

La dignidad de la persona y sus derechos fundamentales establecen los valores esenciales en que se cimenta el consenso de la sociedad y legitiman el Estado, además de las garantías básicas para el desarrollo de la República Democrática y del Estado de Derecho.

La denominación utilizada de derechos "esenciales" o fundamentales, consideramos que explícita la prioridad axiológica y su esencialidad, respecto de la persona humana. Hay una sola fuente de lo fundamental, de los derechos, y es su relación con la dignidad humana, ya que son expresión inmediata y positiva de la misma, constituyendo el núcleo básico irreductible e irrenunciable del status jurídico de la persona. Por otra parte, tal

denominación denota el carácter de fundamento del orden jurídico y político de la convivencia en sociedad de tales derechos, constituyendo elementos básicos del ordenamiento jurídico.

El criterio de fundamental de los derechos es esencialmente material o sustantivo, dice relación con la dignidad humana, la libertad y la igualdad que son su fuente y con los ámbitos que posibilitan la existencia y el desarrollo del ser humano, en un contexto histórico y cultural determinado, dentro de una sociedad política construida con su participación y a su medida.

Asumimos así la perspectiva que los derechos fundamentales se protegen por su importancia intrínseca, desechando la concepción de que ellos son fundamentales porque son protegidos.

Los derechos fundamentales en cuanto tienen su fuente en la dignidad humana y en cuanto buscan el libre desarrollo de la persona, exigen del ordenamiento jurídico positivo su protección y garantía. De hecho, puede reconocerse la existencia de derechos fundamentales implícitos o de derechos que serán reconocidos en el futuro como tales, dadas nuevas realidades del desarrollo de la existencia humana y de nuevos contextos de las sociedades políticas futuras.

El concepto de derechos constitucionales se utiliza para referirse a los derechos asegurados en la Carta Fundamental de cada Estado en forma específica.

Los derechos fundamentales como expresión genérica que incluye tanto los derechos constitucionales como los derechos humanos.

Los derechos fundamentales en una conceptualización afín con nuestra Carta Fundamental, son el conjunto de facultades e instituciones que, concretan las exigencias de la libertad, la igualdad y la seguridad humanas en cuanto expresión de la dignidad de los seres humanos -considerados tanto en su aspecto individual como comunitario-, en un contexto histórico determinado, las cuales deben ser aseguradas, respetadas, promovidas y

garantizadas por los ordenamientos jurídicos a nivel nacional, supranacional e internacional, formando un verdadero subsistema dentro de estos.

El ámbito normativo de cada derecho fundamental está conformado por los elementos precisados tanto por la fuente normativa constitucional como por la del derecho internacional. El derecho constitucional queda así delimitado por los contenidos de ambas normativas, aplicando siempre aquella que mejor protege el derecho, dándole la mayor fuerza expansiva, que constituye una exigencia ínsita en los mismos derechos.

El concepto de derechos implícitos, nos permite considerar que no es necesario que un derecho esté configurado expresamente en la Constitución formal o en el derecho internacional convencional para ser derecho esencial, humano o fundamental. Ellos pueden deducirse de valores, principios, fines y razones históricas que alimentan el derecho positivo constitucional e internacional. El sistema de derechos humanos pleno tiene carencias normativas e implicancias que es necesario extraer de los valores y principios, pudiendo faltar normas de reconocimiento. :

### **2.7.2. EL BLOQUE CONSTITUCIONAL DE DERECHOS FUNDAMENTALES.**

Por bloque constitucional de derechos fundamentales, entendemos el conjunto de derechos de la persona (haz de atributos y facultades) asegurados por fuente constitucional o por fuentes del derecho internacional de los derechos humanos (tanto el derecho convencional como el derecho consuetudinario y los principios de ius cogens y los derechos implícitos, expresamente incorporados a nuestro ordenamiento jurídico

El Bloque Constitucional de Derechos Fundamentales que limita la soberanía no es una tabla cerrada, sino que se encuentra abierta al aseguramiento de nuevas exigencias esenciales de la persona humana.

El artículo 29, literal b), de la CADH, exige aplicar al operador jurídico que se encuentra frente a diversas normas de derechos humanos o fundamentales aquella norma que mejor protege los derechos, aplicando la norma interna o

la internacional, dependiendo de cuál sea aquella que optimice el goce y ejercicio del derecho.

Así puede sostenerse que tanto los derechos fundamentales (atributos) contenidos en las normas constitucionales formales como los contenidos en los tratados internacionales, el derecho consuetudinario internacional y los principios de ius cogens, constituyen un bloque en materia de derechos fundamentales de acuerdo con el cual deben ser interpretadas las leyes y demás normas infra constitucionales.

Los valores, principios y fines del capítulo de Bases de la Institucionalidad, en materia de derechos, son preceptos constitucionales directamente aplicables, a la luz de los cuales debe interpretarse todo el resto de la normativa constitucional y del ordenamiento jurídico, como lo ha explicitado el Tribunal Constitucional.

La labor interpretativa constitucional requiere de una reconstrucción de todo el contenido que establece el complejo normativo de la Constitución, la lectura e interpretación de todo precepto de la Carta Fundamental debe ser hecho en su contexto, teniendo en consideración los principios, valores, fines y razón histórica del ordenamiento constitucional, lo que le da al Juez Constitucional, un espacio significativo de movilidad interpretativa e integradora que convierte al juez en un protagonista activo y creador, que realiza la mediación entre la Constitución y la situación específica.

En materia de derechos humanos, habrá sólo interpretación cuando se señale que fuera de las normas no hay otros derechos, mientras que además de interpretación habrá integración, cuando consideremos que fuera de las normas sobre derechos, hay derechos que carecen de normas.

## **2.8. LA ALTERNATIVA DE LA AUTORREGULACIÓN**

Por un lado, trata de establecer y promover los valores morales y los bienes internos de la publicidad en sus diferentes aspectos: comercial, comunicativo, etc.; así como facilitar vías para exigir su ajustamiento a dichos valores y normas;

En segundo lugar, su puesta en marcha, su funcionamiento y su efectividad es el resultado de la libre iniciativa y el compromiso voluntario de quienes realizan, pagan o viven de la publicidad, es decir anunciantes, publicitarios (agencias, profesionales, centrales, etc.) y medios o soportes. Aunque la participación directa de los consumidores es cada vez más común en otras formas de autorregulación, como en el caso de los medios de comunicación s.), en el ámbito de la publicidad es menos frecuente. Los consumidores pueden, eso sí, participar como mínimo trasladando sus quejas y demandas a los organismos y entidades de autorregulación. Pero si la autorregulación debe implicar a todos los que se relacionan con una determinada actividad, no hay duda de que la tendencia debe ser a incluir cada vez más también a los consumidores como participantes y promotores de los propios mecanismos y medidas autor reguladores de la publicidad.

La auto regulación supone en cualquier caso un desplazamiento del ajuste normativo de la publicidad desde el Estado -y su regulación jurídico-administrativa- y el mercado -y su regulación económica- a la sociedad civil y su regulación ética. De este modo, a partir de la libre iniciativa de quienes la realizan o viven de ella y sin que entrañe coacción alguna, se hace posible el incremento de responsabilidad de la publicidad que venimos planteando. A diferencia de quienes ven en la autorregulación una restricción de la libertad, en realidad existe una correspondencia clara entre una sociedad democrática y responsable y su nivel de autorregulación, en este caso de la publicidad, pero asimismo de otras tantas actividades sociales.

Por otra parte, la auto regulación tampoco está en absoluto enfrentada con el logro del beneficio, siempre que éste no sea puramente especulativo, a corto plazo y a toda costa. Las empresas anunciantes, las agencias, los medios, etc., con una trayectoria histórica de mayor solvencia y prestigio suelen ser también aquellas que han prestado o prestan mayor atención a las cuestiones éticas de la comunicación comercial. Algo cada vez más necesario conforme aumenta el nivel cultural del consumidor medio y se satura más el mercado. Una campaña agresiva, como comentábamos al principio, puede impactar a la opinión pública y hasta aumentar las ventas a corto plazo, pero a la larga son otro tipo de conductas y valores los que hacen mantenerse a un producto o una marca.

### **2.8.1. BENEFICIOS Y VENTAJAS DE LA AUTO REGULACIÓN**

De esta forma, del mismo modo que ha crecido de manera sorprendente el protagonismo económico, social y cultural de la publicidad, o han evolucionado sus recursos técnicos y creativos, se debe producir también un incremento en cuanto a su responsabilidad. La auto regulación debe procurar equilibrar el poder y la importancia social que ha alcanzado la publicidad con el peso y la efectividad que puedan tener en ella ciertas normas y criterios morales. Si la técnica permite una comunicación más perfecta, la autorregulación debe hacerla deontológicamente mejor. Éste es su sentido y su papel fundamental. Pero la autorregulación aporta otras ventajas que conviene destacar:

A) La autorregulación realiza una importante labor preventiva. A diferencia del impacto negativo de una campaña o la sanción del derecho, que se producen siempre a posteriori, permite prevenir las acciones que podrían causar daño o perjuicio. En este sentido, una de las labores que pueden realizar los mecanismos de autorregulación es asesorar éticamente a agencias, anunciantes, medios, etc., que lo soliciten, evitando así tener que actuar cuando el mal ya se ha producido.

B) En ocasiones, algunos problemas éticos de la publicidad se dan en situaciones en las que se producen enfrentamientos entre anunciantes: imitándose, comparándose, denigrándose mediante campañas, etc. Cuando estos conflictos se dirimen ante la opinión pública todos suelen salir perdiendo. Una de las funciones de la autorregulación es fomentar formas de mediación y resolución negociada de conflictos como estos, por supuesto sin perjuicio de la competencia legítima.

C) La auto regulación no siempre consigue evitar los conflictos o los daños a terceros, pero cuando se producen también puede aportar algunas ventajas. Así, los mecanismos de autorregulación son mucho más rápidos a la hora de aportar veredictos, imponer sanciones, etc., y también -aunque haya que contribuir a su sostenimiento- resultan más económicos que cualquier proceso judicial. También es una ventaja el que los mecanismos de

autorregulación suelen estar formados por personas que conocen a fondo la actividad que juzgan.

D) La auto regulación, al evitar conflictos y fomentar la responsabilidad, genera un beneficio añadido fundamental en términos de capital de imagen. Aunque sea un capital colectivo, de algún modo todos se ven individualmente beneficiados de él. Como señalábamos al comienzo, si la publicidad es más respetuosa, veraz y ética, el público estará mejor predispuesto hacia ella y confiará más en sus mensajes.

E) Si los consumidores confían más en la publicidad y ésta actúa conforme a estándares éticos más elevados, la necesidad de legislación es menor o, al menos, es menor su nivel de rigor, que queda reservado para los casos más graves. Éste también es un beneficio añadido de la autorregulación.

F) Incluso donde la regulación jurídica no puede faltar (y pese a lo dicho antes sobre las limitaciones del derecho, sigue siendo en un enorme número de aspectos), la autorregulación ofrece también la ventaja de favorecer la participación en los procesos de creación de las leyes de quienes la ponen en práctica (publicitarios, anunciantes, medios, etc.), contribuyendo así al desarrollo y el perfeccionamiento de la legislación publicitaria.

### **2.8.2. TIPOS DE AUTORIDADES REGULATORIAS**

Establecer una clasificación única de las autoridades regulatorias en la mayoría o en todos los países es una tarea difícil, pero necesaria si se pretende comprender las diversas reglamentaciones; una clasificación ayuda a hacer distinciones importantes entre las diferentes áreas de la actividad regulatoria. Sin embargo, a causa del carácter peculiarísimo de las condiciones culturales de cada nación, no existen dos autoridades iguales — aunque puedan haber muchas similitudes—. No obstante, podemos emplear cinco categorías básicas para clasificar las autoridades regulatorias: agencias gubernamentales y comités; asociaciones profesionales (industriales); grupos ciudadanos; anunciantes y organizaciones de medios de comunicación.

Los sistemas de regulación, autorregulación y co regulación surgen de los poderes públicos atribuidos (antidemocráticos) y representativos (democráticos) a través de diversas instituciones (Parlamentos, gobiernos, organismos delegados independientes, empresas y organizaciones profesionales).

La auto regulación nace del compromiso voluntario de los agentes que participan en el proceso de comunicación; va dirigida a complementar la libertad de los medios con un uso responsable de la misma; y, sobre todo, está especialmente guiada por los valores y fines de la propia comunicación”

**Aznar la describe como un conjunto de diferentes iniciativas o mecanismos con dos características: hacen efectiva la deontología, o suma de deberes de la profesión, y convierte a los mismos profesionales en agentes para el cumplimiento de esas reglas (Aznar,1999:14)**

Para la profesora Luján González (2008) la autorregulación es un equilibrio entre responsabilidad y libertad informativa, materializada en la construcción de códigos en los que participan periodistas, público y empresas informativas. De este modo se evita que sean el Estado o el mercado los que impongan las reglas de juego. Los códigos de autorregulación cumplen objetivos internos para cuidar la moral pública y externos en defensa de la libertad de expresión. Todo lo cual es importante para no caer en el libertinaje Por ello se señala ***“Cuando nadie fija criterios sobre lo que conviene o no conviene hacer desde el punto de vista de la ética, de la justicia o de la democracia, quien decide es el mercado” ( H. Aznar 2005: 17)***

El auto control es un dispositivo para la auto limitación de los abusos de la información. En los órganos de autorregulación participan los profesionales o los ciudadanos y sirven para vigilar el comportamiento de los medios. Los medios de comunicación no son poderes omnímodos y tienen responsabilidades sociales que cumplir; los medios y el periodismo tienen su verdadero sentido en el servicio a la sociedad.

En democracia puede cuestionarse el poder de los medios de comunicación cuando hay verdadera libertad de expresión y derecho a la información. Como dice Javier Darío Restrepo,

**Si algo fundamental ha de esperarse de la autorregulación es una activa presencia del receptor de la información en la vida, operación y pensamiento del medio de comunicación, no como una concesión, sino como el ejercicio de un derecho (Restrepo, 2006: 36)**

### **2.8.3. REGULACIÓN, CORREGULACION Y AUTOREGULACION**

La otra modalidad de regulación, la “coregulación”, es un mecanismo que media entre legisladores (autoridades de regulación directa) y procesos de autorregulación. Suele denominarse como “auto regulación regulada”, es una estrategia de regulación indirecta que abarca todas las manifestaciones de creación normativa y autocontrol privado que, debido a su interés público, son fomentadas, reconocidas y, a su vez, reguladas, por los poderes públicos

La co regulación y la auto regulación hacen evidentes los compromisos de responsabilidad de las empresas y los particulares al tiempo que permiten el ejercicio ético de la profesión. Sin embargo, debido a los abusos de algunos o las dificultades para verificar las obligaciones, surge la necesidad de crear autoridades independientes de regulación y/o control que fijen criterios objetivos alejados de los intereses de gobiernos y empresas privadas.

Los órganos independientes de control cuentan con garantías para propiciar la regulación indirecta, la clave de la eficacia de coregulación y autorregulación es la capacidad de sanción, pero muchas veces es una capacidad moral (de afectación sobre la reputación) más que punitiva.

Un ejemplo que permite contextualizar la importancia de la regulación y de las políticas de comunicación es la insuficiente protección de los derechos de niños y adolescentes en la publicidad. En razón de que la autorregulación queda a discreción de cada operador, los Estados promueven la creación de consejos de comunicación con poder sancionador.

Los principales modelos de regulación internacional desarrollan políticas de ordenación para medios audiovisuales pero no para medios impresos. Las políticas de comunicación sobre los medios impresos son más genéricas y están circunscritas a los ámbitos generales de las garantías de la libertad de información y comunicación. En términos democráticos la trascendencia y alcance de la comunicación audiovisual ampara la importancia de su regulación a través de órganos independientes.

**No debe haber nunca marcha atrás en la conquista de la libertad de expresión e información; pero sí cabe avanzar en cuanto al uso cuidadoso y responsable de dicha libertad (Aznar,2005: 34)**

Pero ¿Qué contenidos hay que regular?: “Libertad de expresión y empresa, protección a los menores y discapacitados, protección de los derechos del consumidor desde el punto de vista del derecho al acceso a la información y defensa de la calidad del producto audiovisual” entre otros valores importantes.

Las regulaciones no sólo tienen el carácter restrictivo sino que también hay regulaciones positivas. Se consideran positivos los incentivos para emitir programas de servicio público como segmentos educativos, noticias de comunidad, programas pedagógicos, espacios de salud o de cuidado del ambiente.

Hay que distinguir entre telecomunicaciones y medios de comunicación social al momento de establecer regulaciones, porque lo primero es competencia exclusiva del Estado; en cambio, para los medios de comunicación el mismo Estado regula aspectos básicos. En otras palabras, separar los aspectos técnicos de aquellos relacionados al contenido. La división regulatoria deviene de los distintos objetos jurídicos a proteger en el caso de los servicios audiovisuales. Y sin duda alguna una forma adecuada de regulaciones es el propio auto control en la función periodística.

***El auto control incrementa el sentido de responsabilidad y de deber hacia el público, no solo de aquellos profesionales que conforman los distintos organismos encargados de aplicarlo, sino de todos los***

***informadores en general, para quienes aquellos que actúan dignamente suponen un referente imitable y una evidencia de que se puede ejercer éticamente la profesión (Desantes, 1973:76)***

La convergencia tecnológica determina nuevos escenarios que deben ser considerados por las autoridades de regulación. La integración entre telefonía, internet y televisión en manos de un sólo proveedor exige actualizar o concebir nuevos esquemas. Hay países que han integrado en una sola institución la regulación de telecomunicaciones y del audiovisual como el OFCOM británico o la Autoridad para la Garantía de la Comunicación (AGCOM) de Italia.

Según la praxis administrativa y las investigaciones académicas la autoridad de control de los servicios de comunicación en general y del audiovisual en particular debe ser independiente de instituciones públicas y de empresas mediáticas. La independencia de la autoridad de control debe estar tanto en la forma de elección de sus miembros como en su financiación.

Sirvan estas reflexiones para valorar la libertad y la consecuente responsabilidad de la que somos beneficiarios los ciudadanos y los medios de comunicación en momentos de debate y análisis sobre la libertad de expresión y de prensa en

#### **2.8.4. DERECHO COMPARADO UN ÓRGANO AUTÓNOMO EN MATERIA DE RADIO Y TELEVISIÓN**

En los Estados Unidos, en diversos países europeos y en algunos de América Latina, se han creado comisiones especiales o consejos encargados de la temática de la radiodifusión.

En general estos órganos se configuran bajo la forma de administraciones independientes o instituciones de derecho público dotadas de capacidad legal... lo que les permite una mayor autonomía funcional y financiera para el ejercicio de sus funciones, especialmente con relación a los poderes públicos.

Con ello se ha tratado de quitarle esta atribución al gobierno —en el Perú, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones— para garantizar la independencia política que brinda una administración neutral y fomentar la libre competencia. Una breve referencia a la experiencia comparada nos puede brindar un panorama sobre el particular.

En el Reino Unido, por ejemplo, existen varios organismos encargados de la materia, aunque en la actualidad se viene proponiendo su unificación. Por un lado, el Independent Television Commission (ITC) regulado por la Broadcasting Act de 1990, cuyos miembros son nombrados por el secretario de Estado por cinco años. Tiene por funciones preparar un informe para el secretario de Estado, quien envía una copia al Parlamento; regula, además, la televisión privada, regional y local; otorga licencias, pudiendo fijar las exigencias técnicas y de calidad en la programación. Asimismo, impone sanciones incluyendo la revocación de las licencias.

De otro lado, la Broadcasting Complaints Commission (BCC), cuyos miembros son nombrados por el secretario de Estado. Decide acerca de las reclamaciones por unjust or unfair treatment y por violaciones a la intimidad de los particulares por la programación de la televisión; puede imponer la obligación de informar sobre dicha reclamación y emitir el fallo; publica un informe anual, entre otros aspectos. Su financiamiento corre a cargo de los entes de televisión. Y finalmente, la Broadcasting Standards Council (BSC) cuyos miembros son nombrados por el secretario de Estado. Dicho organismo elabora estándares en materia de sexualidad, violencia y en general de taste and decency, a los cuales deben sujetarse las emisiones de televisión; supervisa las emisiones que proceden del exterior y que pueden ser recibidas en el Reino Unido; y elabora un informe para el secretario de Estado, quien remite una copia al Parlamento.<sup>10</sup>

En Francia existe el Consejo Superior Audiovisual (CSA), que está integrado por nueve miembros designados por seis años: tres designados por el presidente de la República, tres por el presidente de la Asamblea Nacional y tres por el presidente del Senado. Cuenta con un rígido estatuto de incompatibilidades, y no cabe la reelección ni la destitución. La renovación

se efectúa por tercios cada dos años. Tiene competencia para la regulación, la tutela y el control de la comunicación audiovisual. Asume la gestión del espacio radioeléctrico, autoriza la utilización de las frecuencias, tiene potestad sancionadora (suspensión temporal de emisiones, medidas pecuniarias, reducción de la autorización hasta un año y revocación). Asimismo, elabora un informe anual de su actividad que envía al gobierno y al Parlamento.

En España, si bien no existe a nivel nacional pues la competencia le corresponde al Ministerio de Ciencia y Tecnología, en Cataluña, en 1996 se creó el Consejo Audiovisual de Cataluña, reformado y reforzado en sus funciones y facultades por la Ley 2/2000. El Consejo actúa con plena independencia de la administración y vela por el respeto de los derechos y libertades en este sector, especialmente garantizando el cumplimiento de las normas sobre programación y publicidad, por el pluralismo político, religioso, cultural, social y lingüístico y por el cumplimiento de las condiciones de las concesiones. Dicho Consejo está integrado por 10 miembros, de los cuales nueve son designados por el Parlamento (mayoría de dos tercios y a propuesta de tres grupos parlamentarios, como mínimo) y uno, que será su presidente, por el gobierno, oídos los nueve miembros designados por el Parlamento. Tienen un mandato de seis años no renovable.

Incluso, en los Estados Unidos existe la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), que está integrada por cinco miembros elegidos por cinco años por el presidente de la Unión Americana con el consentimiento del Senado. Es el organismo encargado de otorgar licencias y regular la radiotelevisión. Evidentemente en el ejercicio de sus funciones no puede censurar los contenidos de los programas y tiene competencia para aplicar multas y revocar licencias.

En América Latina podemos mencionar el caso de Colombia cuya Constitución señala que la intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía

administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio [artículo 76].

Así, en dicho país existe una Comisión Nacional de Televisión que está dirigida por una Junta Directiva de cinco miembros que representan a distintos sectores: dos al presidente de la República, uno a las ligas de televidentes, uno a los gremios de producción y uno a los canales regionales. Ejerce en representación del Estado la titularidad y reserva del servicio público de televisión y controla el uso del espacio radioeléctrico a fin de garantizar el pluralismo informativo, la competencia y la eficiencia.<sup>13</sup> Para la Corte Constitucional colombiana (sentencia C-497/95):

La autonomía de la Comisión Nacional de Televisión no es, pues, un simple rasgo fisonómico de una entidad pública descentralizada. En dicha autonomía se cifra un verdadero derecho social a que la televisión no sea controlada por ningún grupo político o económico y, por el contrario, se conserve siempre como un bien social, de modo que su inmenso poder sea el instrumento, sustrato y soporte de las libertades públicas, la democracia, el pluralismo y las culturas. El sentido de dicha autonomía es la de sustraer la dirección y el manejo de la televisión del control de las mayorías políticas y de los grupos económicos dominantes, de forma tal que se conserve como bien social y comunitario.

