



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

PIDC PROGRAMA INTERNACIONAL
PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN



Análisis del
Desarrollo
Mediático en

BOLIVIA

*Basado en la aplicación
de los Indicadores de
Desarrollo Mediático
de la UNESCO*



Organización de las Naciones
Unidas para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

PIDC PROGRAMA INTERNACIONAL
PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN

Análisis del Desarrollo Mediático en **BOLIVIA**

*Basado en los Indicadores
de Desarrollo Mediático
de la UNESCO*

Publicado en 2016 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación,
la Ciencia y la Cultura, 7, place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia
y
Oficina de la UNESCO en Quito / Representación para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela

© UNESCO 2016

ISBN 978-92-3-100192-5



Esta publicación está disponible en acceso abierto bajo la licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Al utilizar el contenido de la presente publicación, los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de acceso abierto (www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp).

Los términos empleados en esta publicación y la presentación de los datos que en ella aparecen no implican toma alguna de posición de parte de la UNESCO en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o regiones ni respecto de sus autoridades, fronteras o límites.

Las ideas y opiniones expresadas en esta obra son las de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la UNESCO ni comprometen a la Organización.

Fotografía de cubierta: Tony Suárez
Diseño gráfico: UNESCO
Diseño de cubierta: UNESCO
Ilustraciones: UNESCO
Maquetación: UNESCO
Impresión: Editora Presencia SRL

Impreso en La Paz, Bolivia

Preparado para UNESCO por el Observatorio Nacional de Medios (*ONADEM*) de la Fundación UNIR Bolivia



Fechas de la investigación: Junio de 2011 - Junio de 2012

Directora de la Oficina de UNESCO en Quito y Representante para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela: Saadia Sánchez Vegas

Autores: Erick R. Torrico Villanueva y Sandra Villegas Taborga

Equipo de investigación: Liliana Fuentes Fernández y Nurit Rubín de Celis Luna Orozco

Grupo Consultivo:

José Luis Aguirre, SECRAD-UCB

Fidel Álvarez, RED TIC BOLIVIA

Carlos Arroyo, ABOIC

Ronald Barrancos, COMISIÓN BOLIVIANA DE LA UNESCO

Ramiro Echazú, CSTPB

José Luis España, PADEM

Andrés Gómez, ERBOL

Ronald Grebe, ANPB

Juan León, ANP

Ana Limachi, AMARC-BOLIVIA

Mario Maldonado, CNÉP

Julvi Molina, ABOCCS

Raúl Novillo, ASBORA

Augusto Peña, ERBOL

Esperanza Pinto, ABOIC

Alberto Ponce, RED MINERA DE RADIO Y TV

Claudio Rossell, MINISTERIO DE COMUNICACIÓN

Ricardo Sánchez, ASBORA

Antonio Vargas, APLP

Magaly Vega, APLP

Julia Velasco, Agencia ANNI

María Eugenia Verástegui, TNÉP

La versión completa de este libro en PDF puede ser descargada del sitio web de UNESCO: www.unesco.org

Contenido

Prólogo	7
Siglas y acrónimos usados en el estudio	9
Resumen Ejecutivo	11
Introducción	17
Categoría 1: Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social	21
Dimensión A: Marco Jurídico y Político	23
Dimensión B: Sistema para Regular los Medios Difusivos	30
Dimensión C: Leyes Sobre Difamación y Otras Restricciones Legales Sobre Periodistas	31
Dimensión D: Censura	35
Recomendaciones Categoría 1	38
Dimensión A: Marco Jurídico y Político	38
Dimensión B: Sistema para Regular los Medios Difusivos	38
Dimensión C: Leyes Sobre Difamación y Otras Restricciones	39
Dimensión D: Censura	39
Categoría 2: Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad.	41
Dimensión A: Concentración de Medios	43
Dimensión B: Una Mezcla Diversa de Medios Públicos, Privados y Comunitarios	46
Dimensión C: Asignación de Frecuencias y Espectro Radioeléctrico	50
Dimensión D: Impuestos y Regulación Empresarial	52
Dimensión E: Publicidad	53
Recomendaciones Categoría 2	54
Dimensión A: Concentración de Medios	54
Dimensión B: Una Mezcla Diversa de Medios Públicos, Privados y Comunitarios	55
Dimensión C: Asignación de Frecuencias y Espectro Radioeléctrico	55
Dimensión D: Impuestos y Regulación Empresarial	55
Dimensión E: Publicidad	55
Categoría 3: Los medios como plataforma para el discurso democrático	57
Dimensión A: Los Medios Reflejan la Diversidad de la Sociedad	59
Dimensión B: Modelo de Medios de Servicio Público	62
Dimensión C: Autorregulación de los Medios	65
Dimensión D: Requisitos para la Justicia e Imparcialidad	68
Dimensión E: Niveles de Confianza del Público y Credibilidad de los Medios	70
Dimensión F: Seguridad de Periodistas	72
Recomendaciones Categoría 3	75
Dimensión A: Los Medios Reflejan la Diversidad de la Sociedad	75

Dimensión B: Modelos de Medios de Servicio Público	75
Dimensión C: Autorregulación de los Medios.....	75
Dimensión D: Requisitos para la Justicia y la Imparcialidad	76
Dimensión E: Niveles de Confianza del Público y Credibilidad de los Medios	76
Dimensión F: Seguridad de los Periodistas	76
Categoría 4: Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad	77
Dimensión A: Disponibilidad de Capacitación Profesional Mediática	79
Dimensión B: Disponibilidad de Cursos Académicos en las Prácticas Mediáticas	86
Dimensión C: Presencia de Sindicatos Laborales y Organizaciones Profesionales	88
Dimensión D: Presencia de Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)	90
Recomendaciones Categoría 4	93
Dimensión A: Disponibilidad de Capacitación Profesional Mediática	93
Dimensión C: Presencia de Sindicatos Laborales y Organizaciones Profesionales	93
Dimensión D: Presencia de Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)	94
Categoría 5: Capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas	95
Dimensión A: Disponibilidad y Utilización de los Recursos Técnicos por los Medios	97
Dimensión B: Penetración de la Prensa, los Medios Difusivos y las Tics	99
Recomendaciones Categoría 5	101
Dimensión A: Disponibilidad y Utilización de los Recursos Técnicos por los Medios	101
Dimensión B: Penetración de la Prensa, los Medios Difusivos y las Tics	101
Fuentes Bibliográficas y Documentales	102
Anexos	107

PRÓLOGO

La UNESCO es la agencia especializada de las Naciones Unidas en el tema de libertad de expresión, consagrado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos en su artículo 19, en los siguientes términos: *“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”*. En el cumplimiento de su mandato, la UNESCO ha movilizado y consolidado entre sus Estados Miembros iniciativas orientadas a la generación y difusión de marcos de referencia que sirvan como soportes conceptuales y prácticos para la instrumentación de lineamientos y acciones en el desarrollo de condiciones sustentables para el ejercicio de la libertad de opinión, expresión y prensa en un contexto democrático. Entre estas iniciativas se destacan el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC).

El Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación constituye el único foro multilateral de las Naciones Unidas que moviliza a la comunidad internacional, a los fines de debatir y construir iniciativas comunes orientadas al desarrollo de los medios de comunicación, así como para promover la consolidación de medios de comunicación pluralistas e independientes en los países en desarrollo, con especial atención a la generación de un clima de consenso y de un entorno seguro que permitan el fortalecimiento de un ejercicio periodístico caracterizado por la amplitud de la participación y la diversidad de perspectivas informativas.

En este contexto, la Oficina de la UNESCO en Quito y Representación para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela se complace en presentar la publicación *“Evaluación del desarrollo de los medios de comunicación en Bolivia. Basada en los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO”*, bajo la responsabilidad de Erick Torrico Villanueva y Sandra Villegas Taborga del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM), de la Fundación UNIR Bolivia, elaborado en el ámbito del PIDC.

El presente trabajo de investigación da cuenta de la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) en Bolivia. Los IDM han sido elaborados en el seno del PIDC con el propósito de ofrecer una metodología integral para evaluar las circunstancias específicas del entorno mediático de un país para el ejercicio de la libertad de prensa con garantías de pluralidad y no intervención, con el propósito de orientar la formulación de políticas públicas y encauzar los esfuerzos de los actores públicos y privados que conviven en ese entorno mediático.

Este trabajo no sólo ofrece un completo panorama de los medios informativos y periodísticos de Bolivia, a través de una comparación con los estándares internacionales sobre libertad de expresión, sino que agrega verdadero valor a la investigación, actualización y conocimiento acerca de los antecedentes, avances y estado actual de los IDM en Bolivia, al proporcionar conclusiones en las cinco categorías que tocan aspectos fundamentales del entorno mediático para el ejercicio del derecho a la libertad de opinión y expresión: 1.- Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social; 2.- Pluralidad y diversidad de los

medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad; 3.- Los medios como plataforma para el discurso democrático; 4.- Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad; 5.- La capacidad infraestructural suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas.

Finalmente, es de la mayor importancia destacar el seguimiento que hace esta investigación del proceso de consultas dirigidas a las partes interesadas en la gestión de los medios de comunicación, creación de contenidos y generación de acceso, control editorial y censura, entre otros temas fundamentales, propiciando la pluralidad a partir de varias perspectivas en la elaboración de recomendaciones sobre la base de datos empíricos, dirigidas a reducir las brechas detectadas en el desarrollo mediático y promover la existencia de medios libres e independientes.

Saadia Sánchez Vegas, Ph.D.
Directora Representante
Oficina de la UNESCO en Quito y Representación para Bolivia,
Colombia, Ecuador y Venezuela

SIGLAS Y ACRÓNIMOS CITADOS EN EL ESTUDIO

ABI	Agencia Boliviana de Información
ABOCCS	Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social
ACLO	Acción Cultural Loyola
ADSIB	Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia
AEMP	Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas
ALER	Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica
AMARC	Asociación Mundial de Radios Comunitarias
ANNI Bolivia	Agencia Nacional de Noticias por la Infancia
ANP	Asociación Nacional de la Prensa
ANPB	Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia
APCOB	Apoyo para el Campesino Indígena del Oriente Boliviano
APLP	Asociación de Periodistas de La Paz
APSC	Asociación de Prensa de Santa Cruz
ASBORA	Asociación Boliviana de Radiodifusoras
ATT	Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes
CAATEL	Comité Andino de Autoridades de Telecomunicaciones
CADH	Convención Americana de Derechos Humanos
CAIB	Coordinadora Audiovisual Indígena de Bolivia
CAPEP	Cámara Paceña de Empresas de Publicidad
CDIMA	Centro de Desarrollo Integral de la Mujer Aymara
CDD	Católicas por el Derecho a Decidir
CEADESC	Centro de Estudios Aplicados a los Derechos Económicos, Sociales y Culturales
CECOPI	Centro de Educación y Comunicación para Comunidades y Pueblos Indígenas
CEDIB	Centro de Documentación e Información Bolivia
CEFREC	Centro de Formación y Realización Cinematográfica
CIDOB	Confederación de Pueblos Indígenas de Bolivia
CIPCA	Centro de Investigación y Promoción del Campesinado
CMP	Círculo de Mujeres Periodistas
CNÉP	Consejo Nacional de Ética Periodística
CNMCIQB "BS"	Confederación Nacional de Mujeres Campesinas Indígenas Originarias de Bolivia "Bartolina Sisa"
COINCABOL	Coordinador Nacional de la Coordinadora de Organizaciones Indígenas Campesinas y Comunidades Interculturales de Bolivia
COMTECO	Cooperativa de Telecomunicaciones Cochabamba
CONAMAQ	Consejo Nacional de Ayllus y Markas del Qullasuyu
COTAS	Cooperativa de Telecomunicaciones Santa Cruz
COTEL	Cooperativa de Teléfonos Automáticos La Paz
CPE	Constitución Política del Estado
CSCIB	Confederación Sindical de Comunidades Interculturales de Bolivia

CSTPB	Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia
CSUTCB	Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de Bolivia
DGME	Dirección General de Medios Estatales
DINACOM	Dirección Nacional de Comunicación Social
DS	Decreto Supremo
ECO JÓVENES	Educación y Comunicación Jóvenes Bolivia
ERBOL	Educación Radiofónica de Bolivia
FECOTEL	Federación de Cooperativas Telefónicas de Bolivia
FTPLP	Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz
GLBT	Gays, Lesbianas, Bisexuales y Transgéneros
LSB	Lenguaje de Señas Bolivianas
MC	Ministerio de Comunicación
MCA	Movida Ciudadana Anticorrupción
ME	Medios Estatales
MOF	Manual de Organización y Funciones (ATT)
MOPSV	Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda
OEA	Organización de Estados Americanos
OEP	Órgano Electoral Plurinacional
ONADEM	Observatorio Nacional de Medios
OSC	Organizaciones de la Sociedad Civil
PADEM	Programa de Apoyo a la Democracia Municipal
PNF	Plan Nacional de Frecuencias
PROACTIBOL	Red de Comunicación Provincial Alternativo
PRONTIS	Programa Nacional de Telecomunicaciones e Inclusión Social
RED-ADA	Red Nacional de Trabajadoras/es de la Información y Comunicación
RPOs	Sistema de Radios de Pueblos Originarios
RUBI	Red Universitaria Boliviana de Información
SAFCO	Ley (Nº 1178) Sistema de Administración, Fiscalización y Control Gubernamental
SECRAD	Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo
SENAPI	Servicio Nacional de Propiedad Intelectual
TAE	Tribunal de Autorregulación Ética (TAE-ANP)
TICs	Tecnologías de la Información y la Comunicación
TNÉP	Tribunal Nacional de Ética Periodística
TSE	Tribunal Supremo Electoral
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
WACC	World Association for Christian Communication Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana
Wi-Fi	Wireless Fidelity/ Fidelidad inalámbrica (<i>comúnmente conocido</i>) Mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica a Internet.

Resumen Ejecutivo

El estudio de los Indicadores de Desarrollo Mediático (*IDM*) en Bolivia realizó un exhaustivo diagnóstico sobre los medios como plataforma del discurso democrático, la normativa existente relacionada a la Comunicación y al Periodismo, así como las garantías constitucionales de libertad de expresión de la ciudadanía en general y de los periodistas en particular. Sin embargo, asociaciones de medios de comunicación privados afirmaron, en el período considerado para la observación, que existe una crítica sostenida desde el Órgano Ejecutivo contra los medios privados a los que ha calificado como “*opositores*”.

La investigación abarca el análisis de la normativa relativa a Comunicación y Periodismo, la pluralidad y propiedad de los medios de comunicación, la publicidad, los medios como plataforma para el discurso democrático, la autorregulación, los medios de servicio público, los niveles de credibilidad de los medios, la formación y necesidades de capacitación de periodistas y, finalmente, las condiciones de la infraestructura y los recursos tecnológicos de que disponen los medios.

Adicionalmente, el estudio constató que los periodistas a menudo son objeto de agresiones verbales, amenazas y aun golpes cuando desarrollan su trabajo; además, son presionados por condicionamientos publicitarios y propagandísticos que causan que se autocensuren por temor a los amedrentamientos que reciben o a perder su fuente de trabajo.

Finalmente, la investigación evidenció que existen muy pocos espacios en los medios de comunicación pensados para reflejar la diversidad lingüística de los bolivianos, así como que es casi inexistente la voz de grupos vulnerables en Bolivia como mujeres, niños, jóvenes, personas con discapacidad, adultos mayores o colectivos de diversidad sexual.

Las principales conclusiones obtenidas son las siguientes:

Categoría 1

- La libertad de expresión tanto de la ciudadanía en general como del sector de la prensa está protegida por la Constitución (*CPE*), el Código Penal, varias leyes y algunos decretos.
- En la práctica, existe polémica y cuestionamientos sobre las garantías constitucionales y legislativas a la libertad de expresión en el país, considerando que artículos concretos de leyes promulgadas los últimos dos años vulneran el Derecho a la Información y Comunicación garantizado en el Artículo 106 de la CPE.
- Bolivia aún no cuenta con leyes nacionales en materia de acceso a la información pública, aunque sí con regulaciones de menor jerarquía (*DS N° 28168* y el *DS 0214*).
- Asociaciones que agrupan a los medios de comunicación privados, coincidieron en señalar que no se expresa una influencia abierta desde el gobierno o entidades gubernamentales hacia el contenido editorial en los medios de comunicación, aunque existe una crítica sostenida desde el Órgano Ejecutivo contra algunos medios privados que han sido calificados como opositores.
- La CPE establece que la sociedad civil organizada participará en el diseño de las políticas públicas y estipula además que entidades del Estado generarán espacios de participación y control social por parte de la sociedad (*Arts. 241 y 242*).

- En general no existen mayores dificultades en relación a la acreditación de los periodistas para la cobertura de las fuentes y entidades oficiales; sin embargo, algunos periodistas entrevistados dijeron que no siempre se les proporciona toda la información que solicitan.
- El reglamento de la ley contra la discriminación establece como faltas de los medios de comunicación la autorización de la difusión y publicación de ideas racistas y discriminatorias.
- La CPE, la Ley de Imprenta y el DS de la columna sindical prohíben la censura previa; sin embargo, el régimen especial de propaganda para las elecciones judiciales (Arts. 80 al 84 de la ley electoral) sí impone la censura previa, pues determina explícitamente aquello de lo que los ciudadanos, los postulantes y los medios no pueden hablar públicamente por ningún medio antes y durante los procesos electorales.
- La redacción imprecisa del Art. 16 de la ley contra la discriminación también abre un margen para condicionar los contenidos de los medios, provocando autocensura en muchos periodistas de varios medios de comunicación.

Categoría 2

- La CPE contempla disposiciones antimonopólicas y establece la prohibición de monopolios y oligopolios privados u otras formas de asociación de personas naturales o jurídicas, sean bolivianas o extranjeras, que tengan como finalidad controlar y tener la exclusividad en la producción y comercialización de bienes y servicios (*Art. 107 y 314*).
- La normativa vigente de telecomunicaciones y TICs establece disposiciones antimonopólicas y de prohibición en la otorgación de licencias.
- La CPE establece la igualdad de condiciones y oportunidades para los medios comunitarios. Por otro lado, la ley de telecomunicaciones establece la distribución del total de canales de la banda de frecuencias para el servicio de radiodifusión en frecuencia modulada y televisión analógica a nivel nacional para la existencia de medios estatales, medios comerciales, medios del sector social comunitario y medios de pueblos indígenas originarios campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas.
- La ley de telecomunicaciones señala que el Plan Nacional de Frecuencias reglamentará el uso equitativo y eficiente del espectro radioeléctrico a nivel nacional considerando, entre otros, los aspectos económicos, de seguridad, educativos, científicos, de interés público y técnicos conforme a políticas de Estado, intereses nacionales y compromisos internacionales aprobados, con el objeto de optimizar su uso y evitar interferencias perjudiciales (*Art. 8*).
- En Bolivia únicamente el Órgano Electoral Plurinacional (OEP) cuenta con un reglamento para asignar publicidad.
- Respecto a la publicidad del Estado, los medios privados más representativos del país (con mayor audiencia) reciben la mayor parte su publicidad en comparación con otros medios.
- El país no cuenta con una regulación explícita para la publicidad. Finalmente, en Bolivia aún no existe una ley sobre defensa al consumidor.

Categoría 3

- En general, las redes nacionales de TV no reflejan la diversidad lingüística del país, ni emplean formas de expresión propias de grupos específicos y/o vulnerables, mientras que las radios poseen más espacios en idiomas nativos, pero el periodismo en idiomas nativos (*quechua y aymara*) ocupa un lugar marginal en la parrilla de los medios: en la prensa con una presencia mínima y en la radio y televisión fuera de los horarios “estelares”.
- En general, existen muy pocos espacios pensados y concebidos desde y para grupos vulnerables en Bolivia, como las mujeres, los niños, los jóvenes, las personas con discapacidad, los adultos mayores o los colectivos de diversidad sexual.
- Las periodistas mujeres no tienen una representación justa en todo el sector mediático ya que son pocos los medios en los que las mujeres ocupan un cargo jerárquico. En general, el ámbito periodístico y el de sus organizaciones están controlados por varones.
- Los medios estatales (ME) no tienen sus objetivos expresados de manera clara y precisa en la legislación, sólo Bolivia TV tiene su objeto definido en el decreto de su creación. Actualmente, la red de ME la conforman Radio Patria Nueva, el diario Cambio, la Agencia Boliviana de Información (ABI) y el canal televisivo Bolivia TV.
- El Ministerio de Comunicación es el órgano directivo y administrativo de los ME, mismos que tiene bajo su tuición; sin embargo, este ministerio no posee autonomía garantizada legalmente, recibe recursos del TGN y depende del Ministro de Comunicación que es designado por el Presidente, al igual que los demás ministros.
- Existen asociaciones de periodistas y organizaciones sindicales que tienen códigos de ética claros y fundamentados.
- El Tribunal Nacional de Ética Periodística, dependiente de las principales organizaciones del periodismo en el país, ha realizado esfuerzos para socializar los mecanismos de autorregulación con los periodistas y la ciudadanía; sin embargo, aún falta mucho para que los medios de comunicación y la sociedad en general se apropien de estas normas éticas y las conviertan en un mecanismo eficiente de autorregulación en Bolivia.
- Existen normas que regulan los requisitos para los ME, los privados y los comunitarios.
- A más de 85 años de la promulgación de la Ley de Imprenta, ha existido un sólo caso en el que se dictó una sentencia: el 20 de enero de 2004 y después de 79 años de la promulgación de esta norma. En otros casos, esa ley no pudo ser puesta en práctica por la complejidad del sistema de “jurados de imprenta” que prevé.
- Los principales medios del país no ejecutan ni encomiendan estudios de sus audiencias, aunque sí algunas de las redes nacionales de televisión solicitan bimensuales o trimestrales investigaciones de rating a algunas empresas especializadas.
- Los periodistas de los medios en Bolivia sufren agresiones físicas, verbales, anónimas y violentas constantes que generalmente quedan impunes, y es la cobertura en situaciones políticas conflictivas la que les resulta más riesgosa y compleja.

- Aunque no existen casos recientes respecto al cierre de algún medio de comunicación, la ley antidiscriminación prevé la suspensión de los medios que difundan ideas racistas o discriminatorias (Art. 16) y su reglamento (Art. 17) establece que esa suspensión podría llegar hasta a 360 días, lapso durante el cual el medio sancionado tendría que continuar pagando salarios a sus trabajadores (Art. 18). Por lo que, en la práctica, si esa medida se aplicara, supondría el cierre del medio afectado.
- Como anteriormente se manifestó, sí existen circunstancias en las que los periodistas se autocensuran, por miedo a perder su trabajo o amedrentamientos externos de intereses que se ven afectados por las informaciones publicadas.
- Aunque el “secreto de imprenta” está garantizado en Bolivia por la Ley de Imprenta en su Art. 8, existen muchos casos en los que los periodistas han sido citados por instancias judiciales, incluso como “testigos” de ciertos hechos, y se les ha exigido que revelen sus fuentes de información. Sin embargo, hasta la fecha han podido ejercer el derecho a la confidencialidad de sus fuentes, a pesar de las presiones de instancias judiciales.

Categoría 4

- En Bolivia el periodismo es ejercido mayormente por quienes han recibido formación en carreras universitarias de comunicación social de manera generalista, vale decir, poco especializada en temas propios del periodismo, y por quienes ejercen el oficio de manera empírica.
- La capacitación especializada para gerentes de medios es prácticamente inexistente en el país. La mayor parte de la oferta académica se centra en el trabajo periodístico.
- Los cursos académicos de educación formal son accesibles en poco más de 44 carreras de comunicación social en el país; sin embargo, la accesibilidad a los mismos se ve restringida para los periodistas que ejercen funciones fuera de las ciudades capitales del país. Existen ofertas académicas a distancia y en comunidades rurales que forman una gama amplia de estudiantes y líderes sociales en el campo de la Comunicación y el Periodismo.
- Hay instituciones y universidades que están promoviendo la capacitación de periodistas en valores democráticos.
- El derecho de afiliación de todos los trabajadores en general como medio de defensa para ejercer representación está contemplado en la CPE en su capítulo de los derechos sociales y económicos (Art. 51). Por otro lado, la legislación boliviana establece el derecho del personal mediático a sindicalizarse en el DS N° 20225, Estatuto Orgánico del Periodista de 1984 (Arts. 34 y 35).
- Existe Organizaciones de la Sociedad Civil que promueven activamente la libertad de expresión y el derecho a la información, a través de diversas actividades y de la participación en el debate y propuestas a las normativas relacionadas a la comunicación.
- Existen también varias instituciones privadas que en alianza con organizaciones sociales participan de la formación y el fortalecimiento de las capacidades de periodistas y comunicadores.

Categoría 5

- Existe un acceso relativo a TICs de los periodistas en las ciudades del eje central y mucho menor posibilidad de conexión digital en otras ciudades. Existen pocas oportunidades de capacitación específicamente para periodistas en el uso de TICs, aunque ha habido experiencias muy alentadoras.
- Los medios comunitarios en Bolivia cuentan con infraestructura insuficiente e instalaciones técnicas básicas y en muchos casos funcionan en condiciones muy precarias.
- En general no existen políticas estatales para asegurar el alcance geográfico de todos los medios de comunicación en el país.
- Existen algunas políticas estatales de uso y acceso a TICs en educación y administración pública. Sin embargo, en general, en el país los costos siguen siendo elevados y el acceso muy limitado.

Introducción

Bolivia es el segundo país latinoamericano en que fueron aplicados los Indicadores de Desarrollo Mediático (*IDM*) diseñados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (*UNESCO*).

El estudio efectuado a lo largo de un año buscó establecer las características del marco general en que se desenvuelven los medios informativos y los periodistas en el país, cotejándolas en lo que correspondía con los estándares internacionales vigentes sobre libertad de expresión y derecho a la información. El producto resultante es una “*fotografía*” del momento actual que ofrece una imagen balanceada de la situación a partir de la consulta de una pluralidad de fuentes personales, institucionales y documentales.

La información, los elementos de juicio y las recomendaciones reunidos en este documento —publicado ahora en forma resumida— brindan una aproximación meticulosa a los diferentes aspectos incluidos en los IDM, la cual no sólo constituye un testimonio del presente sino además una herramienta que hará posible, para los actores interesados de los medios, la sociedad, la política y la academia, tanto la evaluación de los hechos y procesos considerados como la eventual definición de lineamientos de acción futura.

Por encargo de la Consejería de Comunicación e Información para los Países Andinos de la UNESCO, a cargo de Rosa M. González, con sede en Quito, y el apoyo del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (*PIDC*), el Observatorio Nacional de Medios (*ONADEM*) de la Fundación UNIR Bolivia¹ llevó a cabo este trabajo entre el 15 de junio de 2011 y el 15 de junio de 2012.

Para ello se utilizó la propuesta metodológica aprobada en 2008 por el Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones de la UNESCO que comprende estas cinco categorías:

1. Un sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social.
2. Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad.
3. Los medios como plataforma para el discurso democrático.
4. Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad.
5. La capacidad infraestructural es suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas.

¹ La Fundación UNIR Bolivia es una organización no gubernamental privada sin fines de lucro constituida en 2005. Ver www.unirbolivia.org

Cada categoría está compuesta por un número de dimensiones y éstas, a su vez, incluyen un conjunto de indicadores y subindicadores.

El proceso

Para la ejecución del estudio, se invitó a representantes de 22 instituciones² de la sociedad civil, la academia y del gobierno para hacer parte del Grupo Consultivo que contribuyó con sugerencias al diseño metodológico inicial, en particular en lo relativo a la identificación de fuentes informativas, y que aportó con datos y opiniones sobre los temas concernidos en las categorías de los IDM e igualmente con comentarios y proposiciones respecto al contenido de los borradores elaborados³.

La investigación realizada aprovechó la base documental sobre instrumentos internacionales, normas nacionales de distinto rango (*desde disposiciones constitucionales hasta resoluciones municipales*) y códigos de ética periodística con que ya contaba el ONADEM, la cual fue complementada y actualizada gracias a la labor de recopilación y análisis de documentos, bibliografía, hemerografía y webgrafía que se llevó a cabo por cerca de ocho meses. Además, las consultoras del equipo entrevistaron a más de 80 informantes clave de diferentes zonas del país. Como parte de esa tarea, la Fundación UNIR Bolivia auspició un encuentro con la dirigencia nacional de la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia que se celebró en la ciudad de Cochabamba el 8 de diciembre de 2011.

Así mismo, resultaron de suma utilidad varios de los monitoreos de medios como las indagaciones sobre percepciones ciudadanas y de los propios periodistas que previamente había realizado el ONADEM, en particular las que en distintas ocasiones, entre 2007 y 2010, permitieron recoger criterios de los públicos y de los líderes sociales en las 10 principales ciudades bolivianas como también explorar las condiciones laborales en que se desenvuelven los trabajadores de la información.

Se presentaron dos informes de progreso (*15 de octubre de 2011 y 15 de febrero de 2012, respectivamente*) y el informe final (*15 de junio de 2012*).

El escenario de fondo

La aplicación de los IDM en Bolivia tuvo lugar en un contexto caracterizado por una situación relativamente tensa de las relaciones entre el gobierno, los medios privados y la mayoría de las organizaciones del gremio periodístico.

El origen de esta circunstancia se remonta al inicio del primer mandato del presidente Evo Morales, en enero de 2006, cuando esta autoridad comenzó a poner en duda el papel desempeñado por los principales medios privados y sus periodistas respecto tanto de su trayectoria político-sindical e imagen personal como de la gestión del Estado que empezaba en ese momento.

Las dificultades se incrementaron posteriormente debido, sobre todo, a tres tipos de razones: i) la aprobación de varias normas legales que buena parte del sector periodístico consideró que atentaban contra la vigencia de la libertad de expresión; ii) la prolongada confrontación político-regional que vivió el país con más énfasis en el período 2006-2009 y dentro de la cual los medios tomaron posiciones polarizadas así como grupos de la sociedad afines al oficialismo o la

² Se debe destacar especialmente las observaciones y propuestas efectuadas, tanto en los encuentros presenciales como por vía electrónica, por la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación, la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia, la Asociación Boliviana de Radiodifusoras, la Asociación Nacional de la Prensa, la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación, la Red Minera de Radio y Televisión, el Ministerio de Comunicación, la Red TIC Bolivia, la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia y el Consejo Nacional de Ética Periodística.

³ El Grupo se reunió en dos oportunidades en la ciudad de La Paz para intercambiar criterios: el 15 de agosto de 2011 y el 25 de mayo de 2012.

oposición protagonizaron diversas agresiones contra medios y periodistas, y iii) las reiteradas alusiones presidenciales críticas al periodismo, fundadas en unos casos y carentes de argumentos suficientes en otros.

En el primer caso, fueron al menos cuatro los momentos de conflictividad: la inclusión del deber de “*veracidad y responsabilidad*” para la información y la opinión mediáticas en el artículo 107 del nuevo texto constitucional (*febrero de 2009*); la prohibición a los medios de difundir información propia en relación a la elección de autoridades judiciales (*artículos 82 a 84 de la Ley del Régimen Electoral, julio de 2010*); la promulgación de la Ley contra el Racismo y toda Forma de Discriminación con dos artículos (*16 y 23*) cuestionados por abrir el riesgo de suspensión para los medios y endurecer la penalización de los delitos previstos en esa norma si fueran cometidos por periodistas (*septiembre de 2010*) y la obligación para la radio y la televisión de retransmitir todos los mensajes presidenciales que figuraba en el proyecto de Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información y la Comunicación y Servicio Postal, la cual sin embargo fue finalmente retirada en la versión aprobada de esa norma (*agosto de 2011*).

En todas esas oportunidades hubo marcados distanciamientos entre las autoridades gubernamentales y los dirigentes de los principales gremios empresariales, sindicales y académicos del periodismo, siendo el rechazo a los ya mencionados aspectos de la ley antidiscriminación el que concentró las mayores acciones de resistencia (*huelgas de hambre de periodistas, manifestaciones de protesta, publicación de primeras planas de diarios en blanco y una campaña nacional de recolección de firmas para apuntalar una iniciativa ciudadana que demandaba la eliminación de dichos artículos y que nunca fue considerada por el gobierno*).

En materia de agresiones, el seguimiento permanente efectuado por el ONADEM identificó un promedio de 10 sucesos mensuales entre octubre de 2007 y septiembre de 2011, lo cual también repercutió en el clima de alta sensibilidad y de recelo presente en los diferentes actores mediáticos bajo el que se ejecutó el estudio de los IDM.