Asimismo, en Chile existe el Consejo Nacional de Televisión, que está integrado por once personas de relevantes méritos personales y profesionales. Su presidente es designado por el presidente de la República, los diez restantes son nombrados por el presidente con aprobación del Senado. Tiene las atribuciones de otorgar, renovar, modificar y poner término a las concesiones de radiodifusión televisiva, velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, determinar la hora a partir de la cual se podrá transmitir material para adultos, fijar un porcentaje de producción chilena en los programas televisivos.

## **2.8.5. ORIENTACION DE LA REGULACION DE LA TELEVISION EN EL PERU**

### **A) ANTECEDENTES**

En el Perú no se habría configurado exactamente un modelo liberal en el campo de la televisión y la radio, bajo un esquema de libre competencia, plural y en el contexto de un marco institucional que favorezca la construcción de relaciones transparentes entre el Estado y los empresarios operadores. Más bien se ha construido un patrón de articulación caracterizado por la utilización que los gobiernos de turno han hecho especialmente de la televisión como instrumento de visibilidad y legitimación públicas, y un comportamiento esencialmente grangeril, tradicional, desde los grupos empresariales operadores de TV con relación al Estado.

### **B) ANTECEDENTES HISTORICOS**

Esta relación es de carácter estructural en tanto se han desarrollado un conjunto de rasgos de continuidad, más que rupturas, desde que se instalan las primeras emisoras de radio y televisión en el Perú en los años 1925 y 1958 respectivamente.

La primera emisora de radio, se instala y empieza a operar en el año 1925. Se trató de la OAX, manejada por la Peruvian Broadcasting Company, conformada por una sociedad entre la empresa Marconi y empresarios locales cercanos al entonces presidente Augusto Bernardino Leguía. Diez años más tarde las emisoras de radio empezarían a multiplicarse, siempre bajo el esquema de propiedad y gestión privada empresarial, incluso con presencia extranjera (Gargurevich, 1987).

Hacia fines de la década del 60 ya se habían consolidado grupos de poder en la radio peruana manejados por conocidas e influyentes familias propietarias de estaciones en Lima y provincias: Cavero, Umbert, Delgado Parker. Se consolidan entonces las bases de la concentración oligopólica del sector y la conversión -en la práctica- de autorizaciones (licencias) temporales en una nueva forma de propiedad privada, transferible de generación en generación o negociable con terceros.

La era de la televisión empieza en la segunda mitad de la década del 50, durante el segundo gobierno de Manuel Prado Ugarteche. Mediante un Decreto Supremo del 12 de enero de 1957 se definen las reglas de juego básicas para el funcionamiento del sector, y mediante un segundo Decreto Supremo, de abril del mismo año, se empiezan a materializar un conjunto de facilidades para el rápido desarrollo de la nueva industria: el gobierno dispone la exoneración de derechos de importación de equipos

El Estado se reservó inicialmente dos frecuencias, el canal 7 administrado por el Ministerio de Educación, y el 5 para un futuro canal cultural. Las frecuencias restantes fueron asignadas a los principales grupos de poder de la radio, se trató casi de un paso natural al nuevo medio. La frecuencia 4 fue concedida a la Compañía Peruana de Radiodifusión, Radio América (Umbert, Gonzales), con intereses en la industria de la cerveza

El canal 9 fue asignado a la Compañía Producciones Radiales y Televisión S.A. que tuvo a Radio El Sol como emisora de líder, controlada por los propietarios del diario El Comercio.

El canal 13 fue asignado a Panamericana Televisión, de la familia Delgado Parker en sociedad con Isaac Lindley. Un joven Genaro Delgado Parker y sus hermanos Héctor y Manuel, conseguirían la frecuencia 5, años más tarde, mediante el Decreto Supremo No. 65 del 29 de enero de 1963. Entonces, era accionista de Panamericana Isaac Lindley, hermano del general Nicolás Lindley, miembro de la Junta de Gobierno entre 1962 y 1963 (Gargurevich, 1987). Las redes sociales (familia, amistades) aparecen nítidamente como un mecanismo de influencia política en beneficio particular

La empresa Radiodifusora Victoria S.A. del poderoso José Eduardo Cavero, se hizo de la frecuencia 2 de televisión. Luego traspasaría sus acciones a Manuel Belaúnde Guiñáis, en 1966, sin que la frecuencia otorgada revierta al Estado para un proceso de licitación pública.

Para regular el sector, se conformó la denominada Junta Permanente Nacional de Telecomunicaciones, entidad que contó con una participación significativa de los empresarios vinculados a la nueva industria. En la

práctica, se instala un modelo en el que el regulado puede ser también, directa o indirectamente, regulador.

El patrón de articulación, en el que no ha sido posible la separación entre lo público y el interés privado, ha excluido de manera sistemática a la sociedad civil no empresarial y se expresa en una compleja trama de negociaciones generadas desde ambos sectores, que incluye una vinculación directa entre autoridades y empresarios, así como la utilización de mecanismos y espacios donde el mercado y el afán de lucro predomina sobre el interés general de la comunidad intermedios de negociación y presión.

**En un momento en que los medios aflojan sus políticas informativas ante las presiones del mercado, la violencia en todas sus variantes y los conflictos en todas sus manifestaciones terminan por acaparar la agenda de los diferentes medios (Villanueva, 2004:2)**

Para abastecer de contenidos a los canales creó Telecentro, una productora de propiedad mixta en la que paradójicamente Panamericana Televisión tenía la mayoría de acciones. Como en el caso de la prensa, no transfirió la propiedad (o porciones de ésta) a organizaciones de la sociedad civil. Además, finalmente utilizó los medios para afirmar su legitimidad, persiguiendo y mandando al exilio incluso a periodistas críticos al régimen. Así, la reforma fue rápidamente desactivada y revertida.

Iniciado el segundo gobierno de Fernando Belaúnde en 1980, en virtud a facultades delegadas al Ejecutivo, el Estado devolvió los medios confiscados y concedió una serie de beneficios y exoneraciones tributarias a los propietarios, así como el aval para solicitar préstamos a la banca internacional. Además, desde la fallida experiencia Velásquista y ante cualquier atisbo de debate público sobre la necesidad de reformar el sistema, los propietarios “resucitan” el fantasma de la estatización en “defensa de la libertad de expresión”.

Desde los gobiernos se habría construido una legislación en materia de radio y televisión que beneficia significativamente al interés privado por sobre el interés público, al menos en dos sentidos:

El acceso de sectores de sociedad civil no empresarial a la propiedad y gestión de canales de TV y emisoras de radio es imposible debido a barreras económicas y de influencia política.

La ciudadanía tiene escaso nivel de participación en la vigilancia respecto al desempeño de las estaciones de radio y televisión, y respecto al rol del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) como ente regulador. Los códigos de ética aparecen como un mecanismo limitado de autorregulación de los medios.

Destacan como instrumentos de presión y negociación desde el Estado: Autorización para operar en señal abierta y en el ámbito nacional mediante repetidoras, facultad que se encuentra en el Ejecutivo, a través del MTC, y que en la práctica es ejercida con gran discrecionalidad por los gobernantes de turno. También los beneficios o presiones vinculadas a las obligaciones tributarias, de las empresas o personas titulares de las licencias, o de empresas vinculadas a estos; intervención en procesos judiciales y avales de créditos ante la banca internacional. Igualmente, la inversión publicitaria del Estado, el mayor anunciante en los tres últimos años de la década del 90, es un instrumento de negociación de los gobiernos.

## **2.8.6. INSTRUMENTOS NORMATIVOS INTERNACIONALES**

### **2.8.6.1. LOS DERECHOS Y LIBERTADES INFORMATIVAS:**

En el punto 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) se establecía el derecho a la libertad de expresión. La siguiente norma a tener en cuenta es el Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos aprobado por la ONU en 1966 dentro del cual se establece la libertad de expresión también en el punto 19. Se diferencian en que el Pacto se aplica únicamente a los países que lo firman, incluyendo así una serie de condiciones y penalizaciones, siendo de obligación legal. Además de los anteriores podemos ver otros acuerdos a distintos niveles como por ejemplo el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Públicas (Convenio de Roma de 1950).

### **2.8.6.2. LA PROTECCIÓN DE OTROS DERECHOS COLECTIVOS**

Ciertos límites a éstas libertades como la Convención de la Haya de 1922, la Convención de Génova de 1937 o las Resoluciones de la ONU de 1947 en las que se prohibía la propaganda que amenazase la paz. Encontramos también cómo se aplican ciertos límites a la Publicidad como el Código de Prácticas de Marketing (Cámara de Comercio Internacional, 1937). Por último encontramos el Derecho de Rectificación Internacional (Convenio ONU 1953).derechos de autor y afines

Convenio de Paris de 1883, Convenio de Berna de 1886. Unificación 1893 (BIRPI). Nace el germen de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (1967. 1974, ONU) Se encargará de 21 tratados/convenios junto a los dos primeros convenios. De éstos convenios afectan de manera directa a los medios de comunicación, se trata del Convenio de Berna de 1886 (que se irá revisando), la Convención de Roma, Convenio de Ginebra, Convenio de Bruselas...

### **2.8.6.3 EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN**

El derecho a la comunicación ha sido planteado en los últimos años como una necesidad fundamental para el desarrollo humano.

Durante mucho tiempo, incluso en los derechos universales del ser humano se contemplaron como derechos a la “libertad de expresión”, “libertad de información” y “libertad de opinión”.

A estos se adhirieron elementos como la libertad de todos los seres humanos de expresar sus pensamientos y opiniones de manera libre, y por todos los medios existentes.

Tal es así que la Declaración Universal de Derechos Humanos, en su artículo 19, especifica que “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

La Convención Americana sobre derechos humanos (Pacto de San José), en el artículo 13, referido a la Libertad de Pensamiento y de Expresión, establece lo siguiente:

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley para, de esta manera, garantizar:
  - a) el respeto a los derechos y a la reputación de los demás, y
  - b) la protección de la seguridad nacional, el orden, la salud y la moral públicos.
3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información, o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.
4. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa, con el exclusivo objeto de regular el acceso a éstos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso.
5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso, que constituyan o inciten a la violencia o a cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, incluidos los de etnia, religión, género, idioma u origen nacional.

Artículo 14. Derecho de Rectificación o Respuesta

1. Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente estatuidos, y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley.
2. En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirán de las otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido.
3. Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial.

Estos principios son recogidos por varios pactos, acuerdos, cartas y declaraciones internacionales, que abundan sobre la libertad de expresión, el derecho a recibir y buscar información, a la libertad de opinión, entre otros.

Si bien estos son considerados como un avance en torno al derecho a la comunicación; sin embargo, siguen siendo limitados, puesto que nos remiten a una visión unilateral de la comunicación, lo que de por sí ya observa reduccionismos que han servido precisamente para coartar el derecho humano a la comunicación.

## 2.9. REGULACIÓN DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN. EN EL PERÚ

El rol que cumple la televisión es fundamental no sólo para el ejercicio de la libertad de expresión, sino además para que las personas estén debidamente informadas de lo que ocurre en el país. Y es que, en un Estado democrático la televisión debe contribuir a la formación de una opinión pública libre que permita contar con ciudadanos razonablemente informados.

**Frente a esto, hay que afirmar que no puede haber un correcto ejercicio de la libertad de expresión ni del derecho a la información si el poder de los medios no puede ser cuestionado por el público sino que es ejercido como un privilegio (Rey, 1997: 35)**

Sin embargo, en los últimos años esto no ha sucedido en el Perú. La autocensura, la corrupción, las campañas de desinformación y desprestigio frente a quienes cuestionaban al gobierno, fueron algunas de las manifestaciones más visibles que evidenciaron la ausencia de un pluralismo informativo.

A nuestro juicio, resultaba indispensable llevar a cabo una reforma legal que garantice la vigencia de la libertad de expresión, el derecho a la información, la libertad de empresa y la adecuada administración del espacio radioeléctrico, recurso natural escaso que es patrimonio de la nación. Ello debería permitir modernizar nuestra legislación que ha evidenciado notorias deficiencias.

En esta materia se requiere de una razonable regulación que respete los principios y derechos fundamentales antes mencionados. Una regulación razonable no puede ir a extremos que propicien un estatismo de la radio y la televisión ni fomenten el total liberalismo. Debe encontrarse el equilibrio necesario entre los derechos fundamentales y los principios que se encuentran en juego.

**Si algo fundamental ha de esperarse de la autorregulación es una activa presencia del receptor de la información en la vida, operación y pensamiento del medio de comunicación, no como una concesión, sino como el ejercicio de un derecho (Restrepo,2006: 36)**

El espectro electromagnético es un bien público sujeto a la gestión y control del Estado. A diferencia de otros operadores de medios de comunicación, los que se ocupan de la televisión necesariamente deben hacer uso del espectro electromagnético. Por consiguiente, su situación y régimen jurídico no puede ser igual al de los restantes medios de comunicación, inclusive desde el punto de vista de la libertad de acceso. Aquéllos no usan el espectro y, por ende, no están sujetos a las restricciones que surgen de su gestión y control, las cuales a su vez, en parte se explican por razones técnicas, entre las cuales, una significativa es el número limitado de frecuencias y espacios que podrían adjudicarse, lo que

torna imposible garantizar la libertad de acceso al espectro para todas las personas que decidan ser operadores de televisión.

**El auto control nace con una clara finalidad: “hacer que la profesión se depure dentro de la profesión misma; que sean los mismos profesionales los que consigan que la profesión se desarrolle dentro de unos cauces éticos y técnicos (Desantes, 1973:30)**

Lo anterior justifica la necesidad de una legislación apropiada y moderna distinta a la que se encontraba prevista en la Ley de Telecomunicaciones del Perú, cuyo texto único ordenado fue aprobado por Decreto Supremo 13-93-TCC del 28 de abril de 1993. A nuestro juicio, una reforma de la regulación sobre radio y televisión debió abordar por los menos seis aspectos básicos:

— En primer lugar, determinar la naturaleza de la televisión, es decir, si puede ser considerada un servicio público —tal como sucede en diversos países europeos— o debe continuar siendo un servicio privado de interés público, conforme lo establece la vigente ley de telecomunicaciones.

—En segundo lugar, precisar las obligaciones que asumen los medios de comunicación. Nos referimos entre otros aspectos al tiempo máximo de publicidad, los límites a las interrupciones, la protección a los menores para que los programas de adultos se transmitan a determinadas horas, la existencia de franjas electorales gratuitas, la conveniencia de fomentar la producción nacional, el respeto a los derechos fundamentales, entre otras.

—En tercer lugar, establecer un tratamiento detallado de las autorizaciones o, de ser el caso, concesiones. Esto implica regular un procedimiento público y transparente para otorgarlas, sus requisitos, el tiempo de duración de las autorizaciones y las prórrogas respectivas, evitando que sean automáticas y permitiendo que la ciudadanía formule objeciones fundadas frente a las empresas que solicitan una autorización o su prórroga.

En cuarto lugar, debería garantizarse el pluralismo en la oferta televisiva evitando la concentración empresarial —aunque permitiendo bajo ciertas restricciones la fusión de empresas—, así como incluir medidas que fomenten la

transparencia de las empresas y sus accionistas, estableciendo, por ejemplo, autorizaciones administrativas para transferir acciones y brindando un tratamiento especial a la inversión extranjera, por ejemplo, a través del principio de reciprocidad.

—En quinto lugar, hay que detallar objetivamente las infracciones que pueden cometer las empresas de radiodifusión determinando el órgano encargado de aplicarlas, así como las responsabilidades administrativas y penales.

—Finalmente, consideramos conveniente que se cree una institución autónoma ajena al gobierno —por ejemplo, un Consejo Nacional de Televisión— encargada de conceder y revocar las autorizaciones y verificar las faltas cometidas, como sucede en Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Colombia, Chile, entre otros países. Su composición, designación de sus miembros y competencias, debería garantizar su autonomía frente al gobierno y al poder económico, evitando todo tipo de censura.

Consideramos que éstos constituyen los temas centrales que una ley especial sobre televisión debería abordar y que resultan indispensables evaluar para garantizar los derechos de las personas —especialmente las libertades de expresión e información— así como fortalecer el Estado social y democrático de derecho en el Perú. Lamentablemente, no todos los aspectos planteados fueron considerados por la nueva Ley de Radio y Televisión. ***Aznar lo expresa claramente: “No debe haber nunca marcha atrás en la conquista de la libertad de expresión e información; pero sí cabe avanzar en cuanto al uso cuidadoso y responsable de dicha libertad” (Aznar,1999:34)***

### **2.9.1. EL MARCO LEGAL PERUANO**

Perú tiene como principal norma en materia de regulación de medios audiovisuales la Ley N°28278 de 2004 o Ley de Radio y Televisión y el Reglamento de la ley, aprobado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones mediante el Decreto Supremo N°005-MTC- 2005 .

Complementariamente debe considerarse la vigencia del Decreto Supremo N°013-93-TCC de 1993 o Texto Único Ordenado de la Ley de Telecomunicaciones que regula todos los servicios de telecomunicaciones y

diseña la institucionalidad que define las políticas públicas, administra el espectro radioeléctrico y fiscaliza el cumplimiento de la legislación por parte de los operadores.

Las emisoras de radiodifusión sonora o por televisión son consideradas servicios privados de interés público y reúnen a los servicios de recepción abierta y gratuita. La legislación reconoce tres sectores: la radiodifusión comercial con fines lucrativos, la radiodifusión educativa dentro de la que se encuentran los medios públicos, y la radiodifusión comunitaria . Estos últimos dos servicios, además de los medios que se ubiquen en zonas de frontera, rurales o de interés social preferente, tendrán tratamiento preferencial.

El espectro es considerado un recurso natural que es patrimonio de la Nación, administrado por el Estado a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC)[. Corresponde a este Ministerio la administración del espectro radioeléctrico, incluyendo tanto la fiscalización de su uso como el otorgamiento de las concesiones y autorizaciones para prestar servicios a través de él.

El marco normativo habilita al gobierno a reservar frecuencias para las emisoras públicas, una frecuencia en cada una de las bandas de radiodifusión para la radiodifusión educativa y no menos de un canal de televisión y una frecuencia de radio para asignarlas a las personas o empresas de cada región.

Las autorizaciones para prestar servicios de radio y televisión abierta se otorgan por concurso público cuando la cantidad de solicitantes es mayor que las frecuencias disponibles, o a solicitud de las partes si no existen limitaciones técnicas. Se otorgan por un período de 10 años, el cual podrá ser renovado automáticamente por igual plazo a solicitud del interesado.

La legislación peruana reconoce formalmente la existencia de los medios comunitarios en radio y televisión, pero solamente referidos a emisoras cuyas estaciones estén en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de interés social preferente, pero no en las ciudades. Las

emisoras comunitarias podrán obtener recursos provenientes de la emisión de mensajes y publicidad comercial.

Existen distintas formas de afectar ilegítimamente la libertad de expresión, desde el extremo de su supresión radical mediante actos de censura previa hasta mecanismos menos evidentes, más sutiles y sofisticados. El artículo 13.3 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos se refiere, específicamente, a estos mecanismos indirectos que tienden a “impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones”. En efecto, dicho artículo establece:

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Los mecanismos indirectos de restricción, se ocultan detrás de acciones aparentemente legítimas que, sin embargo, son adelantadas con el propósito de condicionar el ejercicio de la libertad de expresión de los individuos. Cuando eso sucede, se configura una violación del artículo 13.3 de la Convención. Como lo ha sostenido la Corte Interamericana de Derechos Humanos (en adelante, la “Corte Interamericana” o “Corte”), resulta violatorio de la libertad de expresión “todo acto del poder público que implique una restricción al derecho de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas, en mayor medida o por medios distintos de los autorizados por la misma Convención” .

Los mecanismos de censura “indirecta” prohibidos por el artículo 13.3 de la Convención Americana fueron objeto de atención por parte de distintos órganos del sistema interamericano. Interpretando el artículo 13.3 citado, la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión aprobada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (en adelante, “CIDH”), establece en su principio 5 que “[l]a censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación oral, escrito, artístico, visual o

electrónico, debe estar prohibida por la ley. Las restricciones en la circulación libre de ideas y opiniones, como así también la imposición arbitraria de información y la creación de obstáculos al libre flujo informativo, violan el derecho a la libertad de expresión”. Y en su principio 13 indica que “la utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales; el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar, o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atentan contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley” .

Estos mecanismos de restricción, fueron también objeto de análisis por parte de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH, que en su Informe Anual 2003 llamó la atención sobre estas “obstrucciones oscuras, impuestas silenciosamente [que] no dan lugar a investigaciones ni merecen una censura generalizada”

La jurisprudencia de la Corte Interamericana, ha condenado en distintas ocasiones la adopción de medidas estatales que constituyen medios indirectos de restricción de la libertad de expresión. Así, por ejemplo, ha condenado la exigencia de la colegiatura obligatoria de periodistas , el uso arbitrario de las facultades de regulación del Estado cuando éste ha sido utilizado para iniciar acciones intimidatorias contra las directivas de un medio de comunicación, o para revocar la nacionalidad del director de un medio como consecuencia de la línea editorial de los programas que transmite . También ha cuestionado las declaraciones de funcionarios públicos cuando, dado el contexto, pueden constituir “formas de injerencia directa o indirecta o presión lesiva en los derechos de quienes pretenden contribuir a la deliberación pública mediante la expresión y difusión de su pensamiento” . Asimismo la Corte Interamericana ha sostenido que sería una restricción indirecta la exigencia desproporcionada o discriminatoria de “acreditaciones o autorizaciones a los medios de prensa para la participación en eventos oficiales”.

## **2.9.2. LEY DE MODERNIZACIÓN Y TRANSPARENCIA DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES**

El 6 de diciembre del 2001, el presidente de la República del Perú, Alejandro Toledo Manrique, remitió al Congreso de la República el Proyecto de Ley de Modernización y Transparencia de los Servicios de Telecomunicaciones (Proyecto 1511/2001-CR) proponiendo la modificación de la Ley de Telecomunicaciones. Un grupo de trabajo presidido por el ex congresista Natale Amprimo se avocó a analizar la referida propuesta.

El proyecto presentado por el Ejecutivo requería de sustanciales modificaciones, tal como en su momento lo indicó la Defensoría del Pueblo. En efecto, de aprobarse como estaba redactado, en un caso similar al de Frecuencia Latina que divulgó las ilegales interceptaciones telefónicas efectuadas durante el régimen de Alberto Fujimori, se hubiera podido revocar la licencia de esta empresa, pues consideraba que ello constituía una infracción muy grave (artículo 87.5 del proyecto).

También consideraba como una infracción de esa naturaleza ser comprendido como tercero civilmente responsable en un proceso penal por delito sancionado con pena privativa de la libertad mayor de cuatro años, afectando así la presunción de inocencia (artículo 87.10 del proyecto). Asimismo, permitía que el reglamento pudiera establecer infracciones afectando el principio de legalidad al no estar ellas expresamente contempladas en la ley (artículo 87.12 del proyecto). Además, mantenía la discutida renovación automática de las autorizaciones (primera disposición complementaria).