Ese panorama se completó y complicó con los calificativos usados por el presidente Morales para referirse a los medios (“*adversarios*”) o a los periodistas (“*sólo el 10% son dignos*”) al igual que con su anuncio, en enero de 2010, de que se plantearía una ley que sustituya a la Ley de Imprenta de 1925 para que los medios “*no mientan*” y con la previa explicitación de este propósito en el programa de gobierno con que el partido oficialista —el Movimiento al Socialismo (MAS)— se postuló a las elecciones presidenciales de diciembre de 2009. La incertidumbre en torno a si dicha ley será creada o no persistió desde entonces y en medio de declaraciones contradictorias de diferentes fuentes oficiales (*el propio gobernante, el vicepresidente Álvaro García, algunos ministros y asambleístas*) que afirmaban que tal norma se encontraba en proceso de elaboración o en otras ocasiones que negaban tal hecho. A ello se sumó el planteamiento hecho por la mesa de “*Comunicación y revolución cultural*” del I Encuentro Plurinacional para Profundizar el Cambio celebrado en Cochabamba en diciembre de 2011 para que se elabore una ley de medios audiovisuales.

En relación con este último tema, mientras la ministra de Comunicación, Amanda Dávila, declaró tras su posesión el 23 de enero de 2012 que el gobierno redactará una ley de medios en el marco de la Constitución Política del Estado, el presidente Morales, tras reunirse con directivos de la Asociación Nacional de la Prensa, la Asociación Boliviana de Radiodifusoras, la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia y la Asociación de Periodistas de La Paz, sostuvo el 14 de febrero que se comprometía a no impulsar ninguna normativa que vaya a modificar la actual legislación sobre la comunicación y el periodismo.

Como un factor relevante del contexto se debe señalar a la constitucionalización del derecho a la comunicación y la información (*Art. 106 de la carta fundamental*), aunque su definición esté circunscrita al ámbito de los medios periodísticos y los gremios de este sector reivindiquen su componente “*informativo*” en desmedro del “*comunicacional*”.

El dilema autorregulación o regulación también atravesó este período dado que las organizaciones periodísticas avanzaron desde 2010 en la puesta en funcionamiento del Tribunal Nacional de Ética Periodística y del Tribunal de Ética de

la Asociación Nacional de la Prensa, mecanismos que coadyuvan a la supervisión del comportamiento responsable de medios y periodistas para con las fuentes informativas, los contenidos noticiosos y los derechos ciudadanos, pero que a la vez reflejan los desacuerdos existentes entre los gremios que por eso mismo tienen debilitada su capacidad de interlocución con el Estado y la sociedad.

Otro componente del escenario de fondo sobre el que se desarrolló la investigación de los IDM fue el proceso de potenciamiento del sistema de medios de propiedad del Estado, especialmente con la creación de la red de radioemisoras Patria Nueva y la publicación del diario oficial Cambio, primero en su género en el siglo veintiuno en Bolivia.

El mundo de los medios

Bolivia, con una población proyectada de 10 millones 800 mil habitantes para 2012, cuenta extraoficialmente con cerca de 60 impresos periódicos de publicación regular, casi 2 mil radioemisoras y medio millar de estaciones de televisión. De ese conjunto, los que pueden ser calificados como “grandes medios” son una docena de diarios privados, 7 redes televisivas (*una de ellas estatal*) y 4 redes de radio (*una estatal*). Esos medios principales concentran sus operaciones y su llegada en las tres ciudades del denominado “eje” boliviano: La Paz, Cochabamba y Santa Cruz, aunque las redes de radio y TV también cubren varias otras zonas del territorio nacional, sobre todo de área urbana.

Los medios se financian fundamentalmente por la publicidad comercial y la del gobierno, cuyos recursos son captados ante todo por las redes televisivas seguidas de los diarios más grandes y las redes radiofónicas.

De manera estimada se puede indicar que más del 80% del total de medios son de propiedad privada y coexisten con una minoría de medios comunitarios, sindicales, confesionales y estatales. Sin embargo, este cuadro deberá registrar modificaciones cuando se aplique la nueva distribución del espectro radioeléctrico establecida en la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información y la Comunicación y Servicio Postal que contempla un 33% para los privados, otro 33% para el Estado, 17% para los medios social-comunitarios y 17% para los medios indígenas. Esta redistribución de las frecuencias de radio y televisión, inicialmente prevista para el año 2017 —cuando vencen los plazos de concesión actualmente vigentes— anunciaba una futura articulación de conflictos que se dicipó con la ampliación de todas las licencias hasta el año 2019 mediante la promulgación de la Ley 829.

Los internautas alcanzan aproximadamente al 12% de la población nacional, lo que representa que el porcentaje de usuarios de Internet que se tenía hace una década (3%) se cuadruplicó.

Colofón

Con esos antecedentes, la Fundación UNIR Bolivia representada por su Director Ejecutivo, Antonio Aramayo, presenta a consideración de los lectores este informe-resumen sobre el estado de los Indicadores de Desarrollo Mediático en Bolivia que es de esperar sea asumido por los gestores de políticas públicas, las organizaciones del sector mediático, los académicos relacionados con este importantísimo campo y por la ciudadanía en general a fin de contribuir entre todos a fortalecer el sistema de medios del país en pro de una democracia en expansión, con plena vigencia del derecho a la información y la comunicación y asentada en el ejercicio de una ciudadanía intercultural informada, que son aún objetivos por alcanzar.

Categoría 1

**Un sistema regulador
conducente a la libertad
de expresión, el pluralismo
y la diversidad de los medios
de comunicación social**



Dimensión A: Marco Jurídico y Político

1.1 LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA

1.1.1 Ley nacional o garantía constitucional sobre la libertad de expresión

La Constitución Política del Estado de Bolivia (CPE) promulgada en febrero del 2009, garantiza los derechos civiles de bolivianos y bolivianas en su Art. 21, inciso 5⁴. Asimismo, en el capítulo VII de Comunicación Social garantiza la libertad de expresión (Art. 106, *parágrafo II*) al afirmar que *“el Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa”*.

La Ley de Imprenta vigente desde enero de 1925 se fundamenta principalmente en la libertad de expresión tanto para el periodista como para el lector. Dada la antigüedad de la norma, sólo se consideraba al lector ya que no existían medios audiovisuales en aquel entonces. Esta norma señala en su Art. 1º que *“todo hombre tiene el derecho de publicar sus pensamientos por prensa, sin previa censura, salvo las restricciones establecidas por la presente ley”*.

1.1.2 El país ha firmado y ratificado obligaciones pertinentes bajo los tratados, sin exenciones significativas

La CPE, en su capítulo sobre disposiciones generales establece, Art. 14, *parágrafo III*, que *“El Estado garantiza a todas las personas y colectividades, sin discriminación alguna, el libre y eficaz ejercicio de los derechos establecidos en esta Constitución, las leyes y los tratados internacionales de derechos humanos”*.

Bolivia emitió voto en la Declaración Universal de Derechos Humanos aprobada y proclamada por la Asamblea de Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948. Igualmente se garantiza la libertad de expresión en los siguientes instrumentos internacionales: la Convención Americana de Derechos Humanos (CADH), *“Pacto de San José”* de noviembre 1969, ratificada mediante DS N° 16575 del 13 de junio de 1979 y elevada al rango de ley por Ley N° 1430 del 11 de febrero de 1993.

Bolivia también ratificó el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos el 17 de mayo de 1982; la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial, el 13 de agosto de 1970; la Convención

⁴ Esa norma establece que los todos los ciudadanos pueden expresarse libremente y divulgar sus pensamientos e ideas por cualquier medio de comunicación oral, escrito o visual, individual o colectivamente.

de los Derechos del Niño, el 14 de mayo de 1990; la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, el 2 de junio de 1998; y la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, el 13 de septiembre de 2007.

1.1.3 El público está consciente de su derecho a la libertad de expresión y lo ejerce; hay herramientas y entidades que garantizan la aplicación concreta de este derecho

Tres estudios⁵ realizados por el Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de la Fundación UNIR Bolivia, constataron que en general, la libertad de expresión no es asumida como un derecho ciudadano sino como un derecho privativo de los periodistas y el periodismo.

La población aún no asume a cabalidad el derecho a la libertad de expresión porque posee sólo dos mecanismos formales para visibilizar sus opiniones: la militancia partidaria y el voto como garantía democrática.

Una parte de los periodistas señala que la libertad de expresión en Bolivia está en una etapa muy difícil desde el punto de vista de que la población debe ejercer la “autocensura” al no poder expresar libremente aquello que realmente está aconteciendo en el país. Otro grupo afirmó que el público en general está relativamente consciente de que puede expresarse y está perdiendo el miedo a hacerlo; sin embargo, añadió que aún existen limitaciones por razones de desconocimiento de tal derecho y probablemente por cierto temor a las consecuencias que pudieran afectar intereses particulares o públicos. Finalmente, hubo quienes negaron que la población en general esté plenamente consciente de su derecho a expresarse libremente y que es necesario trabajar más en la socialización de ese derecho, aclarando que no es un derecho exclusivo de los trabajadores de la prensa sino de la ciudadanía en general⁶.

Para el Director de la Fundación CONSTRUIR⁷, Ramiro Orías, el derecho a la libertad de expresión es quizás uno de los derechos más reconocidos por la sociedad civil en Bolivia; que se expresa de diversas maneras, desde el ámbito comunitario hasta manifestaciones de protesta social. Indicó, además, que si bien existen las garantías constitucionales sobre libertad de expresión en el país, las víctimas vulneradas en sus derechos acuden —generalmente— a instancias como el Defensor del Pueblo y a los gremios de los trabajadores de la prensa o incluso a los medios de comunicación social, lo cual demuestra que los recursos tutelares nacionales para hacer valer este derecho son escasamente utilizados por la población.

1.2 EL DERECHO A LA INFORMACIÓN SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA

1.2.1 Ley nacional o garantía constitucional sobre el derecho a la información

La CPE, en su capítulo séptimo sobre Comunicación Social, Art. 106, párrafo I, sin ser específica respecto del acceso a la información pública, sostiene: “El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información. Así-

⁵ Los estudios fueron 1) “Tu palabra sobre las noticias” (2444 encuestas en cada caso en Octubre, 2007 y Enero, 2008); 2) “Agenda Ciudadana—Elecciones 2009” (encuesta a la sociedad civil y periodistas de 10 ciudades entre Agosto y Septiembre, 2009), y 3) “Agenda Ciudadana sobre el Derecho a la Información y Comunicación” (850 encuestas entre Septiembre y Octubre, 2010). Además, se hizo entrevistas a 14 representantes de las federaciones de periodistas.

⁶ Sondeo realizado en diciembre de 2011.

⁷ Organización civil boliviana sin fines de lucro que desarrolla labores de investigación, educación, comunicación, deliberación, monitoreo e incidencia social, con la finalidad de promover procesos de participación ciudadana para fortalecer el acceso igualitario a la justicia para la protección de los derechos fundamentales. Trabaja fomentando el diálogo intercultural para la aplicación del pluralismo jurídico en el país, la promoción de los derechos indígenas, así como acciones de prevención de la violencia, especialmente hacia las mujeres y niños. Véase: <http://www.fundacionconstruir.org/index.php/>

mismo, en el Art. 21, inciso 6, garantiza los derechos de bolivianas y bolivianos a “Acceder a la información, interpretarla, analizarla y comunicarla libremente, de manera individual o colectiva”.

Los Arts. 241 y 242 respaldan al pueblo soberano por medio de la sociedad civil organizada para que ejerza control social en la gestión pública en todos los niveles del Estado, así como sobre las empresas e instituciones públicas, mixtas y privadas que administren recursos fiscales. Esta participación y control social implica generar un manejo transparente de la información y del uso de los recursos en todos los espacios de la gestión pública. La información solicitada por el control social no podrá denegarse, y será entregada de manera completa, veraz, adecuada y oportuna.

No obstante lo anterior, la información que tenga carácter reservado deberá ser guardada en secreto y no podrá ser comunicada por los servidores públicos y las servidoras públicas incluso después de haber cesado en sus funciones. El Art. 237 de la CPE, párrafo I, inciso 2, señala esta obligación y establece que el procedimiento de calificación estará previsto en la ley.

La obligatoriedad de publicación e información también está contemplada en la Ley Marco de Autonomías y Descentralización Andrés Ibáñez N° 031 del 19 de Julio de 2010. Su Art. 135, párrafo II, señala que “los órganos del nivel central del Estado deberán transparentar la información fiscal y cualquier otra, a excepción de aquella declarada confidencial por seguridad nacional según procedimiento establecido en norma expresa”. Al respecto, en criterio de la ANP, únicamente una ley específica, de manera clara y precisa, debería definir qué casos justifican la reserva por motivos de seguridad nacional.

Complementariamente, la transparencia en la gestión pública del Poder Ejecutivo está garantizada en el DS N° 28168 vigente desde mayo de 2005, cuyo Art. 1 dice: “El presente Decreto Supremo tiene por objeto garantizar el acceso a la información, como derecho fundamental de toda persona y la transparencia en la gestión del Poder Ejecutivo”. Se garantiza en el Art. 4 el derecho a la información: “Se reconoce el derecho de acceso a la información a todas las personas como un presupuesto fundamental para el ejercicio pleno de la ciudadanía y fortalecimiento de la democracia”.

Por lo mencionado previamente, hasta ahora el gobierno boliviano ha tomado una serie de medidas a través de las entidades gubernamentales para garantizar el derecho al acceso a la información pública. Sin embargo, todavía se tiene pendiente lograr que los servidores públicos garanticen plenamente este derecho en el contacto día a día con la población para lograr satisfacer las demandas crecientes de información.

1.2.2 El país ha firmado y ratificado obligaciones pertinentes bajo los tratados, sin exenciones significativas

La siguiente tabla muestra los tratados internacionales ratificados por Bolivia en materia de acceso a la información y aquellos que fueron elevados a rango de ley:

Tabla 1

Instrumento Internacional	Fecha de ratificación	Rango de Ley
Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre	2/06/1998	-
Declaración Universal de los Derechos Humanos	27/07/1993	-
Convención de los Derechos del Niño	14/05/1990	Ley N° 1152 14/05/1990

Instrumento Internacional	Fecha de ratificación	Rango de Ley
Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos	17/05/1982	Ley N° 2119 11/09/2000
Convención Americana sobre Derechos Humanos "Pacto de San José de Costa Rica"	20/06/1979	Ley N° 1430 11/02/1993

Fuente: Dirección General de Asuntos Jurídicos

Ministerio de Relaciones Exteriores del Estado Plurinacional de Bolivia (octubre, 2011)

1.2.3 El público está consciente de su derecho de acceder a la información oficial y lo ejerce

La aplicación de la "Agenda Ciudadana 2010"⁸ permitió identificar que el público boliviano está consciente de su derecho a acceder a la información oficial. Sin embargo, la población demanda una mayor y mejor información del Estado, en sus diferentes niveles (*gobierno central, gobernaciones, alcaldías o sub-alcaldías*); asimismo, requiere información de las empresas públicas o privadas que le proveen de servicios básicos (*telefonía, agua, energía eléctrica, salud y publicidad*) y pide ser escuchada por ellas

La "Agenda" señala que, en la percepción ciudadana, la información es un proceso unidireccional relacionado directamente con los medios de difusión: éstos son los que generan información y sin ellos no existe. La información, vista como herramienta de poder, es controlada por todos quienes ejercen el poder, incluidos los medios, según afirmación de los entrevistados. Algunas personas no identificaron la diferencia entre comunicación e información. Entendieron a la información como la noticia difundida por los periodistas a través de medios como la televisión o la radio. Asimismo, indica que la sociedad está habituada a que la información sea aquella que recibe a través de los medios; la información, para los entrevistados, es novedad, es noticia, es lo último. Estas percepciones de la ciudadanía muestran que el derecho de acceder a la información aún no es un derecho asumido total y conscientemente por la población.

1.2.4 Las entidades públicas publican la información proactivamente y ante solicitud

La publicación proactiva de la información por parte de las entidades públicas y la respuesta ante solicitudes de información de la ciudadanía está respaldada en la CPE como en Decretos Supremos vigentes (*Véase subindicador 1.2.1*).

En sondeo realizado para este estudio, se identificó un total de 203 entidades públicas, incluyendo a Ministerios, Viceministerios, Órgano Judicial y Legislativo. De este número, 196 cuentan con páginas electrónicas. Los 20 Ministerios⁹ de Bolivia cuentan con un mecanismo para solicitar información en sus respectivas páginas electrónicas; este mecanismo consiste en formularios en línea a ser llenados para solicitar información sobre el ministerio y que deben ser respondidos por la oficina de transparencia de cada ministerio¹⁰. Un total de 144 entidades difunden algún tipo de publicación como memorias e informes institucionales, boletines, revistas o cartillas informativas, proyectos de planificación y gestión, informes de la unidad de transparencia y notas de prensa.

⁸ Mejía y Murillo, 2011:59. Este estudio consistió en una encuesta combinada con grupos focales y entrevistas en 10 ciudades: La Paz, El Alto, Cobija, Tarija, Santa Cruz, Potosí, Oruro, Trinidad, Sucre y Cochabamba (*de June a Agosto, 2010*). ONADEM de la Fundación UNIR Bolivia planificó esta agenda para rescatar la voz de la ciudadanía sobre asuntos públicos y su percepción sobre el periodismo boliviano.

⁹ Véase: <http://www.mingobierno.gob.bo/enlaces.php> En este sitio web oficial aún no figura el Ministerio de Comunicación creado bajo DS N° 0793 (15/02/2011).

¹⁰ Actualmente, no existe un reporte oficial de este mecanismo.

Fueron identificadas 48 entidades que cuentan con un mecanismo dedicado a brindar información, que pueden ser unidades o direcciones de comunicación, oficinas de defensa del consumidor, jefaturas de prensa y, en el caso de las autoridades de regularización y fiscalización, unidades de transparencia institucional.

1.2.5 Mecanismo eficaz y eficiente de apelaciones mediante una entidad administrativa independiente, por ejemplo un comisionado de información o defensor del pueblo¹¹

Aunque no es una entidad administrativa independiente, el Ministerio de Transparencia Institucional y Lucha Contra la Corrupción, y los Viceministerios del ramo, cuenta con un mecanismo garante del derecho a la información a través del llenado de un formulario de denuncia por Internet en el sitio web del Ministerio o por escrito a sus oficinas. Los servidores públicos de esta entidad se rigen a través de Reglamento Interno para atender y responder a las denuncias y/o apelaciones de la ciudadanía. En general, los Ministerios de Bolivia disponen de una unidad de transparencia que recibe denuncias y/o reclamos de la ciudadanía, mandato instituido a partir de la creación del Ministerio de Transparencia Institucional y Lucha Contra la Corrupción¹² (véase subindicador 1.2.1).

1.2.6 Cualquier restricción para proteger la privacidad personal se define con precisión para excluir la información con relación a la cual no existe ningún interés público justificable

La CPE en la sección I de los Derechos Civiles, en su Art. 21, inciso 2, señala los derechos de las bolivianas y bolivianos "A la privacidad, intimidad, honra, honor, propia imagen y dignidad." Por otra parte, el Art. 131, parágrafo I, establece que "La Acción de Protección de Privacidad tendrá lugar de acuerdo con el procedimiento previsto para la acción de Amparo Constitucional". Y en el parágrafo II prevé que "Si el tribunal o juez competente declara procedente la acción, ordenará la revelación, eliminación o rectificación de los datos cuyo registro fue impugnado".

La Ley del Anonimato de diciembre de 1944, establece en el Art. 1 "Desde la fecha, en todas las publicaciones que traten de la cosa pública o del interés privado de las personas, queda absolutamente prohibido el anonimato". Igualmente, en lo que respecta a los medios de comunicación, el Art. 3 señala que el autor deberá necesariamente firmar al pie del escrito y que la responsabilidad es para el director, en el caso de diario o periódico, y si se trata de otro género de publicaciones, la responsabilidad será para el editor. Sin embargo, estas disposiciones no tienen una aplicación estricta por cuanto la gran mayoría de las informaciones periodísticas en los diferentes medios son publicadas, incluidas las que circulan en Internet, sin firma del redactor responsable.

El derecho a la intimidad está señalado en el Código Civil Boliviano de agosto de 1975. En su Art. 18 establece que "Nadie puede perturbar ni divulgar la vida íntima de una persona. Se tendrá en cuenta la condición de ella. Se salva los casos previstos por la ley".

¹¹ El Defensor del Pueblo es una entidad independiente que no recibe instrucciones de autoridades públicas y debe trabajar por el fortalecimiento y cumplimiento de los derechos individuales y colectivos establecidos por la CPE y la Ley. Ver: <http://www.defensoria.gob.bo/>.

¹² DS N° 29894 Organización del Órgano Ejecutivo (07/02/2009).

1.3 LA INDEPENDENCIA EDITORIAL SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA

1.3.1 Los medios no tienen la obligación de asignar tiempo al aire, ni de realizar transmisiones específicas por parte del gobierno (aparte del acceso obligatorio para las transmisiones políticas durante las elecciones)

El Art. 59 de la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación¹³ N° 164 de agosto de 2011, señala las obligaciones de los operadores y proveedores para proveer de manera gratuita servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación (TIC) en casos de emergencia que sean determinados por la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT). De igual manera, el Art. 16 hace referencia al cumplimiento de las instrucciones y planes que fueran emitidos en situaciones de emergencia y seguridad del Estado.

Aparte de ello, sólo el Art. 112 de esa misma ley, referido a los mensajes presidenciales oficiales, establece que *“Los operadores de radiodifusión de señales de audio y video (radio y televisión abierta) y distribución de señales de audio y video, están obligados a realizar dos transmisiones en cadena al año, sin pago alguno, de los mensajes oficiales de la Presidenta o Presidente del Estado Plurinacional dirigidos a todas las personas del país”*.

1.3.2 El Gobierno, los órganos reguladores o intereses comerciales no influyen ni buscan influir en el contenido editorial de los medios periodísticos

Para el caso del ejercicio periodístico, en la encuesta sobre condiciones laborales realizada por el ONADEM el año 2007¹⁴ a 764 periodistas en relación a las presiones externas e internas para desarrollar su trabajo, se concluyó que una característica general entre los encuestados (70% aproximadamente) es que *“no se sienten presionados”* por su medio para realizar la cobertura de determinado hecho. Sin embargo, 22% de los encuestados dijo que su jefe les pedía cambiar el contenido de la noticia (*o el enfoque*) a pesar de que se encontraba correctamente elaborada; 17% dijo que alguna vez le habían pedido no consultar determinada fuente y 82% respondió que no le habían pedido traer una respuesta determinada. En un promedio general, se advierte que sólo el 9% dice que sí le pidieron traer una respuesta predeterminada; otro 9% no respondió¹⁵.

1.3.3. La Ley impide que los actores estatales tomen el control de los medios en una emergencia

La ley de telecomunicaciones indica claramente los casos de emergencia y seguridad del Estado en que los medios estarían obligados a difundir los mensajes de actores estatales, lo que no significaría la toma de control de los mismos (Art. 111).

A la fecha no ha existido ningún caso en Bolivia en que los actores estatales hayan tomado el control de los medios en una emergencia.

¹³ Para fines de este estudio, en adelante se la citará como *“ley de telecomunicaciones”*.

¹⁴ Hurtado, 2009: 195-200. Este estudio encuestó a 764 periodistas sobre sus condiciones de trabajo en La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz en 2007. La muestra representó el 78% de todos los periodistas que cubren las noticias diariamente en las cuatro ciudades.

¹⁵ Un tercio de los periodistas encuestados dijeron sentirse condicionados por sus jefes sobre la forma de reportar las noticias al público. Los editores en jefe y los jefes de información son los responsables de establecer estos condicionamientos. En resumen, los periodistas trabajan bajo condiciones que afectan sus logros y la percepción sobre su trabajo (Hurtado, 2009: 199).

1.4 EL DERECHO DE PERIODISTAS A PROTEGER SUS FUENTES SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA

1.4.1 Las/los periodistas pueden proteger la confidencialidad de sus fuentes sin temor de enjuiciamiento ni hostigamiento

La protección de privacidad está amparada en el Art. 130, parágrafo II, de la CPE que señala: *“La Acción de Protección de Privacidad no procederá para levantar el secreto en materia de prensa”*.

La Ley de Imprenta precisa en su Art. 8 que *“el secreto en materia de imprenta es inviolable”*. El Art. 9 de esta norma señala que *“El editor o impresor que revela a una autoridad política o a un particular el secreto anónimo, sin requerimiento del Juez competente, es responsable, como delincuente, contra la fe pública, conforme al Código Penal”*. En criterio de los periodistas, el alcance de esta disposición, dado que no existe otra que se refiera a los medios que no son impresos, es aplicable a todos los tipos de medios que impliquen una labor periodística.

El DS N° 20225 del Estatuto Orgánico del Periodista establece como derecho del periodista, en su Art. 11, que *“Las fuentes u orígenes de las informaciones deben ser guardadas en reserva, dentro de un estricto secreto profesional, el cual no puede ser revelado, salvo orden del tribunal competente y la aplicación del artículo 1° de la Ley de Imprenta de 19 de enero de 1925”*.

1.5 EL PÚBLICO Y LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL (OSC) PARTICIPAN DE LA FORMULACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE RIGEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1.5.1 El Estado crea oportunidades genuinas para la consulta con actores/as no estatales sobre la legislación y las políticas públicas sobre los medios de comunicación social

La CPE establece en el Art. 241 sobre participación y control social, parágrafo I, que *“El pueblo soberano, por medio de la sociedad civil organizada, participará en el diseño de las políticas públicas”*, y en el parágrafo VI que *“Las entidades del Estado generarán espacios de participación y control social por parte de la sociedad”*¹⁶.

No obstante, cabe hacer notar que en la propuesta de reglamento a la ley de telecomunicaciones del 18 de enero de 2012, no se ha incluido mayor detalle respecto a la participación y control social en telecomunicaciones y TICs mencionados en los Arts. 7 y 110 de la ley del sector.

Respecto a esa participación en la definición de políticas, en una entrevista personal el secretario general de la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia, Iván Rodríguez, sostuvo: *“Cuando se estaba haciendo el tratamiento de la ley contra el racismo y toda forma de discriminación, insistimos en que se nos escuche y se tome en cuenta el punto de vista nuestro. Enviamos nuestros aportes en la elaboración de esta ley y simple y sencillamente no fueron tomados en cuenta y se aprobó esa ley con la incorporación del artículo 16, que coarta la libertad de expresión no sólo para los periodistas sino para el país en su conjunto, y la del artículo 23 que penaliza la labor de prensa”*.

A su vez, Mario Maldonado, del Consejo Nacional de Ética Periodística, afirmó: *“Que yo sepa, muy raras veces se ha hecho la consulta y no creo que últimamente haya podido llegarse a un buen puerto. Tal es así que esa falta de consulta*

¹⁶ Asimismo, en el Art. 242, inciso 1, señala que la participación social implica además *“Participar en la formulación de las políticas de Estado”*.

con las organizaciones que tienen que ver con la comunicación social es la que ha derivado en tantos problemas, porque las disposiciones son autoritarias, como la ley de la discriminación”.

Dimensión B: Sistema para Regular los Medios Difusivos

1.6 LA INDEPENDENCIA DEL SISTEMA REGULADOR SE GARANTIZA EN LAS LEYES Y SE RESPETA EN LA PRÁCTICA

1.6.1 Garantías legislativas explícitas de la autonomía e independencia de la interferencia partidista o comercial

La ATT es un órgano que hace parte de la estructura estatal y que no está vinculado a intereses comerciales. Está bajo tuición del Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda, por lo cual el órgano regulador no es independiente de los intereses oficiales.

1.6.2 Garantías legislativas de la independencia del órgano regulador

No se tiene la garantía legislativa de la independencia del órgano regulador respecto del Estado.

1.6.3 Atribuciones y responsabilidades del órgano regulador establecidas claramente en la ley

Las atribuciones y responsabilidades del órgano regulador están establecidas detalladamente en el Art. 7, parágrafo I, de la ley de telecomunicaciones referido al alcance competencial en telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación. Las atribuciones y responsabilidades incluyen formular, aprobar y ejecutar políticas y planes del sector para garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de las bolivianas y los bolivianos, para promover y negociar tratados y convenios internacionales del sector y para promover la accesibilidad a las redes de información y comunicación.

1.6.4 Los integrantes del órgano regulador son elegidos mediante un proceso transparente y democrático diseñado para minimizar el riesgo de la interferencia partidista o comercial (por ejemplo, con reglas establecidas sobre la incompatibilidad y elegibilidad)

El DS N° 0071 de Creación de las Autoridades de Fiscalización y Control Social dispone en sus Arts. 7 y 14 que el Director Ejecutivo del órgano regulador (ATT) será designado por el Presidente del Estado Plurinacional mediante Resolución Suprema.

La ATT cuenta en su estructura organizativa con un Consejo integrado por Ministro de Obras Públicas, Servicios y Vivienda o su representante, en calidad de Presidente del Consejo; Viceministro de Telecomunicaciones; Viceministro de Transportes y dos representantes de organizaciones sociales y/o usuarios.

Se colige, pues, que la elección de los miembros del Consejo por la vía democrática no es una condición en este caso, aunque sí se cuenta con salvaguardas para evitar las interferencias comerciales en las decisiones.

1.6.5 Se garantiza un financiamiento adecuado y consistente para el órgano regulador mediante disposición legal para salvaguardar su independencia y/o protegerlo de las presiones presupuestarias coercitivas

Dada la estructura en que la ATT se halla inserta, bajo tuición del Órgano Ejecutivo, no es dable hablar de que el financiamiento del que dispone salvaguarde su independencia, salvo respecto de los actores empresariales privados.

1.7 EL SISTEMA REGULATORIO FUNCIONA PARA ASEGURAR EL PLURALISMO DE LOS MEDIOS Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN

1.7.1. El órgano regulador tiene la obligación formal de rendir cuentas al público

Aunque este punto no señala de manera explícita los mecanismos de rendición de cuentas, en mandato constitucional del Art. 235 se establece la obligación de los funcionarios públicos de *“rendir cuentas sobre las responsabilidades económicas, políticas, técnicas y administrativas en el ejercicio de la función pública”*¹⁷. Otro instrumento legal con rango de Decreto Supremo que se vincula con la rendición de cuentas al público se refiere a la gestión pública del Poder Ejecutivo (*DS N° 28168 de mayo, 2005*).

1.7.2. El órgano regulador tiene la competencia para asegurar que el sector de radio y televisión funcione de manera justa, pluralista y eficiente y se empodera mediante la ley para promover la justicia, la libertad de expresión, de criterios y de propiedad, la programación de servicio público y la accesibilidad de los servicios difusivos para el público en general

El órgano regulador, ATT, tiene la competencia para asegurar el funcionamiento del sector de radio y televisión. La misma está descrita en el DS N° 0071 de Creación de las Autoridades de Fiscalización y Control Social. El Art. 3, párrafo II, establece el objetivo de creación de las Autoridades para asegurar que: *“a) se garanticen los intereses y derechos de los consumidores y usuarios, promoviendo la economía plural prevista en la Constitución Política del Estado-CPE y las leyes en forma efectiva”*.

Dimensión C: Leyes Sobre Difamación y Otras Restricciones Legales Sobre Periodistas

1.8 EL ESTADO NO COLOCA RESTRICCIONES JURÍDICAS INNECESARIAS SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1.8.1 No hay disposiciones legislativas que dicten quiénes pueden ejercer el periodismo o requieran que los periodistas tengan licencia o registro

El DS N° 11246 de Profesionalización del Periodista de 1973 (*decreto de profesionalización del periodista*), estableció por primera vez la profesionalización de los periodistas titulados y las normas y requisitos para acceder a la titulación excepcional por antigüedad. En esta norma se creó el Registro Nacional del Periodista a cargo del Ministerio de Educación y Cultura, en el que debían registrarse los títulos de los periodistas para la entrega de un carnet único de periodistas por parte de la FTPB. El Estatuto Orgánico del Periodista, aprobado mediante DS N° 20225 en 1984, por su parte, establece en su Art. 27 la obligatoriedad de tener título profesional para trabajar en el área periodística.

¹⁷ La ley de telecomunicaciones indica en su Art. 110 que *“La participación y control social se regirá por lo establecido en la Constitución Política del Estado y la Ley vinculada a su ejercicio, sin perjuicio de la aplicación de otros mecanismos de rendición de cuentas, fiscalización y control”*.

Actualmente, en Bolivia, no todos los periodistas son titulados. Existen muchos periodistas considerados “empíricos” y algunos titulados universitarios de áreas distintas al Periodismo o la Comunicación que ejercen la función periodística. Esto significa que ni la profesionalización ni el registro profesional son, en la práctica, requisitos sine qua non de la actividad periodística en el país y que, por tanto, los medios se encuentran en libertad de contratar al personal que consideren adecuado, así como de otorgarle la acreditación correspondiente.