Ante esta situación, el indicado grupo de trabajo decidió elaborar un anteproyecto de Ley de Radio y Televisión que contaba con 159 artículos, cinco disposiciones complementarias, dos disposiciones finales y tres disposiciones derogatorias, cuyo dictamen sustitutorio fue aprobado el 25 de abril de 2002 por la Comisión de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción del Congreso de la República del Perú.

El proyecto fue sometido al pleno del Congreso para su debate y aprobación pero no pudo ser visto en la legislatura que finalizaba, por ello se dispuso que volviera a la citada Comisión, la cual —bajo otra presidencia— procedió nuevamente a aprobar, con algunas modificaciones, el respectivo dictamen el 17 de diciembre del 2002. El texto sufrió diversas modificaciones hasta convertirse en la actual Ley de Radio y Televisión.

Se trata de un texto que corrige los errores presentados en la propuesta del Ejecutivo pero que sigue contando con omisiones, así como diversos aspectos que merecen su revisión y modificación. Por un lado, nos parece mucho más adecuado elaborar, como sucede en España, Italia y otros países, una ley especial sobre la materia. Sin duda, se aprecia un claro avance cuando se pretende elaborar una ley especial de radio y televisión y se deja de lado una simple reforma a la Ley de Telecomunicaciones, tal como lo proponía el Poder Ejecutivo.

Sin embargo, la Ley presenta algunas omisiones, por ejemplo, no contempla ni desarrolla la televisión digital, pese a que el impacto de la tecnología es sumamente importante en materia de radio y televisión. Así, algunos expertos han manifestado que dicha Ley regula fundamentalmente la televisión analógica y, por ende, tendría una corta vida pues cuando ingrese la televisión digital sencillamente el texto quedaría desfasado. Y es que en tal circunstancia el espacio radioeléctrico ya no tendrá la misma dimensión limitada que tiene en la actualidad.

Asimismo, omite la regulación de la televisión pública, limitándose a señalar que el Poder Ejecutivo en un plazo de 120 días elaborará un proyecto de radiodifusión estatal (tercera disposición complementaria y final). En la actualidad, la televisión del Estado es prácticamente del gobierno, lo cual no es conveniente en un país que quiere garantizar la neutralidad y fomentar el pluralismo informativo.

Un segundo tema es la calificación de la televisión. Como hemos visto en varios países europeos se considera que ella es un servicio público. La Ley no utiliza dicha calificación pues en su artículo 3o. la sigue tratando como un "servicio privado de interés público". Este tema debió ser más debatido

aunque en nuestro país prácticamente ello no ha ocurrido. Y es que a veces cuando ha sido planteado se ha desvirtuado la idea al calificarla como una propuesta estatista. Nosotros pensamos que una alternativa posible para establecer un mayor compromiso y número de obligaciones sociales hubiera sido calificar a la televisión como un servicio público, tal cual ocurre en otros ordenamientos jurídicos.

**La responsabilidad social es una filosofía, una actitud o forma de ver la vida que implica que tomemos en cuenta el efecto de nuestras acciones y decisiones sobre el entorno físico y social. En otras palabras, ser socialmente responsable significa ser consciente del daño que nuestros actos pueden ocasionar a cualquier individuo o grupo social (Schwalbm,2005) .**

Un tercer tema consiste en determinar cuáles son las obligaciones legítimas y las responsabilidades que asumen los medios de comunicación. Estas obligaciones se justifican, según sostuvo

El Tribunal Supremo de los Estados Unidos en el caso Red Lion (39 US 367.9.VII.1969), el titular de una licencia de radiodifusión de algún modo goza de un privilegio, ya que es alguien que utiliza —con uso privativo y excluyente de otros— un recurso valioso y limitado.

Como se sabe, en nuestro país diversos accionistas de medios de comunicación recibieron dinero del gobierno de Fujimori y de su servicio de inteligencia para desinformar a la población. Fruto de esta negativa experiencia la Ley —probablemente inspirándose en la ley española—, contempla en su artículo II una serie de "Principios para la prestación de los servicios de radiodifusión", entre los que asienta: la defensa de la persona humana y el respeto de su dignidad, la defensa del orden jurídico democrático y de los derechos humanos, la preservación de la libertad de información, opinión y difusión de pensamiento, el fomento de la elevación de la educación, cultura y moral de la nación y el respeto al Código de Normas Éticas.

Creemos que algunos de estos principios requieren de mayor precisión, como aquel que alude al respeto del orden jurídico democrático que debe regir las actividades de radiodifusión. Además, su incumplimiento no acarrea sanción alguna.

Por lo demás, creemos que las infracciones deberían "objetivarse" de la mejor manera posible para evitar posibles suspicacias y cuestionamientos. Así por ejemplo, el artículo 23 inciso c) de la Ley señala que se denegará una solicitud de autorización si hubiese sido "condenado con pena privativa de la libertad de cuatro (4) o más años, por la comisión de delito doloso". A nuestro juicio, la Ley debió vincular dicho delito con la actividad de radiodifusión.

La ley plantea dos temas adicionales, por un lado, la regulación de la publicidad estatal (artículo 49 y ss.) y por otro la cláusula de conciencia (primera disposición complementaria y final). Respecto al primer tema se nota un avance cuando el artículo 51 de la Ley obliga a la Presidencia del Consejo de Ministros a remitir a la Comisión de Presupuesto y Cuenta General de la República del Congreso de la República la información desagregada y consolidada sobre los contratos y gastos referidos a publicidad estatal.

Asimismo, resulta importante lo que dispone el artículo 52 de la Ley cuando establece que las entidades del Estado deben preferentemente contratar avisos publicitarios en programas cuyos contenidos contribuyan a la elevación del nivel educativo, cultural y moral de la población, así como la identidad nacional. No obstante, a nuestro juicio, la regla debería ser que el gobierno sólo contratase publicidad estatal cuando ello resulte estrictamente indispensable para cumplir con su misión de velar por los intereses generales. Y es que el riesgo de utilizar dicha publicidad para apoyar o perjudicar a un medio de comunicación es muy grande, por lo que es conveniente evitarlo.

De otro lado, la Ley regula la cláusula de conciencia señalando que en virtud de ella todo el que ejerza la actividad periodística tendrá derecho a solicitar la resolución de su contrato o el término de su vínculo laboral cuando

hubiese sido conminado u obligado a realizar trabajos contrarios a su conciencia o al Código de Normas Éticas establecido por el titular del servicio.

Creemos que constituye un avance reconocer dicha institución. Sin embargo, la pregunta que se plantea es si realmente garantiza la libertad de conciencia disponer que cuando cambia la línea editorial o se afecta el Código de Ética, es suficiente con reconocer el derecho al periodista de solicitar la resolución del contrato o dar por culminado el vínculo laboral. Y es que en un país donde el mercado laboral es tan reducido y hay desempleo, ¿un periodista a quien le cambian la línea editorial del medio en que labora buscará otro trabajo o aceptará la nueva línea impuesta pese a que ella afecte su conciencia?

Ya hemos visto lo que ha ocurrido en los medios de comunicación en el Perú. Por ello, creemos que debió establecerse que el periodista, en lugar de renunciar, pueda rehusarse a cumplir la orden del medio de comunicación y permanecer en él haciendo respetar su conciencia. Por ello estamos de acuerdo con lo que señala:

**La ética no es sólo para los periodistas, sino también para los empresarios. Ni debe haber contradicción entre las exigencias éticas de los propietarios, editores y periodistas. La ética que se postula es, en definitiva, la ética de la empresa informativa, es decir la de toda y cada una de las personas que la integran. Y es que la ética como la libertad son indivisibles (Soria 2002 95-96)**

En todo caso, creemos que los dos aspectos introducidos por el proyecto exceden a una ley de radio y televisión, pues tanto la regulación de la publicidad estatal como la cláusula de conciencia son aplicables a la prensa escrita y no sólo a la radio y la televisión.

### **2.9.3. LA LEY NRO 28278 LEY DE RADIO Y TELEVISION**

Perú tiene como principal norma en materia de regulación de medios audiovisuales la Ley N°28278 de 2004 o Ley de Radio y Televisión y el

Reglamento de la ley, aprobado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones mediante el Decreto Supremo N°005-MTC del 2005.

Complementariamente debe considerarse la vigencia del Decreto Supremo N°013-93-TCC de 1993 o Texto Único Ordenado de la Ley de Telecomunicaciones, que regula todos los servicios de telecomunicaciones y diseña la institucionalidad que define las políticas públicas, administra el espectro radioeléctrico y fiscaliza el cumplimiento de la legislación por parte de los operadores.

Las emisoras de radiodifusión sonora o por televisión son consideradas servicios privados de interés público y reúnen a los servicios de recepción abierta y gratuita. La legislación reconoce tres sectores: la radiodifusión comercial con fines lucrativos, la radiodifusión educativa dentro de la que se encuentran los medios públicos, y la radiodifusión comunitaria. Estos últimos dos servicios, además de los medios que se ubiquen en zonas de frontera, rurales o de interés social preferente, tendrán tratamiento preferencial.

El espectro es considerado un recurso natural que es patrimonio de la Nación, administrado por el Estado a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). Corresponde a este Ministerio la administración del espectro radioeléctrico, incluyendo tanto la fiscalización de su uso como el otorgamiento de las concesiones y autorizaciones para prestar servicios a través de él.

El marco normativo habilita al gobierno a reservar frecuencias para las emisoras públicas, una frecuencia en cada una de las bandas de radiodifusión para la radiodifusión educativa y no menos de un canal de televisión y una frecuencia de radio para asignarlas a las personas o empresas de cada región.

Las autorizaciones para prestar servicios de radio y televisión abierta se otorgan por concurso público cuando la cantidad de solicitantes es mayor que las frecuencias disponibles, o a solicitud de las partes si no existen limitaciones técnicas. Se otorgan por un período de 10 años, el cual podrá ser renovado automáticamente por igual plazo a solicitud del interesado .

La legislación peruana reconoce formalmente la existencia de los medios comunitarios en radio y televisión, pero solamente referidos a emisoras cuyas estaciones estén en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de interés social preferente, pero no en las ciudades . Las emisoras comunitarias podrán obtener recursos provenientes de la emisión de mensajes y publicidad comercial .

La Ley de Radio y Televisión, norma publicada en el año 2004 establece en su título preliminar Artículo II que tanto la Radio como la Televisión son servicios que tienen que cumplir con ciertas pautas como fomentar la educación, proteger y formar a los niños, respetar la institución familiar y promocionar los valores e identidad nacional. Hasta aquí podemos observar que se empieza a hablar de un respeto por la familia, los niños y su formación. A continuación entrando de lleno al Horario de Protección a los niños, nos encontramos con el Art. 40° de la Ley de Radio y TV que señala; “Horario familiar.- La programación que se transmita en el horario familiar debe evitar los contenidos violentos, obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes. Este horario es el comprendido entre las 06:00 y 22:00 horas”, esto significa que programas como los señalados en el párrafo anterior no pueden ser transmitidos en el horario en el cual un niño tiene actividades normales esto es entre las 6.00 am y 10.00 pm.

Si bien es cierto existe una norma sobre la programación en el Horario Familiar, como hacer efectiva esta norma?, Primero hay que tener en cuenta que se tiene que ir por pasos, bajo el supuesto de que usted se sienta aludido por el contenido de la programación de un canal, puede utilizar el siguiente [2]procedimiento; Primero puedes enviar una carta o un email al canal de televisión, vale recalcar que este procedimiento es gratuito y no necesita de un abogado, Segundo paso, es esperar una respuesta del medio de comunicación, en caso, dicho canal no cumpla con responder u omitir tu carta continuando con la infracción, puedes acudir a la Dirección General de Control y Supervisión en Comunicaciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, quien a su vez pedirá una opinión al Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) y se pronunciará al

respecto, de ser fundada tu denuncia el medio de comunicación podrá ser sancionado hasta con 50 U.I.T.(más de 170.00 nuevos soles).

En un último estudio publicado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (Concortv), realizado a siete canales de señal abierta se encontró que en Televisión el 28% de la programación analizada, contienen lenguaje grotesco, 38% tiene contenido Educativo y el 19% de la programación contienen actos negativos que afectan el desarrollo de la persona. Por otra parte se encontró que en el 50% de la programación de las radios contiene lenguaje inapropiado, 50% contiene contenido Educativo y 47,4% de la programación contiene actos negativos que afectan el desarrollo de la persona.

Sobre las medidas intervencionistas en favor de producción nacional en el cine, la televisión y la radio

Los motivos circunstanciales pueden ser variados, pero al final y al cabo termina siendo la preferencia de los espectadores y radioescuchas lo que brinda a un producto de la industria del entretenimiento su valor en nuestro país y alrededor del mundo.

El mercado del entretenimiento tiene una estructura y funcionamiento como cualquier otro. Por un lado, los cines, los canales de televisión y las emisoras de radio son los proveedores de entretenimiento; sus productos son las más recientes películas de estreno, los programas televisivos de moda y canciones hit del momento. Por otro lado, nosotros, los cinéfilos, los espectadores de televisión y los radioescuchas somos consumidores de estos productos ofrecidos.

En el funcionamiento de este mercado, la elección del consumidor es bastante determinante; y el feedback de información para el proveedor de entretenimiento es muy dinámico. El rating determina inmediatamente si una franquicia de cine, canal o emisora lo está haciendo bien o lo está haciendo mal. Por este motivo, la elección de los productos es, también, decisiva para la subsistencia de los proveedores en un mercado que per se es muy frágil por la piratería.

Nuestro país se encuentra en pleno crecimiento de sus industrias del entretenimiento como el cine, la música, la moda, la gastronomía y la televisión. Sin embargo, aún existen sectores descontentos con la situación en la que se encuentran; como el de la música rock Peruana. Se ha discutido mucho en los últimos tiempos sobre la imposición de cuotas obligatorias sobre producción nacional a través de normas a los cines, canales de televisión y emisoras de radio; sin embargo, la preferencia no puede ser impuesta (ni impulsada) por instrumentos legales; esto, desde mi punto de vista, vulnera gravemente los valores constitucionales a la libertad de empresa así como la libre y leal competencia, sustituyendo artificialmente la oferta y demanda de los consumidores del entretenimiento.

Existen dos tipos de intervencionismo mediante instrumentos legales; de un lado, están las cuotas de exhibición; y por el otro las medidas de continuidad. Las primeras son aquellas por las cuales se obliga a las franquicias de cine a cubrir un número determinado de películas peruanas en cartelera, a los canales de televisión a transmitir un número determinado de programas televisivos peruanos, o a las emisoras de radio a reproducir un número determinado de canciones peruanas; las segundas son aquellas por las cuales se mantiene una o más películas nacionales en cartelera de cine, un programa televisivo nacional o más en programación, o una o varias canciones nacionales durante un periodo determinado de tiempo.

El apoyo a la producción nacional de canciones, películas y programas no se logra a través de medidas intervencionistas. Con estas prescripciones se genera un triple daño: primero, se generan pérdidas o detracciones de consumidores a las emisoras, canales o franquicias de cine; segundo, nosotros los consumidores radiales, televisivos o cinéfilos tendríamos menos opciones de elección en determinados momentos; y, tercero, los productores nacionales de cine y televisión, así como los cantautores y grupos musicales peruanos se encontrarían en un punto de desincentivos para mejorar la calidad de sus obras al estar situados cómodamente en este “mercado” por medio de un “regalito” del Estado.

Esta posición artificial, creada por medio de la intervención estatal normativa, genera competencia desleal. Mientras la industria del cine, televisiva y musical extranjera utilizan sus recursos para crear un producto (película, programa o canción) de calidad, mejorando sus equipos e innovando, creando espacios publicitarios, y otras metodologías de marketing personal análogas para colocarse a nivel mundial; el “cómodo” productor nacional o artista musical no utilizaría sus recursos para lograr esto ya que tiene asegurada su colocación en el mercado de la industria del entretenimiento gracias al Estado.

#### **2.9.4. LA SOCIEDAD NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y REGULACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO EN LA TELEVISIÓN PERUANA**

Existe un límite entre la libertad de expresión y la moral y la ética. Los Medios de Comunicación se valen de este argumento de una forma que terminan distorsionándolo. Si bien, el Estado no regula dichos medios según lo establecido en la Ley de Radio y Televisión; la Sociedad Nacional de Radio y Televisión [SNRTV] reafirma que regula y permite que los medios de radio difusión se autorregulen ya que “deben contribuir a proteger o respetar los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú y los principios establecidos en la Ley de Radio y Televisión.” Además, la SNRTV asegura que “los titulares del servicio de radio y televisión signatarios rigen sus actividades conforme al presente Código de Ética”

Esto es necesario mencionar un acápite del Artículo N°3 del Código de Ética de la SNRTV:

“a) La protección y formación integral de los niños y adolescentes, así como el respeto de la institución familiar.”

La televisión es una herramienta de comunicación, y como tal, no es implícitamente mala, y cuando se trata de los niños –además de entretenimiento- tiene el potencial para ser una poderosa herramienta de difusión cultural.” Entonces surge la duda sobre qué está realmente

sucediendo con los medios de comunicación del Perú. Sabemos que “el papel lo aguanta todo”. La cuestión es ¿hasta cuándo? Los programas que se emiten, son programas baratos y bastos en los que se recurre a la vulgaridad y mediocridad para hacer reír a una audiencia cada vez más masificada.

Obviamente, al primero que podemos tirar la piedra es al Estado. Podemos argumentar que el Estado no está velando porque se cumpla la Ley de Radio y Televisión. Sin embargo, ¿qué estamos haciendo nosotros?

Entonces, no porque la mayoría acepte programas mediocres que atenten a nuestra integridad como personas debemos aceptarlos. Nosotros mismos podemos seguir el ejemplo de la Sra. Sandra Elizabeth Plaza Cavero quien envió una carta a la SNRTV quejándose, sí quejándose, por los segmentos de “Los ojos vendados” y “La piscina” del Programa “Esto es Guerra”. Tal vez podamos unirnos en una asociación y denunciar aquellos segmentos o programas con la argumentación y pruebas correspondientes para sustentar dicha denuncia como la Asociación Civil Valores Humanos. Ambas quejas fueron estudiadas por el Tribunal de Ética declarándolas FUNDADAS, es decir, dichas personas, naturales y jurídicas, tenían razón y por lo tanto se les multó, tal y como está dictaminado por la SNRTV.

Es así que tal vez podemos afirmar que nuestra voz cuenta. Es cuestión de aceptar nuestra responsabilidad no solo para con nuestros hermanos, primos o hijos sino para con la comunidad. El hombre se perfecciona dentro de la sociedad. La cultura marca sin duda alguna la perfección. Si no aseguramos a través de leyes positivas y las sanciones correspondientes la SANA MORAL estamos cayendo dentro de una civilización netamente técnica y crematística. Tenemos que ser conscientes de nuestra responsabilidad y de nuestro deber como personas. “No podemos seguir tapando el sol con el dedo”

Una gran cantidad de los programas (realities), sobre todo los de convivencia y/o competencia física, se ha visto deformada y transformada en formas de excitar la curiosidad por lo morboso y la contemplación del sufrimiento ajeno.” Entonces quizá el trasfondo de presentar un programa en

el cual se resalte la sana competencia y los esfuerzos que una persona debe hacer para conseguir sus metas se esté distorsionando por el hecho de que el canal solo busca más ingresos en vez de un programa de calidad que inculque de forma ética a los niños valores para que puedan crecer dentro de la sociedad y no distorsionarla.

Si bien vivimos en un mundo globalizado en donde una noticia da vuelta al mundo entero en menos de un segundo. Pero aún tenemos un problema muy grave: no sabemos comunicarnos.

Este hecho queda claro, cuando observamos que los niños empiezan a copiar gestos y palabras de los programas de televisión que no se mencionan en casa. Al principio podemos pensar que es una cuestión pasajera, “de moda”. Pero realmente, ¿es pasajero? O es ¿una llamada de atención?

Nosotros podemos increpar que los medios den productos de mala calidad pero al mismo tiempo también los consumimos. Entonces, ¿de qué nos quejamos? Queda más que obvio que es nuestro deber hacer algo. Podemos observar que el futuro del país se desvanece al igual que el rating de un programa cuando de pronto es cambiado por otro más “sensacionalista” en vez de “más cultural e íntegro”

Por un lado, los medios de comunicación deben ir a lo trascendental se están quedando en la superficie porque es lo que más vende pero no lo que ayuda a la persona a perfeccionarse. Todos debemos estar informados, es decir, “comunicar la síntesis significativa de un saber al servicio de la sociedad”. ¿Esto está pasando?

Quizá ya sea tiempo que el Estado se dé cuenta, que es necesario un ente regulador y supervisor de los programas de tal modo que sea este quien realmente esté dispuesto a multar con una cifra significativa y proporcional a la ganancia de los medios para evitar este tipo de incultura en los niños.

Un hecho que no podemos dejar de mencionar es que los niños de hoy, el futuro del país, van a ser el reflejo vivo de lo que les hayamos inculcado. Por este motivo debemos ser responsables y coherentes de que no solo es “tirar

la piedra a otro costal” sino que debemos recoger la piedra y ubicarla en el lugar adecuado. Hoy en día, los medios de comunicaciones están presentes en todos lados. Quizás seamos nosotros los ausentes en la vida de estas personas en desarrollo. Pero no podemos deslindarnos de nuestra responsabilidad.

Ante este problema entra a tallar nuestro ordenamiento jurídico que ha creado una figura para la protección de los niños en la televisión, es el muy conocido Horario de Protección al menor y Familiar o Franja Horaria, que está establecido en el Artículo 40°, 41°,42°,43° de La Ley N° 28278 o más conocida como la Ley de Radio y Televisión y en el artículo 102° y 103° de su reglamento el Decreto Supremo N° 005-MTC, reglamento de la ley anterior.

#### **2.9.5. CÓDIGO DE ÉTICA PUBLICITARIA DEL PERU: ANTECEDENTES**

El Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONAR) del Perú, tiene por objeto fomentar el desarrollo de la Industria Publicitaria, mediante el uso y la práctica de la publicidad de acuerdo con un conjunto de principios básicos denominados de legalidad, decencia, veracidad y lealtad.

El consejo de Autorregulación Publicitaria está integrado básicamente por los tres estamentos fundamentales de la industria: los anunciantes, las agencias de publicidad y los medios de comunicación Se entiende que entre ellos existe similitud de propósitos: promover la lealtad entre competidores y proteger al público consumidor.

Ante la necesidad de contar con una normativa que uniformice los principios rectores de la Ética Publicitaria; los anunciantes, las agencias y los medios de comunicación, agrupados en sus respectivos gremios, la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), la Asociación Peruana de Agencias de Publicidad (ARAR) y la Asociación de Radio y Televisión (ARTV) han decidido establecer el presente código de Ética Publicitaria, al mismo que contiene las pautas de conducta que se comprometen a cumplir y hacer respetar.

Las normas del Código de Ética son aplicables para todos los anunciantes, las agencias de publicidad y los medios de comunicación, aunque no estuvieran afiliados a una de las asociaciones que los agrupan, Se entiende que de esta manera se podrá lograr un compromiso real de autorregulación que permita una aceptación total del "CÓDIGO DE ÉTICA PUBLICITARIA".