1.8.2 Procedimientos justos y de ejecución transparente de acreditación para la cobertura de las funciones y entidades oficiales

En función de las entrevistas realizadas a 11 representantes de organizaciones periodísticas sindicales del interior del país, se puede afirmar que en las otras ciudades no existe un procedimiento determinado para acceder a la información de entidades oficiales. Los periodistas entrevistados indicaron que pueden acceder, sin dificultad, a esas instituciones simplemente presentando las credenciales otorgadas por los medios en que trabajan.

Sin embargo, los representantes de gremios periodísticos señalaron que no siempre se les proporciona toda la información que solicitan, sobre todo cuando se trata del manejo económico de los recursos u otros temas sensibles a las autoridades.

1.9 LAS LEYES SOBRE LA DIFAMACIÓN IMPONEN LAS RESTRICCIONES MÍNIMAS QUE SEAN NECESARIAS PARA PROTEGER EL BUEN NOMBRE DE LOS INDIVIDUOS

1.9.1 Las leyes contra la difamación no inhiben el debate público sobre las actuaciones de los funcionarios/as ni las entidades oficiales

La figura del delito sobre difamación se encuentra tipificada en el Código Penal (Art. 282), en tanto que la figura de desacato, que estaba prevista en el artículo 162 de esa norma e inhibía el debate público sobre temas relacionados con la gestión de las instituciones y los funcionarios públicos fue eliminada por el Tribunal Constitucional el 24 de octubre de 2012.

1.9.2 Las leyes contra la difamación disponen suficientes defensas legales; por ejemplo, que la aseveración cuestionada fue una opinión, antes que una afirmación sobre los hechos; que la publicación o difusión de la aseveración cuestionada fue razonable o convenía al interés público, o que ocurrió durante una transmisión en vivo y/o ante un tribunal o entidad electa

La Ley de Imprenta establece en su Art. 14 que “nadie puede ser admitido a probar la verdad de hechos difamatorios, sino contra los funcionarios públicos o gerentes de sociedad anónima o en comandita por acciones sobre imputaciones relativas al ejercicio de sus funciones”, mientras que el Art. 27 de la misma norma indica que “los delitos de calumnia e injuria contra los particulares quedan sujetos a la penalidad del Código y su juzgamiento pertenece a tribunales ordinarios, a no ser que el ofendido quiera hacer valer su acción ante el jurado”.

Por otro lado, el Art. 286 de Excepción de verdad del Código Penal determina que el autor de difamación y calumnia no será punible si las imputaciones consistieren en afirmaciones verdaderas, pero el acusado sólo podrá probar la verdad de la imputación cuando se trate de ofensas dirigidas a un funcionario público y con referencia a sus funciones.

El Art. 289 del mismo Código establece que “el sindicado de un delito contra el honor quedará exento de pena, si se retractare antes o a tiempo de prestar su indagatoria”.

1.9.3 Las leyes contra la difamación disponen un régimen de recursos que permiten respuestas proporcionales a la publicación o difusión de afirmaciones difamatorias

Ninguna norma establece las características de las respuestas en relación a los delitos de difamación; sin embargo, la CPE reconoce en su Art. 106, parágrafo II, el derecho a la rectificación y a la réplica: *“El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa”*.

1.9.4 Se define el ámbito de las leyes contra la difamación con la mayor precisión posible, incluyendo quiénes pueden entablar juicio

El Código Penal en su Art. 285 establece que el que propalare o reprodujere por cualquier medio los hechos a los que se refieren los artículos 282 (*difamación*) y 283 (*calumnia*) será sancionado como autor de los mismos. El Art. 28 de la Ley de Imprenta indica en su parágrafo segundo que *“los funcionarios públicos, que fuesen atacados por la prensa en calidad de tales, sólo podrán quejarse ante el Jurado. Mas, si a título de combatir actos de los funcionarios públicos, se les injuriase, difamase o calumniase personalmente, podrán éstos querellarse ante los tribunales ordinarios”*.

La misma ley, en su Art. 31, precisa que *“la acción penal por delitos y faltas de Imprenta corresponde al Ministerio Público. La denuncia a cualquier individuo”*, mientras que en su Art. 32 determina que la *“querrela por delitos personales sólo compete al ofendido con la que quedará cubierta la penalidad”*.

1.9.5 Las demandas por difamación no pueden ser planteadas por entidades públicas, sean legislativas, ejecutivas o judiciales

En el Código Penal no se establece nada respecto a este punto; sin embargo, tal como se mencionó en el anterior subindicador, la Ley de Imprenta determina en su Art. 28 que los funcionarios públicos atacados por la prensa en calidad de tales, podrán quejarse sólo ante el Jurado de Imprenta, pero *“si a título de combatir actos de los funcionarios públicos”* fueran injuriados, difamados o calumniados personalmente, podrán querellarse ante los tribunales ordinarios.

1.9.6 El cargo de la prueba corresponde al demandante en los casos sobre las actuaciones de los funcionarios públicos/as y otros asuntos de interés público

Como se indicó anteriormente respecto a las defensas legales en relación al delito de difamación (véase subindicador 1.9.2), la Ley de Imprenta en su Art. 14 establece que *“nadie puede ser admitido a probar la verdad de hechos difamatorios, sino contra los funcionarios públicos o gerentes de sociedad anónima o en comandita por acciones sobre imputaciones relativas al ejercicio de sus funciones”*. El mismo artículo indica que *“la prueba de los hechos imputados pone al autor al abrigo de toda pena, sin perjuicio de la que corresponde por la injuria que no fuere necesariamente dependiente de los mismos hechos”*.

Por otro lado, en el Art. 286 del Código Penal (véase subindicador 1.9.2) se indica que el autor de difamación y calumnia no será punible si las imputaciones *“consistieren en afirmaciones verdaderas”*, pero el acusado sólo podrá probar la verdad de la imputación cuando se trate de ofensas dirigidas a un funcionario público y con referencia a sus funciones y cuando el querellante pidiera la prueba de la imputación, siempre que dicha prueba no afecte derechos o secretos de una tercera persona.

1.9.7 Hay una fecha razonable de vencimiento después de la cual las partes demandantes ya no pueden entablar juicio por una supuesta difamación

La Ley de Imprenta en su Art. 20 fija que *“la acción penal se prescribe en 4 meses, corridos desde el día de la publicación del impreso; y en los clandestinos, desde que hubiesen llegado a conocimiento de la autoridad. Si el ofendido estuviere fuera de la República, el término correrá desde su regreso a ella”*.

Por su parte, el Código Penal establece en su Art. 101 que la potestad para ejercer la acción prescribe: a. En ocho (8) años, para los delitos que tengan señalada una pena privativa de libertad de seis (6) o más de seis (6) años; b. En cinco (5) años, para los que tengan señaladas penas privativas de libertad menores de seis (6) y mayores de dos (2) años; c. En tres (3) años para los demás delitos.

1.10 OTRAS RESTRICCIONES SOBRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN, SEAN BASADAS EN LEYES SOBRE LA SEGURIDAD NACIONAL, LA EXPRESIÓN DEL ODIOS, LA PRIVACIDAD, EL DESACATO O A LA OBSCENIDAD, DEBEN DEFINIRSE CLARA Y PRECISAMENTE EN LAS LEGISLACIONES, Y DEBEN SER JUSTIFICABLES COMO CONDICIONES NECESARIAS PARA LA SOCIEDAD DEMOCRÁTICA, DE CONFORMIDAD CON EL DERECHO INTERNACIONAL

1.10.1 La seguridad nacional y otras leyes restrictivas no inhiben el debate público sobre los temas de preocupación pública

El Art. 11 de la Ley de Imprenta establece que *“se delinque contra la sociedad, en los [escritos] que comprometan la existencia o la integridad de la Nación, o expongan a una guerra extranjera, o tiendan a trastornar la tranquilidad y el orden público, o inciten o sostengan conmociones o desobediencias a las leyes o a las autoridades, o provoquen la perpetración de algún delito, o sean obscenos o inmorales”*. El Art. 12 de la misma ley aclara, como se indicó anteriormente, que *“no se comete delito, cuando se manifiestan los defectos de la Constitución o de los actos legislativos, administrativos o judiciales, con el objeto de hacer conocer sus errores o la necesidad de su reforma, siempre que no contengan ofensas de otro género”*.

La ley antidiscriminación de 8 de octubre de 2010 incluye un artículo que debido a su imprecisión puede conducir a una aplicación discrecional de la norma y convertirse en un factor restrictivo de la libertad de expresión de carácter innecesario. Dice textualmente lo siguiente: El medio de comunicación que autorizare y publicare ideas racistas y discriminatorias será pasible de sanciones económicas y de suspensión de licencia de funcionamiento, sujeto a reglamentación (art. 16).

Sin embargo, ese nivel de ambigüedad fue parcialmente mejorado en el reglamento de la citada ley: (...) se consideran faltas de los medios de comunicación, cualquiera sea su naturaleza, la autorización de la difusión y publicación de ideas racistas y discriminatorias, que se traducen en las siguientes: 1. Expresiones deliberadas y sistemáticas, consistentes en manifestaciones verbales o escritas, con el propósito de dañar la dignidad de determinada persona o grupo por motivos racistas o discriminatorios. 2. Difusión sistemática de mensajes con contenidos racistas o discriminatorios, en propagandas, espacios pagados, avisos solicitados y publicidad, que inciten al odio, desprecio, violencia o persecución de una determinada persona o grupos de personas. 3. Defensa o elogio de los actos de racismo o discriminación con el fin de justificar el odio, la violencia o la persecución de determinada persona o grupo. (Art. 16)

El Art. 82 de la Ley del Régimen Electoral referido a las elecciones para cargos judiciales, reformado en mayo de 2011, inhibe el debate público, pues determina en su parágrafo I que: (...) las y los postulantes, desde el momento de su postulación, bajo sanción de inhabilitación, están prohibidos de: a) Efectuar directa o indirectamente cualquier forma de campaña o propaganda relativa a su postulación, en medios de comunicación radiales, televisivos, escritos o espacios públicos; b) Emitir opinión a su favor, o a favor o en contra de otros postulantes, en medios de comunicación radiales,

televisivos, escritos o espacios públicos; c) Dirigir o conducir programas radiales o televisivos, o mantener espacios informativos o de opinión en medios escritos”.

El párrafo II del mismo artículo prohíbe explícitamente la generación de espacios de opinión sobre un tema de interés público, como lo son las elecciones de autoridades judiciales y sus candidatos, de la siguiente manera: A partir de la convocatoria, los medios de comunicación, bajo sanción y sin perjuicio de su responsabilidad penal, están prohibidos de: “(...) c. *Generar espacios de opinión de ninguna índole sobre los postulantes. d. Dar espacios de opinión, conducción o participación en programas a cualquier postulante*”.

1.10.2 Las restricciones se definen con precisión en la legislación; es decir, que no están sujetas a la discrecionalidad ejecutiva

La Ley de Imprenta, en su Art. 10, determina los escritos que delinquen contra la Constitución y contra la sociedad, mientras que el Art. 12 de la misma norma aclara que *“no se comete delito, cuando se manifiestan los defectos de la Constitución o de los actos legislativos, administrativos o judiciales, con el objeto de hacer conocer sus errores o la necesidad de su reforma, siempre que no contengan ofensas de otro género”* (véase subindicador 1.10.1).

El Art. 162 del Código Penal establece que *“el que por cualquier medio calumniare, injuriare o difamare a un funcionario público en ejercicio de sus funciones o a causa de ellas, será sancionado con privación de libertad de un mes a dos años”*. Señala además que *“si los actos anteriores fueren dirigidos contra el Presidente o Vicepresidente de la República, Ministros de Estado o de la Corte Suprema o de un miembro del Congreso, la sanción será agravada en la mitad”*.

Dimensión D: Censura

1.11 LOS MEDIOS NO SE SOMETEN A LA CENSURA PREVIA NI POR EXIGENCIA LEGAL NI EN LA PRÁCTICA.

1.11.1 El contenido difundido o impreso no está sujeto a censura previa, ni del Gobierno ni de órganos reguladores

Como ya se ha indicado anteriormente, la CPE garantiza en su Art. 106 a las bolivianas y los bolivianos *“el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa”*.

La Ley de Imprenta por su parte, en su Art. 1 establece que todo hombre *“tiene el derecho de publicar sus pensamientos por la prensa, sin previa censura, salvo las restricciones establecidas por la presente ley”*.

1.11.2 Se aplican las sanciones por el incumplimiento de las reglas relacionadas con el contenido únicamente después de que el material se haya difundido o publicado

En cumplimiento con lo establecido en el Art. 13 del Pacto de San José de la CADH, en Bolivia las sanciones por el incumplimiento de las reglas relacionadas con el contenido se aplican después de que el material ha sido difundido o publicado.

1.11.3 Los medios audiovisuales e impresos no tienen ninguna obligación de registrarse ni obtener permiso de una entidad pública

La ATT es la encargada de otorgar licencias para emisoras de radio y televisión

La ley electoral en su Art. 117, parágrafo I, determina que *“los medios de comunicación de alcance nacional que deseen habilitarse para difundir propaganda electoral pagada en un proceso electoral, referendo o revocatoria de mandato deben registrarse ante el Tribunal Supremo Electoral”* a los efectos de detallar las tarifas para la contratación de tiempos electorales.

1.11.4 Los medios audiovisuales e impresos no son susceptibles del cierre ni de la amenaza del cierre por su contenido

La Ley de Imprenta garantiza en su Art. 64 que en ningún caso podrá decretarse la clausura de una imprenta. Como se ha indicado anteriormente (*véase subindicadores 1.10.1 y 1.10.2*) la ley contra la discriminación establece, en su Art. 16, sanciones económicas y de suspensión de licencia de funcionamiento al medio de comunicación que autorice y publique ideas racistas y discriminatorias.

1.11.5 No hay restricciones explícitas ni ocultas al acceso al papel periódico, a las redes de distribución o las casas editoriales

No existen restricciones explícitas al acceso al papel periódico en las normas bolivianas. De acuerdo a las declaraciones del presidente de la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia (ANPB), Ronald Grebe, en Bolivia, a diferencia de otros países, no existen problemas para la compra de papel periódico.

1.11.6 Las multas de las infracciones de las reglas no son excesivas ni fuera de proporción, lo que funcionaría como una forma de censura

En general, las multas establecidas no resultan excesivas para las redes y medios privados grandes; sin embargo, sí lo son para los medios pequeños, que son la mayoría.

Las multas establecidas en la legislación boliviana para los medios audiovisuales e impresos llegan hasta los Bs 40.750 (*aproximadamente 5.950 dólares*), equivalentes a 50 salarios mínimos nacionales de 2012 establecidos en el reglamento de la Ley del Régimen Electoral para personas colectivas, organizaciones sociales, colegiadas o políticas.

La Ley de Imprenta establece en su Art. 15 que *“Las penas por delitos cuyo conocimiento corresponda exclusivamente al Jurado, son pecuniarias, y en ningún caso pueden exceder de 400 bolivianos”* mientras que el Art. 19 dice que *“Las faltas de Imprenta se castigarán con una multa que no exceda de 170 bolivianos”*. La misma norma en su Art. 5 señala que *“La clandestinidad de un establecimiento de impresión o de una publicación, será penada con una multa de 200 a 500 bolivianos, que se aplicará a los propietarios, administradores o editores”*¹⁸.

El reglamento de la ley contra la discriminación establece en su Art. 17 sanciones de tercer grado de hasta 360 días de multa, equivalentes a Bs. 9.777 aproximadamente (*unos 1.437 dólares*), y la inhabilitación temporal de funcionamiento

¹⁸ No se han establecido las equivalencias de los montos determinados en las multas de la Ley de Imprenta, ya que dichas sumas serían inaplicables a la fecha debido a que su valor corresponde al año en el que fue promulgada la ley (1925).

de 150 a 360 días calendario. El Art. 18 del mismo reglamento dice además que *“la aplicación de sanciones no exime a los medios de comunicación de la responsabilidad de cumplir con sus obligaciones laborales”*.

1.12 EL ESTADO NO PROCURA BLOQUEAR NI FILTRAR EL CONTENIDO DE INTERNET QUE PODRÍA CONSIDERARSE DELICADO O PERJUDICIAL

1.12.1 El contenido de Internet no es bloqueado ni filtrado por el Estado por su contenido o fuente

Aunque se conoce de situaciones de filtrado de sitios de navegación e intervención del contenido de correos electrónicos de funcionarios públicos en instituciones públicas, este extremo no pudo ser establecido formalmente.

La ley de telecomunicaciones en su Art. 54, incisos 6 y 17, garantiza el derecho de las usuarias y los usuarios a *“exigir respeto a la privacidad e inviolabilidad de sus comunicaciones, salvo aquellos casos expresamente señalados por la Constitución Política del Estado y la Ley”* y a *“recibir protección del proveedor del servicio sobre los datos personales contra la publicidad no autorizada por la usuaria o usuario, en el marco de la Constitución Política del Estado y la presente Ley”*.

No obstante, la propuesta de reglamento sobre desarrollo, contenidos y aplicaciones de TICs a la ley de telecomunicaciones, del 18 de enero de 2012, establece en su Art. 54, sobre el correo electrónico laboral que *“El empleador se encuentra facultado para acceder y controlar toda la información que circule por dicho correo electrónico laboral, como así mismo a prohibir su uso para fines personales”*, con el único requisito de *“notificar de manera fehaciente”* al empleado.

1.12.2 Los usuarios/as de Internet no están sujetos a sanciones por acceder ni publicar contenidos en Internet que sean considerados delicados o perjudiciales

La prohibición de campaña o propaganda electoral estipulada en el Art. 82 de ley electoral, y detallada en anteriores subindicadores (*véase subindicadores 1.10.1, 1.10.2 y 1.11.1*), incluye Internet y mensajes masivos de texto por telefonía celular.

La ley contra la discriminación (*art. 6*) sostiene que es deber del Estado Plurinacional de Bolivia definir y adoptar una política pública de prevención y lucha contra el racismo y toda forma de discriminación, (...) que contengan las siguientes acciones: (...) III. En el ámbito de la comunicación, información y difusión. (...) d) Disponer que los medios de comunicación, radiales, televisivos, escritos y las nuevas tecnologías de la información y comunicación, como el internet, eliminen de sus programaciones, lenguajes, expresiones y manifestaciones racistas, xenófobas y otros de contenido discriminatorio.

1.12.3 Las empresas que prestan servicios de Internet, los sitios de la Web, los blogs o quienes difunden por Internet no tienen ninguna obligación de registrarse ni obtener permiso de una entidad pública

En la ley de telecomunicaciones no se establecen condiciones de registro ante la ATT para las empresas que prestan servicios de Internet y los contenidos que se difunden. El Director Ejecutivo de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de Información en Bolivia (*ADSIB*), sobre este punto, afirmó que los operadores de las empresas de telecomunicaciones que ofrecen el servicio de Internet (*como ENTEL, VIVA o TIGO*) sí deben registrarse, pero que la difusión por la Web no requiere ningún registro para los usuarios.

Para la creación de un blog existen sitios web gratuitos como blogger.com, wordpress.com, hazblog.com, quierocrearunblog.com, a los cuales se puede acceder únicamente teniendo una cuenta de correo electrónico, aunque en algunos de ellos sí existe el requisito de colocar si el contenido es apto para todo público o para personas con criterio formado.

Recomendaciones Categoría 1

Dimensión A: Marco Jurídico y Político

- Corregir la contradicción e incompatibilidad entre la Ley del Órgano Judicial, sus reglamentos y la Constitución Política del Estado porque limitan los derechos constitucionales de libertad de expresión y acceso a la información pública.
- Promover el conocimiento y ejercicio del derecho ciudadano a la libertad de expresión que suele aparecer como privativo del ámbito periodístico y mediático.
- Promover el derecho al acceso a la información pública a través de la aprobación de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. La promulgación de esa norma permitirá garantizar los mecanismos institucionales públicos (*infraestructura, tecnología, recursos humanos*); así como el resguardo, procesamiento y organización de la información pública para atender las demandas de información de la ciudadanía de forma oportuna. La citada norma debería precisar la definición de información reservada y confidencial para que sea contemplada en toda la normativa nacional al respecto, como por ejemplo la Ley Marco de Autonomías¹⁹.
- Mejorar la relación entre las fuentes oficiales y los periodistas a favor de la democracia y del ejercicio de un periodismo responsable.
- Garantizar la participación efectiva de los actores de la comunicación y la sociedad civil en la formulación de la legislación y políticas públicas sobre los medios.
- Garantizar la inclusión de las demandas y propuestas de los actores de la comunicación y de la sociedad civil en la legislación y políticas sobre medios.

Dimensión B: Sistema para Regular los Medios Difusivos

- Reconsiderar el carácter de la ATT, como ente regulador de las telecomunicaciones y TIC's, que no es descentralizada ni independiente como tampoco lo es el órgano administrativo del sector (*Ministerio del ramo*).
- Garantizar en la reglamentación de la Ley de Telecomunicaciones la participación y control social previstos en esa norma para la asignación de frecuencias y la evaluación de proyectos.
- Regular la asignación publicitaria del Estado para evitar que se convierta en un mecanismo de presión sobre los medios.
- Garantizar la independencia de los medios estatales en relación al órgano administrativo y directivo a través de la conformación de un Consejo Asesor conformado por instancias de la sociedad civil y del Estado.

¹⁹ La autonomía debe ser entendida como la capacidad política de administrar los recursos económicos y diseñar políticas públicas a nivel local en coordinación con el Estado a nivel nacional. Por ello es que Bolivia creó la Ley de Autonomías.

Dimensión C: Leyes Sobre Difamación y Otras Restricciones

- Normar y garantizar las características de las respuestas proporcionales a la publicación o difusión de afirmaciones difamatorias.
- Reformar el Reglamento Especial de Propaganda para las Elecciones Judiciales para que no inhiba el debate público ni implique censura previa.
- Corregir la redacción del artículo 16 de la ley antidiscriminación desde una adecuada aplicación de la técnica jurídica así como ajustar su respectiva reglamentación para evitar la discrecionalidad en la interpretación de la norma y los consiguientes riesgos de vulneración de la libertad de expresión.

Dimensión D: Censura

- Revisar el artículo 18 del reglamento de la ley antidiscriminación para evitar el riesgo del cierre indirecto de medios de comunicación.
- Armonizar las disposiciones de la Ley de Telecomunicaciones y su reglamentación en relación a la inviolabilidad de las comunicaciones personales en Internet.

Categoría 2

**Pluralidad y diversidad
de los medios de comunicación
social, igualdad de condiciones
económicas y transparencia
en la propiedad**



Dimensión A: Concentración de Medios

2.1. EL ESTADO TOMA MEDIDAS POSITIVAS PARA PROMOVER LOS MEDIOS PLURALISTAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2.1.1. Regulaciones eficaces para impedir la indebida concentración de la propiedad y promover la pluralidad

La CPE contempla disposiciones antimonopólicas en su Art. 107 parágrafo III: *“Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios”*. Asimismo, el Art. 314 de la misma norma, respecto a la organización económica del Estado, establece la prohibición de monopolios y oligopolios privados u otras formas de asociación de personas naturales o jurídicas, sean bolivianas o extranjeras que tengan como finalidad controlar y tener la exclusividad en la producción y comercialización de bienes y servicios.

La actual ley de telecomunicaciones en su Art. 28 señala que la otorgación de licencias de radiodifusión a personas naturales o jurídicas extranjeras no podrá exceder el veinticinco por ciento, con la salvedad que determine el Estado mediante Convenios y Tratados Internacionales. De igual manera, el Art. 30 contiene la prohibición para obtener licencias de radiodifusión en una misma área de servicio para más de una estación de radio en una misma banda de frecuencias. En lo referido a la televisión abierta, de igual manera la prohibición va para más de una estación de televisión analógica o digital. La restricción también abarca a accionistas de empresas que cuenten con licencias para tales servicios; sin embargo, la ley establece que tales restricciones no se aplican a las asignaciones del Estado.

El Art. 61 señala prohibiciones expresas a operadores y proveedores sobre prácticas anticompetitivas, prácticas desleales, operaciones de concentración económica y la formación directa o indirecta de monopolios y oligopolios en la radiodifusión.

Si bien hay medios, sobre todo de radio y televisión, que funcionan con la lógica de una red, no se han registrado en el país casos de control monopólico u oligopólico de los contenidos comunicacionales.

2.1.2. Legislación específica sobre la propiedad cruzada dentro de los medios y entre la radio / televisión y otros sectores mediáticos para impedir la dominación del mercado

No se tiene una legislación específica para evitar la propiedad cruzada de medios.

2.1.3. Las regulaciones reconocen la distinción entre los actores pequeños y grandes en el mercado mediático

Lo más cercano al establecimiento de esta distinción figura en los Arts. 10 (*parágrafo 1*) y 72 (*del rol del Estado*) de la ley de telecomunicaciones que establecen la distribución de frecuencias para radiodifusión (*véase subindicador 1.7.2*), así como la obligación del Estado de fomentar los mecanismos de democratización de oportunidades para todos los sectores de la sociedad y especialmente para aquellos con menores ingresos y con necesidades especiales. Esa misma ley, en su Art. 5, refiere al principio de solidaridad —inciso 10— y señala que la prestación de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación (...) fomentará la adopción de mecanismos para lograr el acceso a los servicios de sectores con menores ingresos y grupos con necesidades especiales, buscando calidad y precios asequibles.

En el sector comercial no existen factores que contribuyan a una distinción entre medios grandes y pequeños o que supongan condiciones beneficiosas para estos últimos.

2.1.4. Disposiciones de transparencia y divulgación para las empresas mediáticas con relación a la propiedad, las inversiones y las fuentes de ingresos

En la ley de telecomunicaciones así como el Proyecto de ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública no se contempla específicamente disposiciones de transparencia y divulgación para las empresas mediáticas privadas en relación a la propiedad, sus inversiones ni sus fuentes de ingresos, por ser éstas de carácter privado.

2.1.5. El trámite de licencia para asignar las frecuencias específicas a difusores individuales promueve la diversidad de propiedad y del contenido de la programación de los medios

Según la ley de telecomunicaciones las licencias son otorgadas de manera directa para el Estado, mediante licitación pública y puja para el sector privado-comercial y por convocatoria a concurso de proyectos para los medios social-comunitarios e indígenas; sólo en este último caso se contempla el criterio de calidad para proceder a la correspondiente asignación de frecuencia.

Hasta el momento, por la forma en que ha sido gestionada la distribución de frecuencias, ésta no promueve la diversidad sino que prevalece la participación privado-comercial, pero se estima que esta situación será modificada cuando desde 2017 comience a aplicarse en este tema la nueva ley de telecomunicaciones. Hoy la diversidad de los contenidos de la programación no depende directamente de la forma en que son asignadas las frecuencias, sino de las definiciones adoptadas por cada medio.

2.1.6. Cumplimiento con las normas internacionales

En concordancia con el principio número 12 de la Declaración de Principios de la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la normativa constitucional boliviana prohíbe la formación de monopolios u oligopolios y la nueva ley de telecomunicaciones prevé una futura distribución porcentual más pluralista de las frecuencias de radio y televisión.

2.1.7. Las autoridades responsables de ejecutar las leyes anti-monopolios cuentan con las atribuciones suficientes, por ejemplo para negar las solicitudes de licencias y para exigir la desinversión en las operaciones mediáticas actuales cuando la pluralidad esté comprometida o se alcancen niveles inaceptables en la concentración de la propiedad

La ATT así como la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas (AEMP) son los entes responsables para ejecutar las leyes antimonopólicas. La ATT fiscaliza, controla, supervisa y regula las actividades de telecomunicaciones y de transportes; la AEMP fiscaliza, controla, supervisa y regula las actividades de las empresas en lo relativo al gobierno corporativo, defensa de la competencia, reestructuración de empresas y registro de comercio, ambas respaldadas por legislación que les asigna tales atribuciones²⁰.

Las competencias de ambas Autoridades como las atribuciones de sus Directores Ejecutivos son amplias y suficientes para tomar decisiones concretas, como en el caso de negación y otorgación de licencias o el de prácticas anticompetitivas y están descritas en el DS 0071 de la Creación de las Autoridades de Fiscalización y Control Social (Arts. 17 y 19 para la ATT y Arts. 44 y 46 para la AEMP). Estas Autoridades tienen la responsabilidad de ejecutar y velar por la aplicación y cumplimiento de la normativa vigente en el territorio nacional.

2.1.8. El Gobierno trabaja activamente en el monitoreo y la evaluación de las consecuencias de la concentración de los medios

El gobierno, a través de la ATT, asume la responsabilidad de velar por la no concentración de medios. Sobre esto, la nueva ley de telecomunicaciones del 8 de agosto de 2011, establece disposiciones antimonopólicas ya descritas anteriormente. Dada la novedad de esta normativa y la reciente puesta en consideración de su reglamento ante la sociedad civil (18 de enero, 2012), no se cuenta aún con datos estadísticos sobre monitoreos o evaluaciones de las consecuencias de la concentración de los medios que hayan sido realizados en cumplimiento de la normativa vigente.

2.2. EL ESTADO ASEGURA EL CUMPLIMIENTO CON LAS MEDIDAS PARA PROMOVER A LOS MEDIOS PLURALISTAS

2.2.1. El órgano regulador aplica las leyes anti-monopolios para negar algunas solicitudes de licencias o para obligar a las empresas mediáticas existentes a desinvertir para evitar las concentraciones excesivas de propiedad de los medios

La normativa vigente de telecomunicaciones y TICs establece claramente disposiciones antimonopólicas y de prohibición en la otorgación de licencias. Estas disposiciones incluyen los requisitos de cumplimiento de los solicitantes que la ATT evalúa en base a varios criterios descritos en las normas regulatorias y en el PNF para la otorgación de licencias (véase subindicadores 2.1.1, 2.1.2, 2.1.5 y 2.1.7). Su aplicación, sin embargo, todavía está por darse.

2.2.2. Grupos de la sociedad civil y la ciudadanía en general participan activamente de la promoción y ejecución de las medidas para fomentar el pluralismo mediático

El anteproyecto de la actual ley de telecomunicaciones consignaba una distribución del espectro radioeléctrico entre solamente dos actores: el gobierno (20%) y la empresa privada (80%). Fue entonces que la filial boliviana de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), ERBOL, la Fundación UNIR Bolivia mediante el ONADEM y la

²⁰ DS N° 0071 de Creación de las Autoridades de Fiscalización y Control Social (9 de abril de 2009). Ver: www.oopp.gob.bo

Federación de Cooperativas Telefónicas de Bolivia (*FECOTEL*) demandaron ante la Asamblea Legislativa Plurinacional una reconsideración de esa distribución para que fuese más pluralista, lo que fue conseguido en la versión final de la ley.

Asimismo, de acuerdo con Abel Ticona, miembro del Centro de Formación y Realización Cinematográfica (*CEFREC*), las federaciones de indígenas y originario-campesinos agrupadas en el *"Pacto de Unidad"* confiaron a este centro la elaboración de sugerencias para que los medios comunitarios fueran considerados en la distribución de frecuencias radiofónicas.

2.2.3. El órgano regulador asigna las licencias digitales a una diversa gama de operadores comerciales y no comerciales

La ley de telecomunicaciones no consigna criterios específicos para la otorgación de estos tipos de licencias, salvo los generales relativos a la distribución porcentual del espectro radioeléctrico entre agentes de diferentes sectores. Los porcentajes de distribución de frecuencias para cada sector fueron establecidos en la ley de telecomunicaciones del siguiente modo: 33% para el Estado, 33% para el sector privado-comercial, 17% para medios social-comunitarios y 17% para medios indígenas.

El cumplimiento de esta nueva asignación estará a cargo del órgano regulador, ATT, que una vez finalice la aprobación de sus reglamentos tiene previsto implementar esta distribución en los próximos años.

Dimensión B: Una Mezcla Diversa de Medios Públicos, Privados y Comunitarios

2.3. EL ESTADO PROMUEVE ACTIVAMENTE LA DIVERSIDAD DE MEDIOS ESTATALES, PRIVADOS Y COMUNITARIOS

2.3.1. El Estado no discrimina entre los medios públicos, privados y comunitarios al conceder acceso a la información

Según la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia (*CSTPB*²¹), en algunos casos sí se han dado hechos de discriminación, *"cuando son situaciones de conflicto hay gente que no quiere ser entrevistada porque supuestamente esas redes distorsionan y atienden más bien a los medios estatales, a los medios del gobierno"*.

Entre diciembre de 2008 y mayo de 2009 el presidente Morales dejó de brindar información a los periodistas de los medios privados y sólo habló con representantes de los medios oficiales y de la prensa internacional. Levantó esa su determinación seis meses después.

En la Federación de Trabajadores de la Prensa de La Paz (*FTPLP*) no existen datos de denuncias formales sobre discriminación para el acceso a la información; sin embargo, algunos periodistas manifestaron su percepción de que se *"privilegia a los medios estatales en el caso de otorgación de entrevistas"*, aunque dijeron que estas situaciones también han sido comunes en pasadas gestiones gubernamentales.