Además del contenido normativo aplicable a todos los productos o servicios, se ha considerado importante identificar en forma separada, pero como parte del Código, categorías especiales cuya comunicación requiere de un tratamiento especial,

#### **2.9.6. EL CONSEJO CONSULTIVO DE RADIO Y TELEVISIÓN**

La ley peruana (artículos 54 y siguientes) introduce un Consejo Consultivo de Radio y Televisión de diez integrantes, conformado de la manera siguiente:

- Un representante del Consejo de la Prensa Peruana.
- Un representante del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, sólo con derecho a voz.
- Un representante de las facultades de comunicación social designado por sus decanos.
- Un representante de los titulares de autorizaciones de servicios de radiodifusión sonora y de televisión comercial.
- Un representante de los titulares de autorizaciones de servicios de radiodifusión sonora y de televisión educativa.
- Un representante del Colegio de Periodistas del Perú.
- Un representante de las asociaciones de consumidores.
- Un representante designado por la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA).
- Un representante del Colegio Profesional de Profesores del Perú.

—Un representante de la Asociación Nacional de Centros.

En principio compartimos la idea de crear un organismo que "desgubernamentalice" los aspectos vinculados a la radio y la televisión, con participación de la sociedad civil, así como garantizar su total independencia respecto al poder político y económico. Así lo señalan, por ejemplo, los Principios sobre la normativa de libertad de expresión y la regulación de la difusión de radio y televisión, propuestos por el organismo internacional especializado en libertad de expresión Art. 19, con sede en Londres, pues en su décimo principio señala que debe garantizarse la independencia de los organismos reguladores:

Todos los organismos públicos que ejerzan poderes en áreas de regulación de la difusión y/o de la telecomunicación, incluso los organismos que reciban reclamaciones del público, deberán estar protegidos contra todo tipo de intervención, especialmente de naturaleza política o comercial...

La autonomía del ente televisivo, en suma, asume el carácter de garantía funcional e institucional del conjunto de derechos y libertades fundamentales relacionados con la existencia y fortalecimiento del principio democrático, la formación de una opinión pública libre, la fluidez y profundidad de los procesos comunicativos sociales, la creación, intercambio y divulgación de ideas, la conservación de las diferentes identidades culturales etc.

Sin embargo, los sectores vinculados a los medios de comunicación se han mostrado muy críticos de dicha institución. En este sentido, la Asociación de Radio y Televisión del Perú emitió un comunicado del 15 de marzo de 2002, donde se decía que: ninguno de los dos proyectos significan avances en la legislación normativa vigente, sino que, más bien, presentan claros propósitos intervencionistas y controlistas en los contenidos de los programas periodísticos de los canales y radio privados...

En cambio, si se revisan las funciones de dicho Consejo Consultivo previstas en el artículo 58 de la Ley, se puede apreciar que se trata de un órgano que efectúa propuestas y recomendaciones —en definitiva, un órgano consultivo— que carece de facultades coercitivas.

- a). Actuar como veedor en los concursos públicos para el otorgamiento de las autorizaciones de los servicios de radiodifusión. En estos casos no emite opinión sobre el fondo de la cuestión.
- b). Establecer y administrar un sistema de otorgamiento anual de premios y reconocimientos a las personas naturales y jurídicas que contribuyan al desarrollo integral y cultural del país, mediante su trabajo en la radiodifusión. El sistema de premios no supone la existencia de condicionamientos respecto al contenido de la programación.
- c). Propiciar investigaciones académicas que promuevan el mejoramiento de la radiodifusión.
- d). Apoyar iniciativas con fines académicos, destinadas a la preservación y archivo de los programas de producción nacional, transmitidos por los servicios de radiodifusión.
- e). Emitir opinión no vinculante, dentro del procedimiento administrativo sancionador.
- f). Proponer al Ministerio de Transportes y Comunicaciones la celebración de convenios nacionales e internacionales que permitan el desarrollo de la radiodifusión.
- g). Participar en las Audiencias Públicas que organice el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- h). Participar en la elaboración del Plan Nacional de Asignación de Frecuencias.

En consecuencia, puede apreciarse que la ley no crea una institución que actúe como censor. A nuestro juicio, ha faltado robustecer con mayores atribuciones a un organismo de tal naturaleza, conforme existe, por ejemplo, en los Estados Unidos. En este sentido, debería proponerse la creación de una administración independiente —podría denominarse Consejo Nacional de Radio y Televisión—, ajena al gobierno y al poder económico, encargada de otorgar las autorizaciones, imponer las sanciones administrativas

correspondientes y formular las políticas necesarias en materia de televisión, sin que ello implique algún tipo de censura a los medios de comunicación.

Así lo plantea la propuesta elaborada por la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, una organización de la sociedad civil, cuyo anteproyecto será presentado al Congreso de la República en ejercicio de la iniciativa legislativa popular. Dicha institución propone la creación del Consejo Nacional de Radio y Televisión (Conratv) como organismo público desconcentrado, dotado de personería jurídica, con autonomía administrativa, económica y técnica, adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros. Su Consejo Directivo estaría integrado por cinco personas, designadas de la siguiente forma:

- Un representante de la Presidencia del Consejo de Ministros.
- Un representante de los gobiernos regionales, elegido mediante votación por los presidentes.
- Un representante de una facultad de comunicación o de periodismo de las universidades privadas.
- Un representante de una facultad de comunicación o de periodismo de las universidades estatales.
- Un representante del Consejo Nacional de Decanos de Colegios Profesionales.

El Conratv será presidido por el representante de la Presidencia del Consejo de Ministros, previa ratificación por mayoría simple de los votos del número legal de los miembros del Congreso de la República. En caso de no obtenerse dicha votación, los cuatro miembros restantes del Consejo Directivo del Conratv elegirán de entre ellos al presidente, quien ejercerá el cargo hasta que el Congreso no ratifique al representante de la Presidencia del Consejo de Ministros.

El Conratv tendría la atribución de otorgar, renovar, suspender y cancelar las autorizaciones y licencias de los servicios de radio y televisión; preparar las bases, recibir, evaluar y calificar las propuestas presentadas a los concursos públicos para otorgar y renovar las autorizaciones de los servicios de radio y televisión; iniciar acciones de oficio por presunción de infracciones

cometidas por los servicios de radiodifusión contra la Ley; aplicar las sanciones correspondientes en los casos de denuncias de parte o de oficio por incumplimiento de la presente Ley, entre otras.

Uno de los temas esenciales para el fortalecimiento de la democracia es el respeto de las libertades de expresión e información, de tal modo que las personas puedan estar debidamente informadas y quede garantizada la formación de una opinión pública libre. Lamentablemente, la experiencia que ha vivido nuestro país ha demostrado cómo diversos medios de comunicación fueron utilizados por el gobierno para eliminar todo tipo de cuestionamiento a fin de mantener desinformada a la población o sólo informarla de aquello que se deseaba. Por ello, en los momentos actuales, resulta indispensable promover un cambio que pasa, ciertamente, por una reforma legal pero que no se agota en ella. Por ello se plantea:

**La libertad está al servicio de un derecho humano a la información, el cual a su vez se asienta en la dignidad del ser humano. Dicho de otro modo, es de la dignidad humana de donde brota el derecho a la información y a la verdad de la persona (Flecha, 1995:87)**

Para avanzar hacia una razonable y equilibrada reforma legal es preciso abandonar estigmas y estereotipos; así como reconocer que la regulación que ha existido en el Perú no ha servido para evitar los problemas que se han presentado. Por ello, debe llevarse a cabo un cambio sustantivo que obviamente no implique una vuelta a un pasado funesto que caracterizó al gobierno militar ni que signifique dejar las cosas tal como están. Encontrar una alternativa legal equilibrada y razonable es posible acudiendo a la experiencia comparada y buscando aplicarla a nuestra realidad. Para ello, debemos tomar en cuenta que a la vez que existe un contexto internacional globalizado —donde se van desarrollando grandes grupos de comunicación—, se presenta un importante desarrollo tecnológico —como la televisión digital— al cual no puede ser ajeno una regulación que pretenda ser moderna.

Esta reforma legislativa debería determinar la naturaleza de la televisión, es decir, si puede ser considerada un servicio público como sucede en Europa o debe seguir siendo un servicio privado de interés público. Asimismo, precisar las obligaciones que asumen los medios de comunicación (tiempos máximos de publicidad, límites a las interrupciones, horario de protección al menor, franjas electorales gratuitas, fomento a la producción nacional, respeto a los derechos fundamentales, etcétera).

A la vez, establecer un tratamiento detallado de las autorizaciones y un procedimiento público y transparente para otorgarlas, sus requisitos, el tiempo de duración y las prórrogas respectivas, evitando que sean automáticas y permitiendo que la ciudadanía formule objeciones frente a quienes solicitan una autorización o su prórroga. Todo lo cual lleva en el ejercicio periodístico superar la visión reglamentarista y fortalecer la óptica de la dignidad:

Es algo que la ética periodística ve con claridad, pero que no podemos ni debemos exigirle al derecho. El más profundo conocimiento del sentido de cada rutina permitirá, a cada persona que trabaja en la información, solucionar esta tensión resolviendo siempre a favor del público **(Lecaros 2005: 50)**

Además, consignar límites razonables a la concentración empresarial que garanticen el pluralismo y eviten el abuso de posiciones dominantes o monopólicas, así como medidas que fomenten la transparencia de las empresas y sus accionistas y den un tratamiento especial a la inversión extranjera. La nueva ley deberá detallar objetivamente las infracciones que puedan cometer las empresas de radiodifusión incluyendo las responsabilidades administrativas y penales.

## **2.9.7. EL CASO DEL PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO LA PAISANA JACINTA**

### **2.9.7.1. ANÁLISIS JURÍDICO DEL PROGRAMA TELEVISIVO LA PAISANA JACINTA**

El caso del programa La Paisana Jacinta lo desarrollaremos exponiendo inicialmente tanto sus antecedentes como el contexto actual que lo enmarca. Posteriormente demostraremos analíticamente por qué La Paisana Jacinta es expresión de una visión racista con respecto a los pueblos indígenas, en especial el quechua y particularmente contra la mujer indígena. Reforzamos esta postura con expresiones de rechazo manifestadas públicamente por personalidades y organizaciones representativas de la sociedad civil. A continuación exponemos una fundamentación jurídica de los derechos vulnerados

#### **A) ANTECEDENTES**

El programa La Paisana Jacinta, se emitió como primera temporada entre 1999 y el 2002. Posteriormente en 2005 se volvió a emitir brevemente y a partir de 2014 ha regresado con su tercera temporada en horario estelar, ante la sorpresa y rechazo de gran parte de la población. Teniendo en cuenta que el sistema normativo internacional de protección de los derechos humanos:

Declararán como acto punible conforme a la ley toda difusión de ideas basadas en la superioridad o en el odio racial, toda incitación a la discriminación racial, así como todo acto de violencia o toda incitación a cometer tales actos contra cualquier raza o grupo de personas de otro color u origen étnico, y toda asistencia a las actividades racistas, incluida su financiación;

Declararán ilegales y prohibirán las organizaciones, así como las actividades organizadas de propaganda y toda otra actividad de propaganda, que promuevan la discriminación racial e inciten a ella, y reconocerán que la participación en tales organizaciones o en tales actividades constituye un delito penado por la ley;

No permitirán que las autoridades ni las instituciones públicas nacionales o locales promuevan la discriminación racial o inciten a ella.

#### **2.9.7.2. VALORES DISCRIMINATORIOS DEL PROGRAMA**

Sus orígenes se basan en un sketch protagonizado por el actor Jorge Benavides en un programa llamado JB Noticias. Tras su éxito, que solo se puede explicar por el predominio de una sociedad peruana racista y machista, se convierte en un programa a partir de 1999, tal y como se menciona anteriormente. Igualmente, este actor ha protagonizado otro controvertido personaje llamado “El Negro Mama”, cuya interpretación fue también tildada de racista, por presentar una imagen totalmente estereotipada de la población afroperuana.

En cuanto al argumento, La Paisana Jacinta gira en torno a una mujer de orígenes humildes, procedente de la sierra sur del Perú, que migra a Lima, ciudad capital, en busca de mejorar sus oportunidades de vida. Las diferentes tramas desarrolladas en los capítulos emitidos, refuerzan todo un conjunto de estereotipos, que suponen un insulto a la gran cantidad de migrantes con sus mismos orígenes, que se enfrentan al difícil reto de migrar y de labrarse un futuro digno, en una ciudad de casi 8,5 millones de habitantes.

El canal Frecuencia Latina, sustenta la permanencia y repetición del programa, con el argumento de su aceptación, popularidad y arraigo entre la población, en especial entre el sector migrante y la niñez. En segundo plano, se ampara en la libertad de expresión y de trabajo, frente a lo cual, cualquier acto en contra del programa es tomado como un atentado a libertades fundamentales. Adicionalmente, el actor que encarna a La Paisana Jacinta, ha manifestado que para él, realmente la paisana es una persona astuta, que se busca la vida con ingenio, al igual que muchos migrantes.

Al ser un programa popular, el avisaje comercial con el que cuenta no es poco, como tampoco lo es la cobertura y propaganda que le hace el canal en diferentes horarios y espacios, además de productos y espectáculos sucedáneos como álbumes de figuras coleccionables, giras y un circo. Todo

lo cual implica una exposición mediática constante de esta figura que bajo la figura de “entretenimiento” termina reforzando estereotipos racistas y discriminadores.

A pesar de que diversos sectores de la población han manifestado su profundo rechazo, hay otras personas que lo defienden. Esto pone en evidencia visiones distintas y contrapuestas, en la sociedad peruana, con respecto a la imagen que proyecta este personaje como expresión simbólica de una parte considerable de nuestra sociedad: los pueblos indígenas, que al reducirla a esta imagen, permite tomar distancia a buena parte de la población con respecto a sus orígenes, ancestros o ascendencia indígena, para decir “yo no soy así” “yo no me siento afectada” pues “los indígenas y las paisanas son así”, convirtiendo esta aceptación de la diferencia en una internalización de la discriminación racial y el racismo. Esta actitud no deja de ser “normal”, si se piensa que una persona al poner en evidencia, sus orígenes o referentes indígenas, puede ser fuente de actitudes discriminatorias, dentro de su entorno cercano y lejano.

Ante la argumentación de que el programa es visto, según los índices de audiencia, por personas migrantes, Jorge Bruce, reconocido especialista en temas de discriminación racial, expresa que no hay que dejar de tener en mente que el racismo existe para seguir manteniendo privilegios, para que ciertas personas se sientan superiores a otras. Bajo este contexto, va a haber siempre una gran masa que lo va a aceptar y que se va a sentir inferior.

Otro agravante de la situación es que el programa se emite en horarios de protección al menor, con las repercusiones que tienen en su formación, teniendo como consecuencia la reproducción mental de la discriminación racial y el racismo contra los Pueblos Indígenas en la niñez peruana. No olvidemos que en la actualidad, los medios de comunicación, entre los que se incluye la televisión, ocupan una importante función formativa, de opinión, comportamiento y de tendencias de pensamiento, que en su conjunto es educativa: forma una visión del mundo, junto con la familia, las amistades y la escuela. Igualmente resulta contradictorio que una cadena como

Frecuencia Latina paralelamente emita programas que promueven la diversidad cultural del país junto con programas como La Paisana Jacinta.

La lucha contra el racismo en los medios de comunicación debe comenzar a partir de un cambio de sus códigos éticos y de las agencias publicitarias, pero también en la demanda y la aceptación de éstas por parte de la sociedad. Balbuena expresa que fomentar la imagen de determinados grupos como muy pobres -con falta de educación formal, provenientes de la provincia, ser miembro de los Pueblos Indígenas, o una situación que afecte a su dignidad, debe generar en los y las consumidoras una postura de rechazo ante todo aquello que contenga contenidos racistas.

No obstante hay que tener en cuenta que la discriminación racial en el Perú está totalmente naturalizada, lo que inhibe realmente a tener conciencia de la gravedad del asunto para el presente y futuro del país. Por ello, el Estado debe jugar un rol fundamental y tener una mayor injerencia en estos asuntos, sin que ello signifique un atentado a la libertad de expresión. Las libertades y derechos de unos/as, terminan en donde se empiezan a vulnerar los del otro/a.

Un país que no se reconoce en su diversidad será muy pobre en muchos aspectos y tendrá serias trabas para alcanzar un pleno y real desarrollo. En este sentido, las alabanzas internacionales sobre el crecimiento económico protagonizado por el Perú, necesitan seriamente una mirada más crítica.

Perfil de La Paisana Jacinta: ¿por qué expresa el racismo?

Un perfil rápido de La Paisana Jacinta, nos lleva a definirla como una persona tonta, con incapacidad intelectual, ignorante, descuidada, violenta, torpe, sucia y vulgar. En primera instancia, este conjunto de adjetivos asociados al personaje suponen claramente un atentado contra la mujer indígena andina al denigrarla.

Ahora bien, considerando la complejidad del tema y la seriedad de las acusaciones que hacemos a la cadena y al programa, resulta pertinente detenerse en el análisis con un mayor nivel de profundidad. En el proceso de construcción de un personaje, este puede expresarse a sí mismo

(representación) o a través de él a todo un conjunto de personas (estereotipo). Ambos precisan de elementos de la realidad para construirse, pero de la forma cómo articulan y hacen uso de estos elementos dependerá la personalidad individual o colectiva del personaje. Lo anterior va unido a la construcción del entorno en el cual se desenvuelve el personaje, de tal forma, que la manera en la cual interactúan termina por definir esa realidad.

En el caso de La Paisana Jacinta, su ser se construye a partir de características que diversos estudios orientados a evidenciar los imaginarios sociales que rigen a nuestro país, han señalado que identifica a la población indígena: ignorantes, sucios, poco confiables, descuidados, regidos por instintos primarios, supersticiosos, bajo nivel de control de sus emociones, entre otros. A estos elementos se les denomina “estereotipos”, porque son atribuidos externamente al grupo que se califica, con la pretensión de que es real y le son comunes o característicos a la totalidad, en este caso, de los y las indígenas.

En este sentido, la función del estereotipo es la de reducir a un mínimo de características los “atributos” de un conjunto de personas, y este reduccionismo se hace con la intención de identificarlos y calificarlos dentro de un orden social, asignándoles con ello determinados roles que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales.

### **2.9.7.3. FUNDAMENTACIÓN JURÍDICA DE LOS DERECHOS VULNERADOS**

Ante la situación descrita, consideramos consecuente y firmemente que se han vulnerado todo un conjunto de derechos. A continuación enumeramos aquellos artículos procedentes, tanto de fuentes de derechos nacionales peruanas como internacionales –firmadas y ratificadas por el país-, que no se están cumpliendo.

## **A) FUNDAMENTOS JURÍDICOS INTERNACIONALES**

- Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación Racial –ICERD

En diferentes artículos de la Convención, ratificada por el Perú el 29 de septiembre de 1971, se refiere a la obligación de prohibir y sancionar penalmente conductas racistas. Especialmente consideramos que se han vulnerado los siguientes artículos:

Artículo 1, numeral 1

“En la presente Convención la expresión "discriminación racial" denotará toda distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de raza, color, linaje u origen nacional o étnico que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública.”

Artículo 2, inciso b) y c)

En este artículo se declara un compromiso por condenar la discriminación racial y por seguir los medios adecuados para implementar una política dirigida a eliminar la discriminación racial en todas sus formas y a promover el entendimientos entre todas las razas.

Bajo el entendido de que existe permisión por parte del Estado peruano, por no tomar medidas concretas ante la emisión de un programa que promueve la discriminación racial, consideramos que no se están respetando ni el inciso b, ni el c de este artículo que especifica claramente el compromiso del Estado a “... no fomentar, defender o apoyar la discriminación racial practicada por cualesquiera persona u organización” (inciso b) y tomar medidas efectivas “para revisar políticas gubernamentales nacionales y locales, y para enmendar, derogar o anular leyes y las disposiciones reglamentarias que tengan como consecuencias crear la discriminación racial o perpetuarla donde ya exista”.

#### Artículo 4, inciso a)

En este artículo se declaran punibles toda difusión de ideas que se basen en la superioridad o el odio racial o aquellas que inciten a la discriminación racial.

Las conductas reguladas en el artículo 4, son respaldadas y reforzadas por la ICERD en la Observación General XV (1993)<sup>26</sup> “(...) la prohibición de la difusión de todas las ideas basadas en la superioridad o el odio racial es compatible con el derecho a la libertad de opinión y de expresión.”

En esta misma Observación General, en cuanto al artículo 29 de la Declaración Universal, se cita, argumentando que el ejercicio ciudadano del derecho a la libertad de opinión y de expresión, tienen implícito deberes y responsabilidades, entre las que se incluyen la obligación de no difundir ideas racistas. Ello desacredita cualquier justificación que pueda hacer el Estado peruano, la cadena Frecuencia Latina y las empresas anunciantes, bajo el argumento de proteger la libertad de expresión y de asociación, como fundamento para no cumplir el artículo 4 de la ICERD.

#### Artículo 5

Este artículo invoca a los Estados al compromiso por prohibir y eliminar la discriminación racial en todas sus formas.

#### Artículo 7

En este artículo, claramente se especifica el compromiso por tomar medidas en la esfera de la educación, la cultura y la información, para combatir los prejuicios que lleven a cualquier tipo de discriminación racial:

“Los Estados partes se comprometen a tomar medidas inmediatas y eficaces, especialmente en las esferas de la enseñanza, la educación, la cultura y la información, para combatir los prejuicios que conduzcan a la discriminación racial y para promover la comprensión, la Recomendación general N° 15, Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial, relativa al artículo 4 de la Convención, 42º período de sesiones, U.N. Doc. HRI/GEN/1/Rev.7 at 240 (1993).

La tolerancia y la amistad entre las naciones y los diversos grupos raciales o étnicos, así como para propagar los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas, de la Declaración Universal de Derechos Humanos, de la Declaración de las Naciones Unidas sobre la eliminación de todas las formas de discriminación racial y de la presente Convención.”

#### Artículo 9

Se menciona este artículo, en virtud del retraso reiterado del Estado Peruano a presentar sus informes, a pesar de su obligación a presentarlos cada 2 años.

#### Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos indígenas

#### Artículo 2

"Los pueblos y los individuos indígenas son libres e iguales a todos los demás pueblos y personas y tienen derecho a no ser objeto de ningún tipo de discriminación en el ejercicio de sus derechos, en particular la fundada en su origen o identidad indígenas."

#### Convenio OIT 169

En particular se vulneran los siguientes artículos; Artículo 2; Artículo 4; Artículo 5, Artículo 31.

#### Convención sobre la eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer - CEDAW

Específicamente se vulneran; Artículo 1; Artículo 2 (inciso b) y e); Artículo 5 (inciso a).

### **B) FUNDAMENTOS JURÍDICOS NACIONALES**

- Constitución Peruana de 1993

Artículo 2° (inciso 2 y 19)

Alude al derecho a la igualdad ante la ley y al reconocimiento y la protección étnica y cultural de la Nación.

#### Artículo 2° (Inciso 19)

[Toda persona tiene derecho]: A su identidad étnica y cultural. El Estado reconoce y protege la pluralidad étnica y cultural de la Nación.

#### Artículo 14°

Menciona que los medios de comunicación social tienen que colaborar con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural.

Artículo 14°. La educación promueve el conocimiento, el aprendizaje y la práctica de las humanidades, la ciencia, la técnica, las artes, la educación física y el deporte. Prepara para la vida y el trabajo y fomenta la solidaridad. Es deber del Estado promover el desarrollo científico y tecnológico del país. La formación ética y cívica y la enseñanza de la Constitución y de los derechos humanos son obligatorias en todo el proceso educativo civil o militar. La educación religiosa se imparte con respeto a la libertad de las conciencias. La enseñanza se imparte, en todos sus niveles, con sujeción a los principios constitucionales y a los fines de la correspondiente institución educativa. Los medios de comunicación social deben colaborar con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural.

- Ley de Delitos Informáticos (Nro. 30096)

#### Artículo 323

La discriminación a través de Internet, puede ser sancionada gracias al artículo 323 de la Ley de Delitos Informáticos (30096), la cual fue publicada en octubre del 2013, entrando en vigor este año. Este artículo evidencia que la libertad de expresión y prensa no debe entrar en competencia con el respeto por los derechos humanos de las personas.

Artículo 323. Discriminación "El que, por si o mediante terceros, discrimina a una o más personas o grupo de personas, o incita o promueve en forma pública actos discriminatorios, por motivo racial, religioso, sexual, de factor genético, filiación, edad, discapacidad, idioma, identidad étnica y cultural, indumentaria, opinión política o de cualquier índole, o condición económica, con el objeto de anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio de

los derechos de la persona, será reprimido con pena privativa de libertad no menor de dos años ni mayor de tres o con prestación de servicios a la comunidad de sesenta a ciento veinte jornadas. Si el agente es funcionario o servidor público, la pena será no menor de dos ni mayor de cuatro años e Inhabilitación conforme al numeral 2 del artículo 36. La misma pena privativa de libertad señalada en el párrafo anterior se impondrá si la discriminación se ha materializado mediante actos de violencia física o mental, o si se realiza a través de las tecnologías de la información o de la comunicación.”

#### **2.9.7.4. ELEMENTOS DISCRIMINATORIOS EN EL CONTENIDO DEL PROGRAMA LA PAISANA JACINTA**

De esta forma, el programa refuerza la imagen de marginalidad y subordinación de los indígenas principalmente de las mujeres pertenecientes a los pueblos Indígenas, imagen que se retroalimenta con la información que se brinda en los medios, con los contenidos educativos, con la publicidad, en la familia, en la comunidad y barrio cuando se privilegia y califica, por ejemplo, la música por sectores sociales, cuando se enseña los logros de tal o cual cultura y se examina los aportes de cada una de ellas en la definición del país o cuando la imagen de presentadores/as y modelos privilegian determinado fenotipo, forma entonces parte de todo un sistema de discriminación.

Ante los argumentos de personas que defienden a La Paisana Jacinta y que consideran que tan solo es un personaje ficticio, el periodista Alfredo Vanini argumenta, muy acertadamente, que aunque “Jacinta” no sea real, sí que es verosímil:

**Al ser verosímil Jacinta como “paisana”, el argumento de defensa se vuelve falaz: aunque no ofende a la mujer andina, sí denigra la imagen que los capitalinos (o los limeños, o los no-andinos, o como se los quiera llamar) nos vamos haciendo de la mujer andina, construyendo en nuestra subjetividad, a partir de lo que su mera superficie nos muestra, una ideología acerca de lo andino, de lo “paisano”: lo feo, lo ignorante, lo sucio, lo desprolijo, lo idiota, lo violento y lo procaz. Es esta ideología, formada desde nuestra subjetividad mediante la**

**percepción de lo verosímil, lo que alimenta y refuerza el prejuicio racista. Lo que se agrava mucho más (...) cuando esta subjetividad se vuelve colectiva a causa de su diseminación mediática. (Idele.2004)**

Si examinamos a otros personajes que se construyeron a partir de los sectores subalternos, como el caso de Charlot o Cantinflas, eran personajes con personalidad individual y que al mismo tiempo representaban una forma de ser de los sectores menos favorecidos dentro de la sociedad, en ambos casos eran migrantes, en ambos casos pobres, pícaros, interpretaban a su favor o en doble sentido las situaciones, incluso, en el caso de Charlot tiene –aisladamente- comportamientos racistas, pero su realidad nos habla de sistemas sociales injustos, discriminadores y siendo personajes marginales, se han transformado en universales, nos hablan de humanismo y de amor y hablaron en clave de humor de los grandes problemas de la sociedad. ¿Es eso pedirle mucho a un programa de humor?

Ahora bien, bajo este análisis cabría preguntarse por qué tiene arraigo el programa y no desata un mayor rechazo en la ciudadanía. Es la llamada crisis de valores:

**"La conciencia de crisis que se experimenta en nuestros días, no es sólo el reflejo de modificaciones estructurales y ambientales, sino también el resultado de una pérdida de valores: lo que reclama nuestro momento histórico no es exclusivamente una actitud de disponibilidad y audacia para abrirnos a lo nuevo, sino a la vez -y precedentemente una capacidad para ir a lo hondo de nuestro ser y del ser de las cosas, a fin de redescubrir la verdad profunda del hombre ..." (Illanes,1986: 21)**

Esto sucede, en primer lugar, porque empata con códigos socialmente "aceptados" con respecto a los pueblos indígenas. Códigos que no son de hoy, sino de siglos atrás y que se han ido asentando en nuestra sociedad con el único fin de construir una imagen del indígena como ajeno a la sociedad, como alguien incapaz de articularse a ella, inadaptado, sin interés por el desarrollo, en definitiva... una amenaza.

En segundo lugar, el referido programa tiene aceptación por un sentimiento de minusvalía, ante lo cual se hace necesario edificar a un otro (la paisana) que se convierte en el depositario de lo que no queremos ser (a pesar de que muchos lo son, pues en nuestro medio paisano/a significa provinciano, migrante, serrano y finalmente indígena) en una suerte de chivo expiatorio al cual cargarle todos nuestros complejos para exteriorizarlos, para colocarlos fuera de nuestro ser y de esta manera exorcizarlos, forzando una hegemonía cultural y negando la multiculturalidad de la Nación.

Otro problema vinculado radica en que La Paisana Jacinta recoge el lenguaje y la construcción figurativa que se ha hecho desde la sociedad dominante con respecto a los pueblos indígenas. Es por esta razón que no resulta chocante para una gran mayoría de la sociedad, ni para la dirección del canal y de los anunciantes.

En definitiva, La Paisana Jacinta refuerza estereotipos sobre los pueblos indígenas de los Andes peruanos, distorsionando su realidad, su vestimenta típica, sus conocimientos y saberes ancestrales, imposibilitando el derecho a una identidad digna de los pueblos indígenas, que en la práctica es un impedimento real a este derecho humano, situación que aumenta el rechazo a nuestro pasado y presente indígena y aumenta los sentimientos discriminatorios y racistas.

A lo largo de toda la vida de emisión del programa diversas personalidades y organizaciones de la sociedad civil peruana han expresado un firme rechazo al programa. Este rechazo se ha puesto en evidencia a través de declaraciones públicas, manifestaciones, recogida de firmas para el cese de su emisión, etc. Esta postura ha sido objeto con frecuencia, irónicamente, de insultos y agresiones verbales, con fuerte contenido racista entre los grupos de la población que se manifiestan a favor de su emisión.

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. HIPÓTESIS GENERAL**

DADO QUE :

LA DÉBIL RELACIÓN DE LA REGULACIÓN JURIDICA Y LA VALORACION ETICA EN LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO DE LA TV

ES PROBABLE QUE INFLUYA NEGATIVAMENTE EN LOS CONTENIDOS DE DICHS PROGRAMAS QUE PUEDE VULNERAR LA DIGNIDAD DE LA PERSONA HUMANA PERU 2015

#### **3.2 .VARIABLE**

##### **3.2.1 VARIABLE INDEPENDIENTE**

VISIÓN ETICA Y REGULACIÓN JURÍDICA SOBRE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO DE LA TV

##### **3.2.1.1 INDICADORES**

- Código de ética de anda
- Códigos de ética de las empresas de TV
- Ley general de telecomunicaciones
- Código de los Niños y Adolescentes
- Regulación de los programas de entretenimiento de la tv en el derecho comparado

### **3.2.2 VARIABLE DEPENDIENTE**

#### **VULNERACION DE LA DIGNIDAD DE LA PERSONA HUMANA**

##### **3.2.2.1 INDICADORES**

- Cuestionamiento ético de los programas de entretenimiento
- Nivel de audiencia de los programa de entretenimiento
- Cumplimiento de las normas de auto regulación de los programas de entretenimiento
- Análisis de un caso paradigmático

Teniendo en cuenta el tipo de indicadores y las variables cualitativas que intentamos analizar la encuesta está constituida en su totalidad con preguntas abiertas que las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta. Por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado; en teoría, es infinito. Por lo cual no corresponde aplicar alguna de las cuatro escalas de medición: ordinal, numeral, de intervalos y de razón; como señala la teoría metodológica:

Entendemos como preguntas abiertas aquellas que dan al encuestado la posibilidad de contestar empleando sus propias palabras. Si en una pregunta no se tiene suficiente información sobre las categorías de respuestas, la pregunta abierta da la posibilidad de que el encuestado se exprese. También si queremos recabar opiniones o profundizar en ciertos aspectos las respuestas abiertas ayudan a entender mejor las experiencias de los encuestados. Las preguntas abiertas logran mayor información y de mejor calidad.

Ahora bien aplicando la encuesta a un conjunto de profesionales de derecho encerrar o encuadrar la respuesta en escalas me parece que violentaría la calidad de la interpretación de modo tal que las respuestas no sirvan como referencia significativa para los fines de la investigación; del mismo modo la temática sobre ética y derecho exige que no se cierre en

escalas cuantitativas sino en una adecuada apreciación cualitativa las respuestas de la comunidad jurídica.

### **3.3 .TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Por la naturaleza del problema, por su finalidad se trata de una investigación teórica; por el tiempo es una investigación longitudinal, y por el ámbito es documental.

### **3.4 .DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación que se plantea corresponde a un diseño no experimental descriptivo-analítico

### **3.5. ÁMBITO DE ESTUDIO**

La investigación se presenta en el ámbito nacional del territorio de la República del Perú

### **3.6. TIEMPO SOCIAL**

El estudio se proyecta en el horizonte temporal de Enero, Febrero, Marzo y del 2015

### **3.7. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.7.1 Unidad de estudio**

Programas de entretenimiento de la televisión peruana

#### **3.7.2 Población**

La población estará determinada por el total de abogados colegiados en el ilustre Colegio de abogados de la Región Moquegua que asciende a 834 abogados

#### **3.7.3 Muestra**

La muestra estará determinada por la aplicación de formula estadística

Bajo los parámetros estadísticos de una población cualitativa: profesionales del derecho

Error estándar menor de 0.015 al 90 % de confiabilidad.

Solución:

$$N = 834$$

$$Sc = 0,015$$

Solución:

$N = 834$
$se = 0,015$
$\sigma^2 = (se)^2 = (0,015)^2 = 0,000225$
$s^2 = p(1 - p) = 0,9(1 - 0,9) = 0,09$
Por lo que $n' = \frac{s^2}{\sigma^2} = \frac{0,09}{0,000225} = 400$

$$\underline{N = n}$$

$$1 + n1/N$$

Reemplazando valores:

$$\underline{400} = 270.27$$

$$1 + 400/ 834$$

La muestra estará conformada por 270 profesionales de derecho

### 3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 3.8.1 Técnicas

<b>Variables</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
<b>Vi</b> VISION ETICA Y REGULACION JURIDICA SOBRE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO DE LA TV	Observación bibliográfica documental  Encuesta	Ficha documental  Cuestionario de la encuesta
<b>Vd</b> VULNERACION DE LA DIGNIDAD DE LA PERSONA HUMANA	Observación bibliográfica documental  Encuesta	Ficha documental  Cuestionario de la encuesta

#### 3.8.2 Instrumentos

El instrumento a emplearse será la ficha documental y el formato para análisis. Así como la respectiva ficha censal para la aplicación de la encuesta.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. LOS RESULTADOS**

#### **4.1 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO**

El trabajo de campo de la presente investigación, consistió en aplicar una encuesta a la comunidad jurídica de la ciudad de Ilo-Moquegua, ésta encuesta tuvo previamente un test de comprobación piloto, por el que se aplicó una pre-encuesta a 20 señores abogados a fin de validar las alternativas y poder comprobar la efectividad de la encuesta. Al concluir la misma, la tesista consideró oportuno la aplicación de la encuesta aplicando la formula estadística para la determinación del muestreo.

En tanto se obtuvo el número de abogados en Ilo-Moquegua, en el Colegio de Abogados era necesario aplicar formula estadística para la cual se determinó la operación estadística que dio como resultado una muestra efectiva de la encuesta la misma que fue aplicada por dos ayudantes y la propia tesista en un periodo de 15 días tras los cuales se procedió a su tabulación y formulación en tendencia y porcentaje así como la elaboración de los cuadros de distribución de frecuencia y los gráficos en diagramas de barra para su presentación en la presente tesis.

Para la interpretación del trabajo de campo se aplicó la lógica del método inductivo-deductivo de tal modo que partiendo de la encuesta como respuesta inmediata del profesional del derecho pero relacionándola lógicamente con el marco jurídico general así como las tendencias doctrinarias que respaldan la presente investigación vale decir, aquellas que señalan la necesidad de una regulación basada en normas consensuadas programas de entretenimiento en la consideración que existen elementos discriminatorios y generación de estereotipos a través determinados segmentos en los programas de entretenimiento nacional.

## **4.2 DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS**

El diseño de la descripción de los resultados se hará a través de los cuadros de distribución de frecuencia que expresaran los porcentajes y rangos de frecuencia de cada una de las respuestas; con fines de presentación se desarrollaran los respectivos gráficos de distribución de “torta” o “pastel” en los que se evidencia gráficamente las tendencias de cada una de las respuestas lo cual establecerá con nitidez los indicadores que sobresalen en la encuesta del trabajo de campo.

## **4.3 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS**

### **4.4. ENCUESTA APLICADA A LOS PROFESIONALES DE DERECHO DE LA CIUDAD DE ILO-MOQUEGUA en MARZO 2015**

**I ¿Un sector de la ciudadanía ha expresado su disconformidad con la programación de entretenimiento de la televisión peruana ¿Cuál es su apreciación a respecto?**

- A) Apoyo la indignación de la ciudadanía porque algunos programas de entretenimiento, violentan la dignidad de la persona humana cuya defensa es un principio básico del ordenamiento correccional
- B) No apoyo dichas movilizaciones porque vivimos en un Estado de derecho, donde la libertad de expresión es absoluta y quien se sienta afectado con dichos programas simplemente no los vea
- C) En un Estado Democrático de derecho, todas las opiniones son válidas sin embargo considero que siendo los canales de televisión privados tienen derecho a una ganancia con la publicidad comercial con dichos programas de entretenimiento
- D) Considero que los propietarios de los canales de televisión tienen que asumir una autorregulación efectiva de dichos programas para que no se violente la moral pública y las buenas costumbres

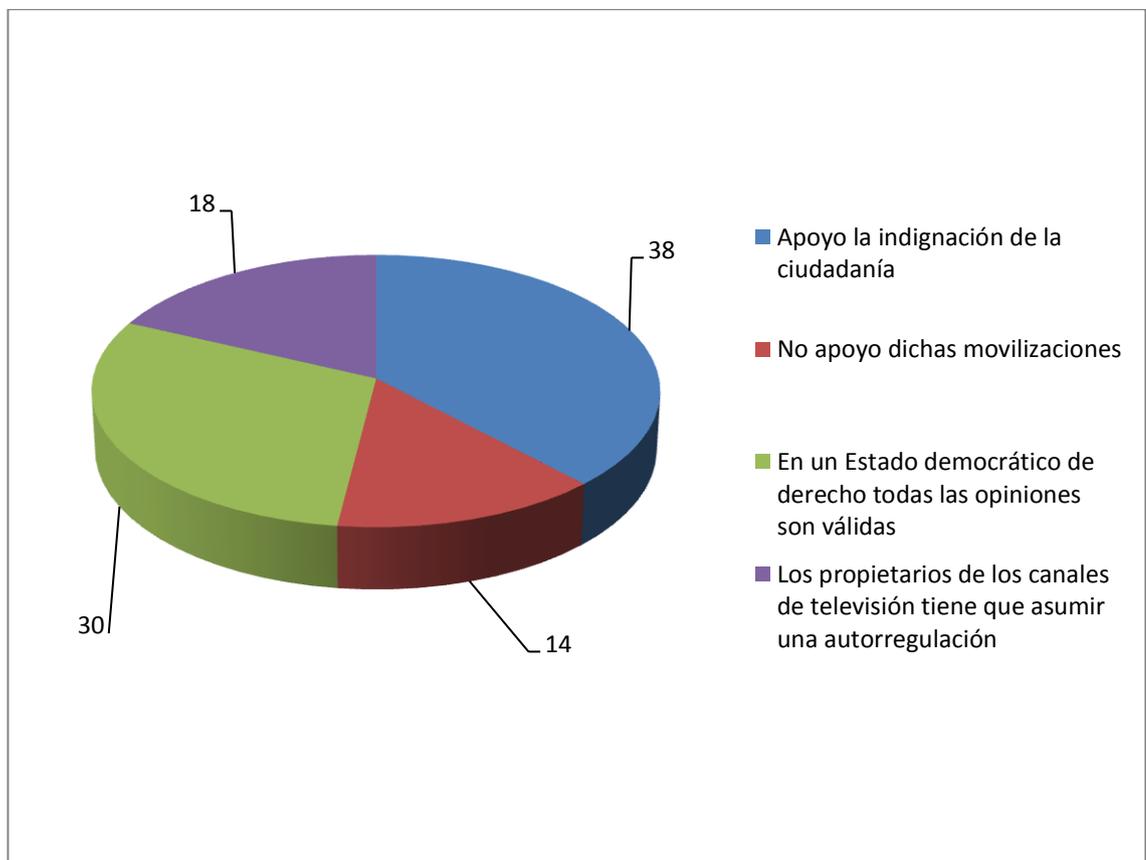
**CUADRO I OPINION SOBRE LA TV CUESTIONADA POR LA CIUDADANIA**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Apoyo la indignación de la ciudadanía	<b>102</b>	<b>38.00</b>
No apoyo dichas movilizaciones	<b>38</b>	<b>14.00</b>
En un Estado democrático de derecho todas las opiniones son válidas	<b>82</b>	<b>30.00</b>
Los propietarios de los canales de televisión tiene que asumir una autorregulación	<b>48</b>	<b>18.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>

**FUENTE: ENCUESTA APLICADA POR LA TESISTA MARZO 2015**

## GRAFICO I

### OPINION SOBRE LA TV CUESTIONADA POR LA CIUDADANIA



## INTERPRETACIÓN

Se le ha preguntado a los señores abogados, cuál es su apreciación sobre el debate nacional que se ha generado en torno a los programas de entretenimiento; que pueda violentar la dignidad del ser humano presentes en la sociedad peruana; así la primera alternativa expresa un apoyo a la indignación ciudadana frente a dichos programas 102 (38.00%) ; basándose en el principio básico de la dignidad como requisito sine qua non cuando señala que el fin supremo del Estado y la sociedad es la persona humana y su dignidad en su artículo uno en la Constitución Política del Estado este entendimiento surge de una comprensión holística del Estado de derecho cuyo fin último es proteger al ser humano una de cuyas principales atribuciones es la dignidad del ser humano que la doctrina considera como algo inherente e insoslayable de la condición de todo ciudadano.

La segunda respuesta establece su divergencia frente a la indignación ciudadana ante los programas de entretenimiento 38 (14.00%), basándose en el criterio que los ciudadanos pueden escoger entre sintonizar dichos programas o no este criterio del libre albedrío es cuestionable en tanto los estudios realizados por psicólogos y sociólogos determinan un proceso de distorsión de valores en las personas que constantemente observan dichos programas de televisión

Cuando se da un encadenamiento psicosocial o adicción al medio de comunicación televisiva, amparados en la práctica de antivalores como la subordinación de la mujer, en el no respeto a la dignidad del ser humano, es muy probable que el ciudadano, no esté decidiendo libremente sino que se haya influenciado por el carácter adictivo de dichos programas lo cual está bastante documentada en el ámbito de las ciencias sociales.

La tercera respuesta, también es divergente al criterio que fundamentamos en la presente tesis 82 (30.00%) ; se basa en el principio del respeto a la propiedad privada y la ganancia lícita los cual es también un pilar del Estado de derecho en esta perspectiva del problema consideramos que toda ganancia empresarial es en efecto lícita en la medida que no vulnere un interés social que en este caso sería la afectación de las buenas costumbres y el sistema de valores; así como el respeto a la dignidad del ser humano en tanto dichos contenidos televisivos

pueden afectar a la dignidad del ser humano; es responsabilidad del Estado y de la sociedad civil organizada de proponer a los dueños de los canales de televisión una adecuada auto regulación donde el entretenimiento no vulnere el necesario respeto al ser humano.

La cuarta respuesta es concordante con lo que venimos señalando en el marco teórico de la presente investigación 48 (18.00%)

**II Recientemente en la televisión peruana, un programa entretenimiento de concurso dirigido para el público juvenil desarrolló un concurso donde una joven menor de edad tuvo que comerse cucarachas para cumplir el reto planteado considera que es un exceso o una falta que debería ser sancionado por los órganos pertinentes**

- A) Considero que cuando un menor de edad es sometido a tratos humillantes o vejatorios a su dignidad como lo que se señala, el Ministerio Público debe investigar de oficio para proceder a la sanción respectiva.
- B) Considero que los programas de entretenimiento tienen plena libertad para desarrollar su actividad de entretenimiento y eleve el rating de dicho programa y que la participación de los jóvenes es propia de su libre albedrío aún el caso que puede ser cuestionable desde la moral pública.
- C) Compete a los padres de familia y el Director de instituciones educativas no autorizar la participación de dichos alumnos en dichos programas donde pueda violentarse su dignidad o faltar a las buenas costumbres.
- D)** De acuerdo a la Constitución Política del Estado, debe promoverse el interés superior del niño, por lo tanto cuando un menor de edad es vejado en su dignidad como es el caso se procederá las sanciones administrativas e incluso penales que correspondan.