²¹ La CSTPB agrupa a 12 Federaciones Sindicales de Trabajadores de la Prensa y dentro de éstas a 67 Sindicatos de Trabajadores de la Prensa a escala nacional (datos proporcionados por Tito Pacheco, dirigente de la CSTPB).

2.3.2. Cuando la regulación de radio y televisión incluye la difusión digital, se conceden licencias automáticamente a las emisoras estatales para hacer transmisión digital

Como se indicó anteriormente, la ley de telecomunicaciones establece la asignación directa de frecuencias a los medios estatales. La normativa no consigna criterios específicos para la otorgación de licencias digitales de radio y TV (*véase subindicador 2.2.3*).

2.3.3. El Estado no impone pagos previos u otras restricciones para los nuevos títulos impresos, aparte de los requisitos normales para las operaciones comerciales

En Bolivia existen tres instancias independientes para el registro de nuevos títulos impresos. Dos de ellas son entidades estatales: el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (*SENAPI*) y el Repositorio Nacional. La tercera instancia, la Cámara del Libro, es de carácter privado y específicamente destinada a publicaciones bibliográficas.

Aparte de estos requisitos normales de registro de obras impresas y lo estipulado en la ley y reglamento de derecho de autor, no existen pagos previos u otras restricciones requeridas por el Estado al respecto. Las empresas periodísticas deben registrarse ante el *SENAPI*, obtener su número de Depósito Legal y cumplir con los requisitos exigidos a las empresas comerciales.

2.4. SISTEMA REGULADOR INDEPENDIENTE Y TRANSPARENTE

2.4.1. El sistema regulador asegura un acceso equitativo al espectro de frecuencias para una gama pluralista de medios, incluyendo los comunitarios

La CPE establece la igualdad de condiciones y oportunidades para los medios comunitarios (*véase subindicador 2.3.1*). La ley de telecomunicaciones en sus Arts. 10 y 11 (*Distribución de Frecuencias para Radiodifusión y Asignación de Frecuencias para uso Estatal, respectivamente*) señala la forma de acceso y distribución del espectro de frecuencias para el Estado, el sector comercial, el sector social-comunitario, los pueblos indígena originario campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas.

2.4.2. Los procesos de toma de decisiones sobre la asignación de frecuencias entre medios públicos, privados y comunitarios son abiertos y participativos

La asignación de frecuencias a los medios públicos es directa, a los medios privado-comerciales por subasta y a los otros (*social-comunitarios e indígenas*) mediante evaluación de proyectos. Ninguno de estos procedimientos de asignación de frecuencias comprende la participación ni el control social.

2.4.3. Los procesos de toma de decisiones sobre la asignación de frecuencias entre medios públicos, privados y comunitarios son vigilados por un órgano libre de interferencia política o comercial

La ATT es la entidad encargada de la evaluación y calificación de solicitudes y proyectos, a través de la conformación de una comisión multidisciplinaria técnico-gubernamental. La ATT y los otros miembros de la comisión multidisciplinaria representan al ámbito oficial.

2.5. EL ESTADO Y LAS OSC PROMUEVEN ACTIVAMENTE EL DESARROLLO DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

2.5.1. La estructura de los precios de las licencias de transmisión no es prohibitiva para los medios comunitarios

La CPE establece que el Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades (*Art. 107, parágrafo III*).

Para el caso de los medios comunitarios, dados sus fines no lucrativos, en la nueva ley de telecomunicaciones no se establece aplicación de un precio por la obtención de la frecuencia ni tarifas por su uso.

2.5.2. Cuotas o metas específicas para reservar parte del espectro radioeléctrico para los medios comunitarios

La asignación porcentual para la distribución de canales de la banda de frecuencias para el servicio de radiodifusión en frecuencia modulada y televisión analógica a escala nacional está claramente establecida ley de telecomunicaciones para el sector social comunitario hasta 17% y para los pueblos indígena originario campesinos así como para las comunidades interculturales y afrobolivianas hasta otro 17% (*Art. 10*).

2.5.3. Mecanismos como audiencias públicas para que las comunidades consignen su mandato a un medio comunitario y para renovar ese mandato a intervalos regulares

No existen de manera sistemática mecanismos de este tipo para que las comunidades consignen su mandato a un medio comunitario; sin embargo, lo que sí se da en lo comunitario es un aval por el cual una comunidad acredita que el medio funciona con ciertos principios comunitarios.

2.5.4. Una proporción de los ingresos de la venta del espectro y de las licencias de cable y telecomunicaciones se reinvierte en los medios comunitarios

No se realizan reinversiones en beneficio de los medios comunitarios por la venta de licencias. Las reinversiones por este concepto se aplican a la infraestructura de telecomunicaciones en el denominado “*transporte de las telecomunicaciones*” (*microondas, fibra óptica, satélite*). La ATT no tiene políticas ni normas que apunten a cooperar en aplicaciones como, por ejemplo, la radioemisión.

2.5.5. Medidas estatales positivas para apoyar a los medios comunitarios impresos y audiovisuales, por ejemplo, precios preferenciales, tarifas descontadas

La ley de telecomunicaciones estipula la exención del pago de tasas y derechos por utilización de frecuencias, en los casos de telecomunicaciones de carácter social, relacionados con la educación, salud, emergencias. De igual forma, para los servicios de radiodifusión provistos a los pueblos y naciones indígena originario campesinos y a las comunidades interculturales y afrobolivianas que cumplan con el uso de frecuencias establecidas en el PNF y sus correspondientes aspectos técnicos. En el caso del sector social-comunitario en el área urbana los servicios de radiodifusión pagarán la tasa de regulación y el derecho de asignación, a excepción del derecho de uso de frecuencia (*Art. 64*).

Los medios comunitarios solamente tendrán la obligación de pagar la tasa de regulación del 1% anual deducible de sus ingresos. Esta obligación tarifaria está destinada a cubrir los costos administrativos del órgano regulador por la vigilancia y supervisión a tales medios, señaló Clifford Paravicini, director ejecutivo de la ATT.

El gobierno creó el Sistema de Radios de Pueblos Originarios (*RPOs*²²), con el objetivo de dotar a las comunidades campesinas, pueblos originarios y grupos sociales en el área rural de medios de comunicación propios. Actualmente llegan a 39 en el país. Fueron implementadas inicialmente por la ya desaparecida Dirección Nacional de Comunicación Social (*DINACOM*) y si bien no son medios sustentados por el Estado son parte de un proyecto de difusión impulsado por Morales que recibió un financiamiento de casi dos millones de dólares de Venezuela para la compra de equipos²³.

2.5.6. Las OSC ayudan a los medios comunitarios impresos y audiovisuales mediante, por ejemplo, fortalecimiento de capacidades, fondos semilla, financiamiento para superar emergencias, incidencia

Las organizaciones que ayudan a los medios comunitarios en temas asociados al fortalecimiento de capacidades son el Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo (*SECRAD*²⁴) y la AMARC²⁵.

El CEFREC²⁶ apoya a los comunicadores de las organizaciones indígenas y a los medios comunitarios en el área técnica audiovisual y en el campo de la radio. A su vez, el Programa NINA²⁷, que lleva adelante actividades de formación política y de liderazgo aportando en la formación, capacitación y generación de propuestas del Movimiento Indígena Originario Campesino para la incidencia en políticas públicas incluyentes para la construcción democrática de una sociedad equilibrada, con justicia social y oportunidades para todas y todos.

Otras instituciones de la sociedad civil que también fortalecen las capacidades en comunicación radiofónica y audiovisual de los medios comunitarios son: ERBOL, Acción Cultural Loyola (*ACLO*²⁸), el Centro de Educación y Comunicación para Comunidades y Pueblos Indígenas (*CECOP*²⁹), el Apoyo para el Campesino Indígena del Oriente Boliviano (*APCOB*³⁰), el Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (*CIPCA*)³¹ y la Confederación de Pueblos indígenas de Bolivia (*CIDOB*)³².

²² Tienen vinculación directa con Red Radio Patria Nueva, medio estatal, y con las organizaciones sociales nacionales tales como la CSUTCB, Bartolina Sisa, CIDOB, CONAMAQ y las llamadas Comunidades Interculturales. El propósito del Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios es contribuir al intercambio de experiencias sociales, económicas y culturales a través de la difusión oportuna de la información.

²³ Véase FMBOLIVIA.TV [en línea], disponible en: <http://www.fmbolivia.tv/2011/08/evo-morales-reforzo-medios-estatales-pero-no-promovio-pluralidad/> [fecha de consulta: 10 de febrero de 2012].

²⁴ Dependiente del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", de La Paz, presta servicios de formación en capacidades para la planificación, producción y evaluación de materiales audiovisuales, así como para la ejecución de estrategias de comunicación dirigidas hacia públicos interculturales que aprovechan la comunicación para mejorar su calidad de vida.

²⁵ Organización no gubernamental internacional al servicio del movimiento de la radio comunitaria, que agrupa a cerca de 4.000 miembros y asociados en más de 110 países. Su objetivo es apoyar y contribuir al desarrollo de la radio comunitaria y participativa de acuerdo con los principios de solidaridad y la cooperación internacional. En el Consejo Internacional de AMARC se encuentran representados todos los continentes.

²⁶ Su misión fundamental es facilitar capacitación técnica en cine y vídeo a los pueblos indígenas de Bolivia y ayudar en la producción y distribución de sus obras. La visión más amplia que guía al CEFREC es conferir poder por medio del conocimiento cada vez más sofisticado del vídeo y la cinematografía.

²⁷ El Programa NINA es un espacio de formación y aprendizaje colectivo de dirigentes y líderes Campesino Indígena Originarios de Bolivia, en el ámbito alternativo y no formal. El Programa es de un consorcio interinstitucional compuesto por dos redes nacionales de ONG, a saber: UNITAS (*Unión Nacional de Instituciones para la Acción Social*) AIPE (*Asociación de Instituciones de Promoción y Educación*). El Programa NINA viene trabajando en el fortalecimiento de las organizaciones sociales, acompañado las preocupaciones y demandas del movimiento Indígena Originario Campesino.

²⁸ ACLO trabaja 45 años en la promoción de los derechos de campesinos, indígenas y organizaciones urbano-populares del sur de Bolivia: Chuquisaca, Potosí y Tarija. Véase: <http://a clo.org.bo>

²⁹ Véase: <http://www.cecopi.org/>

³⁰ Véase: <http://www.apcob.org.bo/pagina.php>

³¹ Véase: <http://www.cipca.org.bo/>

³² Véase: <http://www.cidob-bo.org/>

Dimensión C: Asignación de Frecuencias y Espectro Radioeléctrico

2.6. EL PLAN ESTATAL PARA LA ASIGNACIÓN DEL ESPECTRO ASEGURA UN APROVECHAMIENTO ÓPTIMO EN EL INTERÉS PÚBLICO

2.6.1. La autoridad reguladora tiene un plan para la asignación espectral que cumple con las reglas de la UIT y las recomendaciones de la UNESCO sobre las disposiciones para los medios de servicio público

La ley de telecomunicaciones en su Art. 8 señala que el Plan Nacional de Frecuencias (PNF) reglamentará el uso equitativo y eficiente del espectro radioeléctrico a nivel nacional, considerando, entre otros, los aspectos económicos, de seguridad, educativos, científicos, de interés público y técnicos conforme a políticas de Estado, intereses nacionales y compromisos internacionales aprobados, con el objeto de optimizar su uso y evitar interferencias perjudiciales.

En relación a las recomendaciones de la UNESCO, la ATT, a través de su Director indicó que son directrices muy interesantes en lo relacionado a educación y Wi-Fi y que en convergencia con la UIT son armonizadas por el órgano regulador boliviano.

Las políticas del sector de telecomunicaciones tienen como objetivos para el período 2011 -2020 el control y gestión eficiente del Espectro Radioeléctrico y sin interferencias, a través de su instrumento técnico, el PNF, que permite la administración y uso ordenado del espectro radioeléctrico de acuerdo a normas nacionales y recomendaciones internacionales.

2.6.2. El plan fue establecido en consulta con las OSC y con el sector mediático

Aunque, según la ATT, el plan se consultó con los directamente interesados en hacer las transformaciones, que son los operadores, y se han realizado eventos como seminario y charlas donde concurrieron representantes de la sociedad civil; sin embargo, no se pudo constatar que el plan hubiese sido establecido de manera participativa.

2.6.3. El plan está publicado y ampliamente difundido

De acuerdo con el Director Ejecutivo de la ATT, el Plan está publicado y ampliamente difundido³³. El Plan correspondiente a radiodifusión se muestra en sumo detalle; *“los otros son complejos y los operadores grandes tienen sus intereses, comerciales, empresariales y tecnológicos”*, acotó.

2.7. EL PLAN ESTATAL PARA LA ASIGNACIÓN DEL ESPECTRO PROMUEVE LA DIVERSIDAD DE PROPIEDAD Y DE CONTENIDOS

2.7.1. El plan asegura que se compartan equitativamente las frecuencias de difusión entre los medios estatales, privados y comunitarios y entre los medios nacionales, regionales y locales

Los porcentajes de distribución de frecuencias para cada sector fueron establecidos en la ley de telecomunicaciones del siguiente modo: 33% para el Estado, 33% para el sector privado-comercial, 17% para medios social-comunitarios y 17% para medios indígenas.

Esta distribución no es completamente equitativa en el sentido porcentual; sin embargo, cabe resaltar la apertura en la nueva ley hacia los medios comunitarios indígena originario campesinos y para otros grupos interculturales y afrobolivianos que en la normativa anterior no figuraban con el actual detalle y asignación.

2.7.2. No se requiere que las frecuencias se subasten al mayor postor si hay otros oferentes que representan un mejor servicio al interés público

Las frecuencias de tipo comercial se subastan. Según ATT, *“el que cumple los requisitos jurídicos y técnicos puede ingresar a la puja de precios. Se otorga un precio inicial, en base al histórico referencial, y se pujan precios, gana el que tiene mayor precio. Las otras son asignaciones directas sin costo, son directas pero en base a la presentación de proyectos”* (véase subindicador 2.1.5).

2.7.3. Parte de cualquier dividendo digital debe asignarse como reinversión a los medios (es decir, no se venden al mayor postor todas las frecuencias que quedan libres)

No hay ninguna disposición específica en la ley de telecomunicaciones sobre el dividendo digital.

2.7.4. Deben aplicarse algunas obligaciones a las empresas de comunicación satelital y por cable, para que tengan que incluir, al menos, canales estatales entre las opciones que ofrecen, así como la posibilidad de tales obligaciones para promover la diversidad (por ejemplo, a favor de canales minoritarios)

La ley de telecomunicaciones no contempla específicamente una obligatoriedad en los requisitos para otorgación de licencias a las empresas de servicios de comunicación satelital y televisión por cable para que incluyan, al menos, canales estatales entre su oferta de programación.

No obstante, en la propuesta de Reglamento de la ley de telecomunicaciones (18 de enero, 2012) se establece en el Art. 77 que el servicio de distribución de señales, tanto estatal como los canales de televisión de la Red Universitaria Boliviana de Información (RUBI), serán incorporados por los operadores del servicio de distribución de señales para retransmitir la programación de manera ininterrumpida. Por dicho concepto, no existirá ninguna contraprestación para las partes. (Véase también el subindicador 3.4.1.).

2.8. SISTEMA REGULADOR INDEPENDIENTE Y TRANSPARENTE

2.8.1. Los procesos y decisiones sobre las licencias mediáticas son vigilados por una autoridad reguladora independiente, que cumple con las normas internacionales (véase la Categoría 1 Dimensión B. Sistema Regulador)

La ATT, la autoridad reguladora, se encuentra bajo tuición del Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda.

2.8.2. Se evalúan las solicitudes de licencias mediáticas según criterios transparentes y objetivos que están establecidos en la ley

La adecuación de la distribución vigente de frecuencias a las disposiciones de la nueva norma, prevista para el año 2017, será el momento en que se pueda evidenciar la aplicación de los criterios de transparencia, objetividad y acceso a un servicio universal en la evaluación de las solicitudes de frecuencias.

2.8.3. Los derechos a pagar por los diferentes tipos de licencias son transparentes y conocidos por anticipado

La ley de telecomunicaciones establece en su artículo Art. 62 los pagos por asignación y uso del espectro radioeléctrico. Los mismos son aprobados mediante una Resolución Administrativa Regulatoria anualmente. Esta resolución es publicada en periódicos de circulación nacional y colocada en la página web de la ATT, manifestó el Responsable de Servicios Básicos de la ATT, Martín García.

2.8.4. El órgano regulador hace un monitoreo activo del uso de las frecuencias para asegurar que el uso efectivo cumpla con las condiciones estipuladas en la licencia

La ley de telecomunicaciones atribuye a la ATT: *“Regular, autorizar, controlar, fiscalizar y coordinar el uso del espectro radioeléctrico y realizar la comprobación técnica de las emisiones electromagnéticas en el territorio del Estado Plurinacional”* (Art. 14). Por su parte, el Director Ejecutivo de la ATT señaló que ésta cuenta con un sistema de monitoreo constante y periódico a través del cual se identifican radioemisoras clandestinas, por ejemplo, y otras irregularidades que pudieran ir en contra de la legislación y del PNF.

Dimensión D: Impuestos y Regulación Empresarial

2.9. El Estado utiliza los impuestos y la regulación empresarial para fomentar el desarrollo mediático de una manera no discriminatoria

2.9.1. Regímenes tributarios, aduaneros y arancelarios preferenciales para fomentar el desarrollo de los medios audiovisuales e impresos

La legislación de telecomunicaciones contempla una normativa que fomenta el desarrollo mediático para los sectores de radioemisión minoritarios, como se vio en el subindicador 2.5.5.

Los medios impresos no cuentan con una normativa equivalente

2.9.2. El Estado no impone impuestos o gravámenes prohibitivos a las organizaciones mediáticas

No se tiene cargas impositivas que resulten prohibitivas para los medios.

En criterio del Presidente de la ANP, Marco Antonio Dipp, si bien el Estado no impone impuestos o gravámenes prohibitivos a las organizaciones mediáticas, tampoco existen políticas de incentivo para este sector.

2.9.3. La política y práctica tributarias del Estado no discriminan contra los medios ni favorecen a algunos medios particulares específicos sobre los demás

Los medios favorecidos por una *“discriminación positiva”* de la CPE (Art. 107, *parágrafo IV*) y la nueva ley de telecomunicaciones son los social-comunitarios. Al respecto, el responsable de la ATT, Clifford Paravicini, indicó que por esta nueva ley las radios comunitarias: (...) no van a pagar derecho de uso de frecuencia ni derecho de asignación de frecuencia, esos son cobros que se hace a los privados, porque los privados tienen fines de lucro y por lo tanto van a tener ganancias.

Dimensión E: Publicidad

2.10. EL ESTADO NO DISCRIMINA MEDIANTE SU POLÍTICA PUBLICITARIA

2.10.1. El Estado contrata la publicidad de manera justa, transparente y no discriminatoria, por ejemplo mediante un Código de Conducta

El monitoreo de una semana tipo encargado por el ONADEM mostró que la contratación de publicidad estatal favorece, en televisión y prensa, a los medios gubernamentales y a otros que son afines al oficialismo. Los medios que difunden más publicidad estatal son los canales Bolivia TV (*oficial*) y ATB (*pro-oficial*) y los diarios Cambio (*oficial*) y La Razón (*pro-oficial*).

2.10.2. La asignación de la publicidad del gobierno se somete a un monitoreo estricto para asegurar que sea justo el acceso para todos los medios

Se carece de información oficial precisa respecto de este tema.

Carlos Soria, de Radio Sur Agricultura³⁴, manifestó que la asignación de la publicidad del gobierno no se somete a un monitoreo estricto; dijo también temer que una gran parte de la publicidad estatal va a los grandes medios privados, en especial las redes de televisión comerciales que en correspondencia, en su criterio, practican la autocensura. Cerrar la publicidad del Estado a un medio es casi condenarlo a muerte, señaló.

2.10.3. Los medios estatales están sujetos a reglas de competencia leal respecto a la publicidad que difunden

No hay en el país ninguna norma específica respecto de este punto, por lo que los medios oficiales ni los privados están obligados a la competencia leal en materia de difusión publicitaria.

2.10.4. Códigos de conducta u otros lineamientos para la asignación de la publicidad financiada por el Estado

Sólo el Órgano Electoral Plurinacional (*OEP*) tiene un reglamento para asignar publicidad.

2.11. SE REGULA LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DE MANERA EFICAZ

2.11.1. Los medios audiovisuales e impresos se adhieren a límites convenidos a nivel nacional o regional sobre el contenido publicitario, cuando esto sea aplicable

En Bolivia, aún no existe una ley sobre defensa al consumidor. Tampoco se cuenta con una regulación explícita para la publicidad. Sólo el Reglamento General del Servicio de Televisión, de 1986, consignaba la prohibición de que se publicite medicamentos así como la disposición para que se agregue una advertencia en los anuncios de cigarrillos y bebidas alcohólicas. Los anunciantes no siempre acatan estas reglas.

La proporción que debería existir entre contenido y publicidad es otro tema sin resolución en las consideraciones sobre publicidad en el país, dado que casi nunca se cumple con ésta.

³⁴ Esta es una pequeña radio comunitaria ubicada en Mecapaca, área rural cercana a la ciudad de La Paz.

Los avisos radiofónicos y televisivos de empresas bancarias y otras financieras sí incluyen la mención a que los servicios o premios que ofrecen son supervisados por la autoridad correspondiente.

La Ley del Régimen Electoral contempla regulaciones sobre contenido publicitario en eventos electorarios (véase subindicador 1.10.1).

2.11.2. Los medios audiovisuales e impresos se adhieren a límites convenidos a nivel nacional o regional para la separación de la publicidad y la programación, cuando esto sea aplicable

Sólo algunos de los códigos de ética de los gremios periodísticos contienen la recomendación de que se separe la publicidad de los contenidos periodísticos; sin embargo, ella no siempre es asumida por los medios. En los periódicos existe cierto cuidado porque los espacios publicitarios no usen la misma tipografía que las noticias, además de que se recurre a otros mecanismos para evitar que visualmente se dé lugar a confusión. En TV, sin embargo, la invasión de menciones, marcas y *placings*³⁵ es permanente y muchas veces promovida por el propio medio.

2.11.3. Existe un Código Publicitario, establecido por una entidad profesional independiente, para evitar la publicidad engañosa

En relación a la existencia de un código publicitario, Diego Gullco indicó que no se cuenta con este instrumento y que el Código de Comercio³⁶ boliviano, contempla pocos artículos que tienen cierta relación con el tema. La Cámara Paceaña de Empresas de Publicidad (CAPEP³⁷) intentó desarrollar algunas iniciativas más amplias en torno a los parámetros publicitarios pero a la fecha éstas no han sido concluidas.

Recomendaciones Categoría 2

Dimensión A: Concentración de Medios

- Posibilitar la participación y consenso en la definición conceptual (*de fines y principios de servicio*) de los operadores contemplados en la ley de telecomunicaciones, así como en la aplicación de dicha norma, en particular en la redistribución de frecuencias de radiodifusión.
- Asegurar la no intervención financiera, política ni editorial del Estado en los medios social-comunitarios, privados e indígenas.
- Levantar un registro oficial del número y tipo de medios radiofónicos, televisivos e impresos y actualizarlo periódicamente.
- Elaborar un código de regulación y autorregulación publicitario con la participación de anunciantes, publicistas, medios y ciudadanos.
- Asignar la publicidad estatal de forma no discriminatoria en función de un reglamento específico.

³⁵ Técnica publicitaria que consiste en la inserción de un producto o marca dentro de la narrativa del programa (*mostrado, citado o utilizado por los actores*). Se utiliza por lo general en programas y series de televisión, telenovelas, vídeos musicales, cine y videojuegos, entre otros.

³⁶ Decreto Ley N° 14379 del 25 de febrero de 1977. Regula las relaciones jurídicas derivadas de la actividad comercial.

³⁷ Fue creada en el año 1996 y congrega a seis agencias que promueven el desarrollo de la publicidad. Organiza el evento Publicita que reúne a los mejores trabajos publicitarios que se difunden en los medios.

- Proponer al sistema educativo nacional la inclusión de una asignatura relativa a la lectura crítica de los medios y la publicidad.
- Promover desde el Estado y las OSCs la defensa de los derechos del usuario y del consumidor en lo relativo a la calidad en la atención y a la información sobre el producto o servicio publicitado.
- Corregir la contradicción existente en la ley de telecomunicaciones que establece la designación gubernamental de la ATT como órgano regulador al mismo tiempo que le otorga un carácter descentralizado.
- Definir con claridad a los medios social-comunitarios.
- Incluir en los medios estatales, privados y comunitarios los intereses, la expresión y la participación de grupos específicos y vulnerables.
- Emplear la diversidad lingüística del país para la elaboración de los mensajes en los medios.
- Integrar en los niveles de dirección de los medios una representación justa de grupos étnicos, lingüísticos, minoritarios y personas con discapacidad.

Dimensión B: Una Mezcla Diversa de Medios Públicos, Privados y Comunitarios

- Establecer una regulación que garantice la independencia directiva, administrativa, financiera, editorial y de contenidos de los medios estatales en vista a respetar su naturaleza de servicio público.

Dimensión C: Asignación de Frecuencias y Espectro Radioeléctrico

- Promover una mayor difusión de los códigos de ética entre los propios operadores de los medios pero también entre el público.
- Incentivar a los medios de comunicación para que habiliten espacios y oportunidades para canalizar y responder los reclamos y denuncias que los ciudadanos efectúen sobre su desempeño.
- Crear y mantener las condiciones que eliminen la práctica de la autocensura en un esfuerzo conjunto del Estado, los dueños de medios, los anunciantes y los gremios periodísticos.

Dimensión D: Impuestos y Regulación Empresarial

- Instar al Estado a que asuma las recomendaciones de la CIDH para evitar que la regulación inhiba el debate público, especialmente en la cobertura de elecciones de autoridades y de temas de discriminación y racismo.
- Fortalecer y articular los mecanismos de autorregulación de los medios (*impresos, audiovisuales y electrónicos*) y las organizaciones gremiales y, en su caso, desarrollar esos instrumentos en los sectores mediáticos en que no existan.

Dimensión E: Publicidad

- Impulsar el interés de los medios en la percepción y opinión de la ciudadanía respecto de su desenvolvimiento, contenidos de programación y calidad del servicio que prestan.

- Promover estudios independientes sobre las demandas de los públicos y las percepciones sobre la calidad del servicio para contribuir a la autoevaluación periódica de los propios medios.

Categoría 3

Los medios como plataforma para el discurso democrático



Dimensión A: Los Medios Reflejan la Diversidad de la Sociedad

3.1 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PÚBLICOS, PRIVADOS Y COMUNITARIOS – SATISFACEN LAS NECESIDADES DE TODOS LOS GRUPOS EN LA SOCIEDAD

Los medios de comunicación son un componente esencial para el debate social y la democracia y así son reconocidos por la gente; sin embargo, la ciudadanía no se ve ni se siente representada en los mismos. El trabajo de investigación Agenda Ciudadana Elecciones 2009³⁸ de la Fundación UNIR Bolivia permitió conocer que, en criterio de las personas, los medios de comunicación no brindan los espacios necesarios para incluir y representar a la ciudadanía.

3.1.1 Los medios emplean idiomas que reflejan la diversidad lingüística del país

Existen muy pocos medios de comunicación con contenidos informativos en aymara³⁹ y quechua⁴⁰; los productos periodísticos que usan uno u otro de esos idiomas son más bien bilingües⁴¹.

El periodismo en idiomas nativos ocupa un lugar marginal en la parrilla de los medios de las dos ciudades estudiadas (*La Paz y Cochabamba*): en la prensa con una presencia mínima y en la radio y televisión fuera de los horarios “estelares”. Respecto al uso del idioma aymara, éste se concentra en los presentadores y los reporteros de los medios, al contrario de las fuentes informativas, que declararon mayormente en español.

La única iniciativa de medio impreso identificada fue la de la publicación periódico bimensual Conosur Nawpaqman, elaborado y distribuido por el Centro de Desarrollo y Comunicación (*CENDA*)⁴².

Los medios comunitarios y populares sí utilizan, en gran medida, idiomas originarios al igual que el castellano, ya que *“la gran mayoría de la población que se considera originaria es bilingüe y puede hablar tanto en castellano como en su idioma originario”*.

³⁸ Mejía y Murillo: 2011:49. La Agenda Ciudadana Elecciones 2009 es el resultado de una consulta cualitativa efectuada a varios sectores ciudadanos, en La Paz, El Alto, Santa Cruz, Cobija, Tarija y Cochabamba, entre agosto y septiembre del 2009, sobre el tratamiento informativo de las elecciones y la presencia de los ciudadanos en los medios de comunicación.

³⁹ Según el Censo 2001 del Instituto Nacional de Estadística (*INE*), en Bolivia al menos 1.462.286 de personas —con 6 o más años de edad— hablan el idioma aymara.

⁴⁰ El quechua es el segundo idioma más hablado por los bolivianos, superado sólo por el castellano. En la ciudad de Cochabamba también es el segundo idioma más hablado (*Censo 2001 del INE*).

⁴¹ Espinoza, 2011: 133 y Poma, 2011:157.

⁴² El CENDA es una organización no gubernamental, con sede en Cochabamba, que elabora y difunde dicho periódico desde hace más de 20 años.

3.1.2 Los medios emplean formas de expresión propias de los grupos específicos y/o vulnerables

En general, existen muy pocos espacios pensados y concebidos desde y para grupos vulnerables en Bolivia, como las mujeres, los niños, los jóvenes, las personas con discapacidad, los adultos mayores o los colectivos de diversidad sexual.

Algunos de estos ejemplos son Radio Deseo, en la ciudad de La Paz, la fundación Wayna Tambo – Red de la Diversidad, la radio Ecojóvenes del Centro de Educación y Comunicación Jóvenes Bolivia⁴³, la red ERBOL⁴⁴, la Radio Kawsachun Coca⁴⁵, la red Minera de Radio y Televisión (MIRTV)⁴⁶, la radio de la Federación de Juntas Vecinales (FEJUVE) de El Alto y el mensuario “Mi Barrio” de Tarija⁴⁷.

3.1.3. Los medios comunitarios (audiovisuales o impresos) trabajan con y para grupos específicos y/o vulnerables

Se estima que existen al menos 80⁴⁸ radios comunitarias que trabajan en comunidades del área rural del país que se encuentran en situaciones de precariedad. Desarrollan sus contenidos en relación a las necesidades y cotidianidad de la comunidad, interactuando constantemente con sus miembros.

José Luis Aguirre, director del Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo (SECRAD) y ex presidente de AMARC Bolivia, indicó que el trabajo con y para grupos vulnerables es la vocación de las radios comunitarias, ya que para que un medio sea comunitario debe tener inclinación al servicio de sectores que normalmente no han tenido acceso a la palabra, sectores de la sociedad que están a veces en condiciones de sometimiento, de no expresión o de vulnerabilidad.

3.1.4. Los medios estatales (ME) representan en la práctica los criterios de todo el espectro político y de amplios sectores de intereses sociales, incluyendo los sectores más débiles de la sociedad

Los ME⁴⁹ no representan en la práctica los criterios de todo el espectro político y de amplios sectores de la sociedad. Por ejemplo, en su programación, Bolivia TV contiene un espacio juvenil de rock nacional (*Axesso*), dos sobre pueblos indígenas (*Entre culturas* y *el noticiero aymara Markasana Arupa*) y uno sobre igualdad de género (*Por el empoderamiento político de las mujeres*).

Sin embargo, aún existen muchos otros sectores minoritarios y/o vulnerables de la sociedad que no están representados de la misma forma que algunos pueblos indígenas, como los niños, la comunidad GLBT, las personas con discapacidad

⁴³ Disponible en: www.ecojovenes.org

⁴⁴ ERBOL tiene en su periódico digital (www.erbol.com.bo) las secciones “Indígenas” y “Género” con noticias específicas sobre ambas temáticas.

⁴⁵ Véase <http://www.fmbolivia.com.bo/noticia12782-radio-kawsachun-coca-amplia-su-emision-a-9-departamentos.html>

⁴⁶ La “Cadena Minera de Radioemisoras” hizo historia en la comunicación boliviana y tuvo enorme influencia política en las décadas de los años ‘60, ‘70 y ‘80. Las radios mineras fueron los primeros medios alternativos y el inicio de la comunicación comunitaria en el país. Desde 1986 y a partir del despido masivo de mineros estatales (“relocalización”) varias emisoras fueron cerradas o transferidas a privados o a ex dirigentes, hasta el relanzamiento de la Red MIRTV en el 2003.

⁴⁷ El Equipo de Comunicación Alternativa con Mujeres (ECAM) trabaja en la capacitación de dichos comunicadores quienes aportan sustancialmente al contenido de este mensuario y del programa “Mi barrio decide” en la ciudad de Tarija.