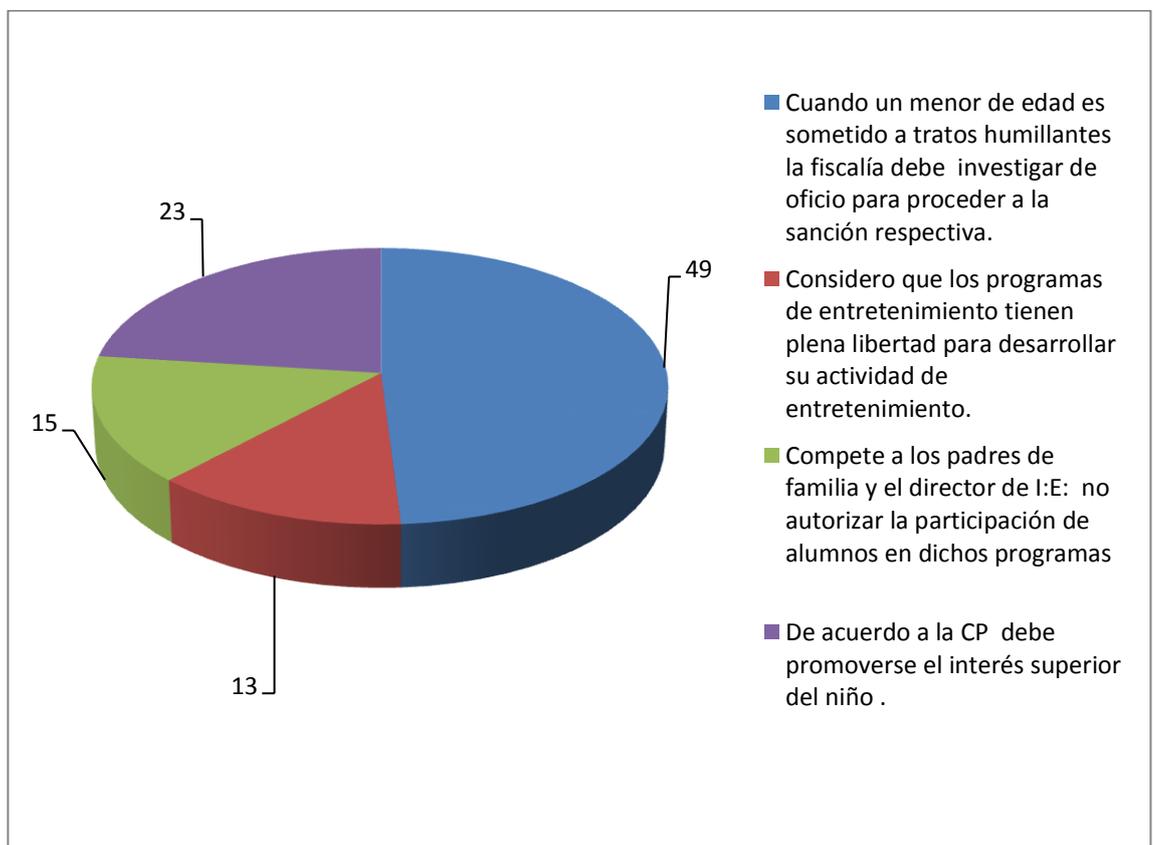
**CUADRO II OPINION SOBRE LOS PROGRAMAS QUE UTILIZAN A LOS MENORES DE EDAD EN SITUACIONES VEJATORIAS DE SU DIGNIDAD**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Cuando un menor de edad es sometido a tratos humillantes la fiscalía debe investigar de oficio para proceder a la sanción respectiva.	<b>132</b>	<b>49.00</b>
Considero que los programas de entretenimiento tienen plena libertad para desarrollar su actividad de entretenimiento.	<b>34</b>	<b>13.00</b>
Compete a los padres de familia y el director de I:E: no autorizar la participación de alumnos en dichos programas	<b>42</b>	<b>15.00</b>
De acuerdo a la CP debe promoverse el interés superior del niño .	<b>62</b>	<b>23.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>

**FUENTE: ENCUESTA APLICADA POR LA TESISTA MARZO 2015**

GRAFICO II

**OPINION SOBRE LOS PROGRAMAS QUE UTILIZAN A LOS MENORES DE EDAD EN SITUACIONES VEJATORIAS DE SU DIGNIDAD**



## INTERPRETACIÓN

La primera respuesta 132 (49.00 %) y la cuarta respuesta que va en la misma dirección de protección del niño 62( 23.00%) son las más adecuadas desde la observancia estricta del Estado de derecho y es saludable que sea la mayoritaria en el entendido que un profesional en derecho sabe perfectamente que el interés superior del niño es una política de Estado por mandato constitucional por tanto, no cabe aquí siquiera la discusión sobre libertad de empresa o libertad de expresión sino que como premisa fundamental del Estado de derecho se ha colocado con rango constitucional el principal interés superior del niño.

Entendiendo que si es niño hasta los 7 años, de acuerdo a lo planteado por los organismos de Naciones Unidas y el Código de los Niños y Adolescentes; por lo que, consideramos que en este caso las sanciones administrativas y penales debieran plantearse de oficio, a través de una investigación por parte del Ministerio Público de oficio o a pedido de instancias estatales que tienen que ver con la problemática de la infancia o la familia, sin embargo, llama mucho la atención cuando han transcurrido varios días de dicho programa aún no se ha tomado ninguna medida por la que quedaría claro, que en la práctica social actos vejatorios a la dignidad de los menores pueden ser transmitidos por canales de alcance nacional sin mayor sanción y que en la práctica quedaría establecido que basta la voluntad del director de la institución educativa con la anuencia de padres de familia para que puedan ser transmitidas escenas reprobables para la moral y las buenas costumbres.

La segunda respuesta, es minoritaria 34 (13.00%) dejando a un libre albedrío la actuación de las empresas televisivas en los programas de entretenimiento televisivo esta apreciación desconoce el rol del derecho como orientador de la conducta social de las personas naturales y jurídicas.

La tercera respuesta 42 (15.00%) señala que compete a los padres de familia y el director de I:E: no autorizar la participación de alumnos en dichos programas lo cual es correcto pero sin embargo no enerva la responsabilidad de las empresas televisivas y las productoras sobre la exposición del menor en su salud y equilibrio psicológico

**III.- ¿Considera que para fortalecer los valores de ciudadanía y respeto a la persona humana, es suficiente la auto regulación de las empresas de televisión a través de sus propios códigos de ética?**

A) Considero que es suficiente, la autorregulación de las empresas de televisión de sus programas de entretenimiento a través de sus propios códigos de ética.

B) No es suficiente; dichos códigos de ética es necesario una regulación jurídica específica para evitar que los programas de entretenimiento vulneren la dignidad de la persona humana.

C) La mejor regulación es la educación del ciudadano que no le de sintonía a los programas de entretenimiento que puedan volver a la dignidad de la persona humana.

D) No considero que sea necesario una regulación específica en cambio sí es importante una educación de valores de la ciudadanía así como la responsabilidad social del empresariado.

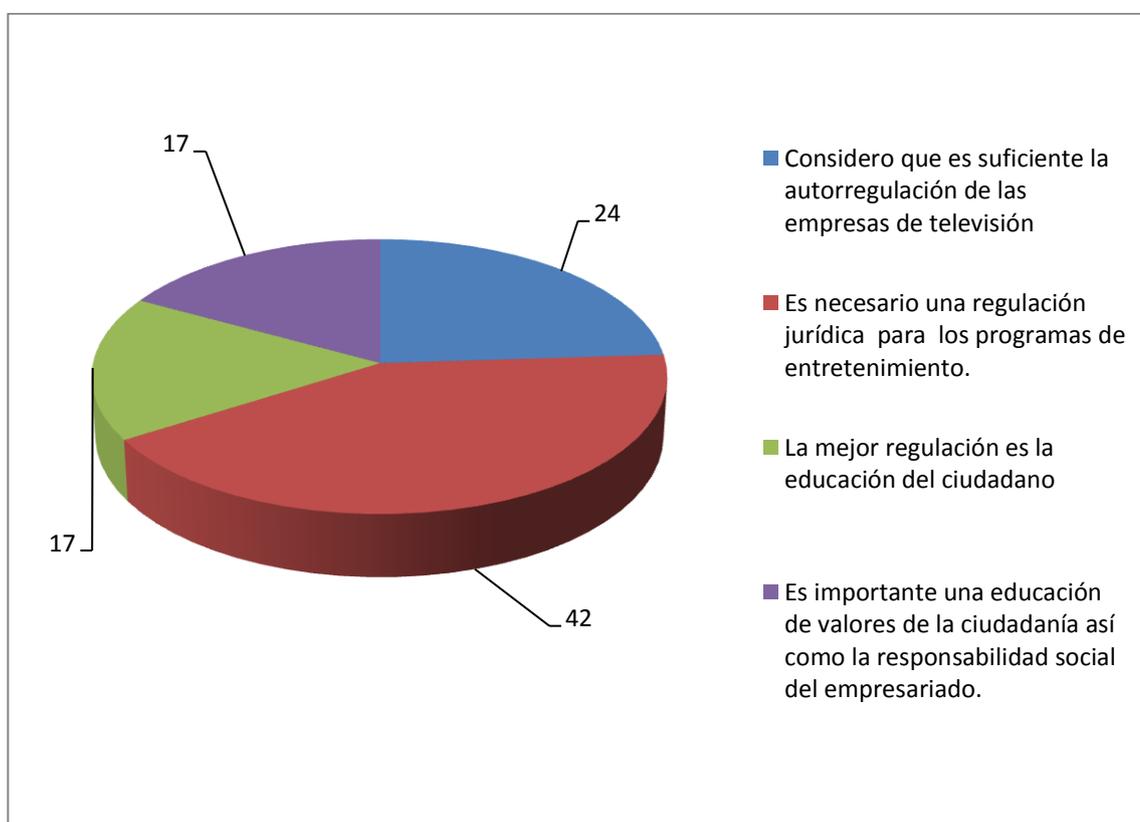
**CUADRO III OPINIÓN SOBRE LA EFICACIA DE LA AUTO REGULACION DE LAS EMPRESAS TELEVISIVAS**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Considero que es suficiente la autorregulación de las empresas de televisión	<b>65</b>	<b>24.00</b>
Es necesario una regulación jurídica para los programas de entretenimiento.	<b>113</b>	<b>42.00</b>
La mejor regulación es la educación del ciudadano	<b>45</b>	<b>17.00</b>
Es importante una educación de valores de la ciudadanía así como la responsabilidad social del empresariado.	<b>47</b>	<b>17.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>

**FUENTE: ENCUESTA APLICADA POR LA TESISISTA MARZO 2015**

GRAFICO III

**OPINIÓN SOBRE LA EFICACIA DE LA AUTO REGULACION DE LAS EMPRESAS TELEVISIVAS**



## INTERPRETACIÓN

La respuesta mayoritaria 113 (42.00%), es el señalamiento que, siendo importantes los Códigos de ética, en la práctica son insuficientes, sino, que se requiere una regulación específica para los programas de entretenimiento, para evitar la vulneración de la dignidad de la persona humana; en efecto, toda empresa televisiva tiene Códigos de ética, lo importante es ver como se cumplen las normas axiológica que contengan dichos reglamentos, que si bien no tienen un mandato imperativo, puede asumirlo en la medida que la sociedad civil se preocupe que las empresas televisivas cumplan con dicha normas éticas en tanto debe existir como prevención general

La respuesta contraria a la regulación específica, se refiere a la educación de valores 45 ( 17.00%) por lo tanto se asume que es la forma de control social más adecuado sería que el propio ciudadano censure con el bajo rating de dichos programas televisivos; sin embargo, podemos observar que dicha posición puede ser ideal no es realista porque en la sociedad peruana al no tener una educación de valores adecuada es probable que la población se deje manipular por la predominancia de programas alienantes.

La siguiente respuesta, está en la misma perspectiva señalando que no debe ser una regresión jurídica sino la responsabilidad social empresarial; 47 (17.00%) lamentablemente la cultura empresarial en el Perú está guiada más por la ganancia a corto plazo antes que por una conciencia social como se da en países de mayor desarrollo democrático.

La respuesta siguiente que señala que los programas de entretenimiento de la televisión debe ser regulado por los propios códigos de ética 65 (24% ) establece una falencia, en tanto al no haber un mandato imperativo de dichos contenidos axiológicos se deja en una situación de libre albedrío del “dejar hacer dejar pasar” lo cual es sumamente peligroso porque en esta perspectiva continuarían los segmentos de “entretenimiento” que admitan diversas situaciones de vulneración de la dignidad de la persona humana tal como se ha demostrado reiteradamente por la Defensoría del pueblo y las organizaciones de derechos humanos .

**IV .- ¿Considera usted que el programa de Tv .”La paisana Jacinta” contiene un estigma discriminatoria, al poblador andino del sur del país?**

A) No considero que dicho programa contenga estigmas discriminatorios del poblador andino es un programa de humor criollo que ironiza sobre un personaje.

B) Evidentemente el programa ”la Paisana Jacinta”, se encarga de promover un estigma discriminatorio poblador andino, porque lo presenta como una persona ignorante, sucia y poseedora de cualidades antisociales, todo lo cual genera valores racistas y discriminatorias que entran en abierta contradicción con el Estado Democrático de Derecho.

C) El programa la “Paisana Jacinta”, ha sido denunciado reiteradamente por las organizaciones de derechos humanos y la defensoría del pueblo, por dirigir un mensaje explícitamente racista al ironizar, sobre un sector poblacional que es mayoritario en todo el sur del país; por lo cual sorprende que aún se mantenga en la programación televisiva.

D) El programa la Paisana Jacinta” es muy entretenido no veo ninguna carga racista o discriminatoria: al contrario resalta el espíritu emprendedor de los migrantes andinos en la capital.

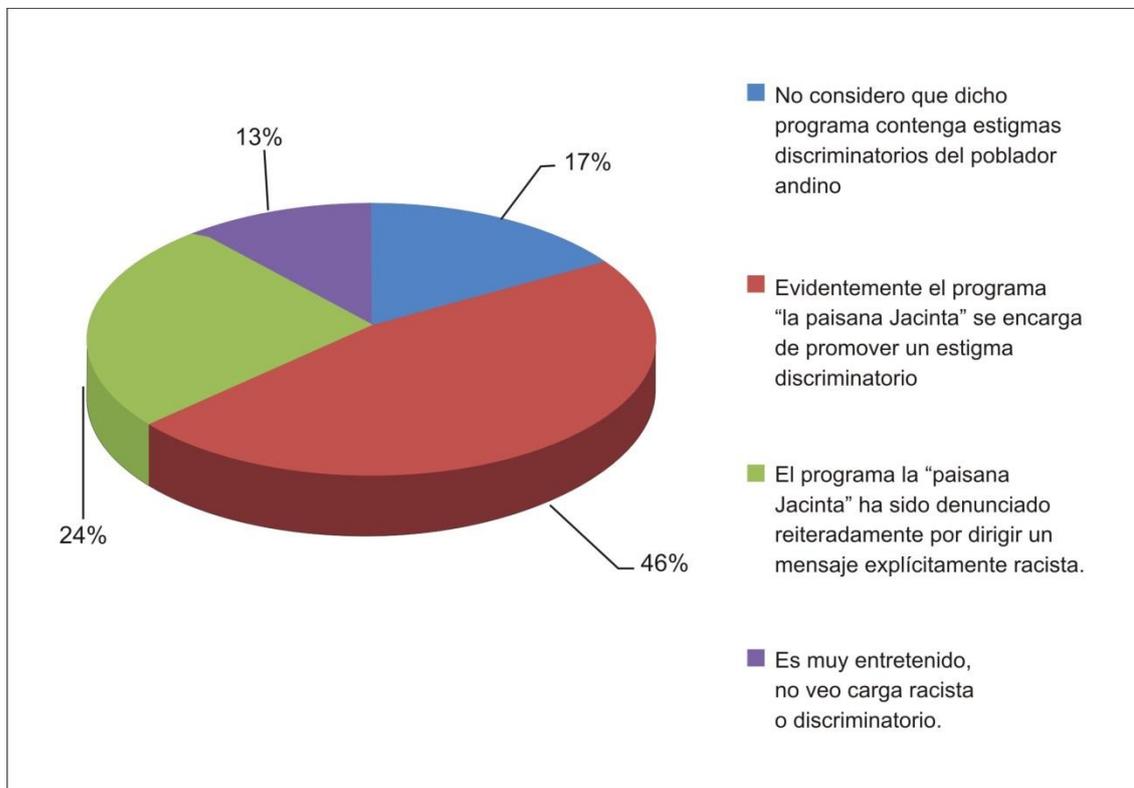
**CUADRO IV****OPINION SOBRE EL PROGRAMA LA “PAISANA JACINTA”**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
No considero que dicho programa contenga estigmas discriminatorios del poblador andino	<b>45</b>	<b>17</b>
Evidentemente el programa “la paisana Jacinta” se encarga de promover un estigma discriminatorio	<b>124</b>	<b>46.00</b>
El programa la “paisana Jacinta” ha sido denunciado reiteradamente por dirigir un mensaje explícitamente racista.	<b>64</b>	<b>24.00</b>
El programa la “paisana Jacinta” es muy entretenido no veo ninguna carga racista o discriminatoria al contrario se revela su carácter emprendedor	<b>37</b>	<b>13.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>

**FUENTE: ENCUESTA APLICADA POR LA TESIS MARZO 2015**

GRAFICO IV

**OPINION SOBRE EL PROGRAMA LA “PAISANA JACINTA”**



## INTERPRETACION

Se le pregunta a la comunidad jurídica sobre su apreciación del programa humorístico la "Paisana Jacinta, que ha generado una amplia discusión y debate al interior de la sociedad: el guión del programa se basa en el personaje principal que viene a ser una burda imitación de una mujer proveniente del Altiplano puneño que llega a la capital; dicho personaje, se caracteriza por su gran ignorancia y desarrollo de antivalores para sobrevivir en la gran urbe; de tal modo que genera y proyecta de acuerdo a solidas investigaciones realizadas por los organismos de derechos humanos que dicho programa promueve contenidos y prejuicios racistas y xenófobos

La comunidad jurídica en las respuestas "B" 124 ( 46.00%) y "C" 64( 24.00%) se expresan por señalar el carácter discriminatorio de dicho programa señalando que la caricatura del personaje proveniente del altiplano y de la cultura andina lo presenta de forma tan distorsionada, que genera antivalores racistas y discriminatorias en la respuesta se expresa que había instituciones tan respetables como la Defensoría del pueblo y los organismo de derechos humanos que han explicado el mensaje explícitamente racista al ironizar sobre un sector poblacional mayoritario en el sur del Perú.

La polémica que ha generado dicho programa, logró que sea retirado durante algunos años de la programación televisiva y sin embargo, ha vuelto proyectarse con mayor fuerza en los últimos meses lo que demuestra el alto contenido racista que hay en la televisión nacional.

La respuesta minoritaria que señala que no existe carga discriminatoria ni estigma alguno sino, que su programa es de humor "criollo" que ironiza sobre un personaje alto andino solo llega a 45 (17.00%) aquí es muy importante determinar que se entiende por humor criollo si por ello, se debe entender el insulto y llevar al ridículo absurdo y la ofensa a la dignidad del otro si ese humor criollo es sin duda un humor racista discriminatorio y xenófobo.

La ultima respuesta señala que no se observa ninguna carga racista y sorprende cuando señala que el personaje la "paisana Jacinta" el espíritu emprendedor de migrante andino 37(13.00%), lo cual no es cierto porque la

Paisana Jacinta, a lo largo de toda la serie se le presenta, como parte de los últimos estratos sociales de la población; no hay ningún nivel emprendedor sino, que se mantiene en el mundo de la ignorancia y la práctica de antivalores el poco porcentaje de dicha respuesta habla por sí mismo del desarrollo de una madurez y ciudadanía en la comunidad jurídica de Ilo- Moquegua.

**V.- ¿El caso del programa “la paisana Jacinta” desde una óptica jurídica merecía ser retirada de la programación ello afectaría la libertad de empresa de frecuencia latina?**

- A) Considero que de acuerdo a las recomendaciones de la Defensoría del Pueblo y las organizaciones de derechos humanos el programa “Paisana Jacinta” debería ser retirado de la programación en tanto afecta la dignidad de la mujer andina.
- B) Considero que dicho programa no debe ser retirado de la programación televisiva en tanto su mantención depende si el televidente continúa viendo dicho programa.
- C) El programa la “Paisana Jacinta” debería ser reformado por los propios productores televisivos de tal modo que el desarrollo del personaje de la mujer andina pueda continuar en la programación televisiva.
- D) El programa de humor la “Paisana Jacinta”, debe ser retirado inmediatamente de la programación televisiva de la empresa Frecuencia Latina, porque vulnera el propio código de ética de dicha empresa, por los informes de las organizaciones de derechos humanos y por el cumplimiento del artículo uno de la Constitución Política del Estado

### CUADRO V

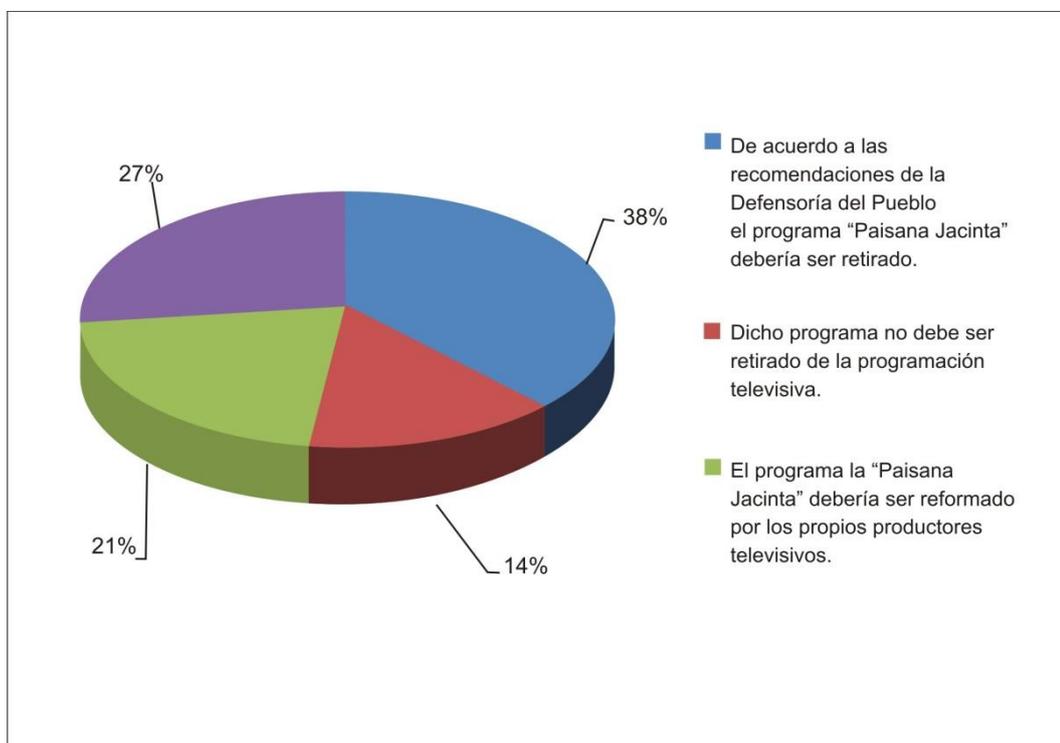
#### OPINION SOBRE EL EVENTUAL RETIRO DEL PROGRAMA DE LA PAISANA JACINTA DE LA PROGRAMACION TELEVISIVA

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De acuerdo a las recomendaciones de la defensoría del pueblo el programa "paisana Jacinta" debería ser retirado	<b>103</b>	<b>38.00</b>
Dicho programa no debe ser retirado de la programación televisiva.	<b>37</b>	<b>14.00</b>
El programa la "paisana Jacinta" debería ser reformado por los propios productores televisivos	<b>56</b>	<b>21.00</b>
El programa debe ser retirado de la programación televisiva porque vulnera el propio código de ética de Frecuencia Latina.	<b>74</b>	<b>27.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: ENCUESTA APLICADA POR LA TESISTA MARZO 2015

GRAFICO V

**OPINION SOBRE EL EVENTUAL RETIRO DEL PROGRAMA DE LA PAISANA JACINTA DE LA PROGRAMACION TELEVISIVA**



## INTERPRETACION

Se le pregunta a la comunidad jurídica, sobre cuál es su opinión de un eventual retiro de la programación de dicho personaje que ahora se continúa emitiendo en distintos segmentos de la parrilla televisiva de Frecuencia Latina, como un personaje modelo de dicho canal de televisión. La primera respuesta señala que dicho personaje debe ser retirado en los distintos programas donde se presenta, de acuerdo a la solicitud planteada al Estado Peruano, por la Comisión contra toda forma de Discriminación de la ONU y las recomendaciones de la Defensoría del Pueblo y los organismos de derechos humanos 103( 38.00%) y fundamenta dicha medida, por la afectación de la dignidad de la mujer andina que ha sido sustentado por las dos organizaciones señaladas en tanto su fundamento es muy afirmativo, en el sentido que dicho programa hace de la mujer alto andina una caricatura al presentarla como sucia, ignorante y de mala conducta.