⁴⁸ No existía información oficial sobre este aspecto al momento de realizarse el estudio.

⁴⁹ En Bolivia se podría hablar más bien de medios oficiales o gubernamentales, pues están sujetos al control del gobierno nacional.

y varios pueblos del oriente y del sur del país que viven en situaciones vulnerables y no tienen una representación justa en todo el sector mediático, incluyendo en los ME.

3.1.5. La información presentada por los medios es accesible a las mujeres y grupos específicos y/o vulnerables *(por ejemplo, toma en cuenta cómo estos grupos acceden a la información, incluyendo sus niveles de alfabetización)*

El “Informe sobre Iniciativas de conectividad de grupos de mujeres indígenas” señala que “Las mujeres indígenas que acceden a los medios les cuesta enfrentarlos, les falta práctica y en ocasiones les cuesta expresarse correctamente en castellano⁵⁰”.

La información presentada en la mayoría de los medios de comunicación es en español. Los noticieros de algunas redes nacionales de televisión y algunos otros canales locales⁵¹ presentan uno de sus informativos con la traducción al Lenguaje de Señas Bolivianas (LSB).

Los medios comunitarios llegan a grupos vulnerables y tienen una relación más cercana y familiar con sus comunidades ya que informan sobre contenidos locales y temas más cercanos, generalmente combinando el castellano con el aymara o el quechua. Tal como señala el informe antes mencionado, en el caso de las mujeres indígenas, las radios comunitarias desempeñan un rol central ya que “al acceder a programas radiales informativos en idiomas indígenas, muchas mujeres que tal vez no saben leer ni escribir acceden a información sobre la realidad de su país⁵²” (: 36).

3.2 LAS ORGANIZACIONES MEDIÁTICAS REFLEJAN LA DIVERSIDAD SOCIAL MEDIANTE SUS PRÁCTICAS DE EMPLEO

3.2.1 Las periodistas mujeres tienen una representación justa en todo el sector mediático, inclusive en los niveles más altos de dirección

Las periodistas mujeres no tienen una representación justa en todo el sector mediático. Son pocos los medios en los que las mujeres ocupan un cargo jerárquico ya que, en general, el ámbito periodístico y el de sus organizaciones están controlados por varones.

En las emisoras paceñas, los presentadores de los programas periodísticos son en su gran mayoría (71%) varones, mientras que menos de un tercio (29%) son mujeres⁵³. El mismo estudio evidencia que en los medios televisivos los presentadores de los programas periodísticos son también en su mayoría varones (58%) y en una proporción algo menor son mujeres (42%)⁵⁴.

En la gerencia de empresas periodísticas de diarios, las mujeres tienen entre el 0 y el 12% de presencia (*sólo en el diario Opinión de Cochabamba existe un 18%*). En la redacción, los hombres representan el 72% de los periodistas, mientras que las mujeres sólo llegan al 28% (*nuevamente sólo el diario Opinión presentó mayor número de periodistas mujeres*).

⁵⁰ López, 2007: 20-21.

⁵¹ UNITEL, BOLIVIA TV, RTP (redes nacionales) y TV Off (canal local de La Paz).

⁵² López, 2007: 20-21.

⁵³ Poma y Villegas, 2008: sp.

⁵⁴ Se analizaron 10 radios (de las cuales 3 son redes nacionales) y 16 canales de TV (de los cuales 9 son redes nacionales) con un total de 143 programas periodísticos.

Por último, en las directivas de los principales gremios periodísticos en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz está entre el 0 y el 13%. Sólo en la APLP hubo mayor presencia femenina en relación al resto de los gremios periodísticos (30%)⁵⁵.

3.2.2 Comunicadores de grupos étnicos, lingüísticos, religiosos minoritarios y personas con discapacidades tienen una representación justa en todo el sector mediático, incluyendo los niveles de dirección

No se tiene, como se indicó antes, un registro oficial de todos los medios impresos, radiofónicos y televisivos que funcionan en el país, y menos de aquellas experiencias de comunicación de grupos étnicos, lingüísticos, religiosos minoritarios y de personas con discapacidad que no tienen una representación justa en el ámbito mediático en el país.

A excepción del programa para personas ciegas de Radio Deseo (*véase subindicador 3.1.3*), en general no existen programas producidos por personas con discapacidad.

Por otro lado, un rastreo preliminar sólo en La Paz y en la web identificó a algunos medios de grupos religiosos, sin que ello signifique que no exista un mayor número de medios confesionales en otras ciudades del país de los cuales no existe información. En televisión, se identificaron 6 canales privados: dos católicos y cuatro cristiano-evangélicos. Católica TV, Cristo TV y Poder de Dios (*el segundo y el tercero cristianos –evangélicos*) funcionan en la ciudad de La Paz. El Sistema Cristiano de Comunicaciones, de confesión cristiana Ekklesia Bolivia, posee un canal (*Cristo TV*) y una radioemisora (*El sonido de la vida*). En El Alto funcionan dos canales privados: Cristo Viene – La Red (*cristiano*) y Virgen de Copacabana (*católico*).

En relación a los comunicadores indígenas de tierras altas y el uso de sus idiomas nativos, hay 16 programas en aymara que son emitidos por 7 radioemisoras y Bolivia TV en la ciudad de La Paz y El Alto (*Poma, 2011*), y 7 emisoras de radio emiten al menos 2 horas de noticias en quechua cada día (*Espinoza, 2011*).

Por otra parte, la realidad de los pueblos indígenas de tierras bajas es muy compleja. Ignacio Jare Ichu⁵⁶, periodista de La Palabra del Beni y del canal 11 Televisora Universitaria del Beni, considera que los periodistas indígenas no tienen una representación justa en el sector mediático, pues “*están siendo relegados y no tienen espacio en la toma de decisiones especialmente*” y para acceder a los medios, deben pagar el alquiler de un espacio.

Dimensión B: Modelo de Medios de Servicio Público

3.3 LOS OBJETIVOS DE LOS MEDIOS ESTATALES (ME) ESTÁN DEFINIDOS Y GARANTIZADOS MEDIANTE LA LEGISLACIÓN

3.3.1 Los objetivos de los ME están definidos y garantizados claramente en la legislación

Claudio Rossell, Director General de Medios Estatales del MC⁵⁷, afirmó que si bien los ME no tienen sus objetivos expresados de manera clara y precisa en la legislación, sí tienen un objeto definido en sus decretos de creación, mismo que está relacionado con el derecho de las personas a la información pública, por lo que “*en principio los medios de comunicación estatales tienen la obligación de difundir información sobre el Estado*”.

⁵⁵ Villegas, 2014: 131.

⁵⁶ Indígena del pueblo moxeño trinitario, miembro del Cabildo Indígena del Beni.

⁵⁷ El MC está compuesto por dos viceministerios: el de Políticas Comunicacionales que tiene a su cargo la Dirección General de Estrategias y la Dirección General de Información Gubernamental; y el de Gestión Comunicacional con la Dirección General de Medios Estatales y la Dirección General de Estudios y Proyectos.

De acuerdo con el Art. 4 del decreto de creación de Bolivia TV, ésta *“tiene por objeto la prestación del servicio de televisión a través de la emisión y reproducción de sus señales en todo el territorio boliviano, constituyéndose en un medio de comunicación, educación e información, que contribuya a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas, fortaleciendo la integración del Estado Plurinacional de Bolivia”*.

La agencia noticiosa ABI, la red de radio Patria Nueva y el periódico Cambio no tienen objetivos definidos y garantizados claramente en la legislación; sin embargo, se pudo tener conocimiento de que están en proceso de diseño y elaboración, bajo coordinación de la nueva Ministra de Comunicación, Amanda Dávila⁵⁸.

3.3.2 Los ME tienen garantías específicas de independencia editorial y financiamiento apropiado y seguro para protegerlos de la interferencia arbitraria

Según Rossell, los demás ME, excepto ABI, tienen políticas comerciales que *“marcan un cierto ámbito de autonomía en la medida en que generan sus propios recursos”*; sin embargo, él considera que sí pueden ser objetos de interferencia en la medida en que son dependientes del Órgano Ejecutivo y la información pública proviene principalmente del mismo, por lo que la agenda informativa de los ME estará siempre más próxima a dicha instancia gubernamental.

En relación al financiamiento, Bolivia TV⁵⁹ reúne recursos provenientes de: a) Aporte de capital del Tesoro General de la Nación–TGN por única vez, en función a la disponibilidad del flujo de caja. b) Recursos específicos generados por la empresa. c) Recursos y bienes provenientes de la Liquidación de la ex–Empresa Nacional de Televisión Boliviana–ENTB. d) Transferencias de capital⁶⁰.

3.3.3 Los ME tienen recursos técnicos suficientes

Según las declaraciones de Rossell, los ME sí tienen recursos técnicos suficientes, aunque el presidente Evo Morales, en su discurso–informe anual, se refirió a las deficiencias técnicas en el trabajo de Bolivia TV y anunció el fortalecimiento del periódico Cambio, Radio Patria Nueva y Bolivia TV⁶¹.

3.3.4 Los ME rinden cuentas ante el público, mediante su órgano administrativo

El MC y su Dirección General de Medios Estatales (DGME) realiza rendiciones públicas de cuentas parciales y al inicio de cada gestión sobre los cuatro ME⁶². Si bien éstas son públicas y por tanto puede asistir cualquier persona, están dirigidas principalmente a los representantes de los movimientos sociales afines al gobierno.

⁵⁸ Se tuvo acceso al *“Documento rector para la programación de la empresa estatal de televisión Bolivia TV”*, que según el gerente general de ese medio, Gustavo Portocarrero, está en proceso de modificación y adecuación a la actual estructura de Bolivia TV. La ministra fue posesionada el 22 de enero de 2012.

⁵⁹ Bolivia TV, a diferencia de los otros ME, desde abril de 2009 ha sido establecida como Empresa Pública Nacional Estratégica mediante el DS N° 78 y su directorio está conformado por las/los Ministros de Comunicación, Presidencia, Planificación del Desarrollo, Economía y Finanzas Públicas, Obras Públicas, Servicios y Vivienda, Educación y Culturas. La/el Ministro de Comunicación preside el Directorio.

⁶⁰ Decreto de creación Bolivia TV.

⁶¹ El Deber, 23 de enero de 2012.

⁶² La última se realizó el 6 de enero del 2012, donde se presentó la rendición de cuentas final del pasado 2011 y los objetivos para la presente gestión.

3.4 LAS OPERACIONES DE LOS ME NO EXPERIMENTAN DISCRIMINACIÓN EN NINGÚN CAMPO

3.4.1 Las empresas de transmisión por satélite y cable no se niegan a transmitir las emisoras estatales o contenidos de servicio público⁶³

En la ley de telecomunicaciones vigente, no existe la obligatoriedad explícita de los canales privados para retransmitir la señal del canal estatal.

Rossell indicó que, en general, no existe discriminación en ningún campo, excepto la vez que, durante un tiempo, entre el 2007 y 2008, la Cooperativa de Telecomunicaciones Santa Cruz (COTAS) en su servicio de cable, sacó a Bolivia TV del bloque de canales nacionales y lo colocó al final de la grilla.

3.5 ÓRGANO DIRECTIVO INDEPENDIENTE Y TRANSPARENTE

3.5.1 Los ME son controlados por un órgano directivo independiente cuya autonomía está garantizada legalmente

El decreto de creación del MC establece que éste tiene bajo su tuición a los cuatro ME: Empresa Estatal de Televisión – BOLIVIA TV, Radio Patria Nueva, Periódico Cambio y Agencia Boliviana de Información – ABI. El coordinador de medios gubernamentales ha afirmado que todos los ME, excepto Bolivia TV, dependen orgánica y administrativamente de su dirección, por lo que el Ministerio sería el órgano directivo y administrativo de los mismos.

En este sentido, entre las atribuciones específicas del Viceministerio de Gestión Comunicacional, que tiene bajo su dependencia a la DGME, está *“Desarrollar programas y proyectos de fortalecimiento y desarrollo de los medios de comunicación del Estado, así como orientar y supervisar su funcionamiento”* (decreto de creación del MC, N° 0793).

3.5.2 Los nombramientos al órgano directivo se hacen de manera abierta, transparente y libre de la interferencia directa del gobierno o el control de intereses políticos o económicos

El MC es el órgano directivo que tiene bajo su tuición a los ME y tiene a la cabeza al ministro de Comunicación, cargo de designación directa del presidente del Estado Plurinacional.

3.5.3 El órgano directivo asegura que los ME cumplan con su mandato de servicio público y proteje su independencia

No existe un mandato expreso para que el órgano directivo supervise el carácter de servicio público de los contenidos y la línea editorial de los ME.

⁶³ Cabe aclarar que el informe modelo UNESCO asume como semejantes a las emisoras estatales y los contenidos de servicio público; sin embargo, en Bolivia ambos conceptos no representan lo mismo porque es necesario diferenciar la emisión de los medios estatales de la información de servicio público que puede ser difundida también en medios privados.

3.6 LOS ME INTERACTÚAN CON EL PÚBLICO Y LAS OSC

3.6.1 Los ME han demostrado su compromiso con la consulta e interacción con el público y las OSC, incluyendo un sistema para reclamos

Bolivia TV genera canales para la participación de la ciudadanía⁶⁴. Este medio utiliza en todos sus programas por lo menos una forma de interactuar con el público, ya sea a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto, correo electrónico, redes sociales, sondeos de opinión en las calles o la presencia de las personas en el estudio. Por su parte, radio Patria Nueva genera la participación del público en tres programas a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto y ocasionalmente sondeos de opinión.

El diario Cambio y ABI no poseen espacios de participación abiertos al público. Las noticias no pueden ser comentadas y excepto por la publicación de las direcciones de correos electrónicos institucionales en sus páginas web, no tienen canales específicos para la interacción con el público.

3.6.2 Participación del público en los nombramientos al órgano directivo

No existe participación del público en los nombramientos de las autoridades del MC (véase subindicador 3.5.2).

Dimensión C: Autorregulación de los Medios

3.7 LOS MEDIOS IMPRESOS Y DIFUSIVOS CUENTAN CON MECANISMOS EFICACES DE AUTORREGULACIÓN

3.7.1 Las organizaciones mediáticas tienen códigos de ética claros y lineamientos editoriales bien fundamentados

Existen asociaciones de periodistas y organizaciones sindicales que tienen códigos de ética claros y fundamentados.

El Consejo Nacional de Ética Periodística (CNÉP) es una institución de autorregulación, creada por las entidades (ANPB, ASBORA, CSTPB, AMARC Bolivia, ABOIC, APLP) que agrupan a periodistas, investigadores de la Comunicación, directores y propietarios de medios de comunicación del país. El Tribunal Nacional de Ética Periodística (TNÉP) es la razón de ser de dicho Consejo y está integrado por tres periodistas y dos abogados⁶⁵. Posee su propio reglamento y se rige por el Código Nacional de Ética Periodística dirigido a todos los trabajadores de los medios.

La Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia (CSTPB), si bien forma parte del CNÉP y se rige por su normativa de autorregulación, también posee su propio código de ética.

Por otro lado, la ANP también cuenta con su código de ética, dirigido a los periodistas de los medios de comunicación afiliados a esa organización. Dicho código rige también al Tribunal de Autorregulación Ética (TAE) de la ANP, instancia conformada por dos abogados y tres periodistas⁶⁶. Marco Antonio Dipp dijo que los medios asociados a dicha organización "aceptan el trabajo del TAE y aplican sus fallos sin lugar a apelaciones".

⁶⁴ Villegas, 2011b.

⁶⁵ El TNÉP en 2012 estaba conformado por los periodistas Alberto Bailey Gutiérrez, Ma. Eugenia Verástegui Alarcón y Marcelo Guardia y por dos abogados: el ex presidente de Bolivia y de la Corte Suprema de Justicia, Eduardo Rodríguez, y el ex Defensor del Pueblo, Waldo Albarracín.

⁶⁶ En 2012 conformaban dicho tribunal el ex presidente de la Corte Suprema de Justicia, Armando Villafuerte, y el ex presidente del Tribunal Constitucional, Willman Durán, además de tres periodistas que obtuvieron el Premio Nacional de Periodismo: Alberto Zuazo, Jaime Humérez y Harold Olmos.

Los medios individuales, salvo casos excepcionales como los diarios El Deber de Santa Cruz y Página Siete de La Paz, carecen de lineamientos editoriales explícitos y fundamentados.

3.7.2 Los códigos se difunden activamente entre periodistas y se debaten y revisan regularmente

El TNÉP difunde en todos sus eventos departamentales el Código Nacional de Ética Periodística, el cual se encuentra disponible en su página web (www.cnepbolivia.com). El TAE de la ANP, difunde su código ética y sus fallos mediante su página web (www.anpbolivia.com).

La CSTPB realizó la publicación *“Legislación y principios del periodismo”*, que reúne el marco jurídico y deontológico del periodismo, con el Código Nacional de Ética Periodística, el Código Deontológico del Periodista, el Código de Ética de la CSTPB y el Estatuto Orgánico del Periodismo.

3.7.3 A nivel sectorial, existen sistemas para ventilar denuncias del público sobre supuestas violaciones de las normas éticas

El TNÉP es uno de los mecanismos de autorregulación que recibe denuncias sobre las violaciones al Código Nacional de Ética Periodística, su jurisdicción es nacional y alcanza a medios escritos, radiofónicos y televisivos en todo el territorio nacional. Funciona desde febrero de 2010 y a la fecha atendió 24 casos, de acuerdo a las declaraciones de María Eugenia Verástegui, miembro de dicho Tribunal.

El TAE de la ANP tiene como principal función juzgar las faltas éticas que se registren en los 24 medios impresos asociados a la ANP. Funciona desde octubre de 2009 y se ha evidenciado, mediante su página web, la resolución de 8 casos. Dipp dijo que *“las personas afectadas por una publicación deben presentar una denuncia personal o enviarla por correo certificado, dentro de los 90 días de publicado el supuesto hecho anti-ético, a las oficinas de la ANP, en la ciudad de La Paz. Se debe acompañar todos los antecedentes y/o pruebas, el motivo de la denuncia con fundamentos de su alegato y qué trata de demostrar”*.

Por otro lado, la APLP y la CSTPB tienen sus propios tribunales de honor. El Estatuto de la CSTPB establece en su Art. 69 que *“el Tribunal Nacional de Honor es un organismo jurisdiccional, competente, autónomo y permanente para juzgar a los sindicalizados por infracciones a la declaración de principios, Estatuto Orgánico, y otros instrumentos que rigen la organización, las resoluciones democráticamente determinadas y por conductas anti-sindicales”*.

Las resoluciones y fallos de los tribunales mencionados no tienen carácter punitivo y carecen de fuerza coercitiva para que puedan ser cumplidos efectivamente.

3.7.4 Las entidades auto-reguladoras y defensorías en materia de noticias son independientes del Gobierno y de los intereses comerciales

El TNÉP⁶⁷ es independiente, sin respaldo, patrocinio o relación con el gobierno en funciones o con fuerza política alguna. Se rige por su reglamento y basa sus decisiones en la CPE y los convenios internacionales sobre la materia. El trabajo que realizan sus miembros es ad honorem. Marco Antonio Dipp dijo que el TAE de la ANP mantiene *“la independencia*

⁶⁷ La Embajada de la República Federal de Alemania, el Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (FES-ILDIS), la Fundación Boliviana para la Democracia Multipartidaria (FBDM) e Idea Internacional, respaldaron y sustentaron las actividades del CNÉP, en su etapa inicial.

de opinión y de análisis de la totalidad de miembros del ente colegiado, con la finalidad de ofrecer fallos imparciales y confiables para el público lector”.

3.8 LOS MEDIOS MUESTRAN UNA CULTURA DE AUTORREGULACIÓN

3.8.1 Existen asociaciones independientes de periodistas y difunden buenas prácticas

Existen la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia y asociaciones departamentales en La Paz, Oruro, Chuquisaca, Santa Cruz, Potosí y Cochabamba. La Asociación de Periodistas de La Paz es la más activa y también viene impulsando las actividades de la Fundación para el Periodismo, institución mediante la cual desarrolla, desde el 2010, acciones de capacitación y difusión de buenas prácticas.

3.8.2 Las organizaciones mediáticas muestran sensibilidad ante su público, por ejemplo con canales para reclamos y denuncias, el derecho a responder a las acusaciones, etc

En algunos de los medios escritos existe la sección de cartas al director. Cinco de 19 diarios bolivianos (26%) cuentan con estos espacios de participación (*El Diario, La Razón, El Deber, El Alto y Correo del Sur*). En radio y televisión estos mecanismos no son frecuentes. El diario *El Deber*, de Santa Cruz, contaba hasta 2010, con una defensoría del lector que luego dejó de estar activa.

3.8.3 Las entidades autorreguladoras interactúan con las OSC y el público en general y tienen una membresía socialmente diversa

El TNÉP interactúa con la ciudadanía en las denominadas audiencias públicas que se llevan a cabo en diferentes departamentos del país, a las que asisten representantes de organizaciones de la sociedad, directores de medios y periodistas. A la fecha, se realizaron audiencias en las nueve capitales de departamento, en El Alto y Quillacollo. Su membresía, como se indicó, incluye a sectores periodísticos o afines.

3.8.4 Las / los periodistas u organizaciones mediáticas no practican la autocensura normalmente

En la encuesta realizada a periodistas en La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz, el 36% de los periodistas admitió haberse autocensurado alguna vez⁶⁸.

De acuerdo con las declaraciones del jefe de prensa del periódico *Cambio*, Mauricio Carrasco, existe autocensura en los medios privados como en los estatales, ya que los periodistas deben adaptarse a la línea del medio en el cual trabajan, por diversos factores, sin necesidad de una interferencia o injerencia directa de sus jefes o directores. Según él, en el caso de los medios privados, los intereses son distintos a los medios estatales, pero los periodistas se autocensuran casi en la misma medida que en los medios estatales.

Por otro lado, de acuerdo a una encuesta recientemente realizada por la ANP, el 47% de los periodistas consultados reconoció que llega a la autocensura por temor a las sanciones establecidas tanto en la ley contra la discriminación como la de régimen electoral⁶⁹.

⁶⁸ Hurtado, 2009:199.

⁶⁹ Página Siete, 15/02/2012:3.

Dimensión D: Requisitos para la Justicia e Imparcialidad

3.9 LA REGULACIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES ESTABLECE REQUISITOS EFECTIVOS PARA LA JUSTICIA E IMPARCIALIDAD

3.9.1 La regulación establece los requisitos para ME, privados y comunitarios (por ejemplo como condición para mantener la licencia de funcionamiento)

De acuerdo con el Estatuto Orgánico del Periodista Boliviano (*D.S. N° 20225, 9/05/1984*) entre las obligaciones del periodista se encuentran ser “*veraz, honesto y ecuánime en el ejercicio de su profesión, así como observar en el desempeño de sus funciones respeto a las normas éticas*”, está obligado a “*respaldar la información que divulga con testimonios fehacientes que avalen su veracidad*” y no se “*podrá adulterar u ocultar datos de noticias en perjuicio de la verdad y el interés colectivo*”. No obstante, estas disposiciones no están relacionadas con requisitos para que los medios puedan mantener sus licencias de funcionamiento.

3.9.2 Regulación para asegurar el respeto de los principios de justicia, equilibrio e imparcialidad durante las elecciones, por ejemplo la asignación de tiempo aire a las/ los candidatos, reportajes sobre los sondeos de opinión, las cuotas para la publicidad política, las emisiones para las elecciones partidistas, la prevención de una cobertura indebida a las autoridades públicas de conformidad con el código electoral nacional

La Ley del Régimen Electoral norma, en primera instancia en su Cap. V, la propaganda para la elección de las Autoridades del Órgano Judicial y del Tribunal Constitucional Plurinacional, y por otro lado, desde el Art. 110 hasta el Art. 126, la propaganda electoral para elecciones en general (*presidenciales, para gobernadores, alcaldes, referendos y revocatorios de mandato*). Si bien el Art. 82 de esta ley fue reformado⁷⁰, aún prohíbe la realización de campaña o propaganda a favor o en contra de alguna o algún postulante, por cualquier medio de comunicación, incluyendo Internet y mensajes masivos de texto por telefonía celular (*véase subindicadores 1.10.1 y 1.10.2*).

El Art. 119 de la ley electoral, en su párrafo I, prohíbe la propaganda electoral que sea anónima, provoque abstención electoral, atente contra la sensibilidad pública, la honra, dignidad o la privacidad de candidatos o de la ciudadanía en general; promueva la violencia, la discriminación; implique el ofrecimiento de dinero o prebenda; utilice símbolos y/o referencias religiosas, símbolos patrios o imágenes de mandatarios de otros países, o símbolos, colores, lemas, marchas, imágenes o fotografías de otras organizaciones políticas o candidaturas; utilice de manera directa imágenes de menores, o imágenes de la entrega de obras públicas, bienes, servicios, programas o proyectos; utilice resultados y datos de estudios de opinión con fines electorales o utilice símbolos del Estado Plurinacional.

El párrafo II de dicho artículo prohíbe cualquier propaganda gubernamental desde treinta (30) días antes hasta las veinte (20) horas del día de los comicios, y el párrafo III indica que las prohibiciones establecidas en este artículo aplican también a los medios interactivos, en particular Internet y mensajes masivos de texto por telefonía celular, cuyo uso estará sujeto a las multas, sanciones y responsabilidades penales establecidas en esta Ley (*véase subindicadores 1.10.1 y 1.10.2*).

⁷⁰ La reforma del Art. 82 de la Ley de Régimen Electoral, realizada el 27 de mayo de 2011, deroga la prohibición establecida por la Ley, según la cual los postulantes no podían acceder a entrevistas de medios de comunicación ni manifestar su opinión en “*foros públicos, encuentros u otros de similar índole*”, pero mantiene la obligación de los medios de no difundir documentos distintos a los producidos por el Órgano Electoral ni referirse a candidatos y candidatas en forma positiva o negativa.

El Art. 122 de la misma norma prohíbe a los candidatos al Órgano Electoral Plurinacional, desde el momento de su inscripción, dirigir programas o difundir columnas de opinión en los medios, bajo pena de inhabilitación. Prohíbe específicamente a los medios de comunicación, desde cuarenta y ocho (48) horas antes del día de los comicios hasta las dieciocho (18) horas de la jornada de votación, la difusión de propaganda, información u opinión que favorezca o perjudique a algún candidato e influyan en las preferencias electorales de la ciudadanía (*véase subindicador 1.10.1*).

El reglamento del “*régimen especial de propaganda*” para las elecciones judiciales establece la obligación de los medios de entrevistar a todos los candidatos en igualdad de condiciones y sujetándose a un esquema de preguntas predefinido por el Órgano Electoral.

3.9.3 La regulación no compromete la independencia editorial de los medios, por ejemplo imponiendo un sistema de censura previa

La normativa constitucional y legal vigente referida al trabajo mediático establece en general garantías para la libertad de expresión y la ausencia de censura previa.

Los Arts. 80 al 84 de la ley electoral, en los hechos, imponen la censura previa al evitar la difusión de ciertos contenidos como al indicar puntualmente el carácter de la información que los medios pueden emitir, lo cual contraviene la disposición constitucional que prohíbe la censura previa.

En ese marco, la mayoría de los medios optó por no entrevistar a los candidatos a las elecciones judiciales de octubre de 2010 y varios otros —en particular los diarios— decidieron bloquear o controlar sus espacios de comentario en los blogs que acompañan sus ediciones electrónicas.

3.9.4 Cumplimiento con las normas internacionales en materia de justicia e imparcialidad

El Informe de la CIDH 2011 señaló que el delito de desacato que estaba establecido en Bolivia atentaba “*contra la libertad de expresión y el derecho a la información*”. El 24 de octubre de 2012 el Tribunal Constitucional Plurinacional declaró inconstitucional el delito de desacato y lo eliminó del Código Penal⁷¹ por considerarlo inconstitucional y desigual.

3.10 APLICACIÓN EFECTIVA DE LAS NORMAS ESTABLECIDAS POR EL ÓRGANO DIRECTIVO

3.10.1 Se investigan las violaciones al reglamento y se aplican sanciones proporcionales

A 87 de años de la promulgación de la Ley de Imprenta, ha existido un sólo caso en el que se dictó una sentencia: el 20 de enero de 2004 y después de 79 años de promulgada esta norma, el Jurado de Imprenta de la ciudad de Cochabamba absolvió de culpa (*aunque con una sanción de Bs. 400*) por unanimidad, a Marco Carrillo Fuentes, redactor del diario Los Tiempos, a quien Luis Moreno, ex Director de Espectáculos de la Alcaldía de esa ciudad, había acusado por delitos de difamación, calumnia e injuria cometidos por medio de varias publicaciones, en las que el periodista vinculaba al funcionario con tráfico de menores y actos de corrupción para favorecer a prostíbulos de su propiedad⁷².

En cuanto a la radiodifusión, la ATT sí decomisó equipos de varias emisoras calificadas de “*clandestinas*” y que estaban interfiriendo las señales de otras.

⁷¹ El artículo 162 del Código Penal señalaba que una persona incurría en el delito de desacato cuando por cualquier medio, injuriaba o difamaba a un funcionario público en el ejercicio de sus funciones. En ese caso el infractor “*será sancionado con privación de libertad de un mes a dos años*”, y que la norma sería aún más estricta en caso de que el funcionario sea el Presidente o Vicepresidente, ministros de Estado, de la Corte Suprema o de un asambleísta.

⁷² Los Tiempos, 21/01/2004.

3.10.2 Sistema apropiado para atender los reclamos del público

No existe un sistema formalizado público ni privado para la atención de reclamos del público.

El Grupo Líder de periódicos creó en mayo de 2003 la oficina del Defensor del Lector como mecanismo para canalizar los reclamos y sugerencias de los lectores de los ocho diarios que conforman dicho grupo, pero esa iniciativa cesó desde septiembre de 2006.

En relación a los reclamos por cuestiones técnicas en los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones (*en especial de telefonía celular*), Clifford Paravicini aseveró que la ATT cuenta con un sistema “*relativamente eficiente*”.

3.10.3 La regulación se hace cumplir pero con la debida consideración para la libertad editorial e independencia

(Véase subindicadores 3.9.3 y 3.10.1).

Dimensión E: Niveles de Confianza del Público y Credibilidad de los Medios

3.11 EL PÚBLICO MUESTRA ALTOS NIVELES DE CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.11.1 La percepción de que los medios reportan sobre temas de real interés para el pueblo

Investigaciones sugieren que los altos niveles de confianza ciudadana en los medios característicos hasta la década de 1990 disminuyeron y que la gente les demanda que se ocupen de otros temas y también le den más cabida en sus espacios.

Más de la mitad de los ciudadanos encuestados en “*La ciudadanía tomó la palabra*” por el ONADEM en 2010 en La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz (54,3%) reconoció a la labor periodística como un servicio fundamental a la sociedad, pero cuestionó otros aspectos como el profesionalismo y la imparcialidad⁷³. En ese mismo estudio el grado de satisfacción de la ciudadanía con las noticias que emiten los medios fue de 4,37 en una escala de 1 al 7.

En otra encuesta llamada Agenda Ciudadana 2010, la gente sugirió que los medios tenían que respetar la ética e incluir contenidos educativos para la sociedad que involucren información del área rural en sus contenidos⁷⁴.

3.11.2 Satisfacción con el equilibrio entre las noticias e información locales y nacionales

No se cuenta con información precisa a este respecto. Sin embargo, de acuerdo con monitoreos efectuados por el ONADEM, la información local tiene una presencia menor en los medios impresos de mayor circulación y en las redes de radio y televisión con alcance nacional. En consecuencia, son los medios locales los que dan más espacio a la información local.

La agenda de los medios denominados del eje (*La Paz, Cochabamba y Santa Cruz*) en oposición con la agenda de los medios más locales (*Beni, Potosí, Sucre, Oruro y Tarija*) se contrapuso, pero prevaleció una “*agenda centralista*” matizada

⁷³ Poma, 2009:33.

⁷⁴ Mejía, 2011:31

por conflictos políticos, económicos y sociales que dejaron de lado una visión intercultural integral como país (Villegas, 2011: 10).

3.11.3 La percepción de que las/los periodistas y las organizaciones mediáticas tienen integridad y no son corruptos

El profesionalismo de los periodistas, su responsabilidad para informar y su manejo de la verdad fueron calificados con un promedio de 47% de insatisfacción frente a un 42% de satisfacción⁷⁵. Según un estudio realizado por la revista "Poder y Placer" el 2011⁷⁶, el 68% de la población que vive en las ciudades del eje troncal considera que la prensa es la institución más creíble del país. El 66% ve a la Iglesia Católica con la imagen de más confiable. En la parte más baja de esta escala de confiabilidad están la policía (28%), el gobierno (26%) y la justicia (18%)⁷⁷.

3.11.4 La percepción ciudadana de que el reportaje de las noticias es justo e imparcial

Sendos estudios muestran que "la gente opina que la mayoría de los noticieros de los medios de comunicación obedece a intereses políticos partidarios y empresariales"⁷⁸ y que "la mayoría de los ciudadanos en La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz, valora la función y el servicio que cumple el periodismo, pero se siente insatisfecha con el modo en que los periodistas ejercen su trabajo y demanda de ellos más profesionalismo, responsabilidad, imparcialidad y honestidad"⁷⁹.

"El componente profesional más insatisfactorio y deficiente del periodismo para ciudadanía fue la imparcialidad, ya que más de la mitad de los encuestados (59%) expresaron su insatisfacción y observaron la falta de ese aspecto" (:34). La mayoría de las personas indicó que los medios han "perdido credibilidad", "imparcialidad", "objetividad", por lo que "hay que creerles a medias, dependiendo de la tendencia política de sus propietarios"⁸⁰.

En febrero de 2010, una encuesta auspiciada por la Unión Europea y el Centro Carter en la Paz y Santa Cruz estableció que la imparcialidad de los medios fue calificada como regular con sólo el 33,4%.

3.11.5 Un alto nivel de participación ciudadana en los medios de comunicación social se refleja en: el nivel de participación del público en los programas que permiten respuestas del público, el espacio dedicado a los comentarios de lectores/as en los periódicos, etc.

La participación de las personas "en los espacios informativos es casi nula, a excepción de los casos en que se matiza la información con sondeos de opinión, en especial en televisión" y "son los programas de concursos, juveniles y de variedades aquellos que mayor apertura a la participación de los ciudadanos muestran"⁸¹.

El estudio concluye que "actualmente la participación del público es mayor en programas periodísticos y no periodísticos de televisión (76%), que en radio (38%) y en prensa (28%) por el uso de mensajes de texto y de redes sociales como Facebook".

⁷⁵ Poma, 2009:33.

⁷⁶ Encuesta realizada a 800 personas en Santa Cruz, La Paz, El Alto y Cochabamba, durante la última semana de noviembre y publicada por la revista Poder y Placer.

⁷⁷ El Deber en línea, 19/12/2011.

⁷⁸ Poma, 2007:8.

⁷⁹ Poma, 2009: 31.

⁸⁰ Murillo y Mejía, 2011: 6.

⁸¹ Villegas, 2011b. En diciembre de 2011 fueron analizadas 5 redes nacionales de televisión (ATB, UNITEL, PAT, Cadena A, Bolivia TV, Bolivisión) y un total de 79 programas de televisión, así como 3 redes nacionales de radio (ERBOL, Panamericana y Patria Nueva) con 32 programas y 18 diarios de circulación a nivel nacional.

3.12 LAS ORGANIZACIONES MEDIÁTICAS SON SENSIBLES A LAS PERCEPCIONES QUE TIENE EL PÚBLICO SOBRE SU TRABAJO

3.12.1 Las organizaciones mediáticas hacen esfuerzos por saber más sobre su público y las percepciones de la calidad y la diversidad cultural de sus programas y sus noticias

Los principales medios del país no ejecutan ni encomiendan estudios de sus audiencias, aunque sí algunas de las redes nacionales de televisión solicitan investigaciones de rating bimensuales o trimestrales a algunas empresas especializadas.

3.12.2 Las organizaciones mediáticas ofrecen canales para la participación del público (llamadas telefónicas del público, debates, informaciones de la ciudadanía)

La participación de la ciudadanía es mayor en la televisión que en la radio y en los diarios. Sin embargo, en general *“los programas televisivos no incluyen la presencia del público en estudios (76%), pero participación virtual y grabada del público se logra mediante sondeos de opinión en las calles y el uso de nuevas tecnologías (en especial, mensajes de texto y mensajes de redes sociales)”*. En radio, la mayoría de 32 programas de las 3 redes nacionales incluye alguna modalidad de participación del público: llamadas (38%), sondeos de opinión (16%), correo electrónico (16%) y otros. En diarios, el 28% (*El Diario, La Razón, El Deber, El Altoño y Correo del Sur*) publican espacios destinados a compartir las inquietudes y comentarios de sus lectores⁸².

3.12.3 Las organizaciones mediáticas establecen mecanismos de auditoría interna para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas

No hay una práctica establecida de rendición de cuentas en los medios. y no existen mecanismos conocidos para garantizar su transparencia, salvo las declaraciones impositivas o el cumplimiento de obligaciones sociales con sus trabajadores que deben hacer las organizaciones mediáticas ante las autoridades correspondientes.

3.12.4 Mecanismos de las comunidades para evaluar los medios comunitarios

No existen mecanismos de evaluación de los medios comunitarios. Excepto la regulación técnica que realiza la ATT, no hay formas de evaluar a los medios comunitarios ni a las RPOs⁸³ de manera sistemática.

Dimensión F: Seguridad de Periodistas

3.13 PERIODISTAS, EL PERSONAL MEDIÁTICO ASOCIADO Y LAS ORGANIZACIONES RESPECTIVAS PUEDEN EJERCER SU PROFESIÓN CON SEGURIDAD

3.13.1 Las/os periodistas y personal asociado de los medios no sufren amenazas, hostigamiento ni vigilancia

El ONADEM registró, entre octubre de 2007 y septiembre de 2011, un promedio de 10 agresiones mensuales contra periodistas o instalaciones o vehículos de medios. Todos los dirigentes sindicales entrevistados, representantes de 13

⁸² Villegas, 2011b.

⁸³ Las RPOs dependen, al igual que los demás medios estatales, de la DGME del Ministerio de Comunicación, por lo que, de acuerdo con AMARC Bolivia, se puede afirmar que no son propiamente medios comunitarios independientes, económica y políticamente, de intereses gubernamentales.

ciudades capitales e intermedias, afirmaron que los periodistas de las distintas regiones del país sufren agresiones físicas y verbales constantemente.

Ramiro Echazú, máximo dirigente de la CSTPB, expresó que los periodistas se sienten altamente desprotegidos del Ministerio Público y la justicia en general, que son incapaces de sancionar a los autores materiales e intelectuales de la violencia física, verbal y hasta asesinato que sufren los periodistas.

Víctor Hugo Centeno, representante sindical de la prensa del Beni, afirmó que las agresiones provienen principalmente de la policía y los movimientos sociales. Centeno afirma que los movimientos sociales, muchas veces, presionan, amenazan y obligan a los periodistas para obtener cobertura.

3.13.2 Las/os periodistas y personal asociado de los medios no sufren ataques físicos, detenciones ilegales ni asesinato como resultado de realizar sus legítimas actividades

La cobertura informativa en situaciones políticas conflictivas resulta muy compleja para los periodistas en Bolivia.

Las agresiones contra periodistas y medios de comunicación, entre 2007 y 2011, se relacionaron con la cobertura informativa en situaciones de movilización y protesta social. Las denuncias de periodistas contra policías se duplicaron en el último año, mientras que ciertos funcionarios públicos y miembros del Órgano Judicial continuaron realizando de manera pública agresiones verbales y obstaculización al trabajo periodístico. La impunidad continuó como tendencia⁸⁴.

Las agresiones físicas de sectores movilizados durante protestas sociales hacia los periodistas el 2010 alcanzaron el 20%, mientras que en los cuatro años de seguimiento llegaron al 17,7%. Las agresiones verbales de algunas autoridades hacia los periodistas también continúan. Además, en reiteradas oportunidades⁸⁵, Morales y otros funcionarios de menor rango, públicamente, hicieron mención de algunos medios de comunicación como opositores del gobierno nacional.

Los periodistas más agredidos fueron los de la televisión, con 53% de los casos; en muchas circunstancias fueron perseguidos para que entregaran las imágenes que habían registrado. Existen también agresiones anónimas y violentas que no han sido esclarecidas, como las muertes de dos periodistas en el 2010, uno en La Paz y el otro en El Alto. El 2008 se denunciaron cinco casos de esos hechos violentos, el 2009 se duplicaron, mientras que el 2010 fueron registrados 7 ataques de ese tipo perpetrados por presuntos delincuentes. Estos ataques en su gran mayoría aún no han sido esclarecidos⁸⁶.

3.13.3 Los medios no son obligados al cierre como resultado de realizar sus legítimas actividades, ni se les amenaza con el cierre

No existen casos recientes respecto de este punto; el último registrado tuvo lugar en 1988, cuando Víctor Paz Estenssoro, presidente de Bolivia en ese momento, ordenó la clausura del canal RTP, debido a una entrevista que éste difundió al entonces “rey de la cocaína”, Roberto Suárez, quien involucró al primer mandatario⁸⁷.

⁸⁴ Sandoval, 2011: 249.

⁸⁵ Los Tiempos en línea, 20/03/2011; La Patria en línea, 20/03/2011.

⁸⁶ Sandoval, 2011:247.

⁸⁷ Las autoridades de entonces consideraron que la entrevista era una apología al delito y una falta de respeto a Paz. El cierre fue rechazado por las organizaciones de prensa y por la audiencia que tanto se beneficiaba con los servicios sociales del canal. La muchedumbre no sólo obligó a la reapertura de la radio sino que su contundencia culminó con la fundación de CONDEPA, partido político liderado por el director de RTP, Carlos Palenque (*Lupe Cajías en La Patria en línea, 08/10/2010*).

3.13.4 Los crímenes contra periodistas son procesados y no hay clima de impunidad

Existen escasas sanciones y se mantiene la impunidad de los agresores. Las denuncias se hacen generalmente de manera pública ante organizaciones sindicales y gremiales (90%), mientras que sólo un 10% de denuncias llegó a niveles judiciales o policiales en el 2010. La gran mayoría de los casos denunciados no se ha esclarecido. En los últimos cuatro años, “sólo dos presuntos agresores de periodistas fueron enviados a la cárcel, aunque ya salieron libres con medidas sustitutivas a la detención”, uno en La Paz y otro en Santa Cruz⁸⁸.

3.13.5 Las organizaciones mediáticas tienen políticas para proteger la vida y la salud de su personal ante los riesgos de trabajo y todo el personal tiene acceso a medidas de protección social, incluyendo los empleados/as temporales e independientes

Según el informe del ONADEM sobre agresiones a periodistas, “los despidos injustos, las trabas que impiden conformar sindicatos dentro de las empresas, las condiciones laborales en creciente precarización, la falta de seguro médico, seguro de vida o estabilidad laboral, entre otras carencias, son ataques internos que reciben cotidianamente muchos periodistas en Bolivia”⁸⁹.

3.13.6. Medidas para garantizar la seguridad social disponibles para todo el personal, incluyendo personal eventual y empleados independiente (freelance)

Algunos encuestados dijeron que a “pesar de tener contrato no han recibido bonos de transporte de parte de su empresa, no saben si tienen seguro social o el seguro de vida que —en algunos casos— les prometieron o que ni siquiera conocen si les están pagando de acuerdo con su contrato”. Sobre los beneficios sociales, el mismo estudio señala que “la mayor parte de los periodistas encuestados dijo tener todos los beneficios de ley, pero en varios casos también afirmaron que no los conocen o que “les dijeron que tenían pero no les consta”. Entre tales beneficios resaltan el descanso una vez por semana, aportes a los fondos de pensiones y el seguro social, las vacaciones y el pago de bono de transporte”⁹⁰.

En las entrevistas realizadas los dirigentes sindicales de la CSTPB representantes de 13 ciudades capitales e intermedias, aseguraron que la gran mayoría de los periodistas no tienen seguro médico ni seguro de vida que los protejan, ni gozan de los beneficios sociales que les corresponden.

Los aportes a la Agencias para las Administración de Fondos de Previsión (AFPs)⁹¹ son mayormente realizados por los periodistas en los medios grandes y en las ciudades grandes (La Paz y Santa Cruz), aunque varios de estos medios que descontaban dichos aportes a su personal no hacían los pagos correspondientes a esos fondos de pensiones.

Un gran problema que existe es que muchos periodistas son obligados por los medios a trabajar de manera “independiente”, tal como afirma Víctor Hugo Centeno: en el Beni “no contratan personas, trabajadores bajo un sueldo, los obligan para que ellos se auto-paguen, o sea que sean independientes, que se busquen publicidad, que trabajen, que ellos

⁸⁸ Uno de ellos es el policía David Leytón Alborta, que vestido de civil agredió a un periodista en Santa Cruz. Luego de dos meses en la cárcel, salió con medidas sustitutivas y garantías. Hubo además otros policías destituidos en este lapso, luego de comprobarse el ejercicio de violencia física contra periodistas. En La Paz, el activista Adolfo Cerrudo continúa en libertad condicional, luego de un corto tiempo de haber estado preso. Cerrudo fue filmado en reiteradas ocasiones golpeando a periodistas en plena cobertura informativa e incluso fue acusado de amenazar a una periodista con violación y linchamiento (Sandoval, 2011:248).

⁸⁹ *Ibidem*.

⁹⁰ Hurtado, 2008:197–198.

⁹¹ Legalmente obligatorios para todos los trabajadores, incluyendo los independientes, desde el 2011.

se paguen” y en consecuencia estos comunicadores están aún más desprotegidos que los trabajadores permanentes. La misma situación fue descrita por la mayoría de los dirigentes sindicales del interior del país.

3.14 EL EJERCICIO MEDIÁTICO NO SE PERJUDICA POR UN CLIMA DE INSEGURIDAD

3.14.1 Las/los periodistas no se autocensuran normalmente por temor a castigos, hostigamiento o ataques

Como anteriormente se manifestó, sí existen circunstancias en las que los periodistas se autocensuran, por miedo a perder su trabajo o por amedrentamientos externos de intereses que se ven afectados por las informaciones publicadas (véase subindicador 3.8.4).

3.14.2 La confidencialidad de las fuentes se garantiza en las leyes y se respeta en la práctica

El “*secreto de imprenta*” está garantizado en Bolivia por la Ley de Imprenta en su Art. 8. Sin embargo, existen muchos casos en los que los periodistas han sido citados por instancias judiciales, incluso como “*testigos*” de ciertos hechos, y se les ha exigido que revelen sus fuentes de información. Sin embargo, según los dirigentes de la prensa entrevistados, hasta la fecha han podido ejercer el derecho a la confidencialidad de sus fuentes, a pesar de las presiones de instancias judiciales.

Recomendaciones Categoría 3

Dimensión A: Los Medios Reflejan la Diversidad de la Sociedad

- Abrir más espacios en los medios en general que permitan reflejar más cabalmente la pluralidad lingüística, cultural, social y política del país.
- Canalizar en los medios estatales las expresiones e intereses de sectores y grupos vulnerables que no siempre tienen cabida en los otros tipos de medios.
- Alentar una representación digna de las mujeres en los contenidos de los espacios informativos así como una participación equitativa de las periodistas en la producción y presentación de las noticias al igual que en los puestos directivos de medios y organizaciones gremiales del sector.

DIMENSIÓN B: MODELO DE MEDIOS DE SERVICIO PÚBLICO

- Establecer un ente independiente, con participación ciudadana, que se encargue de la gestión de los medios estatales a fin de garantizar su autonomía editorial, su financiamiento no condicionado y el uso de sus recursos en beneficio del interés público.

DIMENSIÓN C: AUTORREGULACIÓN DE LOS MEDIOS

- Promover desde los gremios periodísticos y los medios de comunicación el conocimiento y la aplicación, por los periodistas, las fuentes, los anunciantes y el público en general, de las normas de conducta ética para la obtención, procesamiento y publicación de las informaciones.
- Establecer en los diferentes tipos de medios mecanismos ágiles, eficientes y creíbles de atención de reclamos del público, capaces de ofrecer respuestas pertinentes y oportunas a los mismos.

- Potenciar el desempeño de los mecanismos de autorregulación para que su accionar, además de ser ampliamente conocido, tenga incidencia efectiva en la superación de inconductas éticas en el periodismo.
- Crear condiciones, desde el Estado y los medios, para eliminar toda práctica de autocensura en los periodistas.

DIMENSIÓN D: REQUISITOS PARA LA JUSTICIA E IMPARCIALIDAD

- Asegurar desde el Estado la aplicación transparente de la nueva normativa para los medios audiovisuales, en particular en lo que concierne a la redistribución de las frecuencias del espectro radioeléctrico. Esto también debe implicar que se viabilicen los mecanismos de control social señalados en la ley de telecomunicaciones.

DIMENSIÓN E: NIVELES DE CONFIANZA DEL PÚBLICO Y CREDIBILIDAD DE LOS MEDIOS

- Alentar en los medios y gremios periodísticos prácticas de desarrollo profesional que contribuyan a mejorar la percepción de los públicos respecto de la calidad de la información y el desempeño general de los medios y periodistas.
- Alentar a que los medios en general establezcan mecanismos para transparentar su gestión ante los públicos.

DIMENSIÓN F: SEGURIDAD DE LOS PERIODISTAS

- Establecer, desde el Estado y los medios, políticas destinadas a garantizar la seguridad de los periodistas, las instalaciones y equipos de los medios.
- Garantizar, desde el Estado, la eficiente investigación de los crímenes contra periodistas, así como la transparente administración de justicia en tales casos.

Categoría 4

Capacitación profesional e institucional de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad



Dimensión A: Disponibilidad de Capacitación Profesional Mediática

4.1 LAS/LOS PROFESIONALES DE LOS MEDIOS PUEDEN ACCEDER A LA CAPACITACIÓN APROPIADA PARA SUS NECESIDADES

4.1.1 Existen programas de formación profesional para periodistas

No hay carreras de Periodismo a nivel licenciatura. De acuerdo a estudios de ONADEM, el Periodismo no es un área de conocimiento privilegiada por las universidades ni, aparentemente, requerida por los estudiantes. El Periodismo ocupa un lugar secundario en las carreras tanto por la falta de especialización en esta área como por la escasa oferta de cursos de posgrado.

Sólo 4 de las 44 carreras⁹² de Comunicación y Relaciones Públicas que hay en el país están orientadas a esa área; el resto carece de un enfoque particular en periodismo o se centra en otros campos. Existen sólo dos carreras de periodismo en Bolivia a nivel técnico superior: una impartida por la Universidad Nacional Siglo XX de Potosí (*Llallagua*), en modalidad a distancia, y otra en la Universidad San Francisco de Asís en La Paz. Cabe destacar que la Carrera de Periodismo en Potosí se inició en 2007 de manera experimental, con el objetivo de profesionalizar a los periodistas que aún son empíricos.

En relación a la oferta académica de posgrado en Periodismo, el estudio pudo establecer que ésta es prácticamente inexistente y esporádica, lo cual limita la especialización académica de los periodistas en áreas de su interés. Se pudo establecer además, que la escasez de programas obedece a varios motivos, entre ellos, que las universidades no consiguen una respuesta suficiente de estudiantes interesados como para abrir un curso y que los periodistas por su nivel salarial, rutina laboral y ritmo de vida, se ven imposibilitados de inscribirse a un curso de posgrado.

Por diferentes razones, tanto el mercado laboral reducido, insuficiente cantidad de estudiantes, etc., gran parte de las universidades que enseñan Comunicación han optado por la no especialización, ofreciendo carreras generalistas.

4.1.2 Programas ofrecidos por una gama de fuentes nacionales y extranjeras

Existen programas de capacitación ofrecidos por fuentes nacionales y extranjeras, así como en alianzas de cooperación internacional en el país; en otros casos, existen opciones netamente internacionales. Estas últimas, al ser ofrecidas en inglés, probablemente podrían implicar una limitante sumada a la de los costos; no obstante, el hecho de estar disponibles en línea facilita su acceso.

⁹² Steinbach y Colanzi, 2009:203 – 208.

La Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación (ABOCCS) cuenta con un convenio de cooperación con la UNESCO para la implementación de una maestría en periodismo en asocio con la UEB. Asimismo, los programas de enseñanza de la Fundación para el Periodismo y el PADEM reciben recursos provenientes de la cooperación suiza a través de la Acción Obrera Suiza (AOS) y la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE⁹³). Por otra parte, la KAS y la Fundación Ebert Stiftung (FES) desarrollan sus actividades financiadas por el Ministerio de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania (BMZ). El Centro Carter trabaja en el país con el Programa de Fortalecimiento del Ejercicio del Periodismo en la Promoción de la Estabilidad y la Paz en Bolivia, en este marco ha realizado una serie de talleres destinados a la actualización y perfeccionamiento de los periodistas.

Asimismo, otros programas de capacitación para periodistas ofrecidos por diferentes fuentes internacionales y a las que es posible acceder son: Knight Foundation⁹⁴ (USA), Press Freedom 2.0 (Holanda), Grupo Clarín (Argentina, con la Fundación para el Periodismo). Además, becas para capacitaciones en Alemania (auspiciadas por varias fundaciones), Holanda (Radio Nederland), BBC World Trust. Finalmente, cursos en línea ofrecidos por Poynter⁹⁵ y Knight Foundation.

4.1.3 Oportunidades para periodistas calificados a todo nivel para perfeccionar sus destrezas y sus conocimientos esenciales de las diferentes disciplinas

La mayor parte de los representantes de los medios de comunicación consultados para este estudio coincidieron en afirmar que la oferta de formación académica para perfeccionar las destrezas y conocimientos esenciales de los periodistas es aún reducida y en algunas regiones –fuera del eje troncal del país– es prácticamente inexistente.

De una muestra de 764 periodistas, equivalentes en promedio al 78% de los que trabajan en las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz de la Sierra, una mayoría dijo tener estudios en Comunicación y más del 50% dijeron haber recibido capacitación extra patrocinada o auspiciada por la empresa mediática. Los datos mostraron también que son profesionales de la comunicación pero no necesariamente del periodismo como una especialidad⁹⁶.

En los medios estatales, el periódico Cambio, Bolivia TV y la radioemisora estatal Red Patria Nueva han apoyado la capacitación de periodistas.

De otro lado, los gremios periodísticos organizados tales como la CSTPB, la APLP, la ANP, la ANPB y la ASBORA, han manifestado que organizan actividades para sus asociados a través de cursos, talleres y seminarios, fundamentalmente para abordar y discutir la coyuntura política en el país, la libertad de expresión, la democracia y para promover la reflexión y el debate de temas que son de interés en la función periodística. Estas aseveraciones contrastan con las vertidas por el dirigente sindical de la CSTPB y por algunos representantes de medios de comunicación privados, ya que en opinión de ellos la oferta académica es aún escasa y no siempre de fácil acceso.

4.1.4 Oportunidades para intercambios y programas regionales e internacionales

Las oportunidades de intercambio regional e internacional que pudieran existir para periodistas bolivianos son aprovechadas sólo por un pequeño porcentaje de ellos que logra tener acceso a estas ofertas. Dadas las condiciones laborales, tanto salariales, de rotación, de carga de trabajo, de idioma (*en el caso de oportunidades internacionales*) y de ubicación geográfica de los periodistas fuera del eje troncal, su participación en este tipo de actividades se ve limitada.

⁹³ Véase http://www.cooperacion-suiza.admin.ch/bolivia/es/Pagina_principal

⁹⁴ Véase <http://www.knightfoundation.org/about/>

⁹⁵ Véase <http://about.poynter.org/about-us/mission-history>

⁹⁶ Hurtado, 2009:196.

4.1.5 Apoyo para periodistas que necesiten especializarse en determinadas temáticas específicas

La realidad muestra una desventaja considerable para quienes, por su localización geográfica, limitados recursos económicos, así como –en muchos casos– un respaldo restringido de los propietarios de los medios, no pueden acceder a capacitación para mejorar la práctica de su función periodística. El apoyo a periodistas que necesitan especializarse en tópicos específicos requiere del concurso comprometido de los propietarios de los medios así como de la predisposición de los periodistas para acceder a eventos de aprendizaje.

En el ámbito gremial, tanto el presidente de la ANP como el de la ANPB coincidieron en afirmar que las empresas periodísticas apoyan la capacitación de sus periodistas sin que esto signifique una generalización. Existen, por supuesto, otros medios de comunicación que condicionan de diferentes maneras este tipo de apoyo a sus trabajadores.

4.1.6 Capacitación en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs)

En el caso de los medios de comunicación privados audiovisuales e impresos, las consultas realizadas mostraron que en la actualidad, por la “*explosión*” de tales tecnologías, se está tomando más atención al tema, sobre todo en su utilización para lograr la interacción de los públicos con los medios y viceversa. Sin embargo, en lo concerniente a capacitación, el manejo empírico de las TICs más utilizadas en el entorno (*redes sociales, multimedia y el mismo correo electrónico*) no ha demandado una capacitación específica dado que gran parte de los periodistas con acceso a Internet (*énfasis en las ciudades del eje central*) están expuestos a éstas y han aprendido su manejo ya sea por iniciativa propia, a través de cursos o bien de manera autodidacta.

En el espectro gremial, el presidente de la ANP, Marco Antonio Dipp, afirmó que los periodistas de los medios asociados a esa organización tienen acceso a las TICs dado que todas las empresas asociadas cuentan con sitios web y utilizan plataformas de entrega múltiple en redes sociales como Facebook y Twitter para interactuar y comunicarse con sus lectores. De otro lado, tanto el presidente de la ANPB, Ronald Grebe, como el Secretario Ejecutivo de la CSTPB, Ramiro Echazú, señalaron que no se ha abordado la capacitación en TICs específicamente.

La capacitación en TICs a periodistas en los medios estatales es prácticamente inexistente. En el periódico Cambio se hace uso de plataformas virtuales a través de la página web y las redes sociales de Facebook y Twitter, pero de acuerdo a su Editor General, Mauricio Carrasco, estas tecnologías no son aprovechadas plenamente en comparación con otros medios de comunicación porque al ser un medio relativamente pequeño con alrededor de 25 periodistas ninguno de ellos ha sido adscrito exclusivamente para el manejo de TICs. A esta situación se suma que el medio no cuenta con personal especializado para ir alimentando el uso de tales plataformas múltiples.

Es pertinente señalar que en Bolivia existen severas limitaciones de conectividad; una de las principales restricciones de acceso a las TICs está relacionada al costo del servicio de Internet. A nivel del continente, Bolivia tiene los costos más elevados y en menores condiciones de calidad en la región. Este hecho obedecería a que el servicio es comprado a través de intermediario, lo cual encarece los costos, según informó el Coordinador Ejecutivo de la Red TICBolivia, Fidel Álvarez.

4.1.7 Oportunidades para que las/los periodistas accedan al aprendizaje a distancia

Existen pocas experiencias de oferta académica a distancia para periodistas. Esta carencia –como señaló la presidenta ABOCCS hasta el 2011, Martha Paz– no es necesariamente atribuible a falencias de la oferta académica sino más bien a la incipiente adaptación en el entorno boliviano a este tipo de modalidad de aprendizaje y trabajo a distancia.

De acuerdo con lo indicado en los subindicadores 4.1.3, 4.1.4 y 4.1.5, existen algunas barreras para el acceso a capacitación por parte de los periodistas; en el caso específico de aprendizaje a distancia también influyen los factores económicos, de acceso a Internet, en muchos casos el apoyo condicionado de los dueños de medios de comunicación y la poca información respecto a la oferta académica disponible. A estas se suma la barrera del idioma en los casos de accesibilidad a cursos virtuales en idiomas extranjeros, principalmente en inglés.

4.1.8 Capacitación físicamente accesible para todos las/los periodistas (por ejemplo, no sólo concentrada en los centros urbanos)

El Secretario Ejecutivo de la CSTPB indicó que la capacitación para periodistas afronta algunas dificultades, sobre todo para quienes trabajan fuera del eje central del país (*La Paz, Cochabamba y Santa Cruz*). Por otro lado, los representantes consultados de las Federaciones y Sindicatos de trabajadores de la prensa de Bolivia que desempeñan funciones fuera del eje central, coincidieron con la anterior afirmación hecha por el Secretario Ejecutivo.

La ANP organiza cursos itinerantes en diferentes ciudades del país y facilita el transporte de los participantes de diferentes regiones para que puedan asistir a esas actividades. Tanto la UAGRM, la UCB y el Instituto Erbol ofrecen cobertura más allá de las ciudades del eje central del país en modalidad semi-presencial. El Centro Carter (*véase subindicador 4.1.2*) ha desarrollado talleres de formación en las nueve ciudades capitales de departamento y en la ciudad de El Alto, además en ciudades intermedias como Yacuiba, Rurrenabaque y Quillacollo. Otra experiencia, esta vez en torno a la capacitación para radios comunitarias y radios locales, se encuentra en AMARC-Bolivia.

4.1.9. Cursos de capacitación que combinen la producción con la formación

Existen diversas organizaciones y centros educativos que imparten capacitación en este tipo de modalidad combinada entre la producción y la formación como, por ejemplo, el Centro Carter, la Fundación para el Periodismo, el PADEM, el SECRAD, el Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza⁹⁷ y la Fundación Wayna Tambo de El Alto⁹⁸.

En el ámbito gremial, la ANP organiza cursos de capacitación en temas relacionados al trabajo periodístico, ética, legislación y defensa de las libertades de expresión, información, entre otros. También lo hacen la red ERBOL y a Radio Deseo 103.3, dependiente de "Mujeres Creando"⁹⁹. El requisito para participar es ser protagonista de la temática a tratar y no ser misógino, homofóbico, racista, discriminador, predicador. Los cursos no tienen costo.

4.1.10 Capacitación utilizando los idiomas locales y la tecnología apropiada

Las organizaciones gremiales como la ANP, la ANPB y la CSTPB realizan las actividades de capacitación en idioma castellano dado que los eventos formativos tienen lugar principalmente en las ciudades capitales de departamento y en ciudades intermedias donde mayoritariamente se habla el castellano.

En el ámbito estatal, Iván Maldonado de Red Patria Nueva indicó que en esa emisora recibieron clases de la lengua nativa aymara tal como se instituyó en la CPE para servidores públicos (*hablar además del castellano una lengua nativa*); sin embargo, tal actividad no progresó porque la programación de la radioemisora es en castellano.

⁹⁷ Véase <http://www.gregorias.org.bo/index.php>

⁹⁸ Los talleres de formación en comunicación son apoyados económicamente por la Fundación Rosa Luxemburgo. Véase <http://www.rosalux.org.ec/es/component/content/article/88-wayna-tambo-red-de-la-diversidad>

⁹⁹ Véase: <http://www.mujerescreando.org/>

Algunos periodistas consultados para el estudio señalaron que existen casos en que los cursos de capacitación proveen de computadoras y acceso a Internet y en otros se precisa que cada participante lleve su propia computadora portátil u otros recursos como cámaras, grabadoras, etc. Estas aseveraciones no significan una generalización dado que las opciones de cursos prácticos son reducidas en el país¹⁰⁰.

4.1.11 Material de capacitación accesible y disponible en los idiomas locales

En opinión de algunos periodistas que se encuentran fuera del eje central del país, el material de capacitación al que tienen acceso es generalmente el ofrecido en los cursos de capacitación en los que llegan a participar, de otra manera no es de fácil acceso contar con material de respaldo. Por el contrario, periodistas en el eje central aseveraron que sí existe material de capacitación accesible. Adicionalmente, existen recursos a los que se puede tener acceso a través de la búsqueda en la red de Internet.

Por otro lado, instituciones que ofrecen formación presencial y a distancia proporcionan generalmente material de apoyo impreso y en formato digital, los cuales son prioritariamente en castellano.

4.1.12 Capacitación accesible para mujeres y grupos específicos y/o vulnerables

La capacitación en las organizaciones gremiales es abierta tanto a mujeres como varones; sin embargo, se ha evidenciado que el número de mujeres que ejercen la función periodística es considerablemente menor en comparación con la mayoría de los varones en este oficio.

La oferta de capacitación tanto para cursos, talleres, cursos de especialización, diplomados, maestrías y otros se brinda en el contexto boliviano sin hacer distinción de varones o mujeres abordando diferentes temáticas; no hay ofertas específicas sobre género y periodismo o género y comunicación para la mayor participación femenina.

4.1.13 Los programas de capacitación se someten a una evaluación adecuada por sus participantes

Las asociaciones gremiales ANP y ANPB propician la evaluación de sus actividades de capacitación al finalizar cada una de ellas. Los criterios de evaluación abarcan en la mayoría de los casos el desarrollo del curso, los contenidos y el desempeño de los instructores. En el caso de la Fundación para el Periodismo, aparte de la evaluación sobre los contenidos de las materias y el desempeño de los docentes, también se solicita la opinión de los participantes sobre el proceso administrativo.

En el SECRAD el componente de evaluación es constitutivo en todos los eventos de capacitación. El Instituto de Educación Superior Erboleduca (*véase subindicador 4.1.1*) cuenta con un instrumento de evaluación amplio a través del cual los docentes y los estudiantes evalúan la formación en el proceso de capacitación, aprendizaje y rendimiento así como incluye la autoevaluación.

Otros ejemplos de programas con evaluación son desarrollados por la Escuela de Radio del movimiento “*Mujeres Creando*” (*véase subindicador 4.1.9*) y el Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza (*véase subindicador 4.1.9*).

¹⁰⁰ Tuffí Aré de El Deber de Santa Cruz y Ana María Tineo de La Palabra del Beni.

4.1.14 La capacitación incluye concientización sobre la necesidad de contar con buenos sistemas gerenciales, transparencia y diálogo entre la gerencia y el personal

Ninguna de las organizaciones que imparten formación en periodismo incluye temas sobre sistemas gerenciales, transparencia, diálogo entre gerencia y personal porque están primordialmente enfocadas en la capacitación sobre el ejercicio periodístico.

4.2 GERENTES DE LOS MEDIOS – INCLUYENDO GERENTES DE OPERACIONES COMERCIALES – PUEDEN ACCEDER A LA CAPACITACIÓN APROPIADA PARA SUS NECESIDADES

4.2.1. Capacitación para las/los gerentes de las empresas mediáticas

La Fundación para el Periodismo inició en la gestión 2012 la primera versión del Diplomado de Dirección de Medios y Entretenimiento, el cual combina habilidades directivas y gerenciales con una visión social y democrática de las funciones de los medios como herramienta al servicio del progreso social (*véase subindicador 4.1.1*), es la única iniciativa reciente que ha abordado temáticas empresariales para el entorno mediático específicamente.

4.2.2. Capacitación en destrezas empresariales apropiadas incluyendo mercadeo y gerencia financiera

Véase el anterior subindicador.

4.2.3. Programas de capacitación accesibles para mujeres y grupos específicos y/o vulnerables

Véase el subindicador 4.1.12.

4.3. LA CAPACITACIÓN PREPARA A LAS/LOS PROFESIONALES MEDIÁTICOS PARA PODER COMPRENDER LA DEMOCRACIA Y EL DESARROLLO

4.3.1. La capacitación ayuda a concientizar sobre el potencial de los medios para fomentar la democracia y los derechos humanos

El presidente de la ANP, Marco Antonio Dipp, señaló que la capacitación impartida por la Asociación incide en el trabajo periodístico y la defensa de las libertades constitucionales que se amplían a los derechos humanos. De igual manera, el presidente de la ANPB, Ronald Grebe, indicó que se brinda capacitación para fomentar la democracia y los derechos humanos.

4.3.2. La capacitación prepara a las/los periodistas para reportar desde las perspectivas de grupos específicos y/o vulnerables

En Bolivia existen organizaciones que trabajan para grupos específicos y/o vulnerables, entre ellas está la Agencia Nacional de Noticias por la Infancia (*ANNI Bolivia*¹⁰¹) que es un programa de Investigación e Información que desarrolla el Centro de Educación y Comunicación Jóvenes Bolivia (*ECO JÓVENES*). El objetivo principal es contribuir a generar una cultura periodística que promueva y defienda los derechos de la infancia y la adolescencia de Bolivia. Entre sus

líneas de acción está la formación de periodistas de radio, TV y prensa a través de la capacitación en Periodismo con enfoque de los Derechos de la Niñez y Adolescencia, en todos los temas que involucren a niños, niñas y adolescentes.

4.3.3. La capacitación prepara a las/los periodistas con destrezas del periodismo investigativo y conocimientos temáticos afines

Los planes académicos ponen poco énfasis en el Periodismo Investigativo¹⁰². También se constató que son escasos los conocimientos y capacidades para la investigación por medio de la Internet, ya sea para redacción en periódicos virtuales o bien para gestionar páginas web y crear blogs¹⁰³.

En las materias de periodismo en las carreras de comunicación se evidencia que en 22 planes académicos analizados únicamente el 0.5% corresponde a la materia de Investigación Periodística y sólo el 16% de las materias enseñadas tiene relación directa con el periodismo.

La Fundación UNIR Bolivia y la Fundación para el Periodismo ofrecen cursos de Periodismo de Investigación, son dos iniciativas que capacitan en investigación periodística.

4.3.4. La capacitación incluye la ética periodística, la conciencia de riesgos profesionales, cobertura de situaciones de emergencia y primeros auxilios

- a) Ética Periodística. En un total de 22 planes académicos analizados, la materia de Ética, Deontología y Legislación de las comunicaciones ocupa el segundo lugar con un 16% entre las que tienen mayor presencia en dichos planes. Los cursos de capacitación que imparte la ANP incluyen ética periodística y la CSTPB difunde y promueve los códigos de ética del sector entre sus afiliados. El Consejo Nacional de Ética Periodística, finalmente, ofrece talleres permanentes a nivel nacional sobre esta temática.
- b) Cobertura en situaciones de emergencia. Ha habido iniciativas de capacitación en los últimos años –aunque esporádicas– en temáticas de gestión de riesgos y difusión de información hidrometeorológica de la Defensa Civil y Prevención de Desastres para la Comunidad Andina, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, en las que participaron tanto periodistas como comunicadores sociales. La Policía Boliviana, mediante la Fuerza Especial de Lucha Contra el Narcotráfico, organiza anualmente cursos para corresponsables antidroga. Asimismo, es posible encontrar en plataforma virtual capacitación abierta en gestión de riesgos bajo la organización de Defensa Civil “Educate en Gestión de Riesgo”¹⁰⁴.
- c) Primeros auxilios. La Cruz Roja Boliviana ha brindado talleres de capacitación para responder en situaciones de riesgo. Pocas federaciones de trabajadores de la prensa indicaron que en alguna oportunidad sus afiliados participaron en la instrucción de primeros auxilios; no obstante, en ninguna de esas organizaciones gremiales se ha impartido este tipo de cursos.

¹⁰² Steinbach y Colanzi, 2009: 2003 – 2008.

¹⁰³ Sosa, 2009: 211 – 219.

¹⁰⁴ Véase: <http://educate.defensacivil.gob.bo/>

Dimensión B: Disponibilidad de Cursos Académicos en las Prácticas Mediáticas

4.4. CURSOS ACADÉMICOS ACCESIBLES A UNA GAMA AMPLIA DE ESTUDIANTES

4.4.1. Las universidades ofrecen cursos de pregrado y posgrado en periodismo y otros aspectos de los medios

Sólo 4 de las 44 carreras de Comunicación y Relaciones Públicas que hay en el país están orientadas a esa área; el resto carece de un enfoque particular en periodismo o se centra en otros campos. (...) no existe una sola licenciatura exclusiva en Periodismo en toda Bolivia, lo que también deja entrever, en cierto modo, la crisis que está atravesando la profesión del periodismo en el país. Existen sólo dos carreras de periodismo en Bolivia a nivel técnico superior: una impartida por la Universidad Nacional Siglo XX de Potosí (*Llallagua*), en modalidad a distancia, y otra en la Universidad San Francisco de Asís en La Paz¹⁰⁵.

Ello muestra que en Bolivia existe poca oferta de carreras de Comunicación especializada en la formación de pregrado en periodismo. En cuanto a posgrado, existe la Maestría en Periodismo ofrecida por la Universidad Evangélica Boliviana en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra en convenio con la UNESCO (*véase subindicador 4.1.1*).

La oferta académica especializada en periodismo es muy reducida en el país ya que las universidades con carreras de Comunicación forman a profesionales generalistas y no así especializados en este campo, a lo que se suma el poco interés y demanda de la población por capacitarse en este rubro.

4.4.2. Materiales y textos de capacitación, accesibles y disponibles en los idiomas locales

La ex presidente de ABOCCS, Martha Paz, afirmó que existe cierta carencia de textos nacionales; idealmente se desearía contar con materiales desarrollados en Bolivia pero no los hay y menos aún en lenguas nativas. El material bibliográfico que generalmente llega es en castellano y de procedencia española y argentina, además llegan luego de varios años de haber sido publicados con lo cual se estaría trabajando en Bolivia no sólo con material extranjero sino de alguna manera desactualizado. Por su parte, el Coordinador Nacional de la red ERBOL, Augusto Peña, manifestó que la institución cuenta con materiales de capacitación en periodismo en distintas áreas como redacción periodística, producción y locución, entre otras, pero que son extranjeros.

4.4.3. Equipos necesarios e instalaciones técnicas para la capacitación, incluyendo el acceso a las TICs, disponibles en las instituciones de formación en comunicación y periodismo

Los diseños curriculares se revisan cada 5 a 7 años pero en varios de ellos el tema de las nuevas tecnologías aún no ha ingresado formalmente. No obstante lo anterior, a iniciativa de muchos docentes han incluido por iniciativa propia en sus programas el abordaje de estos temas, lo que se suma a los emprendimientos de algunos centros de capacitación que ofrecen cursos y talleres sobre TICs. De momento, este tipo de iniciativas estarían llenando el vacío formal en los planes académicos de las carreras universitarias en comunicación.

Los planes académicos ponen poco énfasis en el conocimiento y uso de las tecnologías de la información y comunicación, las cuales están dentro del *"grupo de materias más débil en número y contenido desde la perspectiva del área periodística"*¹⁰⁶.

¹⁰⁵ Steinbach y Colanzi, 2009.

¹⁰⁶ Steinbach y Colanzi, 2009:205.

En relación a los equipos e instalaciones técnicas necesarias, ERBOL es probablemente una de las contadas instituciones que admite contar con los recursos técnicos necesarios para el desarrollo de sus actividades de capacitación.

4.5. LOS CURSOS ACADÉMICOS DOTAN A ESTUDIANTES DE DESTREZAS Y CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DEMOCRÁTICO

4.5.1. Los cursos abarcan los temas de legislación de medios, ética, regulación y la política pública de medios

La ex presidente de ABOCCS, Martha Paz, expresó que en Bolivia, a pesar de la presencia de la ética como materia curricular en casi todas las carreras universitarias de comunicación/periodismo (véase subindicador 4.1.1), se trata de “una ética muy teórica” por lo que es necesario “trabajar en una ética aplicada” con ejemplos concretos del contexto y la realidad del país.

El Director Ejecutivo de la Fundación para el Periodismo, Renán Estenssoro, señaló que en vista de los grandes vacíos que existen en la formación de los periodistas, en muchos casos éstos desconocen los alcances de las normas y las leyes vigentes en el país y hasta de la misma CPE.

El Coordinador Nacional de ERBOL, Augusto Peña, dijo que a propósito de la regulación de medios en la gestión 2011 se organizó actividades para discutir sobre este tema dado que en la coyuntura boliviana se estuvo trabajando varios esfuerzos normativos relacionados con los medios y las telecomunicaciones.

4.5.2. Los cursos ayudan a concientizar sobre el potencial de los medios para promover la democracia y los derechos humanos

Sobre este punto, véase el subindicador 4.3.1.

4.5.3. Los cursos preparan a estudiantes con las habilidades que necesitan para el pensamiento y análisis independiente

Los objetivos de las carreras de comunicación no motivan a los periodistas. Esta afirmación se sustenta en el criterio de que “el periodismo es simplemente uno más de los múltiples ámbitos de aplicación que ofrecen las carreras y no su orientación principal. La ambigüedad de los objetivos de muchas carreras impide el desarrollo y consolidación de una identidad profesional precisa”¹⁰⁷.

El análisis que se presenta en el estudio resalta que la última visión no permite identificar ni seguramente desarrollar de forma apropiada las capacidades y las competencias profesionales del comunicador/periodista o bien lleva a promover unas en desmedro de otras¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Ibídem.

¹⁰⁸ Steinbach y Colanzi, 2009: 205

4.5.4. Los cursos contienen conocimiento esencial disciplinario sobre las materias relacionadas a periodismo como se espera

Los datos recopilados demostraron que los profesionales en Comunicación no tienen necesariamente la especialidad en Periodismo. El estudio “*Las universidades no forman periodistas*”¹⁰⁹ afirma que las carreras de Comunicación forman comunicadores no periodistas porque sólo tienen algunas materias de su currícula relacionadas al Periodismo. Esta ambigüedad en los objetivos de las carreras no permite definir con claridad la identidad profesional.

4.5.5. Se ofrecen cursos de “alfabetización” mediática orientados hacia el entorno moderno de las comunicaciones

No existen cursos de “alfabetización” mediática de manera periódica y sistemática a cargo de instituciones académicas, instancias públicas o privadas.

Dimensión C: Presencia de Sindicatos Laborales y Organizaciones Profesionales

4.6. EL PERSONAL MEDIÁTICO TIENE DERECHO A AFILIARSE A SINDICATOS INDEPENDIENTES Y EJERCEN ESTE DERECHO

4.6.1. El derecho de sindicalizarse se respeta en la legislación y en la práctica

El derecho de sindicalizarse está protegido en la CPE para todos los empleados en general y en particular para los periodistas en el Estatuto Orgánico del Periodista Boliviano. La CPE contempla en su capítulo de los derechos sociales y económicos en su Art. 51 parágrafos I al VII, el derecho de los trabajadores a sindicalizarse como medio de defensa y para ejercer representación. En particular, la legislación boliviana establece el derecho del personal de los medios a sindicalizarse; el DS N° 20225, Estatuto Orgánico del Periodista del 9 de mayo de 1984 (*art. 34 y 35*).

Al respecto, el Secretario Ejecutivo de la CSTPB, Ramiro Echazú, manifestó que en la práctica la sindicalización es posible en algunos medios y en otros es muy difícil porque las empresas mediáticas no ven conveniente tener un número grande de trabajadores para evitar la conformación de sindicatos.

4.6.2. El derecho de tomar acción colectiva se respeta en la legislación y en la práctica

La CPE respalda el derecho a la acción colectiva para la defensa de los intereses de los trabajadores y el ejercicio de la representatividad (*Art. 51*).

En el Estatuto Orgánico del Periodista, del mismo modo, se otorga el derecho a sindicalizarse con la condición de que no se contravenga los principios y normas que rigen sus instituciones matrices (*Art. 35*).

El Secretario Ejecutivo de la CSTPB, Ramiro Echazú, indicó que si bien el derecho de acción colectiva está señalado en la legislación, es necesaria una concientización de los y las periodistas para su puesta en práctica. El Secretario Ejecutivo de la FTPLP, Boris Quisberth, expresó que a nivel de los sindicatos la relación con los empleadores es bastante cercana, por esta situación se da cierto temor de tomar acciones colectivas en los trabajadores de la prensa que puedan dar lugar a “*choques*” o pugnas entre ambos sectores.

4.6.3. Las asociaciones nacionales de comunicadores o periodistas pueden ejercer el derecho a afiliarse a federaciones sindicales mundiales y asociaciones profesionales internacionales

El derecho a la sindicalización, la acción colectiva y la organización en entidades para la defensa de los intereses de los trabajadores y el ejercicio de su representatividad está reconocido en la CPE (Art. 51), y en el DS N° 20225 Arts. 34 y 35. Los periodistas y los comunicadores pueden asociarse a diferentes organizaciones nacionales, algunas de las cuales a su vez pertenecen a entidades internacionales.

4.7. LOS SINDICATOS Y ASOCIACIONES PROFESIONALES REALIZAN ACCIONES DE INCIDENCIA EN DEFENSA DE LA PROFESIÓN

4.7.1. Se reconoce a las organizaciones sindicales de la prensa o asociaciones de periodistas como interlocutores de negociación para los grupos de empleadores, para cuestiones tanto laborales como profesionales

El presidente de la ANP, Marco Antonio Dipp, señaló que existe un reconocimiento de las organizaciones de profesionales y periodistas en el país, en tanto que el Secretario Ejecutivo de la CSTPB, Ramiro Echazú, manifestó que en ocasiones las federaciones sindicales mediar entre los trabajadores y los responsables de medios, pero que en otras los trabajadores llevan a cabo negociaciones directas con sus empleadores.

El Secretario Ejecutivo de la FTPLP, Boris Quisberth, afirmó que las federaciones han logrado posicionarse a través de los años y ejercen interlocución mediadora efectiva: *“Las empresas mediáticas escuchan y muestran respeto cuando existe acercamiento entre ambos sectores porque conocen que se valorará la defensa de los derechos de los trabajadores”*.

4.7.2. Las asociaciones profesionales de periodistas (redes especializadas, clubes de prensa, etc.) debaten activamente la ética y las normas mediáticas

La ANP difunde su Código de Ética entre los asociados y periodistas. De manera simultánea funciona el Tribunal de Autorregulación Ética que invita de manera permanente al público para acudir a esa instancia con quejas sobre el trabajo de sus asociados.

En la CSTPB se discuten los temas de ética y normas mediáticas en los congresos orgánicos que generalmente se realizan cada dos años. La Comisión Estatutaria de la Confederación es la instancia en la que se abordan estas temáticas. Igualmente, los Códigos de Ética son difundidos en las Federaciones, manifestó su Secretario Ejecutivo, Ramiro Echazú.

También la ANPB al formar parte del CNÉP desde su creación, difunde constantemente la labor que cumple el Tribunal Nacional de Ética en toda Bolivia.

4.7.3. Las asociaciones de empleadores/as establecen normas y defienden activamente la libertad de expresión

La ANP tiene la defensa de la libertad de expresión como una de sus tareas fundamentales y para ello creó una Unidad de Monitoreo y Vigilancia de la Libertad de Prensa y Expresión en Bolivia con la tarea de realizar un seguimiento y denuncias sobre casos que vulneran estos derechos fundamentales en la CPE.

La ANPB, por su parte, ha emitido en los últimos cinco años una serie de pronunciamientos y efectuado conferencias de prensa y charlas así como, conjuntamente con la APLP, impulsó una campaña de recolección de firmas en favor de la Libertad de Expresión y en contra de los artículos 16 y 23 de la Ley Contra el Racismo y toda Forma de Discriminación.

4.7.4. Los sindicatos y asociaciones profesionales difunden códigos de ética y defienden activamente la libertad de expresión

Véase los subindicadores 4.7.2 y 4.7.3.

4.7.5. Los sindicatos defienden los intereses de las profesionales mujeres

En el ámbito periodístico gremial femenino, la Presidente del Círculo de Mujeres Periodistas (*CMP*), Verónica Basaure, manifestó que la representación de las mujeres en el entorno mediático es injusta, pues la mayoría de los cargos ejecutivos están llevados por varones, a excepción de contados casos. Señaló, además, que los medios de comunicación prefieren contratar a personal masculino para evitar cubrir los beneficios de la maternidad. El Círculo ha llevado adelante campañas importantes para defender los derechos de las mujeres y ha atendido diferentes reclamos provenientes de distintas ciudades del país para hacer valer sus derechos. Las mujeres periodistas acuden al *CMP* por su especificidad y no así a los gremios sindicales porque en la práctica no prestan atención sus reclamos, aseveró.

El Secretario Ejecutivo de la *CSTPB* señaló que existe un número reducido de mujeres afiliadas y ninguna en el directorio. Sin embargo, aclaró que tanto hombres como mujeres afiliados a los sindicatos, federaciones y Confederación son atendidos cuando se presentan situaciones que requieran la intervención de la organización sindical.

Por otro lado, las mujeres representantes de las federaciones y sindicatos de trabajadores de la prensa coincidieron en afirmar que generalmente se observa machismo en el entorno de trabajo y sindical, lo que limita en cierta manera su accionar y dificulta su lucha para que se las valore en el ejercicio periodístico.

Dimensión D: Presencia de Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)

4.8 LAS OSC HACEN UN MONITOREO SISTEMÁTICO DE LOS MEDIOS

4.8.1 Las OSC hacen monitoreo del contenido y la propiedad de los medios en aras de promover el pluralismo y la diversidad

En Bolivia existen varias OSC que realizan monitoreos sistemáticos de las noticias publicadas en ciertos medios, generalmente impresos, sobre determinadas áreas según el interés concreto de cada organización. En ese marco, instituciones como el Centro de Documentación e Información Bolivia (*CEDIB*), el Centro de Estudios para el Desarrollo Agrario y Laboral (*CEDLA*), la Fundación Tierra, el Centro de Estudios Jurídicos y Sociales (*CEJIS*), Católicas por el Derecho a Decidir (*CDD*), entre otras, cuentan con observatorios que monitorean información respecto a los ámbitos de su interés¹¹⁰.

El Observatorio Nacional de Medios (*ONADEM*) de la Fundación UNIR Bolivia realiza el monitoreo de medios impresos y audiovisuales, sobre diversos temas, desde una perspectiva crítica buscando promover la calidad de la información y el Derecho a la Información y Comunicación (*DIC*). Por otro lado, existen instituciones como la Coordinadora de

¹¹⁰ CEDIB: Observatorio Boliviano de Conflictos Mineros; CEDLA: Observatorio Boliviano de Empleo y Seguridad Social; Fundación Tierra: Observatorio de Territorios Indígenas; CEJIS: Observatorio de DDHH y Conflictos Socioambientales en Bolivia; CDD: Observatorio de Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos.

la Mujer¹¹¹ y la Agencia Nacional de Noticias por la Infancia (ANNI)¹¹² que monitorean y hacen análisis crítico de la información de determinados medios sobre la mujer y la infancia, respectivamente, con la finalidad de promover el pluralismo informativo.

En Bolivia no se realizan monitoreos sistemáticos sobre la propiedad de los medios de comunicación.

4.8.2 Las OSC realizan un análisis crítico de los medios, especialmente con relación a la representación de los grupos específicos y/o vulnerables

El Observatorio de Género de la Coordinadora de la Mujer¹¹³ documenta, sistematiza y divulga información sobre la situación de los DDHH de las mujeres en Bolivia, y también vigila *“las noticias e informaciones generadas por los medios de comunicación para un acercamiento a las realidades de las mujeres con relación a diferentes problemáticas y ámbitos, desde una perspectiva crítica que permite visibilizar y analizar tanto el contenido como el tratamiento informativo, a partir de la visión de género y derechos de las mujeres”*.

ANNI también realiza un análisis crítico del trabajo de los medios, en relación a la representación de los niños, niñas y adolescentes.

Como se indicó en el anterior subindicador, el ONADEM, por su parte, tiene entre sus objetivos *“Generar insumos para la reflexión crítica y autocrítica respecto al desempeño de los medios periodísticos en el contexto de la democracia”*, efectuando el seguimiento, el análisis y la evaluación sistemáticos del desempeño profesional de dichos medios.

4.8.3 Las OSC cumplen un papel en la promoción de la “alfabetización” mediática

Hasta el momento no se tiene ninguna evidencia de que alguna OSC realice actividades relacionadas concretamente con la alfabetización mediática, entendida ésta como forma de lectura y recepción crítica de los mensajes difundidos en los medios.

La única experiencia documentada es la realizada en la década de 1990 por el jesuita Gregorio Iriarte y Marta Orsini, quienes llevaron adelante el proyecto *“Educación y Medios de Comunicación”* en la ciudad de Cochabamba.

4.9 LAS OSC REALIZAN ACCIONES DIRECTAS DE INCIDENCIA SOBRE CUESTIONES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

4.9.1 Las OSC promueven activamente la libertad de expresión, el derecho a la información, y la seguridad para periodistas

La promoción y defensa de la libertad de expresión y el derecho a la información son parte de una de las líneas de trabajo del ONADEM, labor que ejecuta considerando tanto su dimensión social como mediática.

¹¹¹ La Coordinadora de la Mujer es una red conformada por 26 organizaciones no gubernamentales con cobertura a nivel nacional, que desde 1984, genera procesos de interaprendizaje, de investigación y de comunicación, orientados a desarrollar estrategias de incidencia política que influyan en un cambio de condiciones de vida de las mujeres. Véase (<http://www.coordinadoradelamujer.org.bo/web/index.php/qsomos/mostrar/id/1>).

¹¹² ANNI Bolivia es el programa de Investigación e Información que desarrolla el Centro de Educación y Comunicación Jóvenes Bolivia (ECO JÓVENES) y su principal objetivos es contribuir a generar una cultura periodística que promocióne y defienda los derechos de la infancia y la adolescencia de Bolivia.

¹¹³ Disponible en <http://www.coordinadoradelamujer.org.bo/observatorio/>

El presidente de la Asociación Provincial de Radios Comunitarias de Bolivia (*APRAC – Bolivia*)¹¹⁴ expresó que uno de los principales objetivos de esta organización ha sido la defensa de la libertad de expresión a través de la capacitación y la participación activa en la formulación de políticas y normativa referida a los medios de comunicación. También lo es para las emisoras de AMARC como Radio Sur Agricultura y del Centro de Estudios Aplicados a los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (*CEADESC*).

4.9.2 Las OSC interactúan con formuladores/as de políticas sobre las cuestiones de políticas públicas hacia los medios

Varias de las OSC mencionadas en esta dimensión han participado activamente en la formulación de políticas públicas respecto a los medios de comunicación; en algunas circunstancias han sido invitadas a las audiencias públicas para el debate de ciertas normas y en otras, aunque no han sido convocadas, han llevado sus propuestas y luchado por la modificación de ciertos artículos y la incorporación de otros.

El director del SECRAD en La Paz y ex directivo de AMARC, José Luis Aguirre, dijo al respecto: el mayor logro institucional para el SECRAD y así también para AMARC en el país podemos decir que fue en el año 2004 (*con*) el reconocimiento legal de la presencia de la radiodifusión comunitaria¹¹⁵. En el mismo sentido se han expresado Teófilo Rivas (*APRAC – Bolivia*) y Carlos Soria (*Radio Sur Agricultura, miembro de AMARC*).

El ONADEM, por su parte, ha interactuado con los legisladores en el debate de la ley contra la discriminación, con una propuesta crítica sobre el proyecto de dicha norma, en una audiencia pública a la cual la institución fue invitada. Sin embargo, por circunstancias de la política nacional se suspendió el debate que se estaba realizando y ninguna de las observaciones ni sugerencias fueron tomadas en cuenta, por lo que la tentativa de hacer participativo el proceso de elaboración final de esa ley no prosperó.

Posteriormente el ONADEM participó por iniciativa propia en otra audiencia pública con la comisión parlamentaria que estaba encargada de desarrollar el proyecto de ley de telecomunicaciones; al respecto, Erick Torrico calificó dicha participación y la de otras instituciones como “*más provechosa*” porque algunas sugerencias presentadas en la oportunidad –como la redistribución pluralista del espectro electromagnético– fueron recogidas en la versión final de la norma.

¹¹⁴ APRAC-BOLIVIA agrupa a medios de comunicación comunitaria (*radio, televisión y periódicos rurales*) y es parte de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (*AMARC*). Hasta la fecha cuenta con más de 30 emisoras provinciales afiliadas en todo el país.

¹¹⁵ El SECRAD fue representante de AMARC por 12 años y trabajó por la promulgación del DS N° 27489 de regulación de radios comunitarias que fue la primera norma que reconoció la práctica de la radiodifusión comunitaria en Bolivia (*véase subindicador 3.9.1*).

4.10 LAS OSC AYUDAN A LAS COMUNIDADES A ACCEDER A INFORMACIÓN Y HACER ESCUCHAR SUS VOCES

4.10.1 Las OSC prestan asesoría y asistencia a las personas que desean acceder a los medios

La APRAC – Bolivia tiene tres áreas principales de trabajo (*técnica, legal y de género*) que brindan capacitación, asistencia y asesoría a los miembros de su organización¹¹⁶, al igual que CEADESC¹¹⁷, AMARC¹¹⁸ y red TICs¹¹⁹.

4.10.2 Las OSC participan de la formación de periodistas y su fortalecimiento de capacidades

Diversas organizaciones e instituciones participan, promueven y organizan de la capacitación: APRAC, PADEM, AMARC, CEADESC, Centro de Desarrollo Integral de la Mujer Aymara “Amuyt’a” (CDIMA)¹²⁰, UNIR y ONADEM.

En el marco de sus dos líneas de trabajo (*calidad de la información y promoción del DIC*), el ONADEM ha organizado algunos foros y ha apoyado la publicación de un libro sobre ética y legislación con la CSTPB, así como se ha asociado con algunas instituciones como el Centro Carter y algunas ONGs para llevar a cabo diversos foros y talleres de capacitación.

Recomendaciones Categoría 4

Dimensión A: Disponibilidad de Capacitación Profesional Mediática

- Incorporar un programa académico mínimo y suficiente para preparar profesionales en periodismo en las carreras universitarias de formación general en comunicación que no lo tengan.
- Generar, apoyar y facilitar la capacitación y especialización permanente, accesible, equitativa (*presencial y a distancia*) de los trabajadores de la prensa en las diferentes regiones del país desde los gremios, los medios y las universidades.
- Implementar la capacitación y especialización para la dirección y gerencia de medios con responsabilidad social en universidades e instituciones que desarrollan programas de formación para personal periodístico.

Dimensión C: Presencia de Sindicatos Laborales y Organizaciones Profesionales

- Promover la conformación de organizaciones de trabajadores de la prensa para garantizar el ejercicio y defensa de sus derechos colectivos e individuales donde aún no existan o revitalizarlas donde se encuentren inactivas.

¹¹⁶ Ver: www.apracbolivia.es.tl.

¹¹⁷ Véase: www.derechoshumanosbolivia.org

¹¹⁸ Véase: www.amarc.org. AMARC Bolivia, en asociación con ALER, llevaron adelante en el país el programa de capacitación Ritmo Sur (*el proyecto estaba localizado en 12 países de América Latina y El Caribe: Argentina, Paraguay, Chile, Uruguay, Bolivia, Brasil, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, México, y República Dominicana*), con encuentros, talleres, seminarios, reuniones, evaluaciones y capacitaciones de y para las radios comunitarias y su fortalecimiento.

¹¹⁹ La Red TicBolivia es una asociación multisectorial sin fines de lucro conformada por 25 organizaciones afiliadas a nivel nacional, entre asociaciones de base, entidades no gubernamentales, empresas privadas, universidades y entidades gubernamentales, que aplican las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en favor del desarrollo humano sostenible, principalmente en las áreas de Educación, Gobernabilidad y Género y Agricultura.

¹²⁰ “CDIMA es una organización sin fines de lucro fundada en 1989, identificada con los intereses y valores de la nación aymara y sucesora del Centro de Discusión Ideológica de la Mujer Aymara. Posee 4 líneas de trabajo: capacitación y liderazgo, comunicación, asesoría jurídica (mayoritariamente para la obtención de documentación) e iniciativas económicas” (López, 2007: 10).

- Impulsar la mayor coordinación entre organizaciones sindicales, gremiales y académicas para promover el desarrollo profesional del sector mediático.

Dimensión D: Presencia de Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)

- Alentar la coordinación con las organizaciones del gremio de los programas de capacitación para periodistas que llevan a cabo las organizaciones de la sociedad civil que trabajan en los diferentes ámbitos del desarrollo.
- Fomentar la continuación de las oportunidades de formación de comunicadores populares que sostienen algunas organizaciones de la sociedad civil.
- Promover la capacidad de interlocución de las organizaciones de la sociedad civil con los medios así como su participación en la formulación de políticas públicas sobre medios.

Categoría 5

**La capacidad infraestructural
es suficiente para apoyar
a medios independientes
y pluralistas**



Dimensión A: Disponibilidad y Utilización de los Recursos Técnicos por los Medios

5.1 LAS ORGANIZACIONES MEDIÁTICAS TIENEN ACCESO A INSTALACIONES TÉCNICAS MODERNAS PARA RECOGER, PRODUCIR Y DISTRIBUIR LAS NOTICIAS

5.1.1 Las/los periodistas tienen acceso seguro, técnicamente fiable y económicamente accesible a las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) y han recibido capacitación para usarlas eficazmente

“El 32% (de los periodistas) dice que no tiene computadora propia, al 40% no le dan material de escritorio y sólo una cuarta parte (23%) tiene provisión de libreta y bolígrafo. El 63 % de los periodistas afirma que tiene acceso a teléfono fijo y un porcentaje similar tiene teléfono celular proporcionado por la empresa” y “Sólo 49% tiene grabadora proporcionada por la empresa”¹²¹.

Respecto al uso de Internet, el mismo estudio señala que *“los periodistas se informan en buena medida por Internet (87%), a la que el 72 % dice tener acceso. Sin embargo, sólo 2/3 de ellos tienen acceso permanente pero no individual”*.

Respecto a la telefonía: Una mitad de los periodistas compra su propio celular y a la otra mitad le proporcionan uno. Sólo el 34% tiene llamadas libres, el resto las tiene restringidas, sujetas a las tarjetas prepago o simplemente *“el teléfono de la empresa me sirve para recibir llamadas, porque nos han cortado las salidas”*, según dijo un periodista en Cochabamba¹²².

Las radios comunitarias, por su parte, utilizan la telefonía móvil como el medio más importante para conectarse en red con otras emisoras y con comunicadores de otras localidades. En la Red de Comunicación Provincial Alternativo, apenas un 6% de los medios miembros tienen acceso a Internet, por los altos costos que implica.

5.1.2 Las/los periodistas tienen acceso a toda una amplia gama de material de consulta y archivo

Los periodistas, en general, *“se informan en buena medida por Internet (87%), a que el 72% dice tener acceso”*. Sin embargo, el mismo estudio revela que sólo 2/3 de estos periodistas tienen acceso permanente pero no individual a este medio¹²³.

¹²¹ Hurtado, 2009.

¹²² Ibídem.

¹²³ Ibídem.

5.1.3 Los medios comunitarios cuentan con instalaciones técnicas apropiadas para llegar hasta las comunidades aisladas y/o distantes de los centros urbanos

Los medios comunitarios en Bolivia cuentan con poca infraestructura y sus instalaciones técnicas son básicas y en muchos funcionan en condiciones muy precarias. Sin embargo, desde APRAC- Bolivia se afirma que los medios comunitarios cuentan con equipos de manufactura nacional que no tienen nada que envidiar a los equipos importados que, por sus elevadísimos costos, resultan inaccesibles para las radios comunitarias.

Por su parte, Guillermo Paco, de la Red de Comunicación Provincial Alternativo, señaló que el 86% de sus afiliados no cuenta con instalaciones técnicas apropiadas *“como para llegar más allá del lugar donde se encuentra la radio”*. Paco dijo que la mayoría de los medios afiliados a su organización *“tienen limitaciones por el tema económico principalmente y por ello presentan falencias en el aspecto técnico y de equipamiento”*.

5.1.4 Hay instalaciones disponibles y adecuadas para la impresión y distribución de los medios de comunicación social

Existen limitaciones en relación a las instalaciones para la impresión y distribución de los medios impresos de comunicación. En muchos casos éstas no son las más adecuadas, sobre todo en los diarios pequeños.

Al respecto, Marco Antonio Dipp de la ANP dijo que *“cada medio (afiliado a esta organización) guarda las condiciones de infraestructura para la producción de noticias, diseño, impresión y distribución de periódicos, revistas y semanarios”*.

Respecto al diario estatal, Mauricio Carrasco, del periódico Cambio, afirmó que este medio no tiene una prensa propia, por lo que acuden a una empresa privada para que imprima los ejemplares.

5.1.5 Los medios aprovechan sistemas de entrega mediante plataformas múltiples

Los sistemas de entrega de los medios de comunicación, en general se limitan a sus páginas web, ya que muy pocos utilizan el Twitter y el Facebook para compartir noticias con la ciudadanía¹²⁴.

Según el mismo estudio, existen 90 radios que se transmiten vía Internet a través de sus respectivas páginas web. Sin embargo, de los 32 programas propios analizados en tres redes nacionales de radio, 5 tienen correo electrónico, cuatro utilizan el Facebook y ninguno utiliza Twitter.

En relación a las 6 redes nacionales de televisión observadas, 5 tienen página web, una cuenta con blog, pero sólo 25 de los 79 programas propios analizados utilizan Facebook, dos tienen correo electrónico y sólo uno utiliza Twitter.

El mismo estudio de Villegas indica que la situación de los diarios es distinta. De los medios observados¹²⁵, todos los diarios tienen sistemas de entrega de sus contenidos a través de sus páginas web y casi la mitad también utilizan el Twitter para dicha finalidad.

¹²⁴ Villegas, 2011b.

¹²⁵ Cambio, La Razón, La Prensa y Página Siete de La Paz; El Deber de Santa Cruz; La Palabra del Beni de Trinidad y Los Tiempos de Cochabamba tienen Twitter.

5.1.6 Los medios estatales, particulares y comunitarios usan las TICs para lograr que la ciudadanía participe de los medios

Actualmente la participación del público es mayor en programas periodísticos y no periodísticos de televisión, radio y prensa “por el uso de mensajes de texto y de redes sociales como Facebook”¹²⁶. Los medios “grandes”, en general, han abierto espacios para la participación de la ciudadanía, gracias al uso de las TICs.

Respecto a los ME, todos cuentan con una página web. El periódico Cambio tiene Twitter y Bolivia TV tiene una página en Facebook.

Dimensión B: Penetración de la Prensa, los Medios Difusivos y las TICs

5.2 LOS GRUPOS ESPECÍFICOS Y/O VULNERABLES TIENEN ACCESO A MODALIDADES DE COMUNICACIÓN QUE SON CAPACES DE USARLAS

5.2.1 Los medios estatales brindan acceso nacional en términos técnicos

Aunque no existen estadísticas oficiales disponibles para conocer el porcentaje de la población boliviana que accede a los ME, radio Patria Nueva tiene 14 repetidoras que cubren los 9 departamentos del país. El canal Bolivia TV, por su parte, tiene 164 repetidoras instaladas y prevé tener hasta fin de este año 337 repetidoras funcionando. El diario estatal Cambio llega a 6 de 9 capitales de departamento y a 14 poblaciones intermedias. No ha sido hecho público el tiraje de este diario.

5.2.2 El Estado toma medidas positivas para asegurar el alcance geográfico máximo de todos los medios de difusión

Desde 2006 el gobierno también está impulsando el proyecto “Radios de los Pueblos Originarios de Bolivia”, que ya cuenta con 82 radios en comunidades y ciudades intermedias en distintos puntos del país. Y la ley de telecomunicaciones establece una nueva distribución de frecuencias (véase subindicador 4.9.2) que diversificará los tipos de emisores.

5.2.3 Los medios no impresos son accesibles en las comunidades con altos niveles de analfabetismo

Durante el período 2005-2010, una aproximación cuantitativa a los medios en Bolivia contabilizó alrededor de 578 estaciones de televisión y 1.067 radioemisoras¹²⁷. Los canales de televisión sólo llegan a las ciudades capitales y algunas ciudades intermedias, mientras que la radio es el medio que llega a las zonas rurales más alejadas.

Bolivia es el cuarto país con mayor penetración de radio del subcontinente, después de Chile, Uruguay y Brasil. Un 85.4% de los hogares bolivianos cuenta con un aparato de radio. En 68.7 % de los hogares hay un aparato de televisión – un porcentaje que solamente supera a los de Nicaragua, Honduras y Guatemala¹²⁸.

¹²⁶ Se analizó 5 redes nacionales de televisión (ATB, UNITEL, PAT, Cadena A, Bolivia TV, Bolivisión) y un total de 79 programas de televisión, 3 redes nacionales de radio (ERBOL, Panamericana y Patria Nueva) con 32 programas y 18 diarios de circulación a nivel nacional.

¹²⁷ Datos de la ATT registrados en ERBOL.

¹²⁸ Véase <http://www.kas.de/wf/en/71.11395/>

Solamente un 3.3 % de los hogares cuenta con acceso a Internet –la cifra más baja después de Guatemala y Nicaragua– y un 56.2 % cuenta con acceso a telefonía celular –un porcentaje que solamente supera al de Perú–. Sólo un 14.7 % de los hogares bolivianos tiene acceso a una PC –el noveno lugar más bajo de la región– y un 19.1 % de los hogares tienen una línea de teléfono fijo –el sexto lugar más bajo de la región–.

5.2.4 Los medios o publicaciones comunitarias tienen niveles altos o crecientes de penetración en su área de cobertura

Hacen falta estudios sobre la penetración de los medios comunitarios, aunque los medios más numerosos en el área rural son las radios comunitarias.

De acuerdo con declaraciones de Carlos Soria de la radio Sur Agricultura, los medios comunitarios son los que llegan *“a los sectores más rezagados, que no tienen práctica cotidiana de la lectura y escritura”*.

Los medios comunitarios son principalmente accesibles en las comunidades rurales donde el uso del lenguaje oral es mayor que el escrito.

5.3 EL PAÍS TIENE UNA POLÍTICA COHERENTE SOBRE LAS TICs QUE PROCURA SATISFACER LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS COMUNIDADES AISLADAS Y/O DISTANTES DE CENTROS URBANOS

5.3.1 Las OSC, los medios de comunicación social, el gobierno y las entidades comerciales colaboran para lograr que las TICs sean accesibles

Según la Encuesta Nacional de la Adolescencia y Juventud (ENAJ) realizada el año 2008 en diecisiete ciudades del país, nueve capitales y ocho intermedias, el 77% de los jóvenes tiene acceso a una computadora y el 69% tiene acceso a Internet, además, el 89% de las personas con acceso a la computadora accede a Internet¹²⁹.

La Dirección General de Tecnologías de Información y Comunicación del Ministerio de Educación anunció que implementó 469 telecentros educativos comunitarios en todo el país, de los cuales 220 (47%) tienen acceso a Internet.

Según el Índice de Conectividad del Foro Económico Mundial, Bolivia se encuentra en el puesto 127, de 142, en calidad de acceso a Internet.

El responsable de la ATT, Clifford Paravicini, expresó que la mediterraneidad de Bolivia dificulta al acceso a la fibra óptica marítima, pues en *“cualquier país que tenga costa, el mega de acceso a Internet es de 30 dólares mientras que en la frontera de nuestro país es entre 243 y 540 dólares”*, señaló. En ese marco, dijo, el gobierno se ha planteado el desafío de crear un acceso internacional sólido y económico a través de algún país vecino, para abaratar los costos de este servicio.

El Ministerio de Educación tiene proyectos para la capacitación de maestros en el área de las TICs y la dotación de medios a los estudiantes, manifestó.

Al respecto, Manuel Mercado, director de ADSIB, dijo que en el reglamento de la ley de telecomunicaciones se va a *“establecer claramente cómo va a ser la institución que va a llevar adelante el proyecto de gobierno electrónico”*, que esperan *“sea la palanca más fuerte con la cual se puede promover el uso de las tecnologías en el Estado y también en la*

sociedad". En ese sentido, señaló que la entrega de miles de computadoras portátiles a los maestros es *"una política de expansión de las TICs"*, asociado a la ampliación de la cobertura y acceso a Internet que la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL) está desarrollando.

Fidel Álvarez, de la Red TIC Bolivia, sostuvo que su organización colabora para lograr que las TICs sean accesibles desde tres líneas de trabajo: a) Capacitación a las poblaciones meta en el uso y aprovechamiento de las herramientas TIC. b) Asesoría y soluciones apropiadas a partir de la experiencia de los socios nacionales e internacionales. c) Incidencia política para abogar sobre la disponibilidad y el acceso a las TICs.

5.3.2 La política de precios no excluye a las comunidades aisladas y/o distantes de centros urbanos

Las radios comunitarias están exentas del pago por la asignación y el uso de frecuencia. Tal como señala Paravicini de la ATT, sólo tienen la obligación de pagar una tasa de regulación que equivale al 1% de los ingresos anuales del medio.

Fidel Álvarez, de la Red TIC Bolivia, por su parte señaló que *"los precios actuales de conectividad, que no necesariamente están relacionados a una política de precios, influyen en que localidades alejadas o periurbanas estén de alguna manera excluidas del acceso a las TICs"*. Dijo además que *"en el tema de conectividad, el satélite Tupaj Katari podría ser una respuesta a los temas de conectividad y probablemente también para bajar los costos"*.

5.3.3 Existencia de una política y estrategia de migración digital

De acuerdo con Clifford Paravicini, de la ATT, el Viceministerio de Telecomunicaciones tiene en ejecución el Plan Nacional de Televisión Digital, pero el problema está nuevamente en los costos, pues *"no todos los bolivianos tenemos el recurso económico suficiente y necesario para poder comprarnos un equipo digital y tener acceso a la televisión digital"*.

El director de la ADSIB, Manuel Mercado, dijo que se está trabajando en la primera Agenda Digital boliviana de manera consensuada y construida entre el sector público y el privado, entre el Estado y la sociedad, *"como un mecanismo de articulación de todos los planes, proyectos e iniciativas estatales, para poder dar un orden y tener un horizonte tecnológico más o menos claro y organizado"*.

Recomendaciones Categoría 5

Dimensión A: Disponibilidad y Utilización de los Recursos Técnicos por los Medios

- Incorporar en los medios el uso cotidiano de TICs y facilitar el acceso de su personal periodístico tanto para sus procesos de documentación y elaboración de información como de interacción con las fuentes y los públicos.

Dimensión B: Penetración de la Prensa, los Medios Difusivos y las TICs

- Promover desde el Estado políticas tendientes a la disminución de los costos de accesibilidad a las TICs e interconectividad, así como a garantizar la calidad de sus servicios (*velocidad*).
- Planificar y normar desde el Estado la migración digital en el país.

Fuentes Bibliográficas y Documentales

AGUIRRE, José Luis. La radiodifusión comunitaria en Bolivia. Un signo de esperanza por un pluralismo desde la palabra. s.r.

ALIANZA REGIONAL. Saber Más III. Informe Regional sobre Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales. (*En línea*) En: <http://es.scribd.com/doc/66655681/Informe-SABER-MAS-III#source:facebook>. 2011.

AMARC ALC. Las mordazas invisibles. Nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión. (*En línea*) AMARC ALC. En: http://legislaciones.amarc.org/mordazas/Libro_LasMordazasInvisibles.pdf. Buenos Aires, 2009.

APLP. Percepciones ciudadanas sobre la situación actual. Estudio cuantitativo en la ciudad de La Paz. Editora Presencia. La Paz, 2011.

ARCHONDO, Rafael. Incestos y Blindajes Radiografía del campo político – periodístico. Editorial Plural. La Paz, 2003.

ATT. Manual de Organización y Funciones – MOF. ATT. La Paz, 2010.

AUZA, Verónica. Sobre Gustos, Hábitos y Preferencias. Cartografía de medios y espacios de comunicación en El Alto. (*En línea*) Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza. En: <http://www.gregorias.org.bo/docs/cartografa.pdf>. El Alto, 2009.

CAINFO. Venciendo la Cultura del Secreto. Montevideo, 2011.

CAMACHO, Carlos. Cultura de transparencia. (*En línea*) En: <http://es.scribd.com/doc/15349737/Cultura-de-transparencia-El-derecho-humano-a-la-informacion-CARLOS-CAMACHO>. La Paz, 2007.

CATHOLIC RELIEF SERVICES BOLIVIA-CRS Y CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y PROMOCIÓN DEL CAMPESINADO-CIPCA. De la movilización al impacto. Índice CIVICUS de la sociedad Civil en Bolivia. Editorial Grupo sesión. La Paz, 2005.

CENTELLAS, Miguel. Countries at the crossroads: Bolivia. Freedom House. 2011.

CIDH. Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. 2011.

CSTPB. Legislación y principios del periodismo. 2da ed. CSTPB. La Paz, 2010.

ESPINOZA, Santiago. “La oferta periodística en idioma quechua en la ciudad de Cochabamba” en Medios a la vista 2: Análisis sobre el Derecho a la Información y Comunicación y el Periodismo en Bolivia 2009 – 2011. ONADEM, Fundación UNIR Bolivia, La Paz, 2011.

FERNÁNDEZ, Viviana. Diagnóstico de los medios estatales en Bolivia. FES-ILDIS y Plataforma CRIS Bolivia. La Paz, 2006.

FREEDOM HOUSE. Freedom of the Press. Signs of Change And Repression. s.l. 2011.

HERRERA, Karina y BUTRÓN, Erick. Comunicación con Derechos. Percepciones y Situaciones acerca de la libertad de prensa, censura y ética periodística en Bolivia. Una mirada desde sus actores. 2da ed. Edit. Aru. La Paz, 2007.

HURTADO, Álvaro. “Periodistas ante el espejo” en Medios a la vista. Informe sobre el Periodismo en Bolivia 2005 – 2008. ONADEM – Fundación UNIR Bolivia, La Paz, 2009.

Lee Van Cott, Donna. Países en la encrucijada. (*En línea*) En: <http://old.freedomhouse.org/uploads/translations/spanish/CACBolivia2007Spanish.pdf>. La Paz, 2007. 28 pp.

LÓPEZ, Mariana. Informe sobre Iniciativas de conectividad existentes de grupos de mujeres indígenas. Secretaría del Foro Permanente para las Cuestiones Indígenas de las Naciones Unidas. 2007.

MEJÍA, Lizbeth y MURILLO, Marisol. *“Agenda Ciudadana 2009. Medios y candidatos en tiempos electorales”* en Medios a la vista 2: Análisis sobre el Derecho a la Información y Comunicación y el Periodismo en Bolivia 2009 – 2011. ONADEM Fundación UNIR Bolivia, La Paz, 2011.

MEJÍA, Lizbeth. *“Agenda Ciudadana 2010 sobre el Derecho a la Información y Comunicación”*, en Medios a la vista 2. Análisis del Derecho a la Información y la Comunicación y el Periodismo Boliviano 2009-2011. Onadem - Fundación UNIR Bolivia. La Paz, 2011.

MINISTERIO DE TRANSPARENCIA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN. Plan de Acción Implementación de las Recomendaciones del Comité de Expertos del Mecanismo de Seguimiento de la Convención Interamericana Contra la Corrupción (*MESICIC-OEA*). La Paz, 2010.

MINISTERIO DE TRANSPARENCIA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN. Informe de Avances Artículo 31, Reglamento MESICIC-OEA. Recomendaciones Informes de la Primera y Segunda Ronda. La Paz, 2010.

MINISTERIO DE TRANSPARENCIA INSTITUCIONAL Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN. Guía Básica de Contenidos para Evaluación y Seguimiento de Páginas Web *“Acceso a la Información”*. La Paz, 2010.

MINISTERIO DE TRANSPARENCIA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN. Política Nacional de Transparencia y Lucha Contra la Corrupción. La Paz, 2009.

PADEM. TICs para un municipio moderno: Experiencias y propuestas. PADEM – OAS – COSUDE. 2006.

PEÑARANDA, Raúl y HERRERA, Karina. Los canales en cuestión. Friedrich Ebert. La Paz, 2008.

POMA, Bernardo y VILLEGAS, Sandra. Inventario de programas periodísticos en radio y televisión en La Paz. ONADEM – Fundación UNIR Bolivia, s/p, 2008.

POMA, Bernardo. *“Consulta Ciudadana 2008 – Y la ciudadanía tomó la palabra...”* en Medios a la vista. Informe sobre el Periodismo en Bolivia 2005 – 2008. ONADEM – Fundación UNIR Bolivia, La Paz, 2009.

POMA, Bernardo. *“Más periodismo en El Alto, pero más noticias de La Paz”* en Medios a la vista 2: Análisis sobre el Derecho a la Información y Comunicación y el Periodismo en Bolivia 2009 – 2011. ONADEM Fundación UNIR Bolivia, La Paz, 2011.

ROJAS, César y PEÑARANDA, Raúl. Prensa & Poder en Bolivia. La Paz, 2003.

ROJAS, Eduardo. Desafíos y perspectivas del derecho a la información y comunicación frente a las comunicaciones móviles en América Latina. Fundación Redes. La Paz, 2011.

SANDOVAL, Vania. Informe de Agresiones a periodistas a propósito del conflicto por el TIPNIS. s/p. ONADEM–Fundación UNIR Bolivia. La Paz, 2012.

SANDOVAL, Vania. *“Cubrir conflictos, lo más peligroso para el periodismo”* en Medios a la vista 2: Análisis sobre el Derecho a la Información y Comunicación y el Periodismo en Bolivia 2009 – 2011. ONADEM Fundación UNIR Bolivia, La Paz, 2011.

SOSA, Francisco, *“Medios demandan periodistas con competencias técnicas”* en Medios a la vista. Informe sobre el Periodismo en Bolivia 2005 – 2008. ONADEM – Fundación UNIR Bolivia, La Paz, 2009.

STEINBACH, Ingrid y COLANZI, Liliana. *“Las universidades no forman periodistas”* en Medios a la vista. Informe sobre el Periodismo en Bolivia 2005 – 2008. ONADEM – Fundación UNIR Bolivia, La Paz, 2009.

VICEPRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA PRESIDENCIAL DEL CONGRESO NACIONAL. Estrategia Boliviana de tecnologías de la Información y la Comunicación. La Paz, 2005.

VILLEGAS, Sandra. Lo rural en la prensa boliviana. s/p. ONADEM–Fundación UNIR Bolivia. La Paz, 2010.

VILLEGAS, Sandra. Casos conflictivos del periodismo boliviano. s/p. ONADEM – Fundación UNIR Bolivia. La Paz, 2011.

VILLEGAS, Sandra. Mayor participación ciudadana en los medios gracias a las nuevas tecnologías. s/p. ONADEM–Fundación UNIR Bolivia. La Paz, 2012.

VILLEGAS, Sandra. *“Prensa, mujeres y liderazgo”* en Medios a la vista 3. Análisis de los Derechos de Información y la Comunicación y El Periodismo en Bolivia 2012 – 2013. ONADEM – Fundación UNIR Bolivia, La Paz, 2014.

NORMAS LEGALES CONSULTADAS

- Código Penal Boliviano
- Constitución Política del Estado (2009)
- Decreto Supremo Nº 078 Creación de Bolivia TV (15/04/2009)
- Decreto Supremo Nº 0793 Creación del Ministerio de Comunicación (15/02/2011)
- Decreto Supremo Nº 328. Incorporación de LSB en los medios de comunicación y Tv (2009)
- Decreto Supremo Nº 0762. Reglamento a la Ley contra el racismo y toda forma de discriminación (05/01/2011)
- Decreto Supremo Nº 29174. Reglamento de servicios de telecomunicaciones en áreas rurales (2007)
- Ley Nº 045 contra el racismo y toda forma de discriminación (08/10/2010)
- Ley Nº 164 General de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación y servicio postal (08/08/2011)
- Ley de Imprenta (1925)
- Ley Orgánica de la Policía Nacional (1985)
- Ley Nº 026 del Régimen Electoral (30/06/2010)
- Ley del Régimen Disciplinario de la Policía Boliviana (2011)
- Reglamento del régimen especial de propaganda para el proceso de elección de autoridades del Órgano Judicial y del Tribunal Constitucional Plurinacional (30/06/2011)

NORMAS INTERNACIONALES CONSULTADAS

- Convención Americana sobre Derechos Humanos “Pacto de San José de Costa Rica”
- Convención de los Derechos del Niño
- Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial
- Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas
- Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre

- Declaración Universal de los Derechos Humanos
- Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos

NORMAS DE GREMIOS PERIODÍSTICOS CONSULTADAS

- Código de Ética de la ANP.
- Código de Ética de la APLP.
- Código Nacional de Ética Periodística del TNÉP.
- Reglamento del TNÉP.
- Resoluciones del TNÉP.

Anexos

ANEXO 1

NÓMINA GRUPO CONSULTIVO (2011–2012)			
N°	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
1	Echazú Ramiro	SECRETARIO EJECUTIVO	CONFEDERACIÓN SINDICAL DE TRABAJADORES DE LA PRENSA DE BOLIVIA (CNTPB)
2	Vega Magaly (2011)	VOCAL	ASOCIACIÓN DE PERIODISTAS DE LA PAZ (APLP)
	Vargas Antonio (2012)	PRESIDENTE	
3	Limachi Ana	PRESIDENTA	ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS (AMARC)
4	Paz Martha (2011)	PRESIDENTE	ASOCIACIÓN BOLIVIANA DE CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL (ABOCCS)
	Molina Julvi (2012)		
5	Rossell Claudio	DIRECTOR DE MEDIOS GUBERNAMENTALES	MINISTERIO DE COMUNICACIÓN
6	Grebe Ronald	PRESIDENTE	ASOCIACIÓN NACIONAL DE PERIODISTAS DE BOLIVIA (ANP)
7	Arroyo Carlos (2011)	PRESIDENTE	ASOCIACIÓN BOLIVIANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN (ABOIC)
	Pinto Esperanza (2012)		
8	León Juan	DIRECTOR EJECUTIVO	ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PRENSA (ANP)
9	Novillo Raúl	PRESIDENTE	ASOCIACIÓN BOLIVIANA DE RADIOFUSORAS (ASBORA)
	Sánchez Ricardo	REPRESENTANTE	
10	Maldonado Mario	DIRECTIVO	CONSEJO NACIONAL DE ÉTICA PERIODÍSTICA (CNÉP)
11	Velasco Julia	COORDINADORA	AGENCIA NACIONAL POR LA NIÑEZ Y LA INFANCIA (ANNI)
12	Aguirre José Luis	DIRECTOR	SERVICIO DE CAPACITACIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN PARA EL DESARROLLO (SECRAD) UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA
14	España José Luis	RESPONSABLE DE MONITOREO Y EVALUACIÓN	PROGRAMA DE APOYO A LA DEMOCRACIA MUNICIPAL (PADEM)
15	Álvarez Fidel	COORDINADOR EJECUTIVO	RED TIC Bolivia

NÓMINA GRUPO CONSULTIVO (2011–2012)			
N°	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
16	Barrancos Ronald	SECRETARIO PERMANENTE	COMISIÓN NACIONAL BOLIVIANA DE COOPERACIÓN CON LA UNESCO
17	Verástegui María Eugenia	PRESIDENTE	TRIBUNAL DE ÉTICA PERIODÍSTICA
18	Gómez Andrés	DIRECTOR	ERBOL
	Peña Augusto	COORDINADOR NACIONAL	
19	Ponce Alberto	DIRECTOR	Red Minera de Radio y TV

ANEXO 2

ENTREVISTADOS GREMIOS PERIODÍSTICOS			
N°	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
1	Apaza Humberto	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa Oruro
2	Bailey Alberto	Presidente	Consejo Nacional de Ética Periodística (CNÉP) Tribunal Nacional de Ética Periodística (TNEP)
3	Basaure Verónica	Presidente	Círculo de Mujeres Periodistas
4	Centeno Víctor Hugo	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa Beni
5	Colque Lidia	Delegada	Federación de Trabajadores de la Prensa Montero
6	Dipp Marco Antonio	Presidente	Asociación Nacional de la Prensa (ANP)
7	Echazú Ramiro	Secretario Ejecutivo	Secretario Ejecutivo Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia
8	Furuya Fabiola	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa de El Alto
9	García Juan	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa Yacuiba
10	Grebe Ronald	Presidente	Asociación Nacional de Periodistas (ANPB)
11	Hurtado Roberto Carlos	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa Santa Cruz
12	Oblitas Ana María	Delegada	Federación de Trabajadores de la Prensa Rurrenabaque
13	Quisbert Boris	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa La Paz
14	Rodríguez Iván	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa Potosí
15	Ruelas Carmen	Delegada	Federación de Trabajadores de la Prensa Riberalta
16	Soria Carlos	Vocal	AMARC
17	Tibubay Juan Carlos	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa Cobija
18	Verástegui María Eugenia	Vocal	Consejo Nacional de Ética Periodística (CNEP) Tribunal Nacional de Ética Periodística (TNEP)
19	Villavicencio Daniel	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa Chuquisaca
20	Zenteno Pablo	Secretario Ejecutivo	Federación de Trabajadores de la Prensa Tarija

ANEXO 3

ENTREVISTADOS DE LAS OSC			
N°	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
1	Álvarez Fidel	Coordinador Ejecutivo	Red TIC Bolivia

ENTREVISTADOS DE LAS OSC			
Nº	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
2	Cajías Lupe	Representante	Movida Ciudadana Anticorrupción
3	Condo Freddy	Coordinador Nacional	Coordinadora de Organizaciones Indígenas Campesinas y Comunidades Interculturales de Bolivia (COINCABOL)
4	Desealers Peter	Consultor	GIZ – Cooperación Alemana
5	España José Luis	Monitoreo y Evaluación	Programa de Apoyo a la Democracia Municipal (PADEM)
6	Estenssoro Renán	Director Ejecutivo	Fundación para el Periodismo
7	García Javier	Presidente	Cámara Paceaña de Empresas de Publicidad (CAPEP)
8	Gullco Diego	Gerente	Contacto Gullco
9	Jurgensen Kurt	Representante	NEXUS BBDO
10	Orías Ramiro	Director	Fundación CONSTRUIR
11	Quintana Hugo	Responsable de Comunicación	Centro Carter
12	Quiroga Cecilia	Coordinadora Proyectos Área de Comunicación	Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS)–Friedrich Ebert Stiftung (FES)
14	Salamanca César	Gerente General	Magna Group
15	Ticona Abel	Planificación	Centro de Formación y Realización Cinematográfica (CEFREC)
16	Tindal Rosario	Monitoreo y Evaluación	Programa de Apoyo a la Democracia Municipal (PADEM)
17	Torrico Erick	Coordinador Observatorio Nacional de Medios (ONADEM)	Fundación UNIR Bolivia
18	Ugarte Gabriela	Responsable Unidad de Prensa y Promoción	Fundación UNIR Bolivia
19	Velasco Julia	Directora	Agencia Nacional de Noticias de la Infancia (ANNI)
20	Velásquez Iván	Coordinador	Fundación Konrad Adenauer Stiftung
21	Vogels Viviane	Directora	Grupo Ortega Landa

ANEXO 4

ENTREVISTADOS DEL ESTADO			
Nº	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
1	Cabrera Hernán	Representante SCZ	Defensor del Pueblo
2	Camargo Carlos	Viceministro	Viceministerio Prevención, Promoción de Ética y Transparencia
3	Arandia Edwin	Director General Servicios de Telecomunicaciones	Viceministerio de Telecomunicaciones
4	García Martín	Responsable de Servicios Básicos	Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT)
5	Pinto Juan Carlos	Director Nacional	SIFDE – OEP
6	Mercado Manuel	Director Ejecutivo	Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Bolivia (ADSIB)
7	Pacheco Víctor	Coordinador	Red Nacional de Pueblos Indígenas y Originarios (RPOs)
8	Paravicini Clifford	Director Ejecutivo	Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT)
9	Rossel Claudio	Director Medios Estatales	Ministerio de Comunicación

ANEXO 5

ENTREVISTADOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTATALES			
Nº	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
1	Portocarrero Gustavo	Gerente General	Bolivia TV
2	Carrasco Mauricio	Director	Cambio
3	Maldonado Iván	Director	Red Patria Nueva
4	Gómez Omar	Presidente	Red Universitaria Boliviana de Información (RUBI)

ANEXO 6

ENTREVISTADOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS Y COMUNITARIOS			
Nº	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
1	Álvarez Helen	Periodista	Radio Deseo
2	Aré Tuffi	Jefe de Redacción	El Deber
3	Cahuasa Beatriz	Periodista	Radio Fides
4	Chacolla José	Periodista	Radio FEJUVE
5	Duchén María René	Editora de noticias	Cadena A
6	Paco Guillermo	Presidente	Red de Periodistas Alternativos

ENTREVISTADOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS Y COMUNITARIOS			
Nº	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
7	Peña Augusto	Coordinador Nacional	ERBOL
8	Ponce Alberto	Presidente	Red Minera de Radio y Televisión (MIRTV)
9	Rendiz Elizabeth	Periodista	Radio ABC–mensuario “Mi barrio”
10	Ríos Samuel	Director	Radio FEJUVE
11	Rivas Teófilo	Presidente	Asociación de Radios Comunitarias de Bolivia (APRAC)
12	Salvatierra Mónica	Ejecutiva Nacional	PAT SCZ
13	Tineo Ana María	Directora	La Palabra del Beni

ANEXO 7

ENTREVISTADOS DE LA ACADEMIA			
Nº	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
1	Ampuero Jenny	Docente	Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM)
2	Paredes Marcio	Director a.i. carrera Comunicación Social	Universidad Católica Boliviana “San Pablo”(UCB). La Paz
3	Aguirre José Luis	Director	Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo Universidad (SECRAD) – UCB. La Paz
4	Paz Martha	Presidente	Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS)

Análisis del Desarrollo Mediático

El informe **Análisis del Desarrollo Mediático en Bolivia** es una investigación llevada a cabo por el Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de la Fundación UNIR Bolivia, en el marco del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) de la UNESCO.

Este estudio da cuenta de la aplicación de los Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM) en Bolivia. Los IDM han sido elaborados por la UNESCO con el propósito de ofrecer una metodología integral para evaluar las circunstancias específicas del entorno mediático de un país para el ejercicio de la libertad de prensa con garantías de pluralidad y no intervención, con el fin de orientar la formulación de políticas públicas y encauzar los esfuerzos de los actores públicos y privados que conviven en ese ámbito.

El documento –un resumen de la investigación original– no sólo ofrece un panorama de los medios informativos de Bolivia, a través de una comparación con los estándares internacionales sobre libertad de expresión, sino que agrega verdadero valor investigativo al proporcionar conclusiones y recomendaciones en las siguientes cinco categorías: 1) sistema de regulación, 2) pluralismo, 3) medios y democracia, 4) capacitación y apoyo a la libertad de expresión, 5) infraestructura mediática.

Lista de países en los que las evaluaciones basadas en IDM se han completado hasta la fecha:

Bután, Croacia, Curaçao, Ecuador, Egipto, Gabón, Jordania, Libia, Maldivia, Mongolia, Mozambique, Myanmar, Nepal, Palestina, Sudán del Sur, Timor Oriental y Túnez.

Para más información, ver:

www.unesco.org/new/en/communication-and-information/intergovernmental-programmes/ipdcl/initiatives/media-development-indicators-mdis/



Organización de las Naciones
Unidas para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

PIDC

PROGRAMA INTERNACIONAL
PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN



9 789231 001925