La siguiente respuesta, señala que dicho programa no debe ser retirado en tanto la problemática debe ser asumida por el televidente que bajo su responsabilidad decida ver dicho programa y por lo tanto aceptar su contenido racista, esta solución es ideal y es propia de sociedades de mayor desarrollo democrático y mejor sistema de valores; lamentablemente en el Perú tenemos una carga racista discriminatoria de aliento estructural en la sociedad peruana por lo cual no parece ser una solución adecuada en estos momentos.

La tercera respuesta, 56 (21.00%) señala algo interesante que el personaje de la Paisana Jacinta debería ser reformado por los propios productores de dicho personaje; aquí se plantea una solución muy interesante que se reformule al personaje de tal modo que se pueda mantener el programa de entretenimiento pero con respeto a la mujer andina lo cual parece ser también una forma adecuada de autorregulación que aún no se observa en el actor cómico Jorge Benavides que interpreta y defiende la actual presentación de la denominada paisana Jacinta

Finamente la siguiente respuesta señala que el personaje debe ser retirado 37 (14.00%) de la programación televisiva y se fundamenta por la vulneración del Código de Ética de la propia empresa televisiva que señala que sus programas

deben fomentar una cultura de valores de respeto a la persona así como se basa en los informes que ha brindado la defensoría del pueblo y algo muy importante el indicar el artículo uno de la Constitución Política del Estado que señala que el fin supremo de la sociedad y el Estado es precisamente la persona humana y su dignidad con lo cual concordamos plenamente dado que el enunciado constitucional no es una abstracción sino que se hace patente en la propia práctica de la sociedad.

**VI - ¿El rol que se le asigna a la mujer en los programas de entretenimiento de la Televisión, afecta su dignidad en su opinión?**

- A) Los programas de entretenimiento presentan a la mujer simplemente como un objeto de lujo o de adorno de dichos programas
- B) Los programas de entretenimiento presentan a la mujer como una persona vinculada a los escándalos continuos y al desarrollo de antivalores.
- C) Los programas de entretenimiento ubican a la mujer con modelos estéticos alienantes que no desarrollan una personalidad sino una subordinación al varón
- D) Los programas de entretenimiento utilizan a la mujer como un personaje atractivo no se entendería el entretenimiento de otro modo por lo cual no le veo ninguna contradicción con el ordenamiento jurídico.

**CUADRO VI**

**OPINIÓN DEL ROL DE LA MUJER EN LOS PROGRAMAS DE LA TELEVISIÓN NACIONAL**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Los programas de entretenimiento presentan a la mujer simplemente como un objeto de lujo o de adorno de dichos programas	<b>116</b>	43.00
Los programas de entretenimiento presentan a la mujer como una persona vinculada a los escándalos continuos y al desarrollo de antivalores.	<b>55</b>	<b>20.00</b>
Los programas de entretenimiento ubican a la mujer con modelos estéticos alienantes.	<b>64</b>	<b>24.00</b>
Los programas de entretenimiento utilizan a la mujer como un personaje atractivo no le veo ninguna contradicción con el ordenamiento jurídico.	<b>35</b>	<b>13.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>

**FUENTE: ENCUESTA APLICADA POR LA TESIS MARZO 2015**

## INTERPRETACIÓN

Para profundizar la visión que tiene la Comunidad jurídica sobre los programas de entretenimiento más controvertidos se le indica que dé una apreciación sobre el rol que se le asigna a la mujer en dichos programas las tres primeras respuestas son absolutamente mayoritarias en la primera respuesta que señala que la mujer es considerado en un “objeto” de lujo o de “adorno” 116 ( 43%) en efecto este fenómeno que se denomina “cosificación” de la mujer y ha sido estudiado ampliamente por las ciencias sociales; se expresa en la mayor parte de la programación televisiva pero, encuentra su paroxismo o mayor desarrollo de los programas de entretenimiento porque ahí fácilmente se observa a la mujer como un “apéndice estético” donde sólo vale por el mérito de su atractivo físico des valorándose su personalidad e inteligencia.

La segunda repuesta mayoritaria, señala que las mujeres que se presentan en dichos programas de entretenimiento son víctimas continuas de escándalos y el desarrollo de antivalores 55 (20.00% ) en efecto se presenta un conjunto de señoritas que viven permanentemente en una novela o repetido guion de la prensa de espectáculos que hace mofa continua de ellas, a tal punto que buena parte de los noticieros se dedican a perseguir los detalles de la vida privada y el desarrollo de antivalores de la mujeres todo lo cual conlleva una carga y un estigma social que perjudica a la mujer en general.

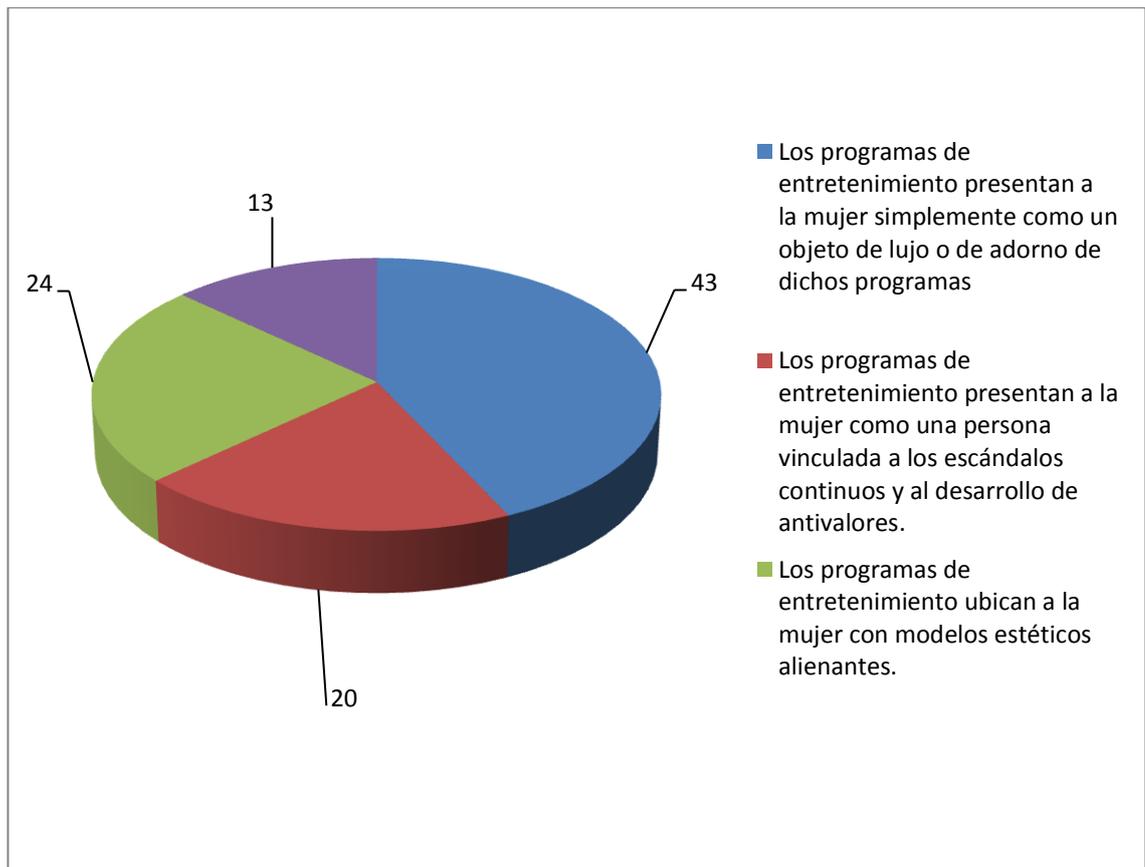
La tercera respuesta mayoritaria, es el que señala que la mujer es considerada como un simple personaje “estético” alienante que carece de personalidad y presenta una subordinación al varón 64( 24.00%) en efecto es fácilmente percibir en dichos programa de entretenimiento en que la que la mujer cómo tipo ideal es una mujer joven, con una estética artificial lograda por operaciones de cirugía plástica y reducción de peso así como la cosificación psicosexual y lo que más importante con una relación de subordinación total y absoluta al varón, sin embargo, dichas señoritas se constituyen en modelos ideales de la población femenina generando antivalores sociales en la sociedad.

La respuesta minoritaria de la comunidad jurídica, es aquella que señala una razón basada en un vulgar pragmatismo cuando indica que los programas de entretenimiento tienen que utilizar a la mujer como un personaje atractivo como

un requisito sine qua non para el rating 35 (13.00%) vale decir que el antivalor es necesario para el entretenimiento, lo cual felizmente es una opinión sumamente minoritaria en la comunidad jurídica, dado que demuestra una falta de visión ética del profesional de derecho.

## GRAFICO VI

### OPINIÓN DEL ROL DE LA MUJER EN LOS PROGRAMAS DE LA TELEVISION NACIONAL



**VII.- ¿Cuál es su opinión, sobre la actual regulación de los programas de entretenimiento de la televisión peruana**

- A) Las regulaciones de los programas de televisión, son insuficientes e ineficaces porque se admiten diversos programas de entretenimiento que vulneran la dignidad y vida humana.
- B) No existe una regulación jurídica específica para los programas de televisión.
- C) La autorregulación de los códigos de ética son suficientes para establecer un contenido ético en los programas de entretenimiento de la televisión peruana.
- D) Se requiere una Ley específica que regule los contenidos de los programas de entretenimiento de la TV.

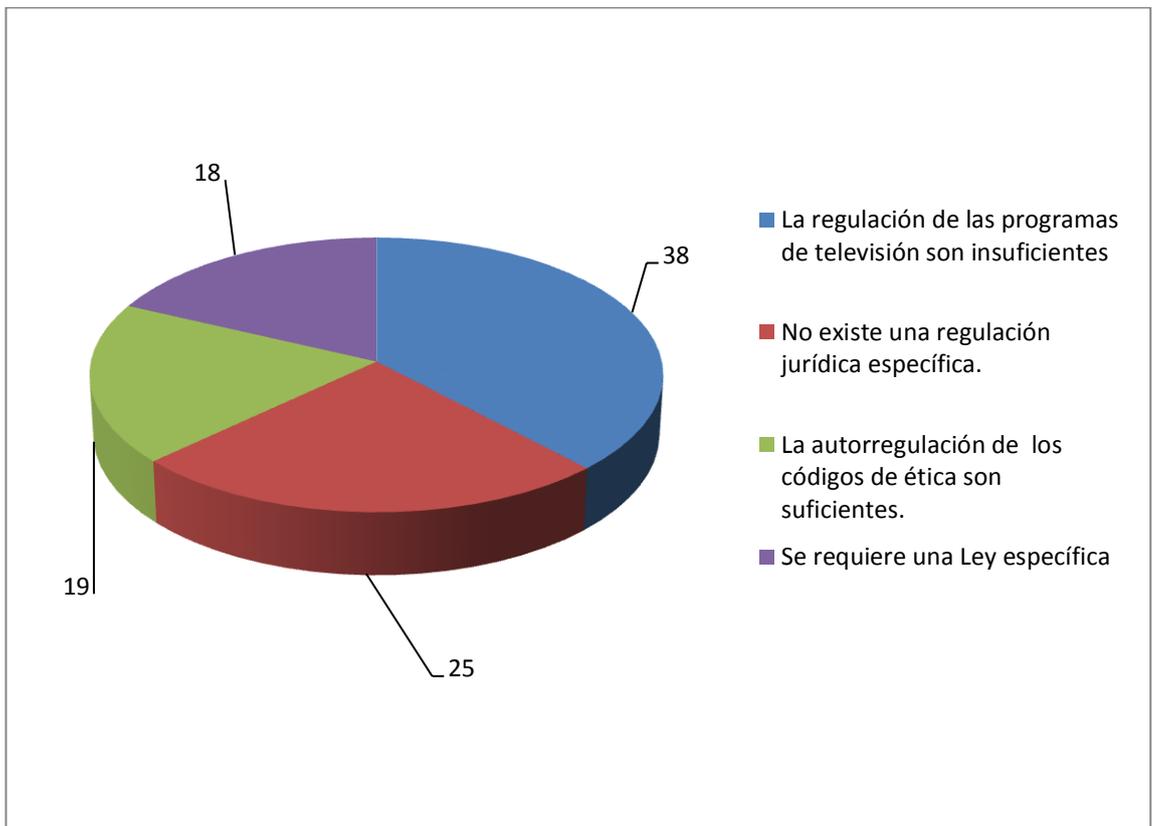
**CUADRO VII OPINIÓN SOBRE LA ACTUAL REGULACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO DE LA TELEVISIÓN PERUANA**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Las regulaciones de los programas de televisión son insuficientes	<b>103</b>	<b>38.00</b>
No existe una regulación jurídica específica.	<b>68</b>	<b>25.00</b>
La autorregulación de los códigos de ética son suficientes.	<b>52</b>	<b>19.00</b>
Se requiere una Ley específica	<b>47</b>	<b>18.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>

**FUENTE: ENCUESTA APLICADA POR LA TESISISTA MARZO 2015**

GRAFICO VII

**OPINIÓN SOBRE LA ACTUAL REGULACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO DE LA TELEVISIÓN PERUANA**



## INTERPRETACIÓN

Se le pregunta a la comunidad jurídica cuál es su apreciación sobre la regulación jurídica de los programas de entretenimiento de la televisión peruana sea en la ley general de la Tv y radio y la Ley General de las Telecomunicaciones. La primera respuesta, señala que la auto regulación de dichos programas, son insuficientes por el resultado concreto que han generado vulnerando de la dignidad de la persona humana, en especial de la mujer y los menores de edad 103 (38.00% ) , al respecto podemos señalar que la ley General de telecomunicaciones establece

***Artículo 27.- El Ministerio de Educación y el Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción concertarán con los organismos representativos a los medios de radiodifusión, a fin de establecer un código de ética y conducta que permita difundir una programación que mantenga los principios formativos que relieven la dignidad eminente de la persona humana y la defensa de la familia como célula básica de la sociedad, así como los demás valores que proclama la Constitución Política del Perú como factores de integración, de identidad nacional y de pacificación.***

Dicho artículo señala solamente la concertación con los representantes de los medios de comunicación para la dación de los Códigos de ética este es un enunciado bastante general y no imperativo además un código de ética no tiene el mandato de una ley.

La segunda respuesta, es mucho más directa señalando que no existe una regulación específica 68 (25.00%) en efecto el Perú es uno de los países que carece de dicha regulación; en las leyes como la Ley general de Telecomunicaciones y la Ley de la radio y la Tv el ordenamiento constitucional demo liberal de 1993 se ha caracterizado por reducir el ámbito del Estado a los niveles de seguridad ciudadana y defensa territorial, sin embargo en países donde está consolidado un Estado Democrático de derecho ha logrado mayor desarrollo, existe una regulación no tanto de los contenidos de los programas sino, una auto regulación que depende de los productores televisivos y sus propios objetivos comerciales sino, que se establecen principios básicos a los

cuales se tiene que sujetar los productores televisivos, por ejemplo, respecto a la dignidad sin embargo, una interpretación holística de la Constitución señalaría que en el desarrollo de los programas de televisión deben ser orientados al respeto de la dignidad y del entretenimiento no puede ser contrario a la violación de la dignidad de la persona humana.

La tercera respuesta, señala que los Códigos de Ética de cada empresa televisiva son suficientes, para establecer una regulación interna 52 ( 17.00%), sin embargo, la realidad señala que los Códigos de ética, han quedado en el papel ,porque precisamente carecen de un mandato imperativo y en todo caso el propio representante de la televisión es incapaz de auto regularse es verdad que en otros países estos Códigos de Ética cumplen un rol específico en la prevención general sin embargo, en esta realidad muchas veces predomina el interés económico y la dictadura de los rating o la preocupación por tener una mayor sintonía de Programas de televisión incluso colocándolo por encima de los valores y derechos humanos.

La cuarta respuesta, señala la necesidad de una Ley que regula y oriente con principios generales los programas éticos 47 (18.00%) es un tema sumamente delicado y controvertido porque puede verse involucrado en una sujeción del derecho a la libertad de expresión y pensamiento que también reconoce la Constitución del Estado sino a una determinación de los principios básicos que los programas deben asumir para asumir el deber de respetar la dignidad de la mujer y no tanto en el contenido de los programas de televisión

#### **VIII.- ¿Cuál sería su aporte para una sugerencia jurídica en el campo de la regulación de los programas de entretenimiento?**

A) La constitución de un observatorio ciudadano de los contenidos de los programas de entretenimiento de la televisión en la región.

B) La discusión en el foro de los principios generales de una ley que promueva valores en la programación televisiva peruana.

C) Que el Ministerio Público y el Mandes interponga las acciones en el derecho administrativo para retirar de la programación los programas que promuevan antivalores y contenidos racistas y discriminatorios.

D) Que los códigos de ética de las empresas televisivas tenga un efecto sancionador con la participación de los televidentes y entidades estatales.

CUADRO VIII

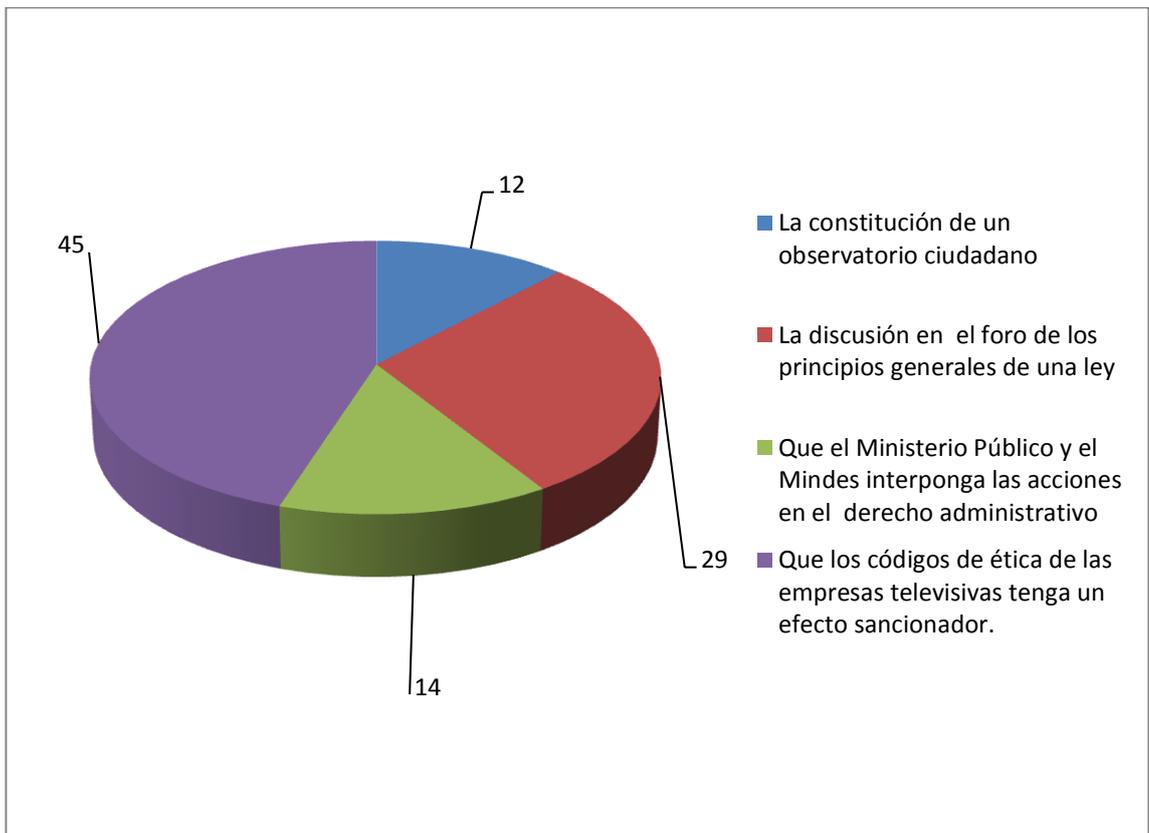
**CUÁL ES EL APOORTE PARA UNA SUGERENCIA JURÍDICA EN EL CAMPO DE LA REGULACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
La constitución de un observatorio ciudadano	<b>31</b>	<b>12.00</b>
La discusión en el foro de los principios generales de una ley	<b>78</b>	<b>29.00</b>
Que el Ministerio Público y el Mindes interponga las acciones en el derecho administrativo	<b>39</b>	<b>14.00</b>
Que los códigos de ética de las empresas televisivas tenga un efecto sancionador.	<b>122</b>	<b>45.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>	<b>100.00</b>

**FUENTE: ENCUESTA APLICADA POR LA TESISISTA MARZO 2015**

GRAFICO VIII

**CUÁL ES EL APORTE PARA UNA SUGERENCIA JURÍDICA EN EL CAMPO DE LA REGULACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO**



## INTERPRETACIÓN

Finalmente se le pregunta a la comunidad jurídica, cuáles serán los aportes que pueden proponer para una regulación del programa de entretenimiento; la primera respuesta 31.(12.00) parece ser muy interesante; en diversos países se ha constituido los denominados observatorios ciudadanos de los contenidos de los programas televisión, que no requiere ni exige una regulación jurídica específica que puede generar una polémica en el sentido de vulnera la libertad expresión sino es una especie de tribunal informal que brinda sugerencias y formular recomendaciones cuando se presentan programas que tengan contenidos lesivos a la dignidad humana: estos observatorios han demostrado un rol activo en sociedades donde el Estado Democrático de derecho se encuentra más consolidado.

La segunda respuesta, 78 ( 29.00%) la promoción de foros donde discuta la comunidad jurídica y la sociedad civil para que genere una Ley que promueva valores en la programación de la televisión parece ser interesante porque antes que establecer determinados límites de actuación en los programas antedichos que puede llevar a una situación donde los derechos de la libertad de creación intelectual y libertad de expresión se admita un conjunto de principios generales que establezca un norte teleológico y que oriente a los promotores o programas de entretenimiento local cuanto antes de una regulación es una orientación que tiene un nivel jurídico y que entra en funcionamiento cuando se afectan valores y la dignidad humana.

La tercera respuesta, es minoritaria 39 (14.00%), porque señala la intervención del Ministerio Público y del Mindes y del derecho administrativo y aún del Derecho Penal ,que pueden generar suspicacias en cuanto al derecho de libertad de expresión y creación intelectual salvo en el caso de situaciones como las señaladas en el programa "el ultimo pasajero" donde la menor de edad fue obligada a comerse determinados insectos lo cual pone en riesgo evidentemente su salud; sólo en ese caso parecería permisible que intervenga las autoridades.

La cuarta respuesta, es la mayoritaria 122 (45.00%), presenta un plano interesante, porque se plantea que los códigos de ética tengan efectos sancionadores, para lo cual se tendría que tener en los entes controladores de

la prestación de consumidores de los televidentes y entidades estatales que promueva la defensa de la mujer. Esperamos que se establezca la participación de la sociedad civil y del Estado en organismos de control administrativo interno del programa de televisión lo cual podría promover una promoción asentada en valores y respeto a la dignidad a la persona.

#### **4.5 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS (DISCUSIÓN)**

La hipótesis de la presente investigación sobre la relación entre la ética y la regulación jurídica en los programas de entretenimiento de la televisión peruana, señalan que dicha relación, es débil por lo cual es probable que se influya negativamente en los contenidos de dichos programas que pueden afectar a la dignidad de la persona humana.

En el enunciado de la hipótesis como se observa, se establece una relación entre la ausencia de una regulación efectiva y la valoración ética de dichos programas en la investigación realizada, se ha trabajado con el caso paradigmático de la "Paisana Jacinta", para determinar si en este caso concreto la ausencia de una regulación jurídica y valoración ética puede afectar la dignidad de los ciudadanos.

Dicho programa ha sido condenado por generar estereotipos y prejuicios racistas por el Comité de eliminación de toda forma de discriminación racial de las Naciones Unidas, dicho Comité ha señalado que la presentación de la Paisana Jacinta es ofensivo, especialmente para las mujeres indígenas, y retrata una idea errada de superioridad de la cultura europea sobre la nativa bajo el disfraz de la comicidad. La popularidad del programa no es ninguna garantía para que éste, siga transmitiéndose y advierte sobre las medidas que el gobierno peruano debe tomar para promover la educación necesaria que elimine el consumo masivo de este tipo de programas

En efecto la visión de dicho programa refuerza los prejuicios discriminatorios presentes estructuralmente en la sociedad peruana, al considerar que un personaje proveniente de la zona andina de puede ser torpe, ignorante, sucio y violento por lo que se hace necesario su cancelación de la programación televisiva nacional.

Sin embargo la empresa Frecuencia Latina, si bien ha sacado del aire dicho programa mantiene dicho personaje en diversos segmentos de la programación de dicho canal, de tal modo que se burla objetivamente del dictamen de la Naciones Unidas y de los organismos de derechos humanos así como de la Defensoría del Pueblo, de ahí que se puede comprobar ,la débil relación entre valores éticos de una empresa televisiva y ausencia de regulación jurídica; ello permite comprobar la variable dependiente pues se violenta la dignidad no de una persona concreta sino, de toda una colectividad social: la mujer alto andina del sur pero no necesariamente del departamento de Puno sino de toda la región macro sur :Arequipa, Moquegua, Cusco, Ayacucho etc. todo lo cual confirma que los Códigos de ética de las empresas televisivas no son por sí mismos suficientes para determinar una orientación de valores axiológicos adecuados, que puedan conciliar el desarrollo de programas de entretenimiento, sin violentar la dignidad del ser humano.

Este ejemplo paradigmático de la Paisana Jacinta, podría ampliarse mucho más; no constituye una excepción en la parrilla de la programación televisiva nacional peruana, existe otro personaje como el “negro mama” ,que en este caso ridiculiza y presenta a las personas afro peruanas, como torpes e ignorantes, lo cual permite señalar que no estamos ante una figura de excepción, por lo cual no se requeriría una regulación jurídica específica, porque buena parte de los programas de entretenimiento como es el caso de los programas de retos juveniles como “el último pasajero”, donde se comprobó que una menor de edad fue obligada a consumir cucarachas en el presente año del 2015. Del mismo modo es fácilmente perceptible que los programas de alta sintonía denominados reality show donde participan jóvenes de ambos sexos en los programas de humor de los diversos canales de televisión van generando un conjunto de prejuicios y estereotipos que son alarmantes porque generan una violación a la dignidad de la persona humana, por lo que la relación causal de la presente hipótesis, se confirma no solamente en el caso de la “Paisana Jacinta” sino, con el conjunto de programas de entretenimiento si bien no es bueno generalizar es evidente que existe un alto porcentaje de programas que no cumple los mínimos estándares de respeto a los derechos humanos ,por qué cuando se asume el rol de la mujer en dichos programas se observa fácilmente un fenómeno

denominado de cosificación o utilización de la mujer como objeto de lujo o de adorno; es perceptible también el mismo fenómeno en los programas deportivos, novelas y comerciales que se propagan en la televisión peruana por lo que se puede señalar con absoluta claridad objetiva que la relación hipotética se confirma y que por lo tanto se hace menester una regulación jurídica o una mayor autorregulación normativa sancionatorio en las empresas televisivas del Perú.

De lo que prescribe el art 27 del Decreto Supremo Nro.013-93-TCC, TUO de la Ley de Telecomunicaciones.

**Artículo 27.- El Ministerio de Educación y el Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción concertarán con los organismos representativos a los medios de radiodifusión, a fin de establecer un código de ética y conducta que permita difundir una programación que mantenga los principios formativos que relieven la dignidad eminente de la persona humana y la defensa de la familia como célula básica de la sociedad, así como los demás valores que proclama la Constitución Política del Perú como factores de integración, de identidad nacional y de pacificación.**

Dicho artículo señala solamente la concertación, con los representantes de los medios de comunicación para la dación de los Códigos de ética, éste es un enunciado bastante general y no imperativo además un código de ética no tiene el mandato de una ley.

En lo concerniente a la entrevista, a la comunidad jurídica la comprobación del hipótesis se hace evidente a partir de la expresión u opinión de la comunidad de los señores abogados, que conocedores del denominado Estado de Derecho y sus principios básicos, establecen una opinión fundamentada sobre los diversos indicadores, que se han desarrollado en la presente investigación como son: el programa de la "Paisana Jacinta"; el rol de la mujer en los programas de televisión nacional; la suficiencia o no de los códigos de ética de las empresas televisivas; la determinación de sugerencias o soluciones, desde el campo jurídico para el problema que estudiamos cuyas respuestas en general ,han

señalado una tenencia mayoritaria del foro en la necesidad de una regulación jurídica específica.

La comprobación del rol cosificado de la mujer, emerge del conjunto de la respuestas de la comunidad jurídica de Ilo-Moquegua, se evidencia que existe una conciencia de respeto a los valores democráticos por ello cuando los señores abogados se expresan sobre esta problemática específica se percibe en los ocho cuadros una tendencia muy clara a entender, que la programación televisiva nacional lamentablemente está desarrollando un conjunto de prejuicios y estereotipos que afectan el desarrollo de la ciudadanía en lo que es el valor de respeto al diferente; el respeto al ciudadano; del mismo modo los abogados expresan en cuanto a la regulación que los códigos de ética son objetivamente insuficientes y que se hace imprescindible una regulación no de los contenidos de los programas sino de las principios y orientaciones básicas que deben estar contenidas por lo menos en la Ley General de Telecomunicaciones y La Ley de Radio y Televisión.

El marco teórico desarrollado en la presente investigación, ha tratado de promover una discusión doctrinaria sobre lo que significa regulación y libertad de expresión; considerando que no existe una contradicción entre derechos fundamentales, sino una valoración acerca del contenido holístico del ordenamiento jurídico, en relación al respeto de la mujer y del menor de edad; así como de las poblaciones étnicas minoritarias; esta corriente doctrinaria asume por lo tanto, que no es admisible un control específico de un solo programa por más paradigmático que sea “ la Paisana Jacinta\_” sino toda la programación televisiva en general.

No hay una contradicción de derechos fundamentales, porque no está en cuestión la libertad de expresión y la libertad de empresa, que se respeta por vivir en un Estado democrático de derecho, sino que se promueve que las empresas televisivas tengan una orientación teleológica y axiológica muy clara y pertinente en relación a la mujer, al menor de edad y a los grupos poblacionales susceptibles de ser discriminados como son la población afroamericana, población amazónica y personas de las zonas alto andinas.

El marco teórico por tanto, ha señalado que una sociedad donde se presenten las relaciones de racismo y discriminación el Estado de derecho, debe cumplir un rol activo señalando las líneas programáticas para la consecución de un respeto por parte de los actores sociales, en especial de los encargados de la tele comunicación en lo que significa el ser humano y sus atributos más fundamentales como la dignidad y el honor

Finalmente habiéndose establecido una relación causal objetiva, en la hipótesis investigación de la presente tesis es también plausible señalar, que no se ha avanzado en la formulación de una regulación jurídica específica porque ello demanda una investigación ulterior, básicamente propositiva en el campo normativo; sin embargo la presente investigación sienta las bases de acuerdo al diagnóstico presentado, sobre la relación causal descubierta y también señala cuál sería el norte teleológico y axiológico para dicha fundamentación que compete fundamentalmente al Parlamento nacional y a una amplia discusión en el foro y los organismos de derechos humanos así como de las instituciones públicas como la Defensoría del Pueblo y el Mindes y obviamente los actores de las empresas televisivas a nivel nacional, en busca de un consenso de todos ellos para poder establecer una ley específica o pueden reformarse La Ley General de Telecomunicaciones o a la Ley de Radio Y Televisión.

## CAPÍTULO V

### 5.1 CONCLUSIONES

**PRIMERA.-** La actual auto regulación de los programas de entretenimiento sin mayor fiscalización por parte de la sociedad civil y del Estado, son insuficientes como solución, para la no proliferación de programas de entretenimiento que afecten los valores fundamentales del Estado de Derecho, como es el interés superior del niño y el respeto a la dignidad mujer y la familia, entrando en contradicción con principios fundamentales de nuestra actual Constitución

**SEGUNDA.-** La principal característica entre ética y derecho, es la débil relación, en cuanto a la valoración ética de los medios de comunicación y el respeto a la dignidad del ser humano; además las empresas de televisión- tienen Códigos de Ética, que no se cumplen; en tanto su articulado formalmente establece una relación entre desarrollo y promoción de valores, con una adecuada programación televisiva.

**TERCERA.-** Existe un sólido sistema de regulación en el derecho comparado: el modelo norteamericano presenta a la Comisión Federal de Comunicaciones dependiente del Senado, con amplios poderes para regular los medios televisivos; el modelo europeo ha priorizado la regulación de los medios públicos y privados desde el Estado; en ambos modelos dicha regulación no ha significado atentar contra la libertad de expresión y de empresa de los medios televisivos.

**CUARTA.-** El derecho a la libertad de expresión y de empresa, no se encuentran, en cuestión con una regulación específica de los programas de entretenimiento; tampoco la intervención del Ministerio Público y del Mindes, en acciones de derecho administrativo y aún del Derecho Penal, que pueden generar temores en cuanto al ámbito de protección de la libertad de expresión y creación intelectual ,salvo en el caso de situaciones objetivas donde se violen principios constitucionales de protección de la persona humana

## **5.2 SUGERENCIAS**

**PRIMERA.-** Modificar la Ley Ley de Radio y Televisión (28278), para que el Concor tv pueda de oficio iniciar proceso administrativo sancionatorio, cuando se presenten casos de violación de los códigos de Ética, por parte de los medios televisivos; dado que en la actualidad solo se hace a petición de un ciudadano ,careciendo el Concor tv de iniciativa propia en la función regulatoria.

**SEGUNDA.-** Modificar el Reglamento de la Ley Radio y Televisión (DS-005-2005-MTC) en lo referente a la composición del Concor tv garantizando la plena autonomía de sus integrantes de modo tal que los mismos no estén ligados directa e indirectamente a los grupos económicos, que controlan los medios de comunicación televisivos.

**TERCERA.-** Modificar el Reglamento de la Ley Radio y Televisión (DS-005-2005-MTC) para que se establezca la participación de la sociedad civil y del Estado en el Concor tv, lo cual podría promover una regulación sustentada en valores y respeto al Estado Democrático de Derecho.

**CUARTA.-** Que la Asociación Nacional de Anunciantes ANDA retome su labor regulatoria a través del filtro del avisaje publicitario estableciendo mecanismos para desalentar la propaganda comercial a aquellos programas que violenten los principios de respeto al ser humano.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Aznar Hugo (1999) *Comunicación responsable*, Ariel Barcelona.

Aznar Hugo (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*.  
Barcelona, Paidós

Aranguren. J. L. (1958): *Ética*. Madrid, Alianza

Bernales Ballesteros, Enrique. (1997) *“La Constitución de 1993”. análisis Comparado Lima – Perú*. Edit. ICS

Desantes Guanter (1973): *El autocontrol de la actividad informativa*.  
Madrid, Cuadernos para el diálogo

De la Serna Luis Escobar (1997): *Manual de Derecho de la Información*. Madrid,  
Dykinson .

Duplá Rodríguez (1995), "Ética clásica y Ética periodística", en Enrique Bonete (coord.): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos.

Esteban, Jorge de (1976) *Por una comunicación democrática*, Valencia,  
Fernando Torres-Editor.

Fernández Sessarego: (1998) *“Derecho de las Personas”*. Lima – Perú. Editora Grijley 7<sup>ma</sup> e.d

Flecha Jose Roman (1995): *Ética cristiana, medios de comunicación y responsabilidad del periodista*, en E. Bonete (coord.): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid, Tecnos,

Lecaros. María José (2005) *La cláusula de conciencia en Chile : una experiencia latinoamericana* . En *Hacia la Cláusula de Conciencia en el Perú*.

Restrepo Javier (2006): *“¿Qué esperar de la autorregulación?”* en *Asoc. de Comunicadores Ciudadana de la Comunicación Social*

Rey German (1997): Política y medios de comunicación. Ordenamientos regulatorios y libertades civiles, en Friedrich Ebert Stiftung (1997): Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas, Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación

Restrepo Javier (2006): *¿Qué esperar de la autorregulación?* en Asoc. de Comunicadores Sociales Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (2006): *Auto regulación ya: búsquedas éticas desde los medios de comunicación*, Lima.

Perla Anaya, José. (2003) *Derecho de la comunicación. Lima: Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información y de la Comunicación*

Soria Carlos . (2002) *La hora de la ética informativa*, Lima Perú.

Perales Enrique Bonete (1995): *“De la ética filosófica a la deontología periodística” en E. Bonete (coord.) y AAVV (1995): Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos.

Villanueva, Ernesto. (2004) *Derecho de acceso a la información pública y ética periodística*. Asunción: Intercontinental Editora

Villanueva Ernesto (1999) : *Deontología Informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*, Universidad Iberoamericana, México.

Villanueva, Rothschuh Guillermo, (2004) *Medios y Tribunales: Tensiones y Realidades*, *Sala de Prensa*, número 63, Enero año V, Volumen 2

## **INFOGRAFIA**

ROTHSCHUH VILLANUEVA, Guillermo, "Medios y Tribunales: Tensiones y Realidades", Sala de Prensa, número 63, Enero 2004, año V, Volumen 2

Illanes, J. L., *Ética ante la crisis contemporánea*. Pamplona-España 1986

BULLARD, Alfredo (2012) *La Fábula del Rey Regulador*. En: Diario El Comercio. Edición Sábado 21 de Julio de 2012.

## **INFOGRAFIA ELECTRONICA**

[www.http://revistaideele.com/ideele/content/jacinta-m%C3%A1s-all%C3%A1-de-las-pasiones](http://revistaideele.com/ideele/content/jacinta-m%C3%A1s-all%C3%A1-de-las-pasiones)

<http://www.e-encuesta.com/blog/2015/las-preguntas-abiertas-complemento-perfecto/>

## ANEXOS

### ENCUESTA APLICADA A LOS PROFESIONALES DE DERECHO DE LA CIUDAD DE ILO MARZO 2015

**I ¿Un sector de la ciudadanía ha expresado su disconformidad con la programación de entretenimiento de la televisión peruana.Cuál es su apreciación a respecto?**

A) Apoyo la indignación de la ciudadanía, porque algunos programas de entretenimiento violentan la dignidad de la persona humana cuya defensa es un principio básico del ordenamiento correccional.

B) No apoyo dichas movilizaciones, porque vivimos en un Estado de derecho donde la libertad de expresión es absoluta y quien se sienta afectado con dichos programas simplemente no los vea.

C) En un Estado Democrático de derecho, todas las opiniones son válidas sin embargo considero que siendo los canales de televisión privados tienen derecho a una ganancia con la publicidad comercial con dichos programas de entretenimiento.

D) Considero que los propietarios de los canales de televisión, tienen que asumir una autorregulación efectiva de dichos programas para que no se violente la moral pública y las buenas costumbres.

**II Recientemente en la televisión peruana un programa entretenimiento de concurso dirigido para el público juvenil desarrolló, una secuencia, donde una joven menor de edad tuvo que comerse cucarachas, para cumplir el reto planteado, considera que es un exceso o una falta que debería ser sancionado por los órganos pertinentes**

A) Considero que cuando un menor de edad es sometido a tratos humillantes o vejatorios a su dignidad, como lo que se señala el Ministerio Público debe investigar de oficio para proceder a la sanción respectiva.

B) Considero que los programas de entretenimiento tienen plena libertad para desarrollar su actividad de entretenimiento y eleve el rating de dicho

programa y que la participación de los jóvenes es propia de su libre albedrío aún el caso que puede ser cuestionable desde la moral pública.

- C) Compete a los padres de familia y el Director de Instituciones educativas, no autorizar la participación de dichos alumnos en dichos programas donde pueda violentarse su dignidad o faltar a las buenas costumbres.
- D) De acuerdo a la constitución política del Estado, debe promoverse el interés superior del niño por lo tanto cuando un menor de edad es vejado en su dignidad como es el caso se procederá las sanciones administrativas e incluso penales que correspondan.

**III.- ¿Considera que para fortalecer los valores de ciudadanía y respeto a la persona humana, es suficiente la auto regulación de las empresas de televisión a través de sus propios códigos de ética?**

A) Considero que es suficiente, la autorregulación de las empresas de televisión de sus programas de entretenimiento a través de sus propios Códigos de ética.

B) No es suficiente; los Códigos de ética, no establecen sanciones, por lo que es necesaria una regulación jurídica específica, para evitar que los programas de entretenimiento vulneren la dignidad de la persona humana.

C) La mejor regulación es la educación del ciudadano, que no debe dar sintonía, a los programas de entretenimiento que puedan volver a la dignidad de la persona humana.

D) No considero que sea necesaria, una regulación específica en cambio sí es importante, una educación de valores de la ciudadanía así como la responsabilidad social del empresariado.

**IV. - ¿Considera usted que el programa de Tv .”La paisana Jacinta” contiene un estigma discriminatoria al poblador andino del sur del país?**

A) No considero que dicho programa contenga estigmas discriminatorios del poblador andino, es un programa de humor criollo que ironiza sobre un personaje.

B) Evidentemente el programa “la paisana Jacinta” se encarga de promover un estigma discriminatorio poblador andino, porque lo presenta como una persona ignorante, sucia y poseedora de cualidades antisociales; todo lo cual genera valores racistas y discriminatorias que entran en abierta contradicción con el Estado Democrático de derecho.

C) El programa la “paisana Jacinta”, ha sido denunciado reiteradamente por las organizaciones de derechos humanos y la Defensoría del Pueblo, por dirigir un mensaje explícitamente racista al ironizar sobre un sector poblacional que es mayoritario, en todo el sur del país; por lo cual sorprende que aún se mantenga en la programación televisiva.

D) El programa la “Paisana Jacinta” es muy entretenido no veo ninguna carga racista o discriminatoria: al contrario resalta el espíritu emprendedor de los migrantes andinos en la capital.

**V.- ¿El caso del programa “la paisana Jacinta” desde una óptica jurídica merecía ser retirada de la programación ello afectaría la libertad de empresa de frecuencia latina?**

- A) Considero que de acuerdo a las recomendaciones de la Defensoría del Pueblo y las Organizaciones de Derechos Humanos, el programa “Paisana Jacinta” debería ser retirado de la programación, en tanto afecta la dignidad de la mujer andina.
- B) Considero que dicho programa no debe ser retirado de la programación televisiva, en tanto su permanencia, depende si el televidente continúa viendo dicho programa.
- C) El programa la “Paisana Jacinta” debería ser reformado por los propios productores televisivos, de tal modo que el desarrollo del personaje de la mujer andina, pueda continuar en la programación televisiva.
- D) El programa de humor la “Paisana Jacinta” debe ser retirado inmediatamente de la programación televisiva de la empresa Frecuencia Latina, porque vulnera el propio código de ética de dicha empresa, por los informes de las organizaciones de derechos humanos y por el cumplimiento del artículo una de la Constitución Política del Estado

**VI - ¿El rol que se le asigna a la mujer en los programas de entretenimiento de la Tv. afecta su dignidad en su opinión?**

- A) Los programas de entretenimiento presentan a la mujer simplemente como un objeto de lujo o de adorno de dichos programas
- B) Los programas de entretenimiento presentan a la mujer como una persona vinculada a los escándalos continuos y al desarrollo de antivalores.
- C) Los programas de entretenimiento ubican a la mujer con modelos estéticos alienantes, que no desarrollan una personalidad sino una subordinación al varón
- D) Los programas de entretenimiento utilizan a la mujer ,como un personaje atractivo, no se entendería el entretenimiento de otro modo por lo cual no le veo ninguna contradicción con el ordenamiento jurídico.

**VII.- ¿Cuál es su opinión, sobre la actual regulación de los programas de entretenimiento de la televisión peruana**

- A) La regulación de las programas de televisión son insuficientes e ineficaces porque se admiten diversos programas de entretenimiento que vulneran la vida humana.
- B) No existe una regulación jurídica específica para los programas de televisión.
- C) La autorregulación de los Códigos de ética, son suficientes para establecer un contenido ético en los programas de entretenimiento de la tradición peruana.
- D) Se requiere una Ley específica que regule los contenidos de los programas de entretenimiento de la TV.

**CUADRO VII OPINIÓN SOBRE LA ACTUAL REGULACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO DE LA TELEVISIÓN PERUANA**

**VIII.- ¿Cuál sería su aporte para una sugerencia jurídica en el campo de la regulación de los programas de entretenimiento?**

A) La constitución de un observatorio ciudadano de los contenidos de los programas de entretenimiento de la televisión en la región.

B) La discusión en el foro de los principios generales de una ley que promueva valores en la programación televisiva peruana.

C) Que el Ministerio Público y el Mindes, interpongan las acciones que correspondan, en el derecho administrativo, a fin de retirar de la programación los segmentos televisivos, que promuevan antivalores y contenidos racistas y discriminatorios.

D) Que los Códigos de ética de las empresas televisivas, tengan un efecto sancionador con la participación de los televidentes y entidades estatales.

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION**