

CAPÍTULO I

1. MARCO JURÍCO DE LA TELEVISIÓN

1.1 Definición de televisión

La Unión Internacional de Telecomunicaciones – UIT - , organismo especializado de la Organización de las Naciones Unidas, considera a la televisión como “forma de telecomunicación destinada a la transmisión de señales que representan escenas, cuyas imágenes se reproducen en una pantalla a medida que se reciben”¹.

El artículo 1 de la Ley de Radiodifusión y Televisión define a la televisión como la “comunicación sonora unilateral a través de la difusión de ondas electromagnéticas para ser visualizadas y escuchadas por el público en general.”²

La televisión es el medio de comunicación social de mayor propagación, que ofrece un conjunto de programas de diversa índole, cuyo objetivo es proporcionar entretenimiento e información. De esta manera predetermina formas de comportamiento de los espectadores y ocasionalmente sus decisiones políticas y sus hábitos de consumo.

¹ http://www.itu.int/dms_pubrec/itu-r/rec/v/R-REC-V.662-3-200005-I!!PDF-S.pdf. Acceso 18 de junio de 2011

² Ley de Radiodifusión y Televisión - Registro Oficial 691: 9 – may – 1995.

1.2 Historia de la Televisión en el Ecuador

En el Ecuador la televisión apareció en una “Feria del Sesquicentenario de la Independencia, organizada por la UNP – Unión Nacional de Periodistas - en el Colegio Americano, en agosto de 1959”³. La HCJB, una de las más antiguas estaciones de radiodifusión del país, obtuvo del Ministerio de Obras Públicas, a través de la Dirección de Telecomunicaciones, la concesión para la primera estación de televisión en Quito. La programación de esta estación era de carácter cultural.

La primera estación privada en Guayaquil de televisión fue Telecuatro, formada por Jaime Nebot Velasco, José Rosenbaum y Publicidad "Palacios", mediante convenio con la Casa de la Cultura Ecuatoriana, núcleo del Guayas.

Desde esta fecha la televisión ecuatoriana no ha parado de evolucionar.

La Ley de Radiodifusión y Televisión expedida en 1975 en el gobierno de Guillermo Rodríguez Lara, fue la primera en regular la radiodifusión y la televisión en el país. Esta ley reemplazó el vetusto Reglamento de Instalaciones Radio – Eléctricas que existía desde el Gobierno de Carlos Arroyo del Río (1940 – 1944) ⁴.

Una de las premisas más importantes que consagra dicha ley es que el espectro radioeléctrico, con cuyas frecuencias operan la radiodifusión y la televisión, es de propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado.

³ <http://www.bieec.epn.edu.ec:8180/dspace/bitstream/123456789/741/13/T10502CAP1.pdf>. Acceso 3 de febrero de 2011.

⁴ Álava Ormaza Milton E. – “40 años de Constitucionalismo”. Editorial Voluntad. Pág. 332. Quito. 2000.

1.3 ¿Qué es el espectro radioeléctrico?

El artículo 2 de la Ley Especial de Telecomunicaciones establece que “el espectro radioeléctrico es un recurso natural de propiedad exclusiva del Estado y como tal constituye un bien de dominio público, inalienable e imprescriptible, cuya gestión, administración y control corresponde al Estado”⁵.

La Corte Constitucional Colombiana, en su sentencia T-081 de 1993 M.P, define al espectro radioeléctrico como “la franja de espacio alrededor de la tierra a través de la cual se desplazan las ondas radioeléctricas que portan diversos mensajes sonoros o audiovisuales. Es un bien con aptitud para transformar información e imágenes a corta y a larga distancia.”⁶

Según Jorge Zaffore, el espectro radioeléctrico o las emisiones radioeléctricas “constituyen una perturbación electromagnética en el espacio que se propaga de manera periódica, es decir, en forma de ondas”⁷.

En sentencia de 1 de octubre de 2009, la Corte Constitucional del Ecuador, al reiterar el contenido del artículo 2 de la Ley Especial de Telecomunicaciones, precisa que el espectro radioeléctrico

“Es un recurso limitado perteneciente al dominio público del Estado,... (De) uso indiscriminado, (porque) no agota el espectro frecuencial radioeléctrico..., este no se extingue por su utilización ya que se encuentra contenido en el recurso aire, y a partir de ello puede ser reutilizado las veces que sean necesarias, puede generar congestiones o interferencia en los canales radioeléctricos, aspecto que torna necesaria la presencia de un órgano encargado de regular y controlar el aprovechamiento del recurso y el uso de sector estratégico de las

⁵ Ley Especial de Telecomunicaciones - Registro Oficial 996: 10-ago-1992

⁶ Bernal Rodríguez Paola - “*Régimen Jurídico de la Televisión en Colombia*”. Tesis Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Pág. 86. Colombia. 1999.

⁷ Zaffore Jorge – “*Comunicación Masiva. Regulación, Libertad y Pluralismo*”. Editorial Depalma. Pág. 90. Argentina. 1990.

telecomunicaciones... (Se) consagra a las telecomunicaciones, medio a través del cual se utiliza el espectro frecuencial radioeléctrico, como otro de los sectores estratégicos que deben ser administrados, regulados y controlados por el Estado. Es decir, tanto el recurso natural que persiste sin la necesidad de la intervención humana, el espectro radioeléctrico, como el uso del mismo, las telecomunicaciones, forman parte del sector estratégico estatal, y como consecuencia de ello, forman parte de las competencias exclusivas del Estado central.⁸”

La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 313 establece que “El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

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

“Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, **las telecomunicaciones**, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley”⁹. (las negrillas son mías)

El artículo 408 de la misma Constitución determina que son de “propiedad inalienable, imprescriptible e inembargable del Estado los recursos naturales no renovables y, en general, los productos del subsuelo, yacimientos minerales y de hidrocarburos, sustancias cuya naturaleza sea distinta de la del suelo, incluso los que se encuentren en las áreas cubiertas por las aguas del mar territorial y las zonas marítimas; así como la biodiversidad y su patrimonio genético y **el espectro radioeléctrico**. Estos bienes sólo podrán ser explotados en estricto

⁸ Sentencia de la Corte Constitucional de 1 de octubre 2009. No. 0006 – 09 – SIC-CC

⁹ Constitución de la República del Ecuador - Registro Oficial 449: 20-oct-2008

cumplimiento de los principios ambientales establecidos en la Constitución.(las negrillas son mías)

“El Estado participará en los beneficios del aprovechamiento de estos recursos, en un monto que no será inferior a los de la empresa que los explota.

“El Estado garantizará que los mecanismos de producción, consumo y uso de los recursos naturales y la energía preserven y recuperen los ciclos naturales y permitan condiciones de vida con dignidad”¹⁰.

Para Zaffore, el espectro radioeléctrico no constituye un bien público puesto que no es susceptible de apropiación. El modelo de análisis jurídico para él, es comparable al habla, porque si todos hablamos a la vez no somos escuchados y la comunicación se hace imposible; lo mismo pasa con las frecuencias de dicho espectro: si no tienen un espacio asignado se impide su transmisión.

El autor señala que “el principal rol del Estado es administrar la emisión de radiofrecuencias para permitir mayor acceso a ellas, en el plano interno, mientras que en el plano internacional consiste en acordar con otros Estados soberanos en los respectivos foros internacionales, las normas de planificación sobre la base de las pautas técnicas que proporciona la ingeniería del espectro radioeléctrico”¹¹.

Por lo tanto, para Zaffore, el rol del Estado no consiste en regular los contenidos de la información, sino que “permite mediante la utilización ordenada de frecuencias, el ejercicio del derecho a la información”¹².

En este sentido, la legislación ecuatoriana ha cubierto este ámbito, puesto que el espectro radioeléctrico está regulado en la Ley Especial de Telecomunicaciones, en la Ley de Radiodifusión y Televisión, en otras leyes y en variados reglamentos que permiten su eficaz aprovechamiento.

¹⁰ Ídem

¹¹ Zaffore Jorge – “*La Comunicación Masiva. Regulación, Libertad y Pluralismo*”. Editorial Depalma. Pág. 93. Argentina. 1990.

¹² Ídem. Pág.94

1.4 Ordenamiento Jurídico de la Radio y la Televisión

El doctor Milton Álava Ormaza, en su libro “40 años de Constitucionalismo”, divide en tres etapas la evolución jurídica de los medios de comunicación en el Ecuador.

La primera comienza con la fundación de la República¹³. La Constitución de aquella época garantiza la libertad de expresión, pero con límites, como la moral, la decencia y la religión. En esta época, los gobiernos de turno perseguían a los periodistas y cerraban a los periódicos de oposición, aunque para entonces estos tendían a ser pasquines.

La segunda etapa se inicia con la revolución liberal, que supuso el fin de las limitaciones a la libertad de expresión por consideraciones religiosas. La Constitución de 1945 es la primera que garantiza la libertad de expresión y a los medios para expresarla y difundirla, pero a la vez sancionaba la injuria, la calumnia y los actos inmorales. Para ese entonces solo existía la prensa escrita y la radio. También garantizaba la regulación del ejercicio del periodismo, sujeto a la defensa de los intereses nacionales y lo definía “como un servicio social acreedor al respeto y apoyo del Estado”¹⁴. La ley tenía que establecer los medios de hacer efectivas las responsabilidades de los periodistas. Se prohibía a las autoridades suspender o clausurar periódicos, secuestrar imprentas o incautar publicaciones por delitos de prensa. También existía el impedimento de realizar persecuciones en contra de los redactores, colaboradores, expendedores, voceadores y demás trabajadores de la prensa, a menos que se demostrara su responsabilidad en forma legal.

Agrega el doctor Álava que esta Constitución consigna por primera vez el derecho que toda persona natural o jurídica tiene, en la forma que la ley determine, a la rectificación gratuita de las aseveraciones o imputaciones falsas hechas por la prensa, por la radio o cualquier medio de publicidad.

Aquí podríamos encontrar el primer antecedente de protección a los lectores y radioyentes en materia de contenidos de un medio de comunicación.

¹³ Álava Ormaza Milton –“ 40 años de Constitucionalismo”. Editorial Voluntad. Págs. 329 – 332. Ecuador. 2000.

¹⁴ <http://www.mmrree.gob.ec/ministerio/constitucion.asp>. Acceso 24 de junio de 2011.

En la tercera etapa se expidieron nuevas regulaciones en el campo de la comunicación. Las Constituciones de 1946 y de 1967, “establecieron la censura previa de los medios de comunicación por el Presidente de la República como una de las facultades extraordinarias que podía asumir al decretar el estado de sitio”¹⁵.

La radiodifusión y la televisión fueron ampliamente reguladas a partir de 1975. Durante la dictadura del General Guillermo Rodríguez Lara, se crearon varios instrumentos jurídicos en materia de comunicación: la Ley de Radiodifusión y Televisión, la Ley de Ejercicio Profesional de los Periodistas y la Ley de la Secretaría Nacional de Información Pública.

El gobierno de aquel entonces trataba de difundir su filosofía política, así como también crear un medio de comunicación directo con la ciudadanía para que se informe de las obras que aquel ejecutaba. Por ello impuso a los medios de comunicación electrónicos, por primera vez en la historia del Ecuador y de América Latina, la obligación de ceder espacios para que el gobierno pudiera utilizarlos a partir de la premisa “de que las frecuencias radioeléctricas con que operan, son de propiedad del Estado”¹⁶.

De entonces acá no se ha avanzado en materia de regulación de los medios de comunicación. Podríamos decir que está por comenzar una **cuarta etapa** con la aprobación de la Ley de Comunicación que se debate desde hace algunos meses en la Asamblea Constituyente¹⁷.

¹⁵ Álava Ormaza Milton – “40 años de Constitucionalismo”. Editorial Voluntad. Págs. 329 – 332. Ecuador. 2000.

¹⁶ Álava Ormaza Milton – “40 años de Constitucionalismo”. Editorial Voluntad. Págs. 329 – 332. Ecuador. 2000.

¹⁷ Disposición transitoria primera, numeral 4, de la Constitución de la República del Ecuador manda al órgano legislativo a aprobar la Ley de Comunicación en 360 días. Registro Oficial 449 de : 20-oct-2008

CAPÍTULO II

2. CLASIFICACIÓN DE LAS ESTACIONES

La Ley de Radiodifusión y Televisión, al igual que su reglamento, dividen a las estaciones de radiodifusión y televisión en públicas, privadas y comunitarias.

2.1 Estaciones Públicas

Son las que transmiten programación cultural, educativa y de asuntos de interés general. No poseen fines de lucro y no pueden cursar publicidad comercial.

En el Reglamento General de la Ley de Radiodifusión y Televisión, se determina el tipo de programas que pueden transmitir esta clase de estaciones, como son los de carácter pedagógico, industrial, agrícola, de orientación al hogar, propiciando el sano esparcimiento, el desarrollo socioeconómico, cultural y los valores esenciales de la nacionalidad y fomentando la integridad y la solidaridad ciudadana.

También tienen este carácter las estaciones privadas que no persigan fines de lucro, como son las de propiedad de fundaciones, organizaciones culturales, religiosas o de cualquier otra finalidad social.

El Consejo Mundial de Radio y Televisión de la UNESCO definió a la televisión pública “como un lugar de encuentro donde todos los ciudadanos están invitados y son considerados sobre una base igualitaria. Es una herramienta de información y de educación, accesible a todos y se dirige a todos, independientemente de la condición social o económica de unos y otros. Su mandato no se limita a la información y al desarrollo cultural; también ha de alimentar la imaginación y divertir, pero con una preocupación por la calidad que debe distinguirla del servicio audiovisual comercial.”¹⁸

El concepto de televisión pública nace en Europa. Este tipo de estaciones eran las únicas que realizaban transmisiones y trataban que su programación fuera informativa, educativa, entretenida y de calidad.

Estas estaciones están sometidas al control de un organismo político que se encarga de “la aplicación y control de actividades de las emisoras”¹⁹. Su programación es discrecional, y por lo tanto gozan de una relativa libertad de programación, pero están limitadas en momentos de conmoción social y política.

El contenido de los programas que se difunden en la televisión pública europea es pluralista; trata de reflejar a todos los grupos de la sociedad. Permite que todos al menos encuentren un programa que les guste y que traduzca sus ideales individuales y sociales.

Para Omar Rincón, el “modelo de la televisión pluralista difiere del modelo mayoritario de la oferta televisiva auspiciado por el sistema de financiación publicitaria. En este último se suele dar prioridad a la satisfacción y gratificación personal e inmediata del mayor número posible de miembros de una audiencia, y los recursos fluyen hacia un programa u otro en estrecha relación con el poder de captación de audiencia que hayan demostrado.”²⁰

¹⁸ Blázquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 412. Madrid. 1994.

¹⁹ Blumler Jay – “*Televisión e Interés Público*”. Bosch Casa Editorial .Pág. 90. España. 1993.

²⁰ Rincón Omar – “*La Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*”. Secretaría Ejecutiva del Convenio Andrés Bello. Pág. 82. Bogotá. 2001.

Pese a las buenas intenciones de las autoridades de proteger a la audiencia, se han formulado cuestionamientos en torno a la televisión pública: el primero, la dependencia financiera; adicionalmente, grupos de la sociedad (asociaciones, grupos políticos, religiosos, etc.) solicitaban concesiones de frecuencias para emitir programación interesadas, como lo hacen en los Estados Unidos²¹. Otro elemento es el avance de la tecnología de comunicación frente a la cual permanecen estacionarias. Un cuarto elemento fue que estos medios tienden a estar al servicio del gobierno de turno.

Uno de los canales más representativos en Europa de la televisión pública es la BBC de Inglaterra (British Broadcasting Company) creada en 1922. Este canal nace en base de dos premisas: la primera, la desconfianza que tenían los parlamentarios europeos en los operadores privados; este sentimiento nació de la observación de la televisión americana. Por otro lado, se consideraba que los programadores privados podían utilizarla para defender sus propios intereses.

La BBC tiene muy marcados sus propósitos e incluso una elevada base moral. Tiene una licencia concedida por la Corona por diez años, la cual permite su funcionamiento, pero es restringida en estados de emergencia; garantiza su independencia editorial y determina sus deberes y obligaciones.

Es una empresa eminentemente pública puesto que es financiada por los contribuyentes y por la venta de programas que la BBC realiza y que han tenido éxito.

En Estados Unidos la televisión pública ha sido un complemento de la televisión privada. La televisión pública americana se encuentra dividida en varias corporaciones, cada una de ellas autónoma y con diferentes funciones.

Los gobiernos norteamericanos han tratado que este medio sea independiente. Para su financiamiento otorgaban un dólar por cada dos que producía la estación.

²¹ Blummer Jay – “*Televisión e Interés Público*”. Bosh Casa Editorial S.A. Pág. 89 -103. Madrid. 1993.

Actualmente tienen tres fuentes de financiamiento: gubernamental, donativos privados y venta de programación. Mantienen la misión de transmitir programas culturales y educativos y evitan la publicidad comercial.

En América Latina la idea de televisión pública nace a través de regímenes militares autoritarios y Ecuador no fue la excepción, porque se la planteó por primera vez en la dictadura de Guillermo Rodríguez Lara, pero no logró concretarse²².

En esta región son conocidas como instrumentos del ejecutivo.

Según Omar Rincón la televisión pública en América Latina se ha convertido en un “lugar de abuso gubernamental y fuente de burocracia manejada por políticos de saber aritmético de votos: ineficiencia administrativa que la ha convertido en empresa sin futuro. En su conceptualización y puesta en programación, se diagnostica un flagrante desconocimiento de la diversidad étnica, la pluralidad cultural y la multiplicidad de voces que habitan o confrontan las identidades locales. Asimismo, han terminado produciendo telebasura; programas efímeros sin memoria, sin búsquedas y sin intenciones.”²³

En la práctica existe una diferencia fundamental entre la televisión de gobierno y la televisión pública; en la primera, la programación está dirigida a la promoción y defensa del gobierno de turno y carece de autonomía, mientras que la segunda está dirigida a contribuir al desarrollo intelectual y cultural de los telespectadores. Se asemejan en que obtienen su financiamiento del presupuesto general del Estado.

En América Latina tanto las estaciones públicas dependen de la producción televisiva y cinematográfica norteamericana y reproducen su modelo. Suelen incluir en su programación documentales antiguos o programas efímeros. El problema de adquirir programación foránea

²² Álava Ormazza Milton E. – “40 años de Constitucionalismo”. Editorial Voluntad. Pág. 333 - 334. Quito. 2000.

²³ Rincón Omar – “La Televisión Pública: del consumidor al ciudadano”. Secretaria Ejecutiva del Convenio Andrés Bello. Pág. 29. Bogotá .2001.

es la venta en masa que realizan las productoras y que las obliga a comprarla en paquete. Tampoco pueden adquirir equipos de última tecnología.

Según Rincón, este tipo de estaciones ha sido rechazado por los telespectadores porque no permiten “su adaptación a las nuevas demandas de la sociedad, permaneciendo ajenas a los cambios de lenguaje audiovisual, unificando el estilo de su oferta y absteniéndose de profundizar en la renovación de los géneros que ya se estaba viviendo intensamente en el sistema comercial”²⁴.

Pero hay que resaltar que en América Latina existen casos excepcionales de estaciones públicas que han logrado cumplir con los objetivos trazados, como la televisión chilena y la brasilera, que tienen programación de calidad, aunque han atravesado problemas de financiamiento.

Lo ideal es crear un modelo de televisión pública propia para cada país, no importarlo, sin perjuicio de aprender de experiencias ajenas, porque no todo modelo es adecuado a las diferentes realidades nacionales.

2.1.1 Características de las estaciones públicas nacionales

Según el artículo 8 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, las características que deben reunir las estaciones de nuestro país son:

- No poseer fines utilitarios.
- No pueden cursar publicidad comercial, excepto la de carácter gubernamental o institucional para financiar su programación.
- Su mayor financiamiento proviene del presupuesto general del Estado.

²⁴ Ibídem. Pág. 45.

- Su programación está destinada a fomentar la cultura, la educación, la información de interés general y a promover la unidad nacional.

2.1.2 Ecuador TV

El 11 de octubre del 2007 nació Televisión Nacional del Ecuador (TEVECUADOR S.A.), constituida por el Ministerio de Cultura y Andinatel S.A – que se transformó como Corporación Nacional de Telecomunicaciones –, cuyo objeto social es la instalación, operación y mantenimiento del servicio público de televisión, en cualquiera de sus modalidades, la celebración de convenios nacionales e internacionales sobre programación y producción de televisión, entre otras.

A pesar de que empezó a funcionar con anterioridad, la Televisión Pública del Ecuador está respaldada por el artículo 315 de la Constitución de la República que determina que el Estado podrá constituir empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales y el desarrollo de otras actividades económicas; el artículo 16 numeral 2 de la misma Constitución que establece el derecho de todas las personas, en forma individual o colectiva, a tener acceso universal a las tecnologías de información y comunicación; y el artículo 17 numeral 2 que precisa que el Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

Posteriormente fueron reformados los estatutos de esta estación y se cambia su denominación a Televisión y Radio del Ecuador S.A. RTV Ecuador. Esta modificación no era sustancial y no incidió en su desarrollo. Pero para tratar de impulsar el crecimiento de la televisión y radio públicas, mediante decreto ejecutivo 193 de diciembre del 2009 se conformó la Empresa Pública Televisión y Radio de Ecuador EP., RTV Ecuador.

El objeto principal de la empresa siguió siendo el mismo, pero se le añadieron otros: “brindar a la ciudadanía contenidos televisivos y radiofónicos que la formen, informen y entretengan sanamente fomentando, fortaleciendo los valores familiares, sociales, culturales y la participación ciudadana, aspirando a ser un medio de comunicación público eficiente, competitivo y moderno, que sea un espacio plural e incluyente a la ciudadanía.”²⁵

Pero, por la constitución de su directorio, esta empresa, sin dejar de ser pública es eminentemente gubernamental. Su directorio está constituido de la siguiente manera:

- El Ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, o su delegado permanente, quien preside el directorio.
- El titular del Organismo de Planificación – SENPLADES-, o su delegado.
- Un delegado del Presidente de la República.

En general, RTV Ecuador es un medio dependiente del ejecutivo, de programación ininterrumpida, constituida por programas “enlatados”. También tiene producción nacional, que busca convertir en protagonista a gente que no es visible en la sociedad; hay programas que buscan educar a la gente; cumple con la misión cultural, respeta los horarios de programación, pero no ha logrado mayor impacto en la sociedad ecuatoriana. El marcado carácter gubernamental de esta estación salta a la vista en la difusión de su noticiero, en la transmisión total de las cadenas sabatinas del presidente de la República, en los documentales políticos que utiliza como medios de defensa contra la oposición política, y en la promoción de sus políticas, planes y proyectos.

Actualmente utiliza el canal 7 de la banda VHF al que accedió en virtud de un reajuste técnico del espectro radioeléctrico impuesto por el gobierno, en el afán de mejorar su sintonía que, supuestamente, estaba limitada por su operación inicial en una frecuencia de la banda UHF.

²⁵ <http://www.ecuadortv.ec/ecu.php?c=2741> Acceso 22 de junio de 2011.

En conclusión, se puede sostener que la televisión pública en el Ecuador tiene un largo camino por recorrer y que el primer paso que deberían dar en este sentido es su desvinculación política y económica del gobierno. Solo de esta manera la gente podrá tener confianza en su programación y considerarla como un medio efectivo de participación en la vida pública y social.

2.1.3 TC Televisión y Gama TV

Estas estaciones de televisión fueron incautadas por el gobierno para recuperar los créditos impagos del desaparecido banco privado llamado Filabanco. Están a cargo de un fideicomiso denominado AGD – CFN “No más impunidad”, creado por el gobierno para administrar todos los bienes que fueron propiedad de dicho banco, venderlos y así pagar las acreencias.

Se suponía que la venta de las estaciones de televisión iba a ser inmediata y que con estos recursos y los demás que se acopiaran se podían pagar las acreencias de Filanbanco, pero esto no ha sido posible: en primer término el Gobierno ha utilizado las dos estaciones de televisión como medios de comunicación propios para sus fines políticos; y, en segundo lugar, los potenciales compradores no se arriesgan a invertir en bienes litigiosos. Al momento el gobierno ha procedido a vender parte de las acciones de estos canales a los propios trabajadores mediante préstamos otorgados la Corporación Financiera Nacional.

2.2 Estaciones Privadas

El artículo 7 de la Ley de Radiodifusión y Televisión, califica a la televisión privada de “comercial”, y la define a ésta como las estaciones de televisión que poseen capital privado, son financiadas con publicidad pagada y persiguen fines de lucro. Por su propia naturaleza, son también las que tienen libertad de programación.

Funcionan a través de frecuencias del espectro radioeléctrico concesionadas por el Estado a diez años plazo y renovables por iguales períodos.

Las estaciones privadas de televisión en el Ecuador se proponen objetivos muy generales. Deberían ofrecer una programación destinada a entretener, informar a los telespectadores y subsidiariamente educarlos.

Su naturaleza comercial les lleva a difundir programas que alcancen altos índices de audiencia y les permita tener acceso al mercado publicitario.

La Ley de Radiodifusión y Televisión no señala los fines de la televisión privada – comercial, aunque el artículo 46 marginalmente establece que propenderá al fomento y desarrollo de los valores culturales de la nación ecuatoriana y procurará la formación de una conciencia cívica orientada a la consecución de los objetivos nacionales.

Este vacío ha sido llenado, indirectamente, por el Reglamento a dicha ley, al determinar en el artículo 48 que elaborará y emitirá su programación con sujeción a los siguientes parámetros:

- a) Poner énfasis, con espíritu objetivo, en el conocimiento y divulgación de la realidad nacional e internacional, en la información científica y técnica, la promoción de la cultura nacional y derechos humanos y en la educación y formación moral de la niñez y juventud, y en general de la población;
- b) Defender, promover y exaltar dentro de su programación aspectos positivos de las tradiciones sociales, costumbres, creencias religiosas y demás valores propios de la cultura nacional;
- c) Que sus contenidos conserven y fortalezcan la unidad nacional, sin perjuicio de las legítimas manifestaciones locales y regionales, que deberá expresarse sin afectar la sensibilidad de las poblaciones de distinta idiosincrasia;
- d) Procurar que sus programas se propongan la educación cívica y política de la población, mediante el conocimiento de la Constitución y leyes de la República, de sus derechos y obligaciones y de las instituciones que los garantizan y hacen efectivos.

- e) Evitar que su programación, incluida la publicidad, presente escenas o imágenes de violencia, crueldad, actos sexuales explícitos o de promiscuidad, con el objetivo de prevenir malas costumbres y vicios. Asimismo, eludir el empleo de frases y términos vulgares, sin incurrir en la proscripción de aquellos elementos de la lengua popular que la hacen más rica y característica.
- f) No podrán hacer apología del delito, atentar contra las buenas costumbres, contra la idiosincrasia nacional, usos de la vida, aspectos religiosos con el propósito de no quebrantar valores nacionales y fomentar valores foráneos o experiencias negativas de otros países.
- g) Abstenerse de realizar programas con adivinos o parasicólogos, que induzcan a errores médicos o culturales, o que afecten la salud física y mental de la población.

Estas características de la televisión rigen también para la radiodifusión comercial privada.

El Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión, en sus artículos del 4 al 9, señala fines semejantes para la televisión a los establecidos en la normativa reglamentaria.

Por su parte, el artículo 3 del mismo Código señala que los programas de carácter noticioso deberán evitar cualquier tipo de sensacionalismo en la presentación de hechos y en el artículo 20 determina que la información presentada en los noticieros debe ser realizada con objetividad e imparcialidad, verificando las fuentes de información y su independencia.

Niceto Blázquez, en su libro “Ética y Medios de Comunicación”, precisa que las funciones de la televisión dependen: del gobierno que dirija al Estado, si en el país impera un régimen autoritario la televisión será utilizada “como el medio más eficaz para imponer ideas y modelos de conducta desde las instancias de los poderes constituidos”²⁶. En cambio, sí el Estado está gobernado por una ideología liberal, la televisión tiende a convertirse “en un emporio económico en el que la rentabilidad económica y las leyes del libre mercado de programas marcan el criterio determinante de la cantidad y calidad de la programación”²⁷.

²⁶ Blázquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 538. Madrid. 1994.

²⁷ Ídem

2.3 Estaciones Comunitarias

De acuerdo con el artículo 8 segundo inciso de la Ley de Radiodifusión y Televisión, son las de propiedad de una comunidad u organización indígena, afroecuatoriana, campesina o de cualquier otra organización social, orientada al fortalecimiento de la comunidad, a la consolidación intercultural y social y a la defensa de los valores humanos, históricos o artísticos que afiancen la identidad nacional y vigoricen la vigencia de los derechos humanos.

Se autogestionan a través de donaciones, mensajes pagados y publicidad de productos comerciales. Sus utilidades deben ser reinvertidas en ampliar sus servicios o las actividades propias de la comunidad.

2.4 Otros tipos de estaciones

Aparte de las estaciones públicas, comerciales y comunitarias de señal abierta, existen otras clases de estaciones como son las de cable o a través de frecuencias del espectro radio eléctrico, llamadas de audio y video por suscripción, para acceder a las cuales los telespectadores pagan una pensión mensual. También existen las que utilizan satélite o que son de circuito cerrado.

CAPÍTULO III

3. VISIÓN Y PROPUESTA JURÍDICA

3.1 La libertad de expresión

En su libro “La Comunicación Masiva. Regulación, Libertad y Pluralismo”, Jorge Zaffore sostiene que la libertad de expresión “es un derecho fundamental, cuyo ejercicio está protegido por igual para todos los ciudadanos, que tiene por objeto la expresión de ideas o pensamientos que puede comportar juicios de valor o creencias y se puede manifestar de palabra, por escrito e incluso a través del lenguaje simbólico”²⁸.

Podríamos decir que es el derecho que tiene el ser humano de expresar sus pensamientos, que es inherente a él, que lo ha ejercido desde siempre y lo hace a cada instante. Es el medio de transmitir sus ideas, experiencias, sentimientos y anhelos sin limitaciones externas.

La libertad de expresión fue consagrada por primera vez en el artículo 11 de la Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789, de la Revolución Francesa, que dice:

²⁸Zaffore Jorge – “*La Comunicación Masiva, Regulación, Libertad y Pluralismo*”. Editorial Depalma. Pág. 24. Buenos Aires. 1990.

“La libre comunicación de pensamientos y de las opiniones es uno de los derechos más preciosos del hombre. Todo ciudadano puede, por tanto, hablar, escribir e imprimir libremente, salvo la responsabilidad que el abuso de autoridad de esta libertad produzca en los casos determinados por ley”²⁹.

Este derecho fue acogido después en la primera enmienda de la Constitución de Estados Unidos de América, en los siguientes términos:

“El Congreso no hará ley alguna por la que adopte una religión como oficial del Estado o se prohíba practicarla libremente o que coarte la libertad de palabra o de imprenta, o el derecho del pueblo para reunirse pacíficamente y para pedir al gobierno la reparación de agravios.”³⁰

Dos siglos después, la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948, expedida por la Organización de las Naciones Unidas, en su artículo 19 definió más ampliamente este derecho de la siguiente forma:

“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.”³¹

Por otra parte, en el ámbito interno, la Constitución de la República del Ecuador, entre los derechos que garantiza a las personas, en el artículo 66 numeral 6 incluye “el derecho a opinar y a expresar sus pensamientos libremente y en todas sus formas y manifestaciones.”

La libertad de expresión comprende o involucra otras libertades como la de pensamiento, la de opinión, la de información, la de religión y la de asociación política.

²⁹ <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/22/pr/pr19.pdf> . Acceso 18 de Junio de 2011.

³⁰ <http://www.ieslasmusas.org/departamentos/geohisto/derechos1791.pdf>. Acceso 27 de junio de 2011.

³¹ <http://www.encuentrosmultidisciplinares.org/Revistan%C2%BA7/Declaraci%C3%B3n%20Universal%20Derechos%20Humanos%201.pdf>. Acceso 18 de junio de 2011.

El tratadista español Niceto Blázquez, en su libro “Ética y Medios de Comunicación”, define a la libertad de pensamiento como “la facultad de pensar, reflexionar, imaginar o soñar despiertos sobre lo que nos apetezca sin injerencias externas por parte del Estado. Es un ámbito perteneciente a nuestra intimidad que debe ser respetado incondicionalmente por las autoridades públicas. La libertad de pensamiento tiene una limitación que es la propia conciencia ética. Conciencia ética que ayuda con mayor o menor lucidez a la honestidad o deshonestidad de lo que estamos pensando sin ningún tipo de coacción externa.”³²

Esta misma libertad se convierte en libertad de información y de opinión cuando es ejercida a través de un medio de comunicación.

La libertad de información es más limitada que la libertad de pensamiento y sujeta a regulación, en la medida en que afecta derechos de terceros como el honor o el buen nombre de las personas o la seguridad nacional en el plano colectivo.

Porfirio Barroso Asenjo sostiene, en su libro “Libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales”, que **el derecho de la información** es “aquella rama del derecho que comprende el conjunto de normas jurídicas reguladores de la actividad informativa y de la tutela efectiva del derecho a las libertades de expresión y de información en la forma en que se reconocen y quedan constitucionalmente establecidas”³³.

En cambio, según el mismo autor, el **derecho a la información** “es la facultad de acceder a la información. Es un derecho natural porque está radicado en la naturaleza sociable del hombre, es necesario para que la personalidad de cada ser humano se pueda desarrollar.”³⁴

Es un derecho indispensable para los ciudadanos, pues con él aseguran su participación en la vida pública activa.

³² Blázquez Niceto – “Ética y Medios de Comunicación”. Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 226. Madrid. 1994.

³³ Barroso Asenjo Porfidio - “Libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales”. Pág. 42. Editorial Fragua Madrid. 1998.

³⁴ Ídem

El derecho a la información también incluye el derecho del receptor de rechazar una información. De acuerdo con Jorge Zaffore, “la persona humana tiene derecho a recibir información y a seleccionar, positiva o negativamente, aquella información o grupo de informaciones, aquella opinión o grupo de opiniones que le satisfagan más o menos plenamente”³⁵.

3.2 Contenido de la Libertad de Información

El proceso de la información se realiza en tres etapas: búsqueda, difusión o transmisión y recepción.

3.2.1 Búsqueda de la Información

Toda persona tiene derecho a buscar la información que requiera, es decir para acceder directamente a la fuente de esta información, conocer el hecho o hechos que le interesan y formarse una opinión. Esta búsqueda también es indirecta, a través de los medios de comunicación.

Zaffore define a esta fase como “el libre acceso al hecho noticiable directo o a la información que será elaborada por un medio, dando lugar a nuevas informaciones bajo la forma de opiniones e interpretaciones.”³⁶

³⁵ Zaffore Jorge – “*La Comunicación Masiva, Regulación, Libertad y Pluralismo*”. Editorial Depalma. Pág. 47 – 48. Buenos Aires.1990.

³⁶ Ídem

Por consiguiente esta búsqueda tiene una doble connotación: la primera es el derecho de todo ciudadano de buscar información personal o pública; y, la segunda, como el deber de los que manejan las fuentes de información de proporcionársela.

Este derecho se halla corroborado en el artículo 18 numeral 2 de la Constitución del Ecuador, que precisa que todas las personas de forma individual o colectiva tienen derecho a “Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información”.

En la Constitución de la República del Ecuador, este derecho está garantizado por medio de la acción de acceso a la información pública y por la acción de hábeas data, que se encuentran establecidas en los artículos 91 y 92:

- **Acción de Acceso de Información Pública.-** Asegura a una persona el acceso a la información pública que le ha sido negada expresa o tácitamente, o cuando la que se le proporciona es incompleta o no es fidedigna, salvo que tenga carácter de confidencial o reservada. Este derecho está regulado en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública y en la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Social.
- **Acción de Hábeas Data.-** Según el artículo 92 de la Constitución de la República esta acción permite a toda persona el derecho a “conocer de la existencia y a acceder a los documentos, datos genéticos, bancos o archivos de datos personales e informes que sobre sí misma o sobre sus bienes, consten en entidades públicas o privadas, en soporte material o electrónico.”³⁷ Este derecho se extiende al uso que se haga de estos bienes.

³⁷ Ídem.

- Cualquier persona puede pedir la actualización, rectificación, eliminación o anulación de datos que fueren erróneos.

3.2.2 Difusión o Transmisión de la Información

Es la emisión de noticias sobre determinados hechos o de opiniones propias o ajenas.

De este derecho somos titulares todos los seres humanos y puede ser ejercido por todos, pero en realidad no todos podemos acceder con facilidad a un medio de comunicación.

Los medios de comunicación se constituyen en los instrumentos del ejercicio de este derecho, porque realizan este trabajo, deciden lo que se publica y poseen las condiciones técnicas para la producción y difusión de los mensajes informativos o de cualquier otra clase.

La participación de los particulares en los medios de comunicación es limitada: en la prensa escrita, por ejemplo, por las llamadas cartas al editor que tienen un espacio predeterminado asignado por el diario y en la televisión se reduce a llamadas telefónicas que se hace en ciertos programas para participar cuando se solicita la intervención del público. En la radio la gente tiene mayores oportunidades de contribuir con informaciones y opinar sobre variados asuntos, a través de los programas llamados de “micrófono abierto”.

Los lectores y telespectadores tienen también derecho a dirigir cartas de rectificación de informaciones que los afectan o que faltan a la verdad.

3.2.3 Recepción de información

Este aspecto de la información tiene varias implicaciones. En primer término se podría considerar una garantía en la medida en que ninguna autoridad ni organismo podría impedir que una persona se entere a través de los medios de comunicación de las informaciones u opiniones que le interesan. En segundo lugar depende también del interés del receptor de acuerdo con su forma de vida. En tercer lugar puede referirse a la obligación que tiene el poder público de rendir cuentas de sus acciones al público en general. Es un derecho perteneciente a todos los seres humanos.

Es “el derecho a recibir información veraz protege a cada persona, independientemente que integre una relación comunicacional masiva o de otro tipo, puesto que es la base sobre la cual tomará las decisiones que afecten a cada uno de sus intereses y necesidades, sean de naturaleza individual o como integrante de la comunidad.”³⁸

El artículo 18 numeral 1 de la Constitución de la República del Ecuador determina que todas las personas tienen derecho, en forma individual o colectiva a “buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.”

El cumplimiento de las características que la Constitución asigna a la información depende de cada medio de comunicación y en último término de quienes procesan la información.

El 21 de noviembre de 1983, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó el Código de Ética Periodística propuesto por la UNESCO, que contiene diez principios fundamentales que deben regir la actividad periodística: El derecho del pueblo a una información verídica, la adhesión del periodista a la realidad objetiva, la responsabilidad social del periodista, la

³⁸ Zaffore Jorge – “*La Comunicación Masiva, Regulación, Libertad y Pluralismo*”. Editorial Depalma. Pág. 50. Buenos Aires. 1990.

integridad profesional del periodista, acceso y participación del público a los medios de comunicación, respeto a la vida privada y de la dignidad del hombre, respeto del interés público, respeto de los valores universales y la diversidad de culturas, la eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad está confrontada, y promoción de un nuevo mundo de la información y la comunicación.

Según Niceto Blázquez fue “la primera vez en la historia del periodismo que un grupo de profesionales a escala mundial adopta principios de buena conducta, se trata de un compromiso formal de los periodistas con la promoción y defensa de los valores humanos universales contenidos en la Carta de las Naciones Unidas. Se trata de un documento no gubernamental y estrictamente profesional y humanístico.”³⁹

Este documento ha servido de base para la expedición de los distintos códigos de ética que rigen la actividad periodística en muchos países. Este es el caso del Código Ética Periodística en el Ecuador aprobado por la Federación Nacional de Periodistas, que en su artículo 1 establece que “el periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna”⁴⁰.

Por su parte, el Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador prescribe también en el artículo 20 que “la emisión de noticias debe hacerse con objetividad, a través de verificaciones y comprobaciones oportunas y con imparcialidad en la exposición, descripción y narración de los hechos. Se verificarán las fuentes y su independencia. Los rumores no deben confundirse con las noticias. Los titulares y enunciados de las noticias deben subrayar lo más fielmente posible el contenido de los hechos o datos...”⁴¹

El problema de los Códigos de Ética es que no son de cumplimiento obligatorio y solo se puede considerarlos como instrumentos de autoregulación.

³⁹ Blázquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 249. Madrid. 1994.

⁴⁰ Código de Ética Periodística en el Ecuador - Registro Oficial 900 de 30-sep-1975

⁴¹ Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión. Pág. 7.

Algunos tratadistas han sugerido la idea de que los medios de comunicación no deben tener ningún tipo de responsabilidad en el ejercicio de su trabajo porque sería incompatible con la libertad de información. Pero este criterio es inaceptable.

No existe libertad de información ni de opinión sin libertad de prensa: esta es la premisa fundamental consagrada en las declaraciones de derechos, constituciones y leyes. Cuando la actividad informativa no estaba suficientemente desarrollada se hablaba generalmente de libertad de prensa, definida entonces como libertad de palabra y de imprenta.

De esta manera la consignaba la Declaración de Derechos de Virginia de 12 de junio de 1776, que antecedió a la independencia de Estados Unidos de América. La Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de la Revolución Francesa de 1789 comprendía dentro de ésta a la libre comunicación de pensamientos y opiniones, que consistía en el derecho de todo ciudadano de hablar y escribir libremente, pero se refería evidentemente a la prensa porque para esa época no existía todavía ni la radio ni la televisión.

La Declaración de Chapultepec de 11 de marzo de 1994, de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), que es una organización privada que agrupa a los propietarios medios de comunicación escritos, consignó diez principios que considera inherentes a la libertad de expresión o de prensa: sostiene que esta libertad no es concesión de las autoridades sino un derecho inalienable del pueblo, la condena contra toda forma de violencia que coarte esta libertad, su oposición a la censura previa por el gobierno de los medios de comunicación, su posición de que los periodistas no deben ser obligados a colegiarse en organismos profesionales o la de que los medios de comunicación no deben ser sancionados por difundir noticias contra el poder público.

La Comisión Interamericana de Derechos Humanos aprobó en octubre de 2000 la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión. Este documento se basa en la Convención Americana sobre Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos que contiene principios similares a los ya enunciados.

Hay consenso en que la diversidad de los medios de información es una de las formas más importantes de garantizar la libertad de prensa, porque el público puede escoger entre varias versiones informativas.

A este respecto el artículo 17 de la Constitución de la República del Ecuador precisa que es deber del Estado fomentar la pluralidad y diversidad de los medios electrónicos de comunicación, a través de procedimientos transparentes, para que las frecuencias del espectro radioeléctrico puedan ser accesibles a diferentes personas y evitar el oligopolio o monopolio directo o indirecto de los medios de comunicación. Se facilitará, además, la creación de medios de comunicación públicos y comunitarios.

En concordancia con esta norma, el artículo 312 de la misma Constitución prevé que “las entidades o grupos financieros no podrán poseer participaciones permanentes, totales o parciales, en empresas ajenas a la actividad financiera”. Prohíbe asimismo “la participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social, a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas”.

Otra forma de garantizar la información veraz es a través de órganos estatales de control de información, siempre que estén constituidos por representantes de la sociedad y los gobiernos no ejerzan su control.

3. 3 Libertad de Programación

En su libro “Telecomunicaciones por Cable”, Guillermo Escobar Roca considera que la libertad de programación de las estaciones de televisión “es el derecho de los operadores a determinar, sin impedimentos injustificados, el conjunto de los productos audiovisuales que

desea ofrecer al público. Programar no es expresamente informar, sino más bien es organizar las actividades”⁴² de la estación.

Rafael Díaz Arias en su tesis doctoral “La libertad de programación en Radiodifusión”, dice que la libertad de programación “es la facultad de concebir un conjunto coherente de programas (programación), producirlos o adquirirlos y hacerlos emitir por un canal. Consiste en poner en forma y estructurar los mensajes audiovisuales para su difusión.”⁴³

La libertad de programación también es llamada “libertad de antena” por Francisco José Bastida, quien en su libro homónimo la define como “el derecho a crear emisoras de televisión y a organizar su programación de información, cultura y espectáculo.”⁴⁴

La libertad de programación incluye la libertad de producción, que consiste en la capacidad que tiene una persona de crear mensajes u obras; y la libertad de emisión que para Díaz Arias “es la facultad de difundir programas a través de un canal del que se es titular”⁴⁵; para este autor “lo decisivo de esta libertad es decidir, prima facie, lo que se emite por un canal”⁴⁶.

Rafael Díaz Arias cita dos ejemplos válidos en los cuales se puede diferenciar estas dos libertades: el primero, el caso holandés que permite a las asociaciones religiosas, sociales o de cualquier índole acceder a espacios para transmitir su programación, basadas en el principio básico de la diversidad de contenidos; y, el segundo, es el de los programadores o productores independientes que transmiten sus programas por estaciones ajenas.

⁴² Escobar Roca Guillermo – “*Telecomunicaciones por Cable*”. Editorial La Ley. Pág. 406. Madrid. 2000.

⁴³ Díaz Arias Rafael – “*La Libertad de Programación en Radiodifusión*”. Facultad de Derecho de la Universidad Complutense. Pág.358. Madrid. 2000.

⁴⁴ Bastida Francisco José – “*La Libertad de Antena. El artículo 20 de la CE y el derecho a crear televisión*”. Editorial Ariel. Pág.12. Madrid. 1990.

⁴⁵ Ídem Pág. 26 Supra

⁴⁶ Ídem Pág. 26 Supra

Para este mismo autor la libertad de programación “es exigible ante terceros, personas físicas o jurídicas, de naturaleza pública o privada, que posean la titularidad de un canal, no es ante los poderes públicos.”⁴⁷

Para que este derecho pueda concretarse se necesita de una ley que obligue a los titulares de las estaciones de televisión a ceder espacios, porque si una persona o grupo de personas lo solicitaran tendrían que estar sujetos a la decisión del directorio o a la del dueño de la concesión.

A veces se confunde la libertad de programación con la libertad de empresa, pero son derechos diferentes. La libertad de empresa es la garantía que el Estado ofrece a los ciudadanos para que estos puedan ejercer sus actividades económicas sin más regulaciones que las necesarias establecidas en la ley. La libertad de empresa permite que las personas se organicen y brinden bienes y servicios. La libertad de empresa es instrumental respecto a la libertad de programación de las estaciones de televisión. La libertad de programación es la facultad que tienen los concesionarios de organizar los mensajes que van incluidos en la programación; esta libertad reconoce a un canal la autonomía que debe tener para su funcionamiento y permite que la sociedad pueda acceder a diferentes fuentes de información, entretenimiento y educación. La libertad de programación incluye otros derechos como el de producción, emisión y transmisión. La libertad de empresa autoriza la creación de medios de comunicación así como de cualquier otro tipo de actividad. La regulación consistiría en el registro de su constitución y en las limitaciones que son propias de la actividad que ejercen.

Finalmente Rafael Días Arias postula que

“El titular de un canal no puede arrogarse un uso exclusivo porque es un simple habilitado para usar un foro público, por muy propietario que sea del patrimonio de la empresa informativa. Del mismo modo que un concesionario de autopistas no puede condicionar el paso, el titular de la libertad de transmisión o emisión no

⁴⁷ Ídem Pág. 26 Supra

puede discriminar quién circula por la red, ni monopolizar los contenidos de un canal, debe dar paso al que pida para ejercer la libertad de programación en términos de uso razonable. El Derecho Civil ofrece ejemplos de uso razonable y limitado de bienes privados por aquellos que no son sus titulares. Uno de ellos la servidumbre.”⁴⁸

En el Ecuador la libertad de programación es un derecho privativo de las estaciones y no es exigible por terceros ante una estación de televisión privada, porque el concesionario tiene la libertad de emisión y de programación. Una estación privada no puede ser comparada con una servidumbre porque son derechos diferentes; la servidumbre está determinada en el artículo 859 del Código Civil como “un gravamen impuesto sobre un predio en utilidad de otro predio de distinto dueño.”⁴⁹ Aunque una estación de televisión tenga finalidad social, no se puede imponer dentro de su programación producciones que vayan en contra de la decisión de sus propietarios. La regulación de los contenidos de la programación de una estación debe propender al establecimiento de programas que puedan ser receptados por toda clase de públicos, pero la elección de la fuente de donde provengan es exclusiva de los concesionarios.

Las estaciones de televisión tienen dos opciones para diseñar su programación: o producen por su propia cuenta las obras o programas que quieren transmitir o los adquieren de productores independientes. En el primer caso la estación controla el contenido, pero en el segundo compra la obra o programa tal como se lo vende el productor y puede o no tener derecho a modificar la producción según el acuerdo al que llegue con el productor. Si este acuerdo no se produce, el concesionario o propietario de la estación tiene que respetar los derechos del productor y, por tanto, en este caso, no es libre de determinar el contenido de la obra y programa⁵⁰.

⁴⁸ Díaz Arias Rafael – “*La Libertad de Programación en Radiodifusión*”. Facultad de Derecho de la Universidad Complutense. Pág.367. Madrid. 2000.

⁴⁹ Código Civil - Registro Oficial 46: 24 – jun -2005

⁵⁰ Los derechos de los productores están protegidos por los artículos 35 y 341 de la Ley de Propiedad Intelectual.

En la televisión pública puede hacerse realidad el derecho de las productoras o asociaciones independientes para tener un espacio propio en la programación porque aquella no tiene fines de lucro, pero de todas maneras su transmisión depende del director del canal.

Cabe mencionar que la libertad de expresión es el género y la libertad de programación la especie. Una estación de televisión no ejerce únicamente la libertad de expresión sino también la libertad de programación que se constituye en un derecho que tiene mayor alcance porque la programación no solo se refiere a la actividad informativa sino a la realización de programas de diferentes contenidos: cultural, social, deportivo, etc.

La Ley de Radiodifusión y Televisión en su artículo 58 determina que “toda estación radiodifusora y televisora goza de libertad para realizar sus programas y, en general, para el desenvolvimiento de sus actividades comerciales y profesionales, sin otras limitaciones que las establecidas en la Ley”. Esta norma está corroborada con el artículo 46 del Reglamento a la misma ley, que reitera esta garantía.

3.4 Obligaciones Sociales

En contraposición a la libertad de que gozan los concesionarios para organizar libremente la programación de su estación y en general disponer de su propiedad, la ley le impone obligaciones sociales gratuitas en beneficio del gobierno y las instituciones públicas que deben cumplir como parte de la contraprestación a la que están obligados por el otorgamiento de las frecuencias que les concede el Estado para su operación.

Estas prestaciones están determinadas en el artículo 59 de la Ley de Radiodifusión y Televisión:

a) “La transmisión en cadena de los mensajes o informes del Presidente de la República, del Presidente de la Asamblea Nacional, del Presidente de la Corte Nacional de Justicia, del

Presidente del Consejo Nacional Electoral y de los Ministros de Estado, o funcionarios gubernamentales que tengan este rango.

b) Transmisión en cadena de informativos, partes o mensajes de emergencia del Presidente de la República, Consejo de Seguridad Nacional, Miembros del Gabinete, Gobernadores de Provincia, Comandantes de Zonas Militares y Autoridades de salud.

c) Transmisión individual de la estación de los mensajes, informes o partes de los mismos funcionarios y en los casos designados en los numerales anteriores, cuando sea el único medio de comunicación disponible.

d) Destinación de hasta una hora diaria, de lunes a sábado, no acumulables, para programas oficiales de tele - educación y salubridad, elaborados por el Ministerio de Educación y Salud Pública.

e) Convocatoria a los ciudadanos para el cumplimiento del Servicio Militar o cualquier otro asunto relacionado con las obligaciones cívicas”.

El Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión, en el artículo 66⁵¹, precisa que estos espacios impuestos por el gobierno no podrán exceder de 10 minutos y se transmitirán una vez al mes. Pero esta norma no rige para el Presidente de la República.

La obligación de ceder una hora diaria desgraciadamente no se cumple, no por acción de las estaciones sino debido a que los ministerios y las instituciones competentes como el Ministerio de Salud, Educación u otros no producen ni entregan la programación necesaria. La solución sería contratar estos programas con productoras independientes que, con el financiamiento de dichos ministerios, llenen este vacío.

Asimismo, el artículo 67 determina que la Secretaria Nacional de Comunicación (SECOM) podrá transmitir en cadena o separadamente, y en los horarios que convenga con los respectivos directivos de los canales de televisión o radio, por una vez a la semana como

⁵¹ Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión - Registro Oficial 864: 17-I-96

máximo programas de divulgación de la obra o actividad del gobierno nacional, que no excederán de cinco minutos.

El presidente de la Asamblea Nacional podrá también hacer uso de este derecho para informar, con criterio corporativo y pluralista, cada quince días como máximo, de las actividades de la legislatura.

El presidente de la Corte Nacional de Justicia y el presidente del Consejo Nacional Electoral podrán utilizar este espacio una vez al mes como máximo para informar de sus actividades. Cuando el país se encuentra en período de elecciones, el Consejo Nacional Electoral puede solicitar este espacio para emitir programas semanales sobre esta materia o para anunciar los resultados electorales.

El artículo 50 del Reglamento a Ley de Radiodifusión y Televisión también establece que “con el objeto de fomentar el civismo, la solidaridad, las obligaciones de los ciudadanos frente a su país y al mundo, los concesionarios están obligados a transmitir en cadena dispuesta por la SENCOM, programas alusivos a la celebración de una fiesta cívica, aniversarios de gestas heroicas, hechos históricos, natalicios y fallecimientos de hombres eminentes que hayan servido al país. Estos programas serán proporcionados por las diferentes instituciones del sector público”.

El artículo 70 del mismo reglamento dispone que las estaciones de televisión están obligadas a prestar las indicadas obligaciones sociales de forma gratuita y si no lo hacen serán sancionados con una amonestación por escrito. Las estaciones de radio y televisión no asumirán ninguna responsabilidad económica ante los anunciantes por las interrupciones provocadas por la transmisión de las cadenas de televisión.

El Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión dispone en su artículo 32 que deberá ser notificada con 24 horas de anticipación la resolución que determine espacio de la obligación social requerida, al igual que señala que si ésta sobrepasa el tiempo establecido por el Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión, el exceso deberá ser pagado como publicidad política o comercial.

Por desgracia el gobierno y las entidades públicas utilizan estos espacios gratuitos no solo para informar de sus actividades, sino para hacer publicidad de las obras o servicios que realizan sin ajustarse a la realidad de las cosas y solo con el ánimo de crear en la opinión pública la idea de que cumplen con sus promesas electorales.

3.5 Los contenidos de la televisión

En la actualidad podríamos decir que la programación de las estaciones de señal abierta privadas del Ecuador, es producto de la llamada hipertelevisión. Se dice de ésta que es la tercera etapa de desarrollo de la televisión, que se caracteriza por “la heterogeneidad, la espectacularidad, el mestizaje, el sincretismo, los intentos de interactividad y sobre todo la fragmentación, acentuados de forma hiperbólica. Se destacan los elementos de continuidad, la disgregación y multiplicación de formatos.”⁵²

La Asociación de Televidentes Organizados (TVO)⁵³ del Ecuador realizó una investigación denominada **“Evaluación de la programación de la televisión ecuatoriana según monitoreos realizados durante los últimos tres años”**.

Los años que se tomaron en cuenta para la evaluación son el 2007, 2008 y 2009. Los parámetros que se utilizaron fueron los siguientes: a) Violencia, b) Comportamiento social conflictivo, c) Truculencia y d) Sexo. Este estudio abarca seis canales de televisión privada de señal abierta: GamaTV (canal 2), Teleamazonas (canal 4), RTS (Canal 5), Ecuavisa (canal 8), TC Televisión (canal 10) y Canal Uno, en el horario comprendido de lunes a viernes, entre las 14:00 y las 21:00 horas, con un total de 461 horas de televisión, de las cuales 211 horas

⁵² Gordillo Inmaculada – “*Televisión, Géneros y Formatos*”. INTIYAN Ediciones Ciespal. Pág. 35. Quito – Ecuador. 2009.

⁵³ http://www.revistacomhumanitas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=78%3Aevaluacion-de-la-programacion-de-la-television-ecuatoriana-segun-monitoreos-realizados-durante-los-ultimos-tres-anos&catid=40%3Aarticulos-1&Itemid=53. Acceso 4 de abril de 2011.

corresponden al monitoreo llevado a cabo en el año 2007, 115 horas al 2008 y 135 horas hasta septiembre del año 2009.

Este estudio define a la **violencia** como “insultos, agresiones verbales y físicas o matanzas.” El **comportamiento social conflictivo** es toda conducta relacionada con “la infidelidad, corrupción, vicios (drogas, alcohol), promiscuidad, o enfermedades psíquicas”. La **truculencia** “se refiere a escenas que provoquen miedo o angustia”; y, por último, el **sexo**, son las escenas sexuales manifiestas que incluyen conversaciones, actos, escenarios y música eróticos.

El informe concluye que “los seis (canales) sin ninguna excepción exhiben contenidos violentos, comportamientos conflictivos, mal uso del lenguaje, temática angustiosa, tratamiento inadecuado del sexo y de las relaciones afectivas, que hacen que una gran parte de su programación no pueda ser catalogada como “apta para todo público”, lo cual atenta contra los derechos del público en general y de las poblaciones vulnerables. En efecto, las proporciones medias de contenidos inadecuados son bastante altas para todos los parámetros en la evaluación: 60% de contenidos violentos, 56% de contenidos que exhiben comportamientos sociales conflictivos, 42% de contenidos angustiosos y 39% de contenidos que hacen un mal tratamiento del sexo.

“Existe, sin embargo, una marcada diferencia entre los canales RTS y Ecuavisa y los demás porque estos dos canales aportan cerca del 50% del total de infracciones cometidas en cada indicador. Es más, RTS aporta en cada caso más del 33% de infracciones en cada parámetro considerado para el último período de evaluación realizado a finales del año 2009.”⁵⁴

⁵⁴http://www.revistacomhumanitas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=78%3Aevaluacion-de-la-programacion-de-la-television-ecuatoriana-segun-monitoreos-realizados-durante-los-ultimos-tres-anos&catid=40%3Aarticulos-1&Itemid=53. Acceso 4 de abril de 2011.

También el estudio hace referencia a los programas más problemáticos y entre ellos están de forma general los noticieros, las telenovelas, los de farándula, los reality show y los talk show.

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, (CIESPAL) realizó un estudio, en marzo del presente año, para el Anuario del Observatorio Iberoamericano (Obitel) llamado **“Ecuador: la ficción nacional en la televisión abierta. Crecimiento en cantidad y limitaciones de calidad temática”**, en el se incluye los géneros que son exhibidos y las horas de transmisión:

GÉNERO	Horas exhibidas en el 2010
Miniserie	53
Revista Informativa	132
Largometraje	579
Telenovela	1605
Noticiero	1102
Humorístico	262
Avance de noticia	95
Serie	806
Político	93
Infantil	386
Talk Show	98
Concurso /entretenimiento	465
Deportivo	435
Opinión	93
Documental	191
Variedades	631
Especializado	113
Musical	90
Religioso	32
Culinario	41
Didáctico	71
Anuncios/avisos	199

No se toma en cuenta a Ecuador

TV

Fuente: Ibope Time

Cuadro 1

Los dos estudios indican que la programación de las estaciones de televisión de señal abierta se caracteriza por la presentación de noticieros, telenovelas, series o enlatados, programas concurso, deportivos, talk show y reality show.

La programación de las estaciones de televisión es totalmente típica. Los telediarios o noticieros, “ofrecen un reflejo del mundo transformado en narración.”⁵⁵ La información que contienen es superficial, tal vez porque el tiempo para la transmisión es muy corto o porque son espacios que tienen mayor demanda de la publicidad. Sus presentadores han sido elegidos por su belleza o juventud y no por su capacidad o experiencia.

En una sola de sus emisiones, preferentemente la diurna, presentan entrevistas a personajes conocidos. A causa de esta circunstancia “la actividad política se ha convertido en un show, deforma la mentalidad y la conducta de los políticos, que se tornan histriónicos. El debate sobre las cuestiones públicas ha devenido así un interminable espectáculo, plagado de trucos publicitarios y efectistas”⁵⁶. Las estaciones de televisión privada han renunciado al debate televisivo tal vez porque no les interesa al gran público y porque carecen de financiamiento publicitario. El Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión claramente establece en el artículo 48 literal a), que la programación de una estación de televisión debe poner énfasis en el conocimiento y divulgación de la información nacional. Asimismo, uno de los fines de la televisión privada es estudiar la realidad nacional y debatirla, tal como lo predetermina el artículo 5 del Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión.

Algunas estaciones explotan la crónica roja, que es un género destinado al relato de los crímenes o de las tragedias humanas. Se dice que el ser humano está siempre predispuesto a escuchar o al menos tiene curiosidad por este tipo de noticias, que es aprovechado por las estaciones de televisión para hacer del “delito un show y vender una carga morbosa de sangre”⁵⁷ diaria. Este tipo de programas no respeta las diferentes clases de público que tiene la

⁵⁵ Gordillo Inmaculada – “*La Hipertelevisión: Géneros y Formatos*”. ITIYAN Ediciones Ciespal. Pág. 48. Quito – Ecuador. 2009.

⁵⁶ Borja Rodrigo - “*Enciclopedia de la Política*”. Fondo de Cultura Económica México. Pág. 145. 1998.

⁵⁷ Ídem.

estación a lo largo del día. Los reportajes están plagados de sensacionalismo y violencia, narrados de forma comercial, con utilización de un lenguaje inapropiado que a veces raya en lo vulgar y que involucra seres humanos, que tienen derecho a que no se deforme su imagen. Se dice que uno de los objetivos de la crónica roja es “desviar la atención del público hacia asuntos y acontecimientos banales y triviales para distraer a la gente de los asuntos más importantes de la sociedad”⁵⁸.

Otro género explotado en la televisión ecuatoriana son los programas de farándula, en los que se trata de la vida personal de los artistas y de otros personajes públicos, en los que se promueven discusiones entre los protagonistas y crítica de cada uno de los conductores, que no tienen ninguna relación con el interés social. Por su propia naturaleza no son realizados con objetividad ni seriedad, explotan comercialmente la belleza de sus conductoras o conductores y muchas de sus noticias se reducen a chismes de salón. Incluso hay personajes que no aportan nada a la vida artística y solo están ahí para acabar con el honor y la integridad de la personas. Este tipo de programas se concentra en resaltar el desorden de las vidas de personajes de la vida social, contrariamente a lo preceptuado en la Constitución en el artículo 66 numeral 18 que reconoce y garantiza el derecho al honor y al buen nombre, y al Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión que en el artículo 48 literal a), señala que el contenido de la programación debe proteger los derechos humanos. Del mismo modo, el artículo 10 del Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión, preceptúa que las estaciones de televisión se constituyen en defensores permanentes de los derechos humanos de todos los habitantes del país. Por otra parte, el derecho al honor y al buen nombre está protegido por diversos instrumentos internacionales y la televisión no los respeta. El artículo 41 de la Ley de Radiodifusión y Televisión determina que los concesionarios son responsables de los actos, programas y expresiones vertidas en sus estaciones, pero generalmente no se lo aplica.

En el estudio antes mencionado que realizó CIESPAL, se demostró que los programas de ficción prevalecen en las estaciones de televisión, en competencia con la telenovela, que aparece en los años 60. A fines de esta década las telenovelas abarcaban el 9,7% del total de la programación. En este estudio de Ciespal se concluyó que en el 2010, la telenovela

⁵⁸ Ídem

significó el 21% de un total de 7522 horas de programación de la televisión abierta, por encima de los telediarios (14,6%) y las series (10,7%). En conjunto, los programas de ficción representan casi el 44% de este total. En este mismo año se transmitió el reprise de 25 telenovelas y 10 títulos producidos en el 2009.

La telenovela es “un formato dramático con estructura serial por arcos y final cerrado”⁵⁹, ajeno a la realidad de los telespectadores a los que mantiene absortos, que no aporta a su cultura y peor a su educación. Va en contra de uno de los objetivos primordiales de la televisión, que es educar a la población, según lo dispuesto en los artículos 44 literal c) y 46 de la Ley de Radiodifusión y Televisión; 48 del Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión, y 5 del Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión; pero hay que tener en cuenta que la finalidad de este medio de comunicación no es solo educar sino también entretener.

Uno de los nuevos géneros de la televisión es el reality show, del cual Inmaculada Gordillo en su libro “Hipertelevisión: Géneros y Formatos” dice que “organiza sus contenidos bajo elementos que corresponden a la modalidad de docudrama dramatizado. Así, unos hechos previstos y provocados, procedentes de una realidad controlada y manipulada son recogidos y captados por la cámara como si fuesen acontecimientos espontáneos pertenecientes a circunstancias no manipuladas”⁶⁰.

En lo que a nuestro país respecta, los realty show son programas extranjeros que generan grandes ganancias a los productores, en los que se puede apreciar la falta de compromiso que tienen con la audiencia porque atacan a las costumbres, la moral y deterioran los valores del ser humano.

Del mismo modo están los “talk show” conocidos también como programas de confidencias o testimonios. Para Inmaculada Gordillo este género “responde a un formato donde una serie de personas comunes van relatando, en sucesión, experiencias personales más o menos íntimas,

⁵⁹ Gordillo Inmaculada – “*Televisión, Géneros y Formatos*”. INTIYAN Ediciones Ciespal. Pág. 134. Quito – Ecuador. 2000.

⁶⁰ Ídem.

referidas a un tema único”⁶¹. Son programas de participación colectiva y de los que son protagonistas gente del pueblo, que cuentan sus vidas y los sufrimientos que padecen, en búsqueda de ayuda psicológica, que les promete el entrevistador, aunque este promueve que los concurrentes se injurien y agredan físicamente.

Existen también los llamados programas – concurso que, según Eric Marcé en su libro “En busca del Público”; “son una forma de participación directa, que impone su propia definición de sociabilidad y de la participación, la que consiste en integrar cada vez más los elementos constitutivos del sujeto y del actor en el seno del mercado y del flujo de consumo”⁶². Son programas a los cuales asisten varias personas para participar en una serie de juegos a cambio de recompensas en especie, como dinero, viajes o productos de los auspiciantes del programa.

La Ley de Radiodifusión y Televisión, en el artículo 49, regula la programación según su calidad y de esta manera determina cuáles son los programas aptos para todo público. El Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión complementa esta regulación en el artículo 48 literal e) y establece que desde las 06H00 hasta las 21H00 no podrán presentarse escenas que atenten contra la integridad síquica de las personas. La infracción a esta norma tiene una sanción económica de hasta el 50% del máximo de la multa contemplada en la Ley de Radiodifusión y Televisión, es decir de hasta 5 salarios mínimos vitales.

El artículo 4 del Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión determina que las estaciones de televisión deben contemplar procedimientos internos de control para evitar que su programación contenga violencia excesiva.

El artículo 44 del Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión puntualiza que el lenguaje utilizado en los programas debe ser apropiado y evitar términos vulgares. La infracción a esta norma es sancionada con amonestación verbal, según lo dispuesto en el artículo 80 literal e) y el artículo 81 del Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión.

⁶¹ Ídem. Pág. 196.

⁶² Marcé Eric – “*En busca del público*”. Pág. 189. Editorial Gedisa. Madrid. 1997.

El artículo 44 de la Ley de Radiodifusión y Televisión dispone que el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL), reemplazado luego por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), regule y controle, en todo el territorio nacional, la calidad artística, cultural y moral de los actos o programas de las estaciones de televisión.

Igualmente prevé en su artículo 51 que la Superintendencia de Telecomunicaciones puede solicitar a la respectiva estación que le proporcione las grabaciones de audio o de video del programa o acto cuestionado, como medio de prueba, en el plazo de 30 días que la ley establece.

3.6 Transmisiones deportivas

Las transmisiones deportivas suscitan interés a los telespectadores más que otros programas.

Según Niceto Blázquez, en el libro ya citado, dice que “el deporte constituye un generador importante de comunicación por la heterogeneidad de su lenguaje. Tiene su lenguaje propio, su terminología técnica y sus signos propios inconfundibles traducidos a todos los idiomas”⁶³.

Obviamente que durante el encuentro deportivo se transmite publicidad de forma desordenada e imprudente. “Los gobiernos tienen la tentación constante de utilizarla para fines propagandísticos.”⁶⁴

Las estaciones de televisión se disputan los derechos de transmisión deportiva debido al rating que obtienen y no les importa sacrificar otra programación con tal de satisfacer a la afición deportiva.

⁶³ Blázquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Editorial Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 294. Madrid. 1994.

⁶⁴ Ídem Pág. 36 Supra

Los derechos de transmisión están regulados por la Ley de Radiodifusión y Televisión en el artículo 52, que establece los requisitos que debe reunir un programa para ser considerado exclusivo. Prohíbe la utilización total o parcial de las transmisiones por otras estaciones que no tengan la propiedad de los derechos. Se exceptúa la libre emisión de noticias sobre dichos actos o programas y hasta un tiempo máximo de cinco minutos. El Reglamento a esta ley sanciona a esta infracción en el artículo 80 con una multa de 10 salarios mínimos.

3.7 Limitaciones a la libertad de programación

Varios instrumentos internacionales determinan los límites de la libertad de expresión, los que son extensivos a la libertad de programación.

El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de San José, de 1969, precisa estos derechos como inherentes a los seres humanos, y entre ellos, las libertades que dejo mencionadas:

El artículo 19 expresa:

1. “Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.
2. “Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
3. “El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:

a) Asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás;

b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral pública.” (las negrillas son mías)⁶⁵

El artículo 20 del mismo documento establece prohibiciones para los medios de comunicación con el fin combatir el odio y la discriminación entre los seres humanos y evitar el sufrimiento de los pueblos ocasionado por la guerra. Dispone:

- 1. “Toda propaganda a favor de la guerra estará prohibida por la ley.**
- 2. Toda apología de odio nacional, racial o religioso que constituya incitación a la discriminación, la hostilidad o la violencia estará prohibida por la ley” (las negrillas son mías)**

Posteriormente la Organización de Estados Americanos aprobó el 22 de noviembre de 1969 la Convención Americana sobre Derechos Humanos. El artículo 13 hace referencia a la libertad de pensamiento y de expresión y sus limitaciones:

1. “Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
2. “El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deberán estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:
 - a) el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o**
 - b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas. (las negrillas son mías)**

⁶⁵ <http://www2.ohchr.org/spanish/law/ccpr.htm> Acceso 29 de junio 2011.

3. “No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información y por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.
4. “Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.
5. **“Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.” (las negrillas son mías)**⁶⁶

A diferencia de la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948 y del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966, esta Convención sobre Derechos Humanos en el artículo 13 numeral 3 establece que no se puede restringir el derecho de expresión por medios indirectos o por controles que impidan la comunicación. En el numeral 4 permite la censura previa a los espectáculos públicos con el fin de proteger a los menores de edad y a la sociedad de actos inmorales. Nuevamente en el numeral 5 prohíbe a los medios de comunicación emitir toda propaganda a favor de la guerra y toda apología al odio.

Lo destacable de este ordenamiento es que incluye en el artículo 14 el derecho de rectificación y respuesta y la forma como debe cumplirse y no libera de responsabilidad a los que emiten informaciones erróneas. Este artículo dice:

⁶⁶ <http://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/b-32.html> Acceso 29 de junio de 2011.

1. **“Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley. (las negrillas son mías)**

2. “En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirán de las otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido.

3. **“Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial”. (las negrillas son mías)⁶⁷**

Estos instrumentos internacionales establecen varias limitaciones a la programación televisada en relación con los derechos personales.

3.7.1.- Derechos Personalísimos

Para Zaffore los derechos personalísimos son aquellos que tienden a preservar la identidad del ser humano. Para Perla Gómez Gallado, en su libro “Libertad de expresión: protección y responsabilidades” dice que son derechos que atienden a la existencia, dignidad e integridad del ser humano.

Para Zaffore, entre esos derechos consta el de la integridad física: que es el que garantiza a cada persona su vida, su salud e incluso el destino de su propio cadáver. Aquí se incluye el derecho que tiene una persona a tomar decisiones sobre su vida reproductiva. También se incorporan las actividades privadas del ser humano como “las expresiones de ideas, la realización de actos jurídicos y el empleo de la fuerza física”⁶⁸, así como la integridad

⁶⁷ <http://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/b-32.html> Acceso 29 de junio de 2011.

⁶⁸ Zaffore Jorge – “*La Comunicación Masiva. Regulación, Libertad y Pluralismo*”. Editorial Depalma. Pág. 151. Buenos Aires. 1990.

espiritual que se encuentra constituida por el honor, el buen nombre, la imagen, la intimidad y el secreto.

3.7.1.1.- Derecho al honor, al buen nombre y a la imagen

Los derechos al honor, al buen nombre y a la imagen se relacionan entre sí; pero de todos modos se los distingue e individualiza.

Para Porfirio Barroso Asenjo, el **derecho al honor** es “un derecho fundamental humano que mantiene el derecho a la propiedad de la dignidad y personalidad. El derecho al honor es uno de los derechos irrenunciables de la persona.”⁶⁹

En el libro citado se encuentra el concepto de derecho al honor de Marc Carrillo que lo considera desde una doble perspectiva: la subjetiva, que “es el sentimiento de estimación que una persona tiene de sí misma en relación con la conciencia de la propia dignidad moral”⁷⁰; y la objetiva que sería “la reputación, buen nombre o fama que goza ante los demás.”⁷¹

Jesús González Pérez, tratadista español dice que el honor “es la estima en que la persona, es tenida por la sociedad o grupo al que pertenece o en el que desarrolla su actividad, es la dignidad personal reflejada en la consideración de los demás y en el sentimiento de la propia persona”⁷².

Para Perla Gómez Gallardo “es el decoro de las personas en la manera de ser y comportarse”⁷³.

⁶⁹ Barroso Asenjo Porfirio – “*La Libertad de Expresión y sus Limitaciones Constitucionales*”. Editorial Fragua. Pág. 82. Madrid. 1998

⁷⁰ Ídem.

⁷¹ Ídem.

⁷² González Pérez Jesús – “*La degradación del derecho al honor (honor y libertad de información)*”. Cuaderno Civitas. Pág. 31 Madrid. 1993.

⁷³ Gómez Gallardo Perla – “*Libertad de expresión: protección y responsabilidades*”. INTIYAN Ediciones Ciespal. Pág.160. Ecuador. 2009.

La personalidad según la misma autora “es aquella que está sostenida en la reputación; crece, se agranda con la fama y el esfuerzo para consolidarla ante los demás; depende de la opinión ajena, pero también de la estima personal”⁷⁴.

Para Niceto Blázquez la fama es “la estimación de la excelencia ajena mediante la palabra.”⁷⁵
La fama se encuentra conformada por la honra y el honor.

La honra se refiere, según el mismo autor, a la autoestima “que todos tenemos de nuestra propia dignidad, es la propia opinión positiva de nosotros mismos, nuestra imagen moral a partir de nuestra dignidad personal. La honra es un valor ético muy íntimo, subjetivo y delicado. Hay personas muy frágiles que fácilmente se sienten deshonradas”⁷⁶

La Corte Constitucional colombiana, en sentencia SU-056/95 del 16 de febrero de 1995, determina que el **derecho al buen nombre** es “un derecho valor porque se construye por el merecimiento de la aceptación social, esto es, gira alrededor de la conducta (...). La persona es juzgada por la sociedad que la rodea, que juzga su comportamiento y sus actuaciones, de acuerdo con unos patrones de admisión de conductas del medio social y al calificar aquellos reconoce su proceder honesto o correcto”⁷⁷. La misma sentencia concluye que este derecho no puede ser demandado si el comportamiento del actor no permite a sus asociados considerarlo como digno.

Para Ana Azurmendi Adarraga en su libro “El derecho a la propia imagen, su identidad y aproximación al derecho a la información”, el **derecho a la imagen** contiene la manifestación

⁷⁴ Ídem.

⁷⁵ Blázquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Editorial Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 266. Madrid. 1994.

⁷⁶ Ídem.

⁷⁷ http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:PB_vK5Ud50oJ:www.derechodeautor.gov.co/htm/legal/jurisprudencia/Corte%2520Constitucional/SU05695.doc+derecho+al+buen+nombre&hl=es&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEESh1iPIe5ukyHiQR_RABwrLWzK0z0nWcUwzbh1nrPcPWlgRSj9CqZcuIrVb_aVouCwCTy4R5JCmqoFodfIBI9qOB5p2b9V7w2DaK3R9tVHyppdDCqfj_ti1QemeRFgl0CS6P6eJ&sig=AHIEtbQ5HuWqsks-SZCN74Q58drUC-e1xQ. Acceso 29 de junio de 2011.

esencial de la personalidad del ser humano, que “no solo consiste en el reflejo, no puede limitarse a una noción de imagen reducida a las facciones del rostro”⁷⁸. La misma tratadista explica que la imagen tiene dos aspectos: uno material y otro inmaterial.

Material: es la forma visible del ser humano; es la “representación sensible de la persona, es una entidad concreta que tiene la cualidad de ser captada por los sentidos; esta representación es susceptible de ser manipulada, contiene aptitudes de ser fijada, reproducida y difundida sobre diversos soportes materiales.”⁷⁹

Inmaterial: A la imagen humana se la puede considerar desde tres puntos de vista: la individualidad, identidad y reconocibilidad. La individualización de la imagen permite señalar a alguien en concreto, único y diferente del resto. El criterio de reconocibilidad “es la ratificación de los rasgos de individualidad e identidad característicos de la imagen humana, cuando una persona es reconocida se puede hablar de la imagen como objeto del derecho”⁸⁰.

Parte integrante de la imagen de una persona es el nombre que complementa y permite individualizar a un ser humano.

El derecho al nombre es el que tienen todas las personas a un nombre propio y a los apellidos de sus padres. Para Azurmendi Adarraga “el nombre individualiza a cada persona dentro del contexto social, y la identifica como sujeto concreto de derechos y deberes”⁸¹. Con el nombre se posibilita que los rasgos personales y de la imagen se plasmen de forma directa e inmediata.

La voz es otro de los aspectos que es complementaria de la imagen del ser humano; “la voz y la imagen son a la vez medios de comunicación, las dos son susceptibles de ser reproducidas,

⁷⁸ Azurmendi Adarraga Ana – “*El Derecho a la Propia Imagen Su Identidad y Aproximación al Derecho a la Información*”. Editorial Civitas. Pág. 20. Madrid. 1997.

⁷⁹ Ídem.

⁸⁰ Ídem Pág. 44 Supra

⁸¹ Azurmendi Adarraga Ana – “*El Derecho a la Propia Imagen Su Identidad y Aproximación al Derecho a la Información*”. Pág. 39. Editorial Civitas. Madrid. 1997

difundidas y manipuladas”⁸². La voz también permite individualizar a la persona y reconocerla.

La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 66 precisa que el Estado reconoce y garantiza los derechos de libertad; entre ellos menciona, en el numeral 18, “el derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona”; y en el numeral 28 hace referencia al derecho a la identidad personal y colectiva, que incluye tener nombres y apellidos, debidamente registrados y libremente escogidos.

Los derechos que hemos descrito son considerados fundamentales y se relacionan con la libertad de programación. Podríamos decir que la libertad de información se concreta a través de la programación porque los concesionarios asignan espacios dentro de esta para difundir opiniones que pueden atentar contra el honor, buen nombre e imagen de las personas.

El límite de estas opiniones es el uso de expresiones injuriosas o calumniosas con el afán de ofender a una persona. La información estaría limitada por la veracidad y la manera en la que se transmiten.

Las opiniones que se emiten durante un programa no pueden ser absolutamente correctas porque son producto de la razón de cada ser humano, pero debería evitarse que se manipule a los televidentes y se elimine su espíritu crítico.

La información que un canal de televisión difunde, según Jesús González Pérez, “no requiere certeza absoluta en el momento de comunicar la información, sino un mínimo deber de diligencia sobre el informador, al que se le exige un previo contraste con datos objetivos que evite comunicar como hechos simples rumores o meras invenciones o insinuaciones insidiosas.”⁸³

⁸² Ídem.

⁸³ González Pérez Jesús – “*La degradación del derecho al honor (honor y libertad de información)*”. Cuadernos Civitas. Pág. 51. Madrid. 1993.

Aunque se pruebe que la noticia es verdadera y hay la debida diligencia por parte del periodista, no se la puede utilizar para mancillar el honor, el buen nombre y la imagen de una persona.

Cuando la información está relacionada con un personaje público - que es aquella persona que ha alcanzado notoriedad por el ejercicio de su profesión o por haber protagonizado dentro de la sociedad acciones importantes – o con una institución pública, es necesario que se limite la información al relato de la noticia.

Según Porfirio Barroso Asenjo, el derecho al honor, buen nombre e imagen “no ceden ni ante los intereses sociales de la información, ni la divulgación pública de una noticia para conocimiento social, ni en los casos de delitos, ni en la delincuencia.”⁸⁴ Pero hay autores que consideran que este derecho es de naturaleza social y que no puede ir contra la difusión de información que tiende a beneficiar al bien común. No se puede limitar a ninguno de los derechos porque si los limitamos estaríamos aceptando que uno es más valedero que el otro y lo convertiríamos en valor absoluto; los dos “son derechos completamente equiparados y dependiendo de las circunstancias de cada caso prevalecerá uno sobre otro”⁸⁵.

Una sentencia que expidió el Tribunal Constitucional Federal Alemán reconoció al escritor Boll una indemnización, porque una estación de televisión sacó de contexto palabras que constaban en un libro suyo que lo hacían parecer como simpatizante de los terroristas. Previamente la Corte Suprema de Alemania le había negado al escritor este derecho y subestimado de esta manera el impacto que dichas palabras podrían tener sobre el honor de Boll. “El Tribunal Constitucional consideró que citar expresiones en forma incorrecta genera un impacto negativo devastador porque equivale a colocar a la persona en una situación de atestiguar contra sí mismo”⁸⁶.

⁸⁴ Barroso Asenjo Porfirio – “*La libertad de Expresión y sus Limitaciones Constitucionales*”. Editorial Fragua. Pág.91. Madrid 1998.

⁸⁵ Ídem Pág. 45 Supra

⁸⁶ http://www.revistajuridicaonline.com/images/stories/revistas/2005/21/21_El_Derecho_a_la_Intimidad.pdf. Acceso 29 de junio de 2011.

3.7.1.2.- Derecho a la intimidad

Orlando Parada Vaca en su libro “Las libertades de Expresión e Información Vs. Los Derechos al Honor, la Intimidad y la Propia Imagen”, cita una sentencia del Tribunal Constitucional de Bolivia que hace referencia al derecho a la intimidad, al que considera como “la potestad o facultad que tiene toda persona para mantener en reserva determinadas facetas de su personalidad. Es un derecho que se inscribe en el marco del valor supremo de la libertad en su dimensión referida al “status” de la persona que implica la libertad – autonomía, lo que importa que esté íntimamente relacionado con el derecho al libre desarrollo de la personalidad; la consagración de este derecho se encamina a proteger la vida privada del individuo y la de su familia, de todas aquellas perturbaciones ajenas que, de manera indebida buscan penetrar a develar los sucesos personales o familiares.”⁸⁷ (STC 1420/2004-R del 6 de septiembre de 2004)

Para Perla Gómez Gallardo el derecho de intimidad “consiste en los aspectos personales y reservados de la existencia del ser humano, que por estar marginados de la relación social no pueden ser objeto de intromisión del Estado o de los particulares sin el consentimiento del titular de aquella”⁸⁸.

La Declaración Universal de los Derechos del Hombre de 1948 determina en su artículo 12:

“Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques.”⁸⁹

El artículo 66 numeral 20 de la Constitución de la República del Ecuador también reconoce y garantiza “el derecho a la intimidad personal y familiar”.

⁸⁷ Parada Vaca Orlando – “*Las Libertades de Expresión e Información Vs. Los Derechos al Honor, La Intimidad y la Propias Imagen*”. Editorial El País. Pág. 115. Bolivia. 2006.

⁸⁸ Gómez Gallardo Perla – “*Libertad de Expresión: protección y responsabilidades*”. INTIYAN Ediciones Ciespal. Pág. 181. Madrid. 2009.

⁸⁹ <http://www.un.org/es/documents/udhr/>. Acceso 29 de junio de 2011.

Hay autores que relacionan el derecho al honor con el derecho a la intimidad, pero los dos ocupan esferas diferentes, porque se puede invadir la intimidad de una persona sin afectar su honor y viceversa.

La intimidad y la vida privada se relacionan estrechamente según Niceto Blázquez; “son derechos naturales que han de ser celosamente respetados con garantías legales eficientes. Lo cual no significa que se trate de un derecho absoluto sin limitaciones”⁹⁰.

Para no vulnerar el derecho a la intimidad de una persona, Niceto Blázquez y Porfirio Barroso Asenjo coinciden en señalar algunos límites:

El primero de ellos es el respeto al domicilio de una persona; un programa de televisión no puede invadir el hogar de un individuo con el uso de cámaras, micrófonos ocultos, intervenciones telefónicas o cualquier otro medio, con el pretexto de informar y de buscar la verdad.

Hay que señalar que las imágenes obtenidas por estos medios no deberían ser utilizadas en un programa porque su obtención es ilícita, ni las imágenes o fotos de una persona pública que se refieren a su vida privada.

Otro límite son los hechos privados, la vida amorosa, los sentimientos, la vida sexual, situaciones que no deben utilizarse por ningún motivo en un programa de televisión. Pero el límite señalado por los autores no es tomado en cuenta por los programas de farándula, que en su afán de ofrecer noticias espectaculares a los televidentes difunden chismes o historias fabulosas para fascinar a los telespectadores o satisfacer su morbo de ver desgracias ajenas.

También es importante el consentimiento que un individuo dispensa para revelar aspectos de su vida personal que desea que el público conozca.

Porfirio Barroso Asenjo señala otro límite: son los usos y costumbres sociales. El concepto “derecho a la intimidad” es relativo, puesto que viene dado por la realidad histórica.

⁹⁰ Blázquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Editorial Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 276. Madrid. 1994.

El mismo autor no considera que hay intromisión a la intimidad cuando predomina el interés histórico, científico o cultural relevante.

En mi concepto, el derecho a la intimidad no protege a todas las personas por igual; para las personas públicas el ámbito de su privacidad es reducido porque son elegidas o nombradas para la administración de la cosa pública y deben estar en constante vigilia de la ciudadanía. La prensa debe informar sobre las actividades que realizan porque son de interés general.

En la sentencia número 117 / 2010 de 1 de marzo de 2010, el Tribunal Supremo de Sala I de lo Civil de España resolvió que “cuando se trata de un personaje público, *la protección del honor disminuye* (la persona que acepta su carácter público, acepta también los riesgos que ello conlleva), *la de la intimidad se diluye* (no totalmente, pero su círculo íntimo debe estar en parte al alcance del conocimiento público) y *la de la imagen se excluye* (en los casos que prevé la ley, cuando se halla en lugar público)”⁹¹.

La Corte Constitucional colombiana en la sentencia número T/036 – 02 de 25 de enero de 2002⁹² determinó que hay tres criterios para realizar una ponderación cuando el derecho a la intimidad entra en conflicto con el derecho a la información: el primero de ellos es la posición que tiene esa persona dentro de la sociedad, el segundo es el interés general donde prevalece el derecho del público a estar informado y, un tercer criterio, por las circunstancias de modo, tiempo y lugar; la circunstancia de modo se refiere a si la persona deja al descubierto parte de su vida íntima: el ámbito de protección se reduce sin que esta pueda exigirlo. La circunstancia de tiempo hace alusión a que todo individuo tiene derecho a ser respetado en sus momentos privados, no puede ser molestado con ruidos mientras duerme o ser sometido al escrutinio público por actos que realiza. La circunstancia de lugar hace relación a la protección que la ley concede a los lugares que no son públicos mientras que su titular preserve esa calidad.

También afirma dicha sentencia que el derecho a la intimidad se ve afectado de todas maneras aunque la información que fue emitida sea veraz y verdadera; aquí se configura una lesión que

⁹¹ <http://sentencias.juridicas.com/docs/00318614.html>. Acceso 29 de junio de 2011.

⁹² www.andiarios.com/SENTENCIAS/Sentencias_Corte./T-036-02.doc. Acceso 29 de junio de 2011.

no puede ser subsanada porque no se puede retrotraer el daño; la única forma para tratar de alguna manera de restablecer el derecho a la intimidad es a través de una indemnización.

Hay autores que señalan que el derecho a la intimidad no predomina sobre el bien común; en este caso dada la relevancia social y el interés público que suscita se consideraría al derecho a la intimidad como un derecho individual, pero el derecho a la intimidad prevalece cuando la información no es de interés general.

3.7.2 Defensa a los niños, niñas y adolescentes

Los niños, niñas y adolescentes son los más afectados por los contenidos negativos de la programación televisiva porque ellos no tienen madurez intelectual para evitar la manipulación. Hay niños que pasan sentados frente a la televisión la mayor parte de su tiempo.

Para el niño que no tiene recursos económicos la televisión es su única opción para el aprendizaje; según manifiesta la Asociación de Televidentes Organizados (TVO) del Ecuador en su estudio realizado, la programación que es emitida por los canales de televisión no es adecuada; los niños están expuestos a ciertas escenas que pueden perturbar su desarrollo emocional.

La Declaración de los Derechos del Niño promulgada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1959 establece en su segundo principio:

“El niño gozará de una protección especial y dispondrá de oportunidades y servicios, dispensando todo ello por la ley y por otros medios, para que pueda desarrollarse física, mental, moral, espiritual y socialmente en forma saludable y normal, así como en condiciones de libertad y dignidad. Al promulgar leyes con este fin la consideración fundamental a que se atenderá será el interés superior del niño”⁹³.

⁹³ http://www.cedhveracruz.org/ws_new/peques/derechos_ninio.pdf. Acceso 29 de junio de 2011.

La Convención de los Derechos del Niño, expedido por las Naciones Unidas en septiembre de 1990, determina que los Estados deben promover los derechos fundamentales de los menores de edad, su desarrollo integral y su bienestar. Especialmente establece que los Estados velarán porque el niño tenga acceso a recibir información, opiniones diversas, esparcimiento y participación en una vida cultural.

El artículo 17 de esta Convención precisa:

“ Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán porque el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto, los Estados Partes:

“a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29;

“b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;

“c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños;

“d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena;

“e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar...”⁹⁴.

En el artículo 44 de la Constitución de la República determina que el Estado promoverá en forma prioritaria, el desarrollo integral de los niños y adolescentes, asegurará el pleno ejercicio

⁹⁴ <http://www2.ohchr.org/spanish/law/crc.htm> . Acceso 29 de junio de 2011.

de sus derechos y atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los demás.

El artículo 46 numeral 7 de la misma Constitución garantiza que el Estado adoptará las medidas necesarias para que los niños y adolescentes tengan:

“Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos”.

El Código Orgánico de la Niñez y Adolescencia⁹⁵ en su artículo 46 establece prohibiciones al derecho a la información y estas son:

1. La circulación de publicaciones, videos y grabaciones dirigidos y destinados a la niñez y adolescencia, que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo; y cualquier forma de acceso de niños, niñas y adolescentes a estos medios;
2. La difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes; y,
3. La circulación de cualquier producto destinado a niños, niñas y adolescentes, con envoltorios que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo.

Estas prohibiciones se aplican a los medios, sistemas de comunicación, empresas de publicidad y programas.

Asimismo el artículo 52 del Código de la Niñez y Adolescencia, establece las siguientes prohibiciones relacionadas con el derecho a la dignidad e imagen de los niños, niñas y adolescentes:

⁹⁵ El Código Orgánico de Niñez y la Adolescencia - Registro Oficial 737: 3 – ene – 2003.

1. “La participación de niños, niñas y adolescentes en programas, mensajes publicitarios, en producciones de contenido pornográfico y en espectáculos cuyos contenidos sean inadecuados para su edad;
2. “La utilización de niños y niñas o adolescentes en programas o espectáculos de proselitismo político o religioso;
3. “La publicación o exhibición de noticias, reportajes, crónicas, historias de vida o cualquiera otra expresión periodística con imagen o nombres propios de niños, niñas o adolescentes que han sido víctimas de maltrato o abuso;
4. “La publicación o exhibición de imágenes y grabaciones o referencias escritas que permitan la identificación o individualización de un niño, niña o adolescente que ha sido víctima de maltrato, abuso sexual o infracción penal, y cualquier otra referencia al entorno en el que se desarrollan; y,
5. “La publicación del nombre, así como de la imagen de los menores acusados o sentenciados por delitos o faltas.

Aun en los casos permitidos por la ley, no se podrá utilizar públicamente la imagen de un adolescente menor de quince años, sin su autorización expresa; ni la de un niño, niña o adolescente menor de dicha edad, sin la autorización de su representante legal, quien sólo la dará si no lesiona los derechos de su representado”.

La protección de los nombres e imágenes de los delincuentes juveniles tiene por objeto no obstaculizar la reinserción de estas personas en la sociedad.

También el artículo 47 literal g) de la misma ley determina que para garantizar el derecho a la información adecuada, el Estado debe exigir a los medios de comunicación audiovisual que anuncien con la debida anticipación y suficiente notoriedad, la naturaleza de la información y programas que presentan y la clasificación de la edad para su audiencia.

En concordancia con estas normas, la Ley de Radiodifusión y Televisión en su artículo 46 y su Reglamento en el artículo 48 literal e) establecen que el horario apto para todo público es de 06H00 a 21H00, en la cual no se podrá presentar programas ni publicidad que exalten la

violencia, la crueldad, ni actos sexuales explícitos, que hagan apología del delito, o atenten contra la moral y buenas costumbres.

Asimismo, el Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión determina en su artículo 14 que los programas aptos para todo público serán identificados con la letra “A”; los que no sean aptos para menores de edad que requieren la compañía de un adulto serán clasificados con la letra “B”, y programas adecuados solo para adultos serán catalogados con la letra “C”. Esta calificación será de cargo de cada estación de televisión.

Según el estudio citado de la Asociación de Televidentes Organizados, la programación no toma en cuenta a los menores de edad, no hay espacios exclusivos para este tipo de público; durante la emisión de programas calificados como “aptos para todo público” las estaciones pasan avances de otros programas que son inadecuados para los niños, niñas y adolescentes.

Es necesario que se diseñe una programación específica para la infancia y la adolescencia a fin de proteger de los derechos del niño. Esto significa imponer un límite a la libertad de programación en beneficio de este grupo vulnerable.

Es fundamental que se dedique espacios exclusivos en los que se presente programación infantil, en los horarios en los que los niños y adolescentes están al frente del televisor, que podría ser de lunes a viernes en las tardes de 14 H 00 a 16 H 30 y los sábados y domingos desde las 9 H 00 a 13 H 30, preservando el horario “apto para todo público”. Es necesario que se informe previamente a los telespectadores sobre estos horarios para que exista un control paternal fácil y efectivo.

El Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE) de Madrid realizó un estudio denominado “Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios” en el que determinan los contenidos de riesgo para la infancia y entre ellos tenemos:

Contenidos sexistas: aquellos que crean situaciones de desigualdad por razón del género de las personas.

Contenidos violentos: aquellos que presentan situaciones donde las personas se agreden verbal, físicamente o contra los animales.

Contenidos racistas y xenófobos: Son actitudes de odio y rechazo hacia otras personas por razón de su nacionalidad.

Contenidos consumistas: “Transforman el uso y disfrute de productos de un fin en sí mismo en una necesidad compulsiva insaciable, derivando en adicción al consumo, falta de autocontrol e irresponsabilidad en el gasto”⁹⁶.

Contenidos pornográficos: Muestran actitudes íntimas, “referidas a la práctica sexual de forma obscena.”⁹⁷

Contenidos que hacen apología de las drogas y juegos de azar: Enaltecen supuestas bondades de determinadas conductas tendientes al consumo de drogas que son perjudiciales para la salud o aquellas que “elogian los juegos de azar como medios idóneos para obtener dinero de forma fácil y sencilla”⁹⁸.

Contenidos que degradan el lenguaje: los que deforman el lenguaje o utilizan palabras fuera de contexto y vulgares.

Contenidos de culto excesivo al cuerpo: “Los que presentan una preocupación obsesiva por la figura y conciben al cuerpo humano como si fuera un escaparate para el éxito personal.”⁹⁹

La definición de estos contenidos ofrece un esquema a las estaciones para que no emitan programas de esta índole.

En todo caso la libertad de programación no puede estar en contra del artículo 44 de la Constitución de la República que prescribe que los derechos de los niños prevalecen sobre los de otras personas.

⁹⁶ Instituto Oficial de Radio y Televisión. Dirección General de las Familias y de la Infancia (MTAS) – “*Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios*”. Pág.25. Editores Miguel del Río Álvarez y Mariano Román Blas. Madrid. 2005.

⁹⁷ Ídem

⁹⁸ Ídem

⁹⁹ Ídem Pág. 52 Supra.

La sentencia T-391 de 22 de mayo de 2007 de la Corte Constitucional colombiana señala que los derechos de los niños no pueden ser pretexto para limitar a la libertad de expresión, como consta en el siguiente párrafo:

“El carácter prevaleciente de los derechos de los menores de edad no otorga a las autoridades completa discrecionalidad para limitar la libertad de expresión a su agrado; ... no pueden invocarse como un comodín para limitar la libertad de expresión cada vez que se anticipe que quizás algún niño sea receptor de la información, las opiniones y las imágenes divulgadas por un medio masivo de comunicación. Se debe recordar que en este tipo de casos, el juez constitucional ha de garantizar que, por virtud de la protección de los derechos de los niños, no se termine restringiendo indebidamente la libertad de expresión”¹⁰⁰.

3.7.3 Seguridad Nacional y Orden Público

Otras limitaciones a la libertad de programación señaladas en los instrumentos internacionales son la seguridad nacional y el orden público.

La Seguridad Nacional no es un concepto absoluto. Es la garantía que cada Estado ofrece a sus habitantes para el logro de los objetivos nacionales; estos son variables, dependen del momento histórico y de la ideología del Estado.

El Coronel Alfonso Littuma Arízaga en su libro “La Nación y su Seguridad” concibe a la doctrina de la seguridad nacional como:

“El grado relativo de garantía que, a través de acciones políticas, económicas, psicológicas y militares, un Estado puede proporcionar en una determinada época, a la nación que jurisdiccionala, para la consecución y salvaguardia de los Objetivos

¹⁰⁰ www.asomeditos.com. Acceso 18 de junio de 2011.

Nacionales, a pesar de los antagonismos internos o externos, existentes o previsibles”¹⁰¹.

En su libro “Los Estados de Excepción y los Derechos Humanos en América Latina”, Daniel Zovatto G., sostiene que la seguridad nacional

“Es un proyecto de largo alcance, basado en un lineamiento ideológico, que busca la seguridad completa (del Estado y) de sus tres elementos integrantes, ... para el territorio, su seguridad consiste en la integralidad; para el gobierno, su estabilidad, y para la población, la inviolabilidad de sus derechos fundamentales.”¹⁰²

La seguridad nacional tiene dos facetas: una externa y otra interna. La externa parte de la premisa de que los Estados deben estar preparados para la defensa internacional de su territorio contra el ataque de otros países; y la seguridad interna es el mantenimiento del orden público y la defensa del sistema político y económico vigente.

Para el coronel Littuma los principales “**antagonismos**” a combatir son la corrupción, el tráfico de influencias, la agitación estudiantil, el terrorismo, las huelgas laborales, el sabotaje, los atentados, entre otros. Una concepción evidentemente represiva.

Para contrarrestar estos problemas los Estados deben adoptar medidas preventivas, represivas y operativas; las primeras son políticas públicas que buscan la satisfacción de las demandas de toda sociedad, como son la reestructuración estatal, la participación popular, el mejoramiento de la administración pública, etc. Las medidas represivas son de tipo policial y militar: las policiales atienden a la seguridad ciudadana y al orden público; las militares protegen al Estado cuando hay clima de agitación social y el gobierno debe adoptar medidas enérgicas para conservar la paz social. Las medidas operativas, a cargo de las Fuerzas Armadas, buscan eliminar o destruir los antagonismos.

¹⁰¹ Citado por Álava Ormaza Milton – “*Seguridad Nacional y Continental*”. Editorial El Tiempo. Pág. 20. Quito. 1983.

¹⁰² Zovatto G. Daniel – “*Los Estados de Excepción y los Derechos Humanos en América Latina*”. Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Editorial Jurídica Venezolana. Pág. 52. Caracas / San José. 1990.

En su libro “Seguridad Nacional y Continental”, el doctor Milton Álava Ormaza¹⁰³ se hace eco de los planteamientos del coronel Lituma, para quien los fundamentos esenciales de una política de seguridad son la estabilidad de la economía, el incremento del pleno empleo, el aumento de la renta nacional, la redistribución justa de la riqueza y el mejoramiento de vida de la población. La insatisfacción de la ciudadanía puede causar presiones sociales que obliguen al gobierno a dejar el poder.

El artículo 1 de la Ley de Seguridad Pública y de Estado¹⁰⁴, que sustituyó a la antigua Ley de Seguridad Nacional, determina que su objeto es “regular la seguridad integral del Estado democrático de derechos y justicia y todos los habitantes del Ecuador, garantizando el orden público, la convivencia, la paz y el buen vivir, en el marco de sus derechos y deberes como personas naturales y jurídicas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos, asegurando la defensa nacional, previniendo los riesgos y amenazas de todo orden, a través del Sistema de Seguridad Pública y del Estado.

Esta nueva ley tiene otra visión de la doctrina de la seguridad nacional. Solo en un Estado que ofrezca garantías se pueden ejercer derechos fundamentales, entre ellos la libertad de expresión y por lo tanto la libertad de programación de las estaciones de televisión, pero a éstas se les sigue prohibiendo la difusión de información reservada secreta y secretísima que pueda alterar el orden público.

El Estado puede tomar las medidas necesarias para protegerse, pero no invocar la protección de la seguridad nacional y el orden público para cometer atropellos contra los derechos humanos; las limitaciones a estos derechos deben ser proporcionadas y razonables.

¹⁰³ Álava Ormaza Milton – “*Seguridad Nacional y Continental*”. Editorial El Tiempo. Pág. 20. Quito. 1983.

¹⁰⁴ Ley de Seguridad Pública y del Estado - Registro Oficial 35: 28 – sep- 2009.

3.7.3.1 Los estados de excepción

Para Daniel Zovatto, los estados de excepción o de emergencia “son situaciones que afectan a la población y que representa una amenaza para la existencia organizada de la comunidad que constituye la base del Estado.”¹⁰⁵

El artículo 164 de la Constitución de la República permite al Presidente de la República decretar el estado de excepción en todo el territorio nacional o en parte de él en caso de agresión, conflicto armado internacional o interno, grave conmoción interna, calamidad pública o desastre natural.

También el artículo 165 determina cuáles derechos pueden ser suspendidos durante el estado de excepción: el derecho a la inviolabilidad de domicilio, inviolabilidad de correspondencia, libertad de tránsito, libertad de asociación y reunión, y libertad de información. El numeral 4 de este artículo dispone que el Presidente también podrá decidir el tipo de información que se emita por los medios de comunicación social.

Mientras dure el estado de excepción las estaciones de televisión y de radio deben estar a disposición del gobierno para emitir las informaciones que este le proporcione; el tiempo de transmisión no está señalado y por tanto el gobierno puede hacer uso de los espacios que crea conveniente mientras dure esté vigente.

Pero no significa, que se pueda evitar que los periodistas recopilen información que puede ser transmitida una vez que termine el estado de excepción.

Del 30 de abril al 4 de mayo de 1984, la Comisión Internacional de Juristas, la Asociación Internacional de Derecho Penal, la Asociación Estadounidense para la Comisión Internacional de Juristas, el Instituto Urban Morgan de Derechos Humanos y el Instituto Internacional de Estudios Superiores de Ciencias Penales convocaron a un grupo de 31 expertos para examinar

¹⁰⁵ Zovatto G. Daniel – “*Los estados de excepción y los derechos humanos en América Latina*”. Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Editorial Jurídica Venezolana. Pág. 47. Caracas / San José. 1990.

las disposiciones relativas a este tema del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos del Pacto de San José.

Este grupo expidió un documento denominado “Los Principios de Siracusa Sobre las Disposiciones de Limitación y Derogación del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos”, que trata “sobre las condiciones y los motivos para las limitaciones y derogaciones permisibles enunciadas en el Pacto a fin de lograr una aplicación efectiva del régimen de derecho”¹⁰⁶, puede recurrir a la seguridad nacional:

“ 19. Solamente se puede invocar la seguridad nacional para justificar las medidas que limiten ciertos derechos cuando estas medidas se adopten para proteger la existencia de la nación, su integridad territorial o su independencia política contra la fuerza o la amenaza de la fuerza.

“ 20. No se podrá invocar la seguridad nacional como motivo para imponer limitaciones o impedir amenazas puramente locales o relativamente aisladas contra el orden público.

“ 21. No se podrá utilizar la seguridad nacional como pretexto para imponer limitaciones vagas o arbitrarias y solamente se podrá invocar cuando existan garantías adecuadas y recursos eficaces contra los abusos.

“ 22. La violación sistemática de los derechos humanos socava la seguridad nacional y puede poner en peligro la paz y la seguridad internacionales. Un Estado que sea responsable de una violación de este tipo no podrá invocar la seguridad nacional para justificar las medidas encaminadas a suprimir la oposición a dicha violación o a imponer prácticas represivas contra su población”.

¹⁰⁶ <http://www.pgjdf.gob.mx/temas/4-6-1/fuentes/3-A-5-B.pdf>. Acceso 16 de Julio de 2011.

3.7.3.2 Seguridad pública

En lo que respecta a la seguridad pública este documento expresa:

“ 23. La seguridad pública significa protección contra los peligros para la seguridad de las personas, su vida o su integridad física, o contra los daños graves a sus bienes.

“ 24. La necesidad de proteger la seguridad pública puede justificar las limitaciones vagas o arbitrarias y solamente se podrá invocar cuando existan garantías adecuadas y recursos eficaces contra los abusos”¹⁰⁷.

Borja define al orden público como la “colocación jerárquica de las distintas partes de la sociedad con miras a hacer posible la vida y operación de todo.”¹⁰⁸ Es la obediencia que tiene la colectividad al ordenamiento jurídico y a las instituciones del Estado.

El 1 de octubre 1995, el Centro Internacional Contra la Censura y el Centro de Estudios Legales Aplicados de la Universidad de Witwatersrand, elaboraron los Principios de Johannesburgo sobre la Seguridad Nacional, la Libertad de Expresión y el Acceso a la Información.

Los 24 principios consideran a la libertad de expresión y la libertad de información como derechos de una sociedad democrática y que las limitaciones que son impuestas a estos dos derechos no pueden ser pasados por alto en un estado de emergencia.

El principio 1.3 determina que para que un gobierno pueda restringir la libertad de expresión debe demostrar que:

- (a) “la expresión o información en cuestión representa una amenaza grave a un interés legítimo de seguridad nacional;
- (b) la restricción impuesta es la medida menos restrictiva posible para proteger aquel interés; y
- (c) la restricción es compatible con los principios democráticos”¹⁰⁹.

¹⁰⁷ <http://www.pgjdf.gob.mx/temas/4-6-1/fuentes/3-A-5-B.pdf>. Acceso 16 de julio de 2011.

¹⁰⁸ Borja Rodrigo – “*Enciclopedia de la Política*”. Editorial Fondo de Cultura Económica. Pág. 750. México.1998.

El principio 6 señala las expresiones que pueden atentar contra la seguridad nacional, y que deben ser probadas por el Gobierno:

- (a) “la expresión tiene la finalidad de incitar a la violencia inminente;
- (b) bien pudiera dar lugar a tal violencia; y
- (c) existe una conexión directa e inmediata entre la expresión y la probabilidad o el acontecimiento de tal violencia.

El principio 11 se refiere a las restricciones a la libertad de información durante el estado de excepción y dice que todo individuo puede obtener información de las autoridades públicas, incluso información relativa a la seguridad nacional, en cualquier momento, a menos que esté determinada como confidencial de manera previa y demuestre proteger un interés legítimo del Estado.

3.8 Regulación de la libertad de programación

El artículo 19 de la Constitución de la República determina que “la ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación”, y prohíbe “la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, al racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos”,¹¹⁰.

¹⁰⁹ <http://www.informacionpublica.gub.uy/sitio/descargas/declaraciones/principios-de-johanesburgo.pdf>. Acceso 18 de junio de 2011.

¹¹⁰ Ídem

La televisión ecuatoriana ofrece al público una programación semejante y repetitiva; hay una trivialización de todo su contenido, y ha transformado a los “telespectadores en consumidores, en “público” vendido a los anunciantes por los canales de televisión”¹¹¹.

Blázquez considera que la programación puede generar “teleadicción”, que es la dependencia que tiene una persona por un programa de televisión; “la televisión puede terminar teledirigiéndonos desde el inconsciente hasta transformar en alguna medida nuestra personalidad, la pasividad que genera la televisión en muchos espectadores facilita el incremento de conductas que triunfan, al menos mediante la violencia. Mediante ciertos programas de televisión se activa e incentiva la actividad sexual de manera irracional y patológica, también es utilizada para imponer modelos de conducta humana marcados por la estética del consumo esclavizante degradando la ética humana personal.”¹¹²

El tipo de individuos que ha producido la programación de la televisión y que sigue produciendo, son ciudadanos básicamente apáticos a los problemas sociales y manipulables porque no tienen la capacidad de ser críticos. Han renunciado a la confrontación de ideas y a otras fuentes de información y esparcimiento.

Mario Kaplún, quien realizó un estudio sobre los efectos de la comunicación radial y televisada en Latinoamérica, señala que:

“Está demostrado que los programas de entretenimiento crean valores y pautas de comportamiento negativas; y que los programas importados están produciendo fuerte impacto en los niños, inclinándolos a la violencia, fomentando en ellos los prejuicios raciales, llevándoles a admirar a los ricos y a despreciar a los pobres (entre quienes se encuentran sus propios padres)... y que la publicidad, tal como hoy es difundida, al estimular el consumo irracional y la economía de derroche en detrimento de las inversiones reproductivas, tienen efectos sociales y económicos

¹¹¹ Marcé Eric – “*En busca del público*”. Editorial Gedisa. Pág. 185. Madrid. 1997.

¹¹² Blázquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 514. Madrid. 1994.

nocivos para el desarrollo de nuestros países, lo que exigiría una reflexión responsable y una redefinición de las funciones de la publicidad en países en vías de desarrollo.”¹¹³

La libertad de programación tiene límites; no es un derecho absoluto, según manifiesta José Juan González Encinar, en su libro “Régimen Jurídico de la Televisión”; este derecho requiere de una “regulación jurídica que no puede hacerse afirmando qué bienes constitucionalmente están protegidos y negando otros que gozan de idéntica protección, sino buscando un equilibrio o la coordinación de los mismos.”¹¹⁴

Jay Blumer en su libro “Televisión e Interés Público”, afirma que “una política televisiva debería aumentar tanto la libertad de elección del consumidor como las oportunidades de los productores de programas para ofrecer al público materiales alternativos”¹¹⁵ y mejorar la calidad de la programación.

Luis Ramiro Beltrán sostiene que debe haber una política de comunicación como “un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en un país.”¹¹⁶

Según Rojas Franco, uno de los objetivos de esta regulación debe ser proteger a los televidentes de los contenidos de la programación, porque los programas pueden “ser

¹¹³ Garcés Fabián – “*Ética en la Comunicación*”. Ediciones Culturales UNP, S.A. Pág. 132. Quito- Ecuador. 1993.

¹¹⁴ González José Juan – “*El Régimen Jurídico de la Televisión*”. Centro de Estudios Constitucionales. Taravilla. Pág. 24. Madrid. 1995.

¹¹⁵ Blumler Jay. G – “*Televisión e Interés Público*”. Bosch Casa Editorial. Pág. 72. Madrid. 1993.

¹¹⁶ Citado por Garcés Fabián – “*Ética en la Comunicación*”. Ediciones Culturales UNP, S.A. Pág. 142. Quito – Ecuador. 1993.

considerados como productos y al mismo tiempo como medios para movilizar un auditorio al consumo de otros productos.”¹¹⁷

La regulación y control de los contenidos de la televisión debe propender a proteger derechos que ya se encuentran establecidos en el sistema jurídico. Hay que poner énfasis en los derechos que suelen ser vulnerados para realizar una ponderación adecuada de las garantías que necesitan los telespectadores.

La libertad de programación tiene limitaciones, como el derecho al honor, al buen nombre y a la imagen; el derecho a la intimidad; el derecho de los niños, niñas y adolescentes, la seguridad nacional y el orden público y la prohibición de transmitir toda propaganda en favor de la guerra o que haga la apología del odio nacional, racial o que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional. Estas restricciones están consignadas en nuestro sistema jurídico.

Para regular la libertad de programación hay que tener en cuenta los derechos de los receptores de la programación y buscar un equilibrio entre estas dos partes.

Es importante que se conserve esta libertad para que los telespectadores puedan recibir una programación independiente y elegir la que crean más conveniente y sea de su agrado, no solo las que sea impuesta por el mercado.

La libertad de recepción es el derecho que tienen las personas a recibir programación de cualquier índole y por cualquier medio, pero no significa que las emisiones deban ser hechas de forma desordenada.

¹¹⁷ Rojas Franco Enrique – “*Régimen Jurídico de la Televisión*”. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. www.juridicas.unam.mx. Pág.2. México. 2011.

3. 9 Programación de Calidad

Es derecho de los televidentes recibir una programación de calidad. Este concepto es relativo, puesto que depende de los gustos de cada individuo. No se puede exigir a una estación de televisión que todo el día transmita programas culturales o infantiles porque las estaciones privadas están “dominadas por una lógica empresarial a la que se subordinan otros valores y códigos, incluidos los periodísticos”¹¹⁸.

Para Jay G. Blummer “es una relación entre conjuntos de características (del programa) y conjuntos de valores (de evaluación), lo cual no puede reducirse a un único criterio”¹¹⁹.

La programación de una estación tiene la posibilidad de ofrecer a los telespectadores varias facetas. Niceto Blázquez, quien también hace referencia al tema dice:

“No se puede hablar de una programación ideal o que pudiera ser considerada como específica o exclusiva suya. En la televisión caben todos los programas imaginables, aunque, eso sí con algunas características propias del lenguaje televisado; llega más directamente a la intimidad de las personas y de los hogares que otras imágenes; tiene una audiencia ilimitada y presenta todo, incluso las cosas más simples y racionales; no hay programa de televisión que de alguna manera no afecte sensiblemente a los sentimientos de forma más o menos espectacular.”¹²⁰

Eric Macé, en su libro “En busca del Público”, dice que la programación no es impuesta por los cecesionarios sino que “su público popular es el que la impone la programación a través de

¹¹⁸ Qué ves cuando me ves – “*La televisión en Argentina desde distintas miradas*”. Laboratorios de Industrias Culturales. Pág. 47. Argentina. 2006.

¹¹⁹ Blumler Jay. G – “*Televisión e Interés Público*”. Bosch Casa Editorial. Pág.49. Madrid.1993.

¹²⁰ Blazquéz Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 511. Madrid. 1992.

indicadores de audiencia; la programación ofrece monopolización por las clases populares de una institución con vocación universal.”¹²¹

También otro argumento utilizado por los titulares de las frecuencias, es que el telespectador puede elegir entre una y otra estación y además tiene la opción de apagar el televisor.

La calidad de la programación no puede ser determinada por las altas audiencias de un programa; lo que hacen estos indicadores es señalar qué programa tiene más aceptación, pero no determinan su calidad.

El tratadista mexicano Ernesto Villanueva en su libro “Derecho a la información y Derechos Humanos”¹²² precisa que los programas de televisión no son iguales a un producto que permita al usuario escoger entre uno y otro; los programas de televisión ingresan a los hogares a despecho de los telespectadores, los contenidos de un programa son impuestos de manera unilateral, los programas no tienen que cumplir con normas de calidad como lo hacen otros productos, tampoco tienen ninguna garantía, no pueden ser sustituidos ni compensados por otros.

Una programación de calidad debe reflejar a todas las personas de la sociedad, motivar a su intelecto, crear debate sobre la información trascendental y entretener.

Villanueva señala los componentes de una programación de gran calidad:

- “Respeto a la dignidad humana y derechos fundamentales.
- “Respuesta a las inquietudes de la audiencia desde una perspectiva lo más amplia posible.
- “Incluir una proporción de material original.

¹²¹ Marcé Eric – “*En busca del público*”. Editorial Gedisa. Pág. 185. Madrid. 1997

¹²² Villanueva Ernesto – “*Derecho de la Radio y la Televisión*”. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. www.juridicas.unam.mx. Pág. 380 – 389. México. 2003.

- “Promover información veraz, independiente del gobierno y de intereses de grupo.
- “Garantizar la libertad de expresión y estimular el libre desarrollo de la opinión reflejando la naturaleza pluralista de la sociedad.
- “Incorporar en su estructura medios que puedan ser vistos como fórmulas de responsabilidad ante el público.”¹²³

Precisar qué es una programación de calidad, sería uno de los objetivos primordiales en una política de comunicación. Se debería implementar sistemas de evaluación constantes.

La televisión japonesa NHK subraya tres líneas que permiten mejorar la calidad de la programación:

- “ La familiaridad, es decir que asume el punto de vista del gran público;
- “ La profundidad, que consiste en producir programas que impacten al público y estimulen su simpatía; y,
- “ La diversidad, que hace referencia a la variedad programática”¹²⁴.

Rafael Quintana, en su ensayo “Televisión de Calidad”, considera que una programación de calidad es aquella que “responde a una concepción multidimensional de la competitividad: profesional, innovación y relevancia social de su producción”¹²⁵.

La programación debe ser mayoritaria, no puede ser elitista ni completamente popular, debe reflejar todos los aspectos de la sociedad, pero sobre todo salvaguardar los valores y las buenas costumbres, evitar que ciertos estereotipos conviertan en las personas en títeres de las estaciones.

¹²³ Villanueva Ernesto – “*Derecho de la Radio y la Televisión*”. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. www.juridicas.unam.mx. Pág. 386. México. 2003.

¹²⁴ Camacho Ordoñez Rafael – “*TV de Calidad: distinción y audiencia*”. Revista El Chasqui. Pág. 29. Quito – Ecuador. 2007.

¹²⁵ Quintana Rafael – “*Televisión de Calidad*”. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación. Pág. 237. Quito – Ecuador. 2007.

Según Rafael Díaz Arias¹²⁶, las estaciones deben ofrecer la posibilidad al telespectador de autoprogramar sus preferencias, consistente en la facultad que armoniza la libertad de recepción con la libertad de programación.

Dice, además, que hay que publicar los nombres de quienes están a cargo de la programación y los principios que inspiran los programas; que se debería incluir la información completa de la programación como su denominación, el género que va a presentarse y para quienes es apto y su duración. La programación debe ser informada a los telespectadores con suficiente antelación para que ellos planeen qué tipo de programación quieren ver; pero también debe existir para los concesionarios la prohibición de cambiar esta programación.

Otra forma de control podría ser la implantación del chip de violencia o antiviolencia en el televisor que permite por medio de un control remoto establecer qué programación es permitida en el hogar. Cuando la programación sea considerada violenta, el chip bloqueará la imagen. Este sistema es costoso y hay algunas personas que no confían en su eficacia puesto que evitará algunos programas pero permitirá otros que tienen más contenido violento.

A mi criterio, es necesario establecer una programación básica para los canales de televisión privados a fin de que esta pueda ser diversa.

Las reglas de esta programación podrían ser las siguientes:

- 1.- Indicar el género de la programación.
- 2.- Utilizar lenguaje apropiado de carácter general.
- 3.- No debe presentarse dentro de su programación sólo un género o transmitirlo por más de cuatro horas continuadas.
- 4.- Incorporar programación infantil.
- 5.- Incluir espacios culturales.
- 6.- Presentar opiniones diversas.

¹²⁶ Díaz Arias Rafael – “*La Libertad de Programación en Radiodifusión*”. Facultad de Derecho de la Universidad Complutense. Pág. 520 – 521. Madrid. 2000.

- 7.- Información completa y no selectiva, independiente y objetiva.
- 8.- No promover conductas que ataquen a la moral y las buenas costumbres.
- 9.- Fomentar la identidad nacional de los televidentes.
- 10.- Impulsar programas de productores independientes.
- 11.- No hacer apología del delito.

3.10 Censura Previa

El artículo 18 de la Constitución de la República, ya citado anteriormente, precisa que toda persona tiene derecho a “buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior”.

Jorge Zaffore señala que “la legislación debe asegurar por todos los medios la más absoluta libertad para que los mensajes tomen estado público, lo que significa no sólo no actuar en sentido contrario por parte del Estado, sino también remover cualquier obstáculo intermedio entre la producción (en su más amplio sentido) de la información y su publicación o libramiento al público.”¹²⁷

A criterio de Gregorio Badeni, “toda restricción de carácter delictivo dirigida específicamente contra la prensa constituye una flagrante muestra de censura previa. Se trataría de delitos especiales cuyo objeto concreto es restringir la libertad de expresión”¹²⁸.

¹²⁷ Zaffore Jorge – “*La Comunicación Masiva. Regulación, Libertad y Pluralismo*”. Editorial Depalma. Pág.133. Argentina. 1990.

¹²⁸ Badeni Gregorio – “*Libertad de Prensa*”. Editorial Abeledo – Perrot. Pág. 187. Buenos Aires. 1991.

Los telespectadores tienen el derecho a recibir mensajes relevantes; impedir su difusión es censurar la libertad de recepción.

La censura puede ser directa o indirecta y ocasional o permanente.

La directa y permanente es la que establecen los regímenes totalitarios para controlar toda información u opinión que les pueda ser adversa.

Pueden llegar a la clausura de las estaciones de televisión, editoriales, imprentas, a la prohibición de la transmisión de programas, el monopolio de suministros, concentración de publicidad oficial para ciertas estaciones de televisión como compensación en detrimento de otros. Estas son formas de censura encubierta.

La censura ocasional es precisamente la que se implanta con los estados de excepción dentro de los regímenes democráticos para impedir momentáneamente la difusión de noticias que pueden causar conmoción social innecesaria.

Hay una forma de censura indirecta que tiene lugar al interior de los medios de comunicación ejercida por los propietarios o por quienes lo dirigen para evitar la difusión de informaciones u opiniones perjudiciales a los intereses que ellos representan.

Según Alicia Pierini, en su libro “Hábeas Data – Derecho a la Intimidad”, existe una nueva forma de censura, “que consiste en grupos de presión que condicionan a los autores sobre el contenido de una publicación u obligan a los anunciantes a no incluir publicidad bajo apercibimiento de no comprar los productos de determinada empresa.”¹²⁹

¹²⁹ Pierini Alicia – “*Hábeas Data, Derecho a la Intimidad*”. Editorial Universidad. Pág. 35. Buenos Aires. 1999.

3.11 Derecho de Rectificación

Para Niceto Blázquez, el derecho de rectificación es aquel que permite que “toda persona, natural o jurídica, replique toda la información difundida por cualquier medio de comunicación social de hechos que lo aludan, que considere inexactos y cuya divulgación puede causarle perjuicio”¹³⁰.

El derecho a la rectificación es inherente a la garantía del buen nombre, el honor y la imagen de las personas; todo ciudadano que se sienta afectado por una opinión o noticia que lo perjudique puede solicitar al medio que realice la corrección.

El artículo 14 del Pacto de San José de Costa Rica determina:

1. “Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio, a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la Ley.
2. “En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirán de las otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido.
3. “Para la efectiva protección de la honra y la reputación, **toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial**”¹³¹.(las negrillas son mías).

La opinión consultiva de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, OC-7/86, de 29 de agosto de 1986, sobre la exigibilidad del derecho de rectificación, precisa que:

¹³⁰ Blázquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Pág. 218 – 219. Biblioteca de Autores Cristianos. 1994. Madrid.

¹³¹ <http://www.varelaenred.com.ar/pacto.htm>. Acceso 3 de agosto de 2011.

“El derecho de rectificación o respuesta garantiza al afectado por una información inexacta o agravante la posibilidad de expresar sus puntos de vista y su pensamiento respecto de esa información emitida en su perjuicio. En su dimensión social, la rectificación o respuesta permite a cada uno de los integrantes de la comunidad recibir una nueva información que contradiga o discrepe con otra anterior, inexacta o agravante.

“El derecho de rectificación o respuesta permite, de ese modo, el restablecimiento del equilibrio en la información, elemento necesario para la adecuada y veraz formación de la opinión pública, extremo indispensable para que pueda existir vitalmente una sociedad democrática. Este extremo es fundamental para interpretar la Convención Americana sobre Derechos Humanos (art. 29.c), cuyo propósito es consolidar en el continente las instituciones democráticas (Preámbulo, párr. 1). Y la democracia, a la que la Convención se refiere, es la democracia pluralista y representativa, que supone "un régimen de libertad personal y de justicia social, fundado en el respeto de los derechos esenciales del hombre"¹³²

El artículo 66, numeral 7 de la Constitución de la República del Ecuador, garantiza el derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario.

Esta garantía es, en el aspecto formal, puramente lírica, pues jamás un medio de comunicación y especialmente la televisión utilizan el mismo espacio para efectuar la aclaración del interesado y a veces ni el mismo horario. Una de las causas para este desbalance es que la información a ser rectificada puede haber perdido actualidad o al propio afectado no le interesa que se le dé a su aclaración mayor notoriedad.

¹³² www.wfrrt.org/humanrts/iachr/seriesAS.htm. Acceso 2 de agosto 2011

3.12 Responsabilidad Ulterior

La responsabilidad es correlativa a la libertad de programación; el responsable de lo que se transmita en una estación de televisión es su representante legal o el concesionario. En el caso de los programas de opinión la responsabilidad recae sobre la persona que la emitió.

El artículo 41 de la Ley de Radiodifusión y Televisión establece que “la responsabilidad por los actos o programas o las expresiones vertidas por o a través de las estaciones de televisión, tipificados como infracciones penales, será juzgada por un juez de lo penal previa acusación particular, con sujeción al Título VI, Sección Segunda, Parágrafo Primero del Código de Procedimiento Penal Común.

“Ni la concesión en sí, ni el funcionamiento de la estación serán afectados por las penas que los jueces o tribunales impongan a las personas responsables.

“Las demás infracciones de carácter técnico o administrativo en que incurran los concesionarios o las estaciones, serán sancionadas y juzgadas de conformidad con esta Ley y los reglamentos”.

Es evidente que este juzgamiento no solo comprende las infracciones de carácter privado propiamente dichas como las injurias calumniosas o no calumniosas, sino también las que afectan a la seguridad del Estado y al orden público en general. En consecuencia, en unos casos se podría recurrir a la acción privada y en otros a la acción pública. Sin embargo, no se cuenta con una jurisprudencia que aclare esta posible confusión de acciones.

El fiscal puede solicitar a la estación de televisión la grabación de cualquier programa que tenga que ver con una investigación penal que emprenda.

Cuando se trata de programas improvisados, el interesado debe preocuparse en obtener la grabación correspondiente como prueba de su parte antes de que se cumplan los 30 días que la Ley de Radiodifusión y Televisión obliga a las estaciones de televisión a conservarla.

Para el caso del control de la programación previsto en el artículo 44 de la Ley de Radiodifusión y Televisión – calidad artística, cultural y moral -, el CONATEL, a través de la Superintendencia de Telecomunicaciones dispondrá al concesionario de la estación que le remita la grabación del programa objeto de investigación y eventualmente de sanción administrativa.

El CONATEL por intermedio de la Superintendencia de Telecomunicaciones, dispondrá que el concesionario realice la rectificación que sea necesaria; caso contrario la SUPERTEL, impondrá la sanción a que hubiere lugar. Si se tratare de una infracción penal, el caso debe ser puesto en consideración de la Fiscalía General del Estado.

CAPÍTULO IV

4. FINANCIAMIENTO DE LAS ESTACIONES DE TELEVISIÓN PRIVADA DE SEÑAL ABIERTA

4.1 La Publicidad

Para Niceto Blázquez, la publicidad “informa al mayor número posible de personas sobre la existencia, cualidades, precios y lugar de adquisición de productos o servicios”¹³³.

Maximiliano Márquez Alurralde, en su libro “Régimen Jurídico de la Comunicaciones”, define a la publicidad como la comunicación unidireccional emisor - receptor, sin respuesta posible. “Es la búsqueda comunicacional entre oferta y demanda, obrará con perfectibilidad motivacional en el ámbito estimulante e imaginativo de las necesidades humanas.”¹³⁴

Los teóricos hacen una diferencia entre publicidad y propaganda. La publicidad es el “conjunto de técnicas de comunicación que tiene por objeto influenciar y lograr la decisión de compra o consumo de un bien o servicio”¹³⁵. La propaganda utiliza los mismos métodos de la publicidad, pero su fin es político, busca influir en el ciudadano la aceptación de una tendencia

¹³³ Blázquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Biblioteca de Autores Cristianos. Pág. 604. Madrid. 1994.

¹³⁴ Márquez Alurralde Maximiliano – “*Régimen Jurídico de las Comunicaciones*”. Editorial Depalma. Pág. 74. Argentina. 1986.

¹³⁵ Ídem.

ideológica o social porque se la utiliza para incentivar al público para la realización de determinados objetivos de carácter general.

4.2 Publicidad comercial

Para Inmaculada Gordillo, la publicidad es un género tradicional de la televisión, que ayuda a financiar los programas que aquella difunde. Crea modelos, estilos de vida y es “ágil para adaptarse a los cambios sociales y a veces es impulsor de los mismos.”

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor no distingue entre publicidad y propaganda. En su artículo 2 define a la publicidad como “la comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva”¹³⁶.

La publicidad, en los canales de señal abierta, suele ser excesiva y desordenada; si bien es cierto es la fuente de financiamiento de las estaciones privadas, no cabe que ésta invada a cada instante el curso de la programación y cause molestias a las personas que observan su programa favorito.

La Ley de Radiodifusión y Televisión hace una referencia muy ligera sobre la publicidad. En su artículo 56 determina que toda publicidad transmitida en las estaciones deberá elaborarse en el país con personal ecuatoriano. No hay ninguna investigación sobre el origen de la publicidad comercial emitida en los canales de televisión, pero podría decirse que proviene también del extranjero. El Reglamento a la Ley de Radiodifusión no dice nada al respecto, pero sujeta a la publicidad a las limitaciones inherentes a la programación en lo que respecta a la moral y buenas costumbres.

¹³⁶ Ley Orgánica de Defensa del Consumidor - Registro Oficial 116: 10-jul-2000

El Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión, en su artículo 25 determina que “las escenas y el lenguaje hablado y gestual no podrán ser ofensivos a la moral de los televidentes. La transmisión de la publicidad comercial debe ajustarse a la normativa de la programación”¹³⁷ establecida en el mismo Código.

A la publicidad se la acusa de influenciar a la gente para que consuma productos o servicios que no necesita, usando técnicas de persuasión imperceptibles; la más conocida es la explotación de la imagen de la mujer: “en muchos anuncios el cuerpo de la mujer tiene más protagonismo que el propio producto anunciado”, a criterio de Niceto Blázquez. Otro es su referencia al sexo, que en publicidad se conoce como “sexo imbuido”, que actúa sobre los consumidores en el área del inconsciente. También se utiliza a los menores de edad para forzar la voluntad de sus padres hacia el consumo de ciertos productos.

Hay publicidad que no ofrece información adecuada y que puede engañar a los consumidores y ponerlos en riesgo.

La Constitución de la República, en el artículo 52 establece que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

El artículo 6 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor¹³⁸ prohíbe todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que pueda afectar los intereses y derechos del consumidor.

La mala publicidad genera responsabilidades en quienes la producen. Al respecto la Constitución, en su artículo 54 precisa que “las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su

¹³⁷ Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión. Pág. 12. 2007.

¹³⁸ Ley Orgánica de Defensa del Consumidor - Registro Oficial 116: 10 – jul – 2000.

profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas”.

El artículo 7 del Reglamento¹³⁹ a la misma ley determina que la publicidad debe ser hecha con responsabilidad, absteniéndose de hacer publicidad engañosa o abusiva.

Este Reglamento prohíbe en el artículo 53 literal e) la publicidad comercial en radio y televisión de cigarrillos y otros productos derivados del tabaco. Pero se permite en el literal f) la publicidad comercial televisada de bebidas alcohólicas, siempre que no se transmita en el horario de 6H00 a 21H00, con el fin de proteger a los menores de edad.

Asimismo, el artículo 48 del Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión prohíbe que la publicidad presente escenas o imágenes de violencia, crueldad, actos sexuales explícitos o de promiscuidad, con el objetivo de prevenir vicios u otras desviaciones de la conducta individual o social. También establece que el lenguaje utilizado debe ser el de uso moralmente admisible para todo público.

La Asociación de Televidentes Organizados, a la que ya nos hemos referido, llevó a cabo un estudio sobre la publicidad que es emitida en los canales de televisión de señal abierta, denominado “Evaluación de los Avances Publicitarios emitidos dentro Programación de la Televisión Ecuatoriana según monitoreos realizados durante los últimos cuatro años”¹⁴⁰

¹³⁹ Reglamento a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor - Registro Oficial 287: 19 de marzo de 2001.

¹⁴⁰ http://www.revistacomhumanitas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=78%3Aevaluacion-de-la-publicidad-de-la-television-ecuatoriana-segun-monitoreos-realizados-durante-los-ultimos-tres-anos&catid=40%3Aarticulos-1&Itemid=53. Acceso 4 de abril de 2011.

Los parámetros de calificación para este efecto son los mismos que se tomaron en cuenta en la evaluación de la programación; estos son:

- Violencia
- Comportamiento Social Conflictivo
- Truculencia
- Sexo

Este estudio comprende a siete canales de televisión de señal abierta: GamaTV (canal 2), Teleamazonas (canal 4), RTS (Canal 5), Ecuavisa (canal 8), TC Televisión (canal 10), Canal Uno, y ECTV (canal 7), en el horario comprendido de lunes a viernes, entre las 15:00 y las 21:00 horas, con un total de 603 horas de programación emitidas, de las cuales 211 horas corresponden al monitoreo llevado a cabo en el año 2007, 115 horas al 2008, 135 horas en el año 2009 y 142 horas los meses de septiembre y octubre de 2010. Se evaluaron 35 horas de programación por canal en el año 2007, 19 horas en el año 2008, 22 horas por canal en el 2009 y 20 horas en el año 2010. El número promedio de horas evaluadas es de 22,8.

Dicho estudio precisa que “los canales con mayores valores medios de índice **de violencia** son Ecuavisa y TC Televisión con un promedio de 8,0 y 4,9 espacios publicitarios catalogados como violentos por cada 5 horas de programación semanal, respectivamente. Le siguen Gamavisión con un índice de 4,8, Canal Uno con 3,7, Teleamazonas con 2,6, y finalmente RTS con 2,2. A la cabeza de la lista en este indicador se encuentra ECTV, -canal público -, pero debe aclararse que no se dispone de registros anteriores para este canal y que los espacios catalogados como violentos en este caso tratan de los dolorosos hechos de dominio público acaecidos el 30 de septiembre... Ecuavisa, Gama TV y TC Televisión aportan con el 60% de espacios publicitarios catalogados como violentos monitoreados en los últimos cuatro años, mientras que sumando el aporte de Canal Uno y RTS no se

supera el 22%. La relación entre estos dos grupos de canales es casi de tres a uno”¹⁴¹.

En el índice **comportamiento social conflictivo** para espacios publicitarios “el canal con peor calificación es Ecuavisa con un índice medio de 6,9. A continuación encontramos a ECTV, TC Televisión y Canal Uno con índices medios de 5,1; 4,3 y 3,0 respectivamente; y finalmente a Gama TV, Teleamazonas y RTS que presentan índices medios inferiores a 2,0. Es pertinente comentar también que el indicador correspondiente para Ecuavisa para el último monitoreo corresponde a 14,5 espacios publicitarios que exhiben comportamientos sociales conflictivos sobre una base semanal de 5 horas, es decir aproximadamente tres espacios con contenidos catalogados como conflictivos por hora de programación monitoreada. Es notable también como el valor medio anual para este indicador crece desde un valor de 0,3 en el año 2007 hasta 4,9 en el año 2010, es decir en más de 16 veces, lo cual muestra el total descuido y la falta de sensibilidad de los canales de televisión respecto de este tema... Se determina que se han emitido en promedio alrededor de 3 espacios publicitarios catalogados como conflictivos sobre una base de 5 horas de programación semanal evaluada durante los monitoreos efectuados en los últimos cuatro años.”¹⁴²

Con el parámetro **truculencia** “es posible la clasificación en dos grupos de canales. El primero conformado por Ecuavisa, Gama TV y TC Televisión, al que se le añade ECTV con índices altos de entre 3,5 y 5,5; y el segundo representado por RTS, Teleamazonas y Canal UNO, con índices inferiores a 2,0. Esto significa que el primer grupo emite en promedio entre 3 y 6 espacios publicitarios con contenidos que causan angustia o miedo y que no pueden catalogarse como “aptos para todo público” dentro de la franja horaria analizada sobre una base de 5 horas de programación. El segundo grupo por su parte emite entre 1 y 2 espacios truculentos por cada 5 horas de transmisión semanal en la franja horaria analizada... Se han

¹⁴¹ http://www.revistacomhumanitas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=78%3Aevaluacion-de-la-programacion-de-la-television-ecuatoriana-segun-monitoreos-realizados-durante-los-ultimos-tres-anos&catid=40%3Aarticulos-1&Itemid=53. Acceso 4 de abril de 2011.

¹⁴² Ídem.

registrado en promedio alrededor de tres espacios publicitarios capaces de producir angustia sobre una base de cinco horas de programación semanal en el período 2007-2010, y que la mayor proporción de infracciones asociadas a este parámetro de evaluación corresponde a TC Televisión, Gama TV y Ecuavisa”¹⁴³.

Por último, el indicador **sexo** determina que todos los canales estudiados presentan conflictos. “Se observa que el número promedio de espacios publicitarios con problemas en este parámetro de evaluación para el período de observación 2007-2010 es prácticamente cinco sobre una base de cinco horas semanales de programación, y que los canales con mayores niveles de emisiones catalogadas como inapropiadas por su falta de decoro o su alto contenido sexual, corresponden a Ecuavisa con un nivel de 8,9, TC Televisión con 6,5 y Teleamazonas con 4,8, mientras que por otro lado Canal Uno muestra el nivel más bajo de entre el grupo de canales considerados, 2,5; es decir una relación de tres a uno respecto de lo que acontece con Ecuavisa. Sin embargo, el nivel de este indicador para Canal Uno en el último monitoreo llevado a cabo en 2010 corresponde a 6,9 no muy lejos del 8,9 de Ecuavisa, y cinco veces más alto que en 2007”¹⁴⁴.

El estudio llega a la conclusión de que desde el 2007 al 2010 los espacios que son considerados problemáticos han aumentado. El promedio subió de un número de 7 espacios con contenidos violentos sobre una base de cinco horas de programación semanal, 4,9 espacios con contenidos socialmente conflictivos, 4,0 espacios con contenidos truculentos y 4,1 espacios con contenidos indecorosos.

Los espacios publicitarios con mayor grado de conflictividad corresponden precisamente a los avances de las telenovelas emitidas por los canales.

Las contravenciones que se han señalado en este estudio no tienen sanción en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y en ninguna otra ley.

¹⁴³ Ídem. Pág. 82.

¹⁴⁴ Ídem.

4.3 Infracciones Publicitarias

El artículo 7 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor determina que comete infracción publicitaria el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño, en especial cuando la publicidad hace referencia al país de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada; sobre los beneficios y consecuencias de uso del bien o de la contratación del servicio, así como al precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito; a las características básicas del bien o servicios ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad, durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras; y a los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privados, nacionales o extranjeros, tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.

El artículo 8 de la misma ley precisa que si el anunciante incurriere en alguna de estas infracciones deberá justificar adecuadamente la causa del incumplimiento. El proveedor de productos o servicios, mantendrá en su poder, para información de los legítimos interesados, los datos técnicos, fácticos y científicos que dieron sustento al mensaje.

Para dichas infracciones, el artículo 70 establece una sanción general, siempre que no exista una sanción específica, de cien a mil dólares de los Estados Unidos de América, y si es el caso el comiso de los bienes, o la suspensión de ejercer la prestación de servicios publicitarios.

El artículo 72 determina que el proveedor cuya publicidad sea considerada engañosa o abusiva será sancionado con una multa de mil a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América; la autoridad competente dispondrá la suspensión de la pauta publicitaria, y ordenará la

rectificación de su contenido, a costa del anunciante, por los mismos medios, espacios y horarios.

Esta ley regula la publicidad de forma escueta; hace falta principalmente una más amplia regulación que proteja a los sectores vulnerables de la sociedad.

La publicidad durante el horario “apto para todo público” no puede tener un contenido violento, cruel, sexual o que vaya contra las buenas costumbres.

Es importante señalar un límite de tiempo para la publicidad dentro de la programación.

En España se expidió el 12 de julio de 1994 la Ley 25/1994¹⁴⁵, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de Disposiciones Legales, Reglamentarias y Administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de Radiodifusión Televisiva. - vigente hasta el 1 de mayo de 2010 – Esta ley diferencia entre los tipos de publicidad que existen; entre ellos menciona a la televenta y los anuncios publicitarios. En su artículo 13 se determinó el período de difusión que podía tener la publicidad, que no podía superar el 20% del tiempo diario de emisión.

En Venezuela se expidió el 12 de diciembre de 2005, la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, en la cual se regulan los contenidos de la televisión y la radio. En el artículo 8 se determina que el tiempo total para la difusión de publicidad y propaganda no podrá exceder de quince minutos por cada sesenta minutos de programación, excepto en los eventos deportivos o espectáculos de estructura similar que por su naturaleza requiera un patrón de interrupción distinto.

En el artículo 9 de la misma ley se precisan las restricciones a la publicidad y propaganda, por motivos de salud pública, orden público y respeto a la persona humana; no se permite en los servicios de radio y televisión, durante ningún horario, publicidad relacionada con:

¹⁴⁵ http://noticias.juridicas.com/base_datos/Derogadas/r4-l25-1994.html. 21 de Julio de 2011.

- “1. Cigarrillos y derivados del tabaco.
2. Bebidas alcohólicas y demás especies previstas en la legislación sobre la materia.
3. Sustancias estupefacientes o psicotrópicas prohibidas por la ley que rige la materia.
4. Servicios profesionales prestados por personas que no posean o cumplan los requisitos o condiciones exigidos por la ley.
5. Bienes, servicios o actividades cuya difusión haya sido prohibida o restringida, en forma temporal o permanente, por motivos de salud pública o garantía de los derechos de las personas, por la ley o las autoridades competentes, o que no haya sido autorizada, según sea el caso.
6. Juegos de envite y azar que denigren del trabajo como hecho social y proceso fundamental para alcanzar los fines del Estado, o en los cuales participen niños, niñas o adolescentes, salvo que se trate de rifas benéficas por motivo de ayuda humanitaria.
7. Bienes o servicios dirigidos a niños, niñas y adolescentes, que muestren o utilicen elementos de violencia regulados en esta Ley.
8. Armas, explosivos y bienes o servicios relacionados y similares”¹⁴⁶.

El tiempo de publicidad a que hace referencia la normativa venezolana, es, en mi opinión, el adecuado y podría incorporarse a nuestra legislación.

Otro punto que debería regularse es la utilización de la imagen de la mujer en la publicidad, que ha sido un medio recurrente de los publicistas para lograr que un producto tenga éxito en el mercado. Si bien es cierto que es una práctica que se ha hecho costumbre, es necesario que se deje de realizarla porque se está haciendo una relación entre objeto y mujer, o, peor convirtiendo a ésta en un objeto sexual y erótico. Según Naomi Wolf, defensora de los derechos de la mujer y quien promueve la igualdad entre géneros, la publicidad propicia lo que ella denomina “el mito de la belleza”: “la belleza es tanto una cuestión de comportamiento

¹⁴⁶ http://www.mem.gov.ve/repositorio/imagenes/file/normativas/leyes/Ley_de_reforma_parcial_de_la_Ley_de_Responsabilidad_Social_en_Radio_y_Television.pdf. 21 de julio de 2011.

como lo es de apariencia. El mito sostiene que la clave de la felicidad personal de las mujeres radica en la belleza y en los hombres en poseer una mujer bella”¹⁴⁷.

La publicidad contribuye a determinar los roles sociales de hombres y mujeres y también cuál es el tipo de éxito personal y profesional. Influye en las mujeres para que se sometan a todo tipo de manipulaciones genéticas para ser iguales a los íconos de la publicidad y así ser más atractivas para los hombres; y los hombres tratando de alcanzar cierto tipo de estatus económico para poder solventarlas.

La mayoría de espacios publicitarios son de carácter hedonista. Utilizan partes del cuerpo de la mujer para comparar sus productos, creando así estereotipos.

Los estereotipos más comunes son:

- La relación de la calidad del producto con el cuerpo de una mujer.
- Incluir a la mujer como parte accesorio del producto publicado.
- Exaltar la belleza de la mujer como una de sus mayores virtudes.
- Mostrar a la mujer casi siempre en los roles tradicionales de madre o esposa.

Es necesario que los medios de comunicación promuevan la imagen positiva de la mujer, como un agente activo de la sociedad, y que los medios de comunicación fomenten la igualdad entre géneros para que este ideal se lleve a la práctica, porque la publicidad ingresa a los hogares sin ningún tipo de restricción y los espectadores la asimilan en forma pasiva.

A mi criterio es necesario efectuar restricciones en la publicidad:

- Prohibir aquella publicidad que tenga elementos discriminatorios en razón del sexo, raza, edad, género y nacionalidad.
- Aquella que promueva conductas que vayan contra la moral, las buenas costumbres y la salud.

¹⁴⁷ http://www.masternewmedia.org/es/2006/10/18/realidad_de_los_medios_de.htm. Acceso 27 de julio de 2011

- Que incite a la violencia.
- La que genera sobre los televidentes la superstición y el miedo.
- Que fomente el comportamiento cruel con las personas y los animales.
- Que utilice mecanismos subliminales.
- Que las características de los productos y de los servicios sean falsas. La publicidad debe ser diferenciable e identificable para que el telespectador tome las precauciones necesarias.
- Que impulse la promoción de bebidas alcohólicas o cualquier producto y relacionarlo con el éxito personal o sexual, rendimiento físico o la solución de algún problema.
- La publicidad debe ir acorde al horario “apto para todo público”, impuesto a la programación.

4.4 La publicidad oficial

En su libro “Publicidad Oficial: Transparencia y Equidad”¹⁴⁸, Ernesto Villanueva define a la publicidad oficial como “instrumento para el buen gobierno administrativo. La publicidad ha seducido a las instituciones públicas que pasan a gestionar los asuntos políticos con ese sello de eficacia que le proporcionan las técnicas del sector privado.”

El autor afirma que en Italia surge la corriente de comunicar a los ciudadanos sobre el trabajo que realiza la administración, para que se conviertan en agentes activos y puedan participar en asuntos de gobierno, denominada “comunicación administrativa o comunicación de ciudadanía”. La finalidad de la publicidad oficial es “resolver intereses comunes que afectan tanto a la administración como a los ciudadanos.”¹⁴⁹

¹⁴⁸ Villanueva Ernesto – “*Publicidad Oficial: Transparencia y Equidad*”. Editorial Jus, S.A. de C.V. Pág. 24. México. 2009.

¹⁴⁹ Villanueva Ernesto – “*Publicidad Oficial: Transparencia y Equidad*”. Editorial Jus, S.A. de C.V. Pág. 26. México. 2009.

La publicidad oficial promueve la democracia participativa, que es definida por el autor citado como “el conjunto de mecanismos e instancias que poseen los ciudadanos y las comunidades para incidir en las estructuras estatales y las políticas públicas sin requerir necesariamente de la representación partidista, gremial, clientelista o de la vías de hecho cívicas o armadas”¹⁵⁰.

La publicidad oficial es considerada como un recurso de ataque y defensa que tiene el gobierno y no como un canal de comunicación entre el Estado y los ciudadanos.

Es necesario que exista la publicidad oficial, pero al igual que la comercial ésta no debería interrumpir la programación de manera desordenada.

La publicidad oficial debe versar sobre asuntos de interés público. La Suprema Corte de Justicia de Uruguay ha definido el interés público como “el derecho de la sociedad a formarse opinión sobre asuntos sociales, económicos, políticos, etc. Que, en definitiva, posibilita la participación consciente y responsable del ciudadano en la vida pública”¹⁵¹.

La premisa básica de la publicidad oficial es ser un instrumento para afianzar el interés general sobre la marcha del Estado, pero también debe convertirse en una herramienta activa para la información de la ciudadanía.

La publicidad oficial es objeto de muchas críticas por el costo que implica su elaboración o publicación cuando excede el límite legal establecido, puesto que se aduce que estos recursos podrían ser destinados a finalidades sociales.

Ernesto Villanueva propone algunos límites a la publicidad oficial; entre ellos dice que debe establecerse un cuerpo legal que precise las pautas y criterios que debe seguir la autoridad para distribuir entre las estaciones la publicidad oficial del gobierno de turno, lo que incluye la producción y distribución a las agencias de publicidad. La asignación debe responder a criterios claros y transparentes.

¹⁵⁰ Ídem.

¹⁵¹ <http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/2913>, 12 de julio de 2011.

“La ley debe determinar con claridad el objetivo de la publicidad oficial; debe prohibir la promoción de los intereses de partidos políticos, gobierno y de los funcionarios.”¹⁵² Es necesario tener presente que en nuestro país el Estado financia la publicidad electoral.

Se debe establecer la creación de una entidad autónoma que tenga la responsabilidad de la administración de la publicidad y de la selección de las agencias para las campañas gubernamentales; que entre sus funciones tenga la de transparentar los gastos que se efectúan por concepto de publicidad.

El mismo autor recomienda que se impida que la publicidad oficial se convierta en un mecanismo de subsidio para el mantenimiento de las estaciones de televisión.

También se debería delimitar el contenido de la publicidad oficial: esta debe versar sobre asuntos de interés común y no sobre las confrontaciones que el gobierno tenga con organizaciones sociales o políticas particulares.

4.5 Filosofía de la Publicidad Oficial

La Asociación de Derechos Civiles de Argentina que “es una organización no gubernamental”¹⁵³, documenta algunas presiones indirectas que los gobiernos utilizan para interferir en la libertad e independencia de los medios; una de ellas es la “asignación de pautas publicitarias para beneficiar a medios y periodistas afines o castigar a críticos y condicionar, de este modo, el contenido de sus expresiones.”¹⁵⁴

¹⁵² <http://www.participacionciudadana.org/pc10/>. Acceso 13 de julio de 2011.

¹⁵³ <http://www.participacionciudadana.org/pc10/>. Acceso 13 de julio de 2011.

¹⁵⁴ Ídem. Pág. 97

Precisa que el Estado “debe asumir un rol activo para propiciar la diversidad y pluralidad en los medios de comunicación, que no desconozca a las voces minoritarias ni a las posturas críticas del propio gobierno”¹⁵⁵.

Esta Asociación planteó seis principios básicos para la regulación de la publicidad oficial, que son los siguientes:

4.5.1 Necesidad de una regulación legal

Es necesario que exista una normativa única que regule la producción, distribución y control de la publicidad, para evitar que la publicidad oficial pueda ser utilizada políticamente para interferir en la libertad e independencia de los medios de comunicación.

4.5.2 Objetivo de la publicidad oficial

La publicidad oficial es un canal de comunicación entre el Estado y la población. Su propósito es difundir “políticas, programas, servicios e iniciativas gubernamentales; promover el ejercicio de los derechos y cumplimiento de los deberes de los ciudadanos; estimular la participación de la sociedad civil en la vida pública”¹⁵⁶. Debe ser clara, objetiva, fácil de entender, necesaria, útil y relevante para el público. No debe promover, ni explícita ni implícitamente los intereses de un partido político y peor aún para destacar los logros de la gestión del gobierno. No debe beneficiar a quienes la promueven sino a los ciudadanos.

¹⁵⁵ Ídem.

¹⁵⁶ Ídem.

La publicidad oficial no debe ser considerada como instrumento de sostenimiento económico de medios partidarios del gobierno.

4.5.3 Distribución no discrecional

La distribución de la publicidad oficial no debe ser discrecional porque de este modo se convierte en una herramienta de presión política. La ley debe exigir que los gobiernos realicen una adecuada planificación presupuestaria para las campañas publicitarias que prevén para el año. Los fondos públicos deben ser justificados y sometidos a control público. La existencia de campañas publicitarias debe responder a necesidades concretas y reales de la comunicación.

Puede establecerse mecanismos que dividan la pauta entre todos los medios de comunicación o la fijación de porcentajes equitativos para cada estación de televisión y radiodifusión y los diarios.

4.5.4 Descentralización

La administración de la publicidad oficial no puede estar en manos de una secretaría o funcionario dependiente de la función ejecutiva, sino de organismos técnicos, a nivel seccional y nacional, que estén a cargo de la planificación, definición de campañas, la contratación de las agencias de publicidad y la colocación de las publicidades a pedido de las diferentes instituciones públicas. Dejar al arbitrio de servidores públicos que dependen del gobierno de turno promueve la discrecionalidad y el favoritismo.

4.5.5 Transparencia

Todos los ciudadanos tienen derecho a conocer los gastos efectuados en publicidad oficial. Esta información debe ser de fácil acceso para el público en general.

Esta información debería incluir:

- **Los presupuestos de publicidad aprobados.-** Los presupuestos deben estar aprobados y justificados en términos de campañas publicitarias fundadas en objetivos y necesidades reales de comunicación. La justificación debe permitir el control político.
- **Informes detallados y periódicos de los gastos efectuados en publicidad.-** Deben constar los gastos por organismos, gastos por tipo de medio, procedimiento y criterio que se han utilizado para la asignación de contratos, datos precisos sobre cada campaña de publicidad realizada.
- **Información de fácil acceso para los ciudadanos.-** Debe estar disponible para en el internet para cualquier interesado.

4.5.6 Control Externo Adecuado

Otorgar mecanismos de control que permitan al Poder Legislativo y Judicial someter a auditoría el presupuesto que destina el gobierno para la publicidad oficial.

Establecer otro de tipo de control externo como organizaciones no gubernamentales que en colaboración con universidades o asociaciones elaboren conclusiones de los informes que el gobierno emita por la publicidad oficial.

En el Ecuador, la Secretaria Nacional de Comunicación (SECOM), tiene la responsabilidad de “informar a la comunidad sobre las políticas, planes, programas, proyectos, acciones y

obras de la administración, con el propósito de fomentar su participación contributiva y receptiva alrededor de los objetivos nacionales permanentes que persigue el Gobierno de la República.”¹⁵⁷

En el libro “La Palabra Rota: Seis investigaciones sobre el periodismo Ecuatoriano” publicado por Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios, (FUNDAMEDIOS), hay una investigación de Hernán Ramos sobre la publicidad oficial y dice que el titular de la Secretaría Nacional de Comunicación, es considerado como “el gran diseñador de la comunicación gubernamental”¹⁵⁸, y explica que la estrategia publicitaria del Gobierno se divide en tres partes:

1. “Los comerciales de televisión para informar qué hace el Gobierno con el dinero del pueblo; en ellos no aparece Correa.
2. “Los comerciales de contenido emocional, que buscan generar cambios de conducta, en los que sí aparece la imagen del presidente.
3. “La información que promueve la visión del Gobierno, que incluye las cadenas nacionales, los enlaces radiales sabatinos, el periódico El Ciudadano y la pagina web”¹⁵⁹.

La distribución de la publicidad oficial en los medios es la siguiente:

- El 4% para la prensa escrita.
- El 71% para la televisión.
- El 23% para la radio.

¹⁵⁷ <http://www.secom.gov.ec/>. Acceso el 16 de julio de 2011.

¹⁵⁸ Ramos Hernán – “*La palabra rota: seis investigaciones sobre el periodismo ecuatoriano*”. Fundación Andina para la Observación y Estudio de Medios .Artes Gráficas Senefelder. Pág. 212. Guayaquil-Ecuador. 2010

¹⁵⁹ Ídem.

Adicionalmente, el estudio determina que los medios incautados por la AGD han recibido más pauta oficial que otros.

La publicidad oficial no está bajo el régimen de la contratación pública. Por eso no hay control sobre ella. Es necesario que se publiquen los datos sobre los rubros que son utilizados en la promoción del gobierno, ya que funcionan con el presupuesto general del Estado.

CAPÍTULO V

5.REGULACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE SEÑAL ABIERTA

5.1 Órganos que regulan la programación en el Ecuador

El artículo 44 de la Ley de Radiodifusión y Televisión establece que el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL), ya suprimido, al que en su lugar ha reemplazado el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), “regulará y controlará, en todo el territorio nacional, la calidad artística, cultural y moral de los actos o programas de las estaciones de radiodifusión y televisión.

“Si no existieren regulaciones específicas sobre las materias a que se refiere el inciso precedente, el Consejo aplicará las contenidas en los Códigos de Ética de la Asociación Ecuatoriana de Radio y Televisión (AER) y de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador (ACTVE), conforme a la afiliación”.

En 1995, se creó el CONARTEL como un organismo autónomo, pero con relación de dependencia del gobierno, que estaba encargado de la gestión administrativa y control del espectro radioeléctrico en lo concerniente a los servicios de radiodifusión y televisión en general.

Mediante decreto ejecutivo de 13 de agosto de 2009, el CONARTEL fue fusionado con el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). En consecuencia este organismo asumió “las competencias, atribuciones, funciones, representaciones o delegaciones constantes leyes, reglamentos y demás instrumentos normativos y atribuidas al CONARTEL, en los mismos términos constantes en la Ley de Radiodifusión y Televisión”¹⁶⁰.

Asimismo, se dispuso que las funciones administrativas que ejercía el Presidente del CONARTEL, las realizara el Secretario Nacional de Telecomunicaciones.

5.1.1 CONATEL

Independientemente de este cambio, el primer artículo innumerado que sigue a continuación del artículo 33 de la Ley de Telecomunicaciones, señala que el Consejo Nacional de Telecomunicaciones es un “ente de administración y regulación de las telecomunicaciones en el país, con domicilio en la ciudad de Quito. El Consejo Nacional de Telecomunicaciones tiene la representación del Estado para ejercer, a su nombre, las funciones de administración y regulación de los servicios de telecomunicaciones, y es la Administración de Telecomunicaciones del Ecuador ante la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).”¹⁶¹.

5.1.1.1 Estructura

El Consejo Nacional de Telecomunicaciones está compuesto por los siguientes miembros:

- Un representante del Presidente de la República, quien lo presidirá.
- Un representante de la oficina de Planificación de la Presidencia de la República.
- El Jefe del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

¹⁶⁰ Decreto No. 8. 13 de agosto de 2009 – Registro Oficial 10 de 24 de agosto de 2009.

¹⁶¹ Registro Oficial 45. 13-X-2009

- Un representante designado conjuntamente por las Cámaras de Producción
- Un representante del Comité Único Nacional de los Trabajadores de Emetel (Conatel)
- El Secretario Nacional de Telecomunicaciones.
- El Superintendente de Telecomunicaciones.

5. 1.1.2 Funciones del CONATEL en materia de control de la programación

El CONATEL ha asumido las funciones que tenía el CONARTEL de regular y controlar, en todo el territorio nacional, la calidad artística, cultural y moral de los actos o programas de las estaciones de radiodifusión y televisión.

En el Reglamento General de la Ley de Radiodifusión y Televisión se incluyen unos pocos parámetros para valorar la calidad de la programación evitar la improvisación y el empleo de términos vulgares; evitar escenas o imágenes de violencia, crueldad, actos sexuales explícitos o de promiscuidad; no hacer apología de los delitos ni de las malas costumbres; no atentar contra la unidad nacional; no fomentar la superstición la brujería u otras desviaciones psicológicas; que induzcan al error médico y cultural, etc.

5.1.2 Funciones de control de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL)

La Superintendencia de Telecomunicaciones fue creada por la Ley Especial de Telecomunicaciones de 1992.

El artículo 35 de esta ley asigna a la SUPERTEL las siguientes funciones:

- a) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones del CONATEL;
- b) El control y monitoreo técnicos del espectro radioeléctrico;
- c) El control técnico de la instalación y funcionamiento de las estaciones de radiodifusión y televisión.
- d) Supervisar el cumplimiento de los contratos de concesión para la explotación de los servicios de telecomunicaciones;
- e) Demandar el cumplimiento de las normas de homologación y regulación que apruebe el CONATEL;
- f) Imponer sanciones técnicas y administrativas a los concesionarios de los servicios de telecomunicaciones que infrinjan las leyes y reglamentos sobre estas materias; etc.

5.2 Comentarios al Proyecto a la Ley de Comunicación: principales aspectos de la programación

A partir de la vigencia de la Constitución del 2008 y por mandato de esta, se inició en el país el debate en torno a la expedición de una Ley de Comunicación. Aunque sus planteamientos y conceptos no son todavía definitivos, vale reparar en ellas para tener una idea las tendencias que existen en nuestro país sobre la regulación de la programación.

El artículo 9 del Proyecto elaborado por la respectiva comisión de la Asamblea Nacional, establece que la televisión y la radio darán prevalencia a los contenidos con fines

informativos, educativos y culturales. Se fomentará la creación de espacios para la difusión de producción nacional independiente.

En el artículo 28 se determina que los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, para el ejercicio de los derechos de comunicación, deben observar las buenas prácticas señaladas en sus Códigos de Ética.

En lo que respecta a la libertad de programación, el proyecto reproduce casi literalmente el precepto que sobre esta materia consta en la Ley de Radiodifusión y Televisión: “Todo medio de comunicación social goza de libertad para realizar sus programas y desarrollar sus actividades comerciales y profesionales, sin otras limitaciones que las establecidas en la Constitución, Instrumentos Internacionales y la normativa vigente, garantizando la libertad de expresión, información y prensa”.

El artículo 30 del mismo proyecto establece que los medios de comunicación difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente.

Estos contenidos deben propender a la calidad y deben ser difusores de los valores que defiendan la dignidad humana y los derechos fundamentales.

El artículo 31 prescribe los límites de libertad de expresión, comunicación e información, y que en lo que respecta a la televisión son la prohibición de emitir publicidad de bebidas alcohólicas en el horario para todo público y en ningún caso la de cigarrillos.

Para el artículo 33 de este proyecto la audiencia de las estaciones se clasifica en tres categorías:

- Audiencia Familiar, que sería la formada por los miembros de la familia sin consideración a la edad;
- Audiencia Compartida, que incluiría a los menores de edad pero con el control de sus padres o representantes legales;
- Audiencia adultos, la que está compuesta por personas mayores de 18 años de edad.

En función de esta clasificación el artículo 34 establece una franja familiar para la programación que va desde las 6h00 a 22h00 y que se encuentra subdividida en tres

categorías: 6h00 a 15h00, 15h00 de 18h00, 18h00 a 22h00, pero no se especifica cual categoría corresponde a la audiencia compartida y la franja para público adulto es de 22h00 a 6h00.

El artículo 38 por su parte dispone que los medios audiovisuales de alcance nacional o regional reservaran un espacio del 10% de su programación para la difusión de programación nacional independiente. Producción nacional sería aquella en la que participa por lo menos el 70% de personas ecuatorianas en diferentes especialidades.

El capítulo II del proyecto de Ley de Comunicación regula a la publicidad sintéticamente, pues se remite en último término a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

El artículo 41 establece la responsabilidad solidaria en la emisión de anuncios entre los contratantes, la agencia de publicidad, los productores y los medios de comunicación. Obliga a las estaciones de televisión a precautelar su contenido.

Por su parte el artículo 43 exige que la publicidad que se emite por los medios de comunicación nacionales debe ser producida por lo menos por el 80% de personal ecuatoriano.

El artículo 44 prohíbe la publicidad estatal en épocas de elecciones desde su convocatoria hasta la proclamación de resultados, salvo en el caso de emergencia de diferente índole.

El artículo 45 del proyecto, siguiendo el precedente de la Ley de Radiodifusión y Televisión regula los espacios, públicos y comunitarios gratuitos que están obligados a entregar los medios de comunicación para los servicios sociales, que no podrán exceder de 20 minutos al mes para las principales autoridades del Estado, pero que se puede incrementar en caso de emergencia nacional.

Otra de las obligaciones de los medios de comunicación privados es destinar una hora diaria de lunes a sábado, no acumulable, para programas oficiales de carácter educativo que fortalezcan valores democráticos, la promoción de derechos humanos, la prevención de sustancias estupefacientes, alcohol y cigarrillo.

Aunque no se lo ha especificado estas obligaciones, por su propia naturaleza solo rigen para los medios de comunicación electrónicos.

5.2.1 Consejo de Comunicación

El artículo 72 del proyecto crea el Consejo de Comunicación e Información, como un organismo público con personalidad jurídica y autonomía administrativa y financiera, que tiene como finalidad velar y contribuir al ejercicio de los derechos de la comunicación, y que en relación a la programación incluye:

- Realizar un seguimiento de las publicaciones y programación de todos los medios de comunicación del país.
- Auditar el tiraje o la sintonía de los medios de comunicación social, para transparentar los datos sobre la producción de estos medios.
- Resolver los asuntos y controversias puestas en su conocimiento por parte de la Defensoría del Público – organismo que también se crea en la ley para la defensa de los usuarios de los medios - o las personas u organizaciones interesadas, de conformidad con lo que establece esta ley.

Incluye también como organismo de vigilancia y control a las veedurías ciudadanas.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.- El espectro radioeléctrico es un bien inalienable, imprescriptible, inembargable e irrenunciable del Estado, cuya regulación y control le corresponde, torna dependiente a la radio y la televisión.

2.- La Ley de Telecomunicaciones como ley marco; la Ley de Radiodifusión y Televisión y los Tratados y Convenios Internacionales que ha suscrito el Ecuador, como estado miembro de las Naciones Unidas, regulan la instalación y funcionamiento de la radio y la televisión en el Ecuador y de los demás servicios de esta naturaleza, como la televisión por cable o la televisión satelital. Regulación que posibilita que su transmisión pueda ser recibida con claridad y sin interferencias. Normativa a la que debería de incluirse el derecho de los telespectadores a obtener una programación de calidad o que por lo menos esta posea cuotas de programación básica para que la televisión cumpla con sus objetivos.

Se han emitido normas regulatorias de la programación televisiva, pero su aplicación queda librada al criterio y buena voluntad de sus directivos. De modo que en la práctica se impone la autoregulación, que asimismo es subjetiva.

3.- Las estaciones de televisión se clasifican fundamentalmente en tres categorías: la privada o comercial, que se sustenta de la publicidad; la pública, financiada por el presupuesto del Estado; y la comunitaria, a cargo de las organizaciones comunales u otras organizaciones sociales, que están mantenidas con los fondos de estas entidades. La televisión que sirve al público en general es la que se denomina de señal abierta. En contraste existe la televisión de audio y video por suscripción, es decir la que se proporciona directamente a los abonados. La

programación de la televisión de señal abierta es impuesta a los telespectadores mientras que la programación de la televisión de audio y video por suscripción es elegida por los televidentes. Debería incorporarse a la legislación una norma que obligue a los concesionarios de frecuencia de señal abierta a presentar programación básica que sea diversa y que informe a los telespectadores sobre el género que va a ofrecerse, su información completa y los principios que la inspiran para que así las personas puedan autoprogramar sus preferencias.

4.- La televisión privada, por su propia naturaleza, debería tener una programación diversa, es decir que debería producir y emitir programas de carácter informativo, cultural, deportivo, religioso, etc, para poder abarcar a todos los segmentos de la población, puesto que de otro modo su sintonía sería muy limitada. Sin embargo las estaciones privadas ponen énfasis en programas de violencia, truculencia, sexo, telenovelas y otros que no están dirigidos a elevar la cultura y las buenas costumbres de la población. Debería prohibirse a las estaciones de televisión presentar géneros que tengan este contenido por más de cuatro horas continuadas.

5.- La televisión pública es un concepto y servicio que recién se ha abierto paso en el Ecuador y debe ser promocionada como un lugar de participación ciudadana y diversidad. Estas estaciones deben ser autónomas para que puedan obtener credibilidad y confianza por parte de los televidentes en su programación.

6.- La libertad de pensamiento es la matriz de la libertad de expresión, de prensa o de comunicación. Estas libertades son variaciones de un mismo derecho: el del ser humano a manifestarse libremente y a realizarse según sus convicciones.

La libertad de expresión es el género y la libertad de programación es la especie; la primera concierne a todos los medios de comunicación y a todas las formas de comunicación; la segunda exclusivamente a la radio y a la televisión, la libertad de programación es la garantía de los concesionarios para producir y transmitir sus programas, libertad que se ve mermada por el derecho de los televidentes a obtener una televisión de calidad, diversa y pluralista.

7.- Al margen de las limitaciones legales que existen sobre la programación como los derechos de los niños y adolescentes, la seguridad nacional del Estado y los derechos personalísimos, un canal de televisión no puede ser indiferente a las costumbres y a la moral prevaleciente en un momento dado en una sociedad. Pese a estas limitaciones, en el horario apto para todo público

los programas o escenas inconvenientes son inevitables, puesto que las estaciones de televisión promocionan otros géneros inadecuados para ese horario. Debería evitarse este tipo de publicidad y difundirla en el horario para público adulto.

8.- El derecho a la intimidad en el caso de personajes públicos que realizan actividades de esta naturaleza están limitados por el interés general y por el derecho de los ciudadanos de conocer cómo cumplen sus obligaciones. En el momento que entran en conflicto con el derecho a la información, el juez deberá ver la circunstancia del hecho; si se trata de información que la persona ha hecho pública se reduce su ámbito de protección, pero no se puede invadir con ese pretexto la intimidad de todo ser humano.

9.- La doctrina de la seguridad nacional o pública, o las leyes en esta materia, se traducen en limitaciones excepcionales a la libertad de programación de los medios de comunicación social, por la necesidad de esta medida, aunque no se discute su oportunidad. Esta decisión es propia de cada gobierno de turno.

10.- El derecho a la rectificación es la garantía que todos los televidentes tienen para replicar por cualquier tipo de información u opinión que perjudique su imagen, honor y buen nombre y solicitar su corrección, a la misma hora que ha sido realizada la difamación, pero como ya quedó anotado es necesario que se implemente un mecanismo para que los telespectadores puedan ejercer este derecho de forma rápida y sencilla. Esta situación afecta al funcionamiento de la estación sino solamente a los responsables de haber difundido el programa que causó el perjuicio.

11.- La publicidad es el medio de subsistencia de las estaciones de televisión de señal abierta privada, pero debe evitarse que interrumpa excesivamente la programación y señalarse un espacio máximo a ser utilizado, que podría ser de quince minutos antes y después de cada programa. Es necesario incluir en la ley un tiempo para la publicidad dentro de la programación para que los concesionarios los respeten. También orientar a los televidentes sobre las formas de manipulación que tienen la publicidad y cuáles son los estereotipos más comunes para formar espectadores críticos que no asimilen la programación mecánicamente. Implicaría que las estaciones de televisión ejerzan control sobre la publicidad que transmiten y no se limiten a reproducirla automáticamente porque los publicistas no reparan más que su

interés económico. Debe prohibirse la publicidad basada en criterios étnicos, sociales, culturales, etc; porque tienen efectos discriminatorios de corto o largo plazo sobre la población.

12.- La publicidad oficial debería de fomentar la participación ciudadana mediante la información de las obras que realiza el gobierno pero no convertirse en simple instrumento de propaganda de acciones o hechos irreales, peor aún en herramienta de ataque y defensa. La publicidad oficial debe ser confiable y ganar credibilidad en la sociedad, pero para lograr este efecto no puede estar interrumpiendo constantemente la programación, porque aquí reside uno de sus mayores defectos, puesto que se aduce que estos recursos públicos utilizados para su producción podrían ser destinados a finalidades sociales.

13.- El CONATEL se encarga de las competencias y atribuciones del CONARTEL y de los derechos y obligaciones de la extinta institución el SENATEL. No puede separarse de un organismo sus atribuciones, derechos y obligaciones, indistintamente, ya que ocasiona un descuido e ineficiencia de sus obligaciones y perjudica a los administrados porque vuelve al procedimiento administrativo engorroso.

El CONATEL es un organismo que está encargado de la regulación y control de varias instituciones como la telefonía celular y fija, internet, televisión y radio. No puede un organismo encargarse de controlar varias ramas de la telecomunicación distintas y que necesitan una atención independiente y especial. Debería crearse secretarías independientes que cumplan de manera eficiente la regulación y control de los medios.

Fue un error del gobierno la fusión del CONARTEL con el CONATEL porque lo que ocasionó fue la acumulación de asuntos en este último organismo que no puede despachar oportunamente.

El CONATEL para cumplir la función de regulación y control de la programación que antes cumplía el CONARTEL debería crear mecanismos internos que le permitan actuar con mayor eficacia y celeridad.

14.- La autorregulación a la que se refiere al Código de Ética de la Televisión no es efectiva porque depende del criterio y la voluntad de los concesionarios y a éstos lo que les interesa en muchos casos es el rating que pueden obtener para efectos de la contratación de publicidad.

15.- Las sanciones impuestas por el Reglamento General a la Ley de Radiodifusión y Televisión, respecto de la calidad de la programación deberían ser más enérgicas para evitar las violaciones que a diario se cometen en este sentido. Pese a esto la SUPERTEL ejecuta de manera eficaz las sanciones, pero estas suelen ser más técnicas que administrativas, toda vez que no se ha registrado denuncias por la calidad de la programación.

16.- Es notorio que el proyecto de Ley de Comunicación en materia de programación adolece de improvisaciones y que en el plano de los medios electrónicos es reiterativa y no se justifica. También es excesivamente reglamentaria y ello es demasiado riesgoso porque se trata de los derechos fundamentales que no deben quedar sujetos a la interpretación y aplicación del Ejecutivo por la connotación política que podría darles.

Debería implementarse en el proyecto de ley de comunicación cuotas mínimas de programación para que las estaciones privadas de televisión las tengan en cuenta en sus emisiones y pueda ser más diversa.

Un Consejo de Comunicación o Regulación como lo contempla el proyecto de ley que se tramita en la Asamblea Nacional es innecesario para los medios electrónicos de comunicación porque la Ley de Radiodifusión y Televisión tiene sus propios mecanismos de control.

17.- Al margen de la legislación que exista sobre la materia, los telespectadores están en capacidad de incidir y determinar la calidad de la programación porque, en última instancia, ellos son los soberanos para elegir los programas que a bien tengan y escuchar u atender los mensajes publicitarios que se difunden a través de la televisión. De la preferencia de los telespectadores depende que una estación de televisión tenga mayor acogida y capacidad para crecer y prevalecer en el medio social respectivo.

BIBLIOGRAFÍA.

Álava Ormaza Milton – “*40 años de Constitucionalismo*”. Editorial Voluntad. Quito. 2000.

Álava Ormaza Milton – “*Seguridad Nacional y Continental*”. Editorial El Tiempo. Quito. 1983.

Azurmendi Adarraga Ana – “*El Derecho a la Propia Imagen Su Identidad y Aproximación al Derecho a la Información*”. Editorial Civitas. Madrid. 1997.

Barroso Asenjo Porfirio – “*La Libertad de Expresión y sus Limitaciones Constitucionales*”. Editorial Fragua. Madrid. 1998.

Bastida Francisco José – “*La Libertad de Antena. El artículo 20 de la CE y el derecho a crear televisión*”. Editorial Ariel. Madrid. 1990.

Badeni Gregorio – “*Libertad de Prensa*”. Editorial Abeledo – Perrot. Buenos Aires. 1991.

Benedetti Jimeno Armando – “*La Televisión del Futuro. La nueva Ley de Televisión*”. Ministerio de Comunicaciones. Impresión: Lerner. Bogotá. 1995

Bernal Rodríguez Paola - “*El Régimen Jurídico de la Televisión en Colombia*”. Tesis Pontificia Universidad Javeriana – Facultad de Ciencias Jurídicas. Colombia. 1999.

Blazquez Niceto – “*Ética y Medios de Comunicación*”. Biblioteca de Autores Cristianos. Madrid. 1994.

Blumler Jay G. – “*Televisión e Interés Público*”. Bosch Casa Editorial, S.A. Madrid. 1993.

- Borja Rodrigo – “*Enciclopedia de la Política. Fondo de Cultura Económica*”. México. 1998.
- Carbonell Miguel - “*Derecho a la Información y Derechos Humanos*”. Editorial Porrúa. Instituto de Investigaciones Jurídicas. Madrid. 1995.
- Camacho Ordoñez Rafael – “*TV de Calidad: distinción y audiencia*”. Revista El Chasqui. Quito – Ecuador. 2007.
- Díaz Arias Rafael – “*La Libertad de Programación en Radiodifusión*”. Facultad de Derecho de la Universidad Complutense. Madrid. 2000.
- Durandin Guy – “*La mentira en la propaganda política y en la publicidad*”. Ediciones Paidós. Madrid. 1995.
- Escobar Roca Guillermo – “*Telecomunicaciones por Cable*”. Editorial La Ley. Madrid. 2000.
- Fuenzalida Valerio – “*La Televisión Pública en América Latina/ Reforma o Privatización*”. Fondo de Cultura Económica. México. 2000.
- Garcés Fabián – “*Ética en la Comunicación*”. Ediciones Culturales UNP, S.A. Quito-Ecuador. 1993.
- González Encinar José Juan – “*El Régimen Jurídico de la Televisión*”. Centro de Estudios Constitucionales. Taravilla. 1995.
- Gómez Gallardo Perla – “*Libertad de expresión: protección y responsabilidades*”. INTIYAN Ediciones Ciespal 2009. Ecuador
- Gordillo Inmaculada – “*La hipertelevisión: géneros y formatos*”. Intiyan – Ediciones Ciespal. Quito – Ecuador. 2009
- Jurado Vargas Romel – “*Reconstrucción de la demanda por el derecho humano a la comunicación*”. Intiyan – Ediciones Ciespal. Quito. 2009.
- Márquez Alurralde Maximiliano – “*Régimen Jurídico de las Comunicaciones*”. Editorial Depalma. 1986.
- Marcé Eric – “*En busca del Público*”. Editorial Gedisa. Madrid. 1997.

Macías Pinargote Fernando - “*La Primera Pantalla, Crónica del Nacimiento de la Televisión en el Ecuador*”. Universidad “Eloy Alfaro” - Manabí. Imprenta Gráfica Ramírez. Portoviejo. 2003.

Parada Vaca Orlando – “*Las Libertades de Expresión e Información Vs. Los Derechos al Honor, La Intimidad y la Propias Imagen*”. Editorial El País. Bolivia. 2006.

Pierini Alicia – “*Hábeas Data, Derecho a la Intimidad*”. Editorial Universidad. Buenos Aires. 1999.

Dirección General de las Familias y de la Infancia (MTAS) - “*Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios - Instituto Oficial de Radio y Televisión*”. Editores Miguel del Río Alvarez y Mariano Román Blas. Madrid. 2005.

Quintana Rafael – “*Televisión de Calidad*”. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación. Quito – Ecuador. 2007.

Richeri Giuseppe – “*La Transición de la Televisión*”. Bosch Casa Editorial, S.A. Madrid. 1995.

Rincón Omar – “*Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*”. Convenio Andrés Bello. Bogotá. 2009.

Rojas Franco Enrique – “*Régimen Jurídico de la Televisión*”. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. México. 2011.

Vallejo Víctor Hugo - “*Legislación de Medios en Colombia*”. Biblioteca Jurídica Dike. Bogotá. 1991

Villanueva Ernesto – “*Publicidad Oficial: Transparencia y Equidad*”. Editorial Jus, S.A. de C.V. 2009.

Villanueva Ernesto – “*Derecho de la Radio y la Televisión*”. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. México. 2003.

Zaffore Jorge – “*Información social: derecho y regulación*”. Editorial Depalma. Argentina. 1990

Zovatto G. Daniel – “*Los Estados de Excepción y los Derechos Humanos en América Latina*”. Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Editorial Jurídica Venezolana. Caracas / San José. 1990.

Leyes y Códigos

Constitución de la República del Ecuador – Registro Oficial 449: 20 –oct -2008.

Ley de Radiodifusión y Televisión – Corporación de Estudios y Publicaciones. 2008 – R.O 691:9- may-1995

Reglamento a la Ley de Radiodifusión y Televisión – Corporación de Estudios y Publicaciones. 2008 - R.O 864:17-ene- 1996

Ley Especial de Telecomunicaciones. – Corporación de Estudios y Publicaciones. 2008 – R.O 996:10-ago-1992.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor – Corporación de Estudios y Publicaciones. 2009 – R.O 116:10-jul-2000.

Código de la Niñez y Adolescencia - Registro Oficial: 737: 3 – ene - 2003

Proyecto de Ley de Comunicación - <http://www.asambleanacional.gov.ec>.

Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador – ACTVE. 2007.

Código de Ética Periodística del Ecuador – R.O 900:30-sep-1975.

Sentencia de la Corte Constitucional de 1 de octubre 2009. No. 0006 – 09 – SIC-CC-

Decreto No. 8. 13 de agosto de 2009 – R.O 10:24-ago-2009.

Webgrafía

www.ecuadortv.ec

www.juridicas.uman.mx

www.tribunalmmm.gob.mx/conferencias/EscJudVer2001/txt/ConfeDerCuathemoc.html

www.cntv.com

http://www.itu.int/dms_pubrec/itu-r/rec/v/R-REC-V.662-3-200005-I!!PDF-S.pdf

<http://www.bieec.epn.edu.ec:8180/dspace/bitstream/123456789/741/13/T10502CAP1.pdf>

<http://www.mmrree.gob.ec/ministerio/constitucion.asp>

<http://www.ieslasmusas.org/departamentos/geohisto/derechos1791.pdf>

<http://www.encuentrosmultidisciplinares.org/Revistan%C2%BA7/Declaraci%C3%B3n%20Universal%20Derechos%20Humanos%201.pdf>

http://www.revistacomhumanitas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=78%3Aevaluacion-de-la-programacion-de-la-television-ecuatoriana-segun-monitoreos-realizados-durante-los-ultimos-tres-anos&catid=40%3Aarticulos-1&Itemid=53

<http://www2.ohchr.org/spanish/law/ccpr.htm>

<http://www.un.org/es/documents/udhr/>

[www.andiarios.com/SENTENCIAS/Sentencias Corte./T-036-02.doc](http://www.andiarios.com/SENTENCIAS/Sentencias_Corte./T-036-02.doc)

http://www.cedhveracruz.org/ws_new/peques/derechos_ninio.pdf

<http://www.pgjdf.gob.mx/temas/4-6-1/fuentes/3-A-5-B.pdf>

<http://www.informacionpublica.gub.uy/sitio/descargas/declaraciones/principios-de-johanesburgo.pdf>

<http://www.varelaenred.com.ar/pacto.htm>.

[http://www.mem.gov.ve/repositorio/imagenes/file/normativas/leyes/Ley de reforma parcial de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Television.pdf](http://www.mem.gov.ve/repositorio/imagenes/file/normativas/leyes/Ley_de_reforma_parcial_de_la_Ley_de_Responsabilidad_Social_en_Radio_y_Television.pdf).

<http://www.participacionciudadana.org/pc10/>

<http://www.secom.gov.ec/>

ANEXOS

“Monitoreo de Medios correspondiente a la Información a la Publicidad Oficial”

Corporación Participación Ciudadana, según su propia definición, “es una organización no gubernamental ecuatoriana sin fines de lucro, no partidista y pluralista, legalmente constituida en julio del 2002 para brindar su aporte desde la sociedad civil al fortalecimiento de la democracia en el Ecuador. Está conformada por ciudadanos y ciudadanas que promueven la profundización de la democracia y la transparencia de las actividades públicas y procesos políticos”¹⁶².

Esta organización emite informes mensuales denominados “Monitoreo de Medios correspondiente a la Información a la Publicidad Oficial”.

El Centro de Monitoreo de Medios de la Corporación Participación hace un seguimiento las 24 horas del día, de lunes a domingo, tanto en Quito y Guayaquil, de nueve medios televisivos, entre ellos, Ecuavisa, Teleamazonas, RTS, RTU, Canal Uno, ETV Telerama, TC Televisión, GamaTV y Ecuador TV.

Las observaciones generales del centro durante el período febrero a diciembre del año 2010:

- Un total de 115 entidades públicas, 58 instituciones del Estado y 57 organismos seccionales han pautado publicidad en los canales de televisión abierta.
- El gasto del año 2010 en publicidad oficial fue de **USD 60'616.561,91**.

¹⁶² <http://www.participacionciudadana.org/pc10/>. Acceso 13 de julio de 2011.

- La institución pública que pautó más publicidad fue la Presidencia de la República con un monto de **USD 9,276,725.20**.
- De los 57 organismos seccionales que invirtieron en publicidad durante febrero y diciembre del 2010, el **Municipio de Guayaquil** aparece como el mayor pautaje con un gasto de **USD 3,210,167.07**.
- El informe se refiere también a la publicidad compartida, que es aquella en la cual se encuentran vinculadas varias instituciones del Estado como promotoras de una política pública; entre 64 campañas difundidas durante febrero y diciembre del 2010, la que ha registrado mayor gasto en este periodo es: **REACCIONA ECUADOR, EL MACHISMO ES VIOLENCIA**, con un monto de **USD 2, 696,512**.

Sobre el año 2011 la Corporación Participación Ciudadana ha realizado informes mensuales. A continuación se hace un breve resumen sobre su resultado:

Enero:

Las instituciones de la Función Ejecutiva que contrataron publicidad con las estaciones de televisión fueron:

- La Secretaria Nacional de Comunicación de la Presidencia de la República con un monto de **USD 1,368,392.80**.
- La Presidencia de la República con **USD 1,321,563.37**
- La CORTE CONSTITUCIONAL ha tenido un gasto de publicidad oficial de **USD 119,969.00**.
- Entre los organismos seccionales que pautaron mayor publicidad estuvo **El MUNICIPIO DE QUITO** con un gasto de **USD 411,006.15**.

En cuanto a publicidad compartida, la campaña que ha registrado mayor gasto en este período es: **CULTURA DE AHORRO** con un monto de **USD 85,406.80**.

Una peculiaridad que se dio en este mes fue la promoción personal de autoridades de los organismos de Régimen Seccional.

Febrero:

En este mes las instituciones estatales que pautaron fueron:

- La Presidencia de la República con un monto de **USD 750,173.99**.
- El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social con un monto de **USD 95,722.00**.
- El Municipio de Quito con un gasto de **USD 380,236.78**
- El gasto en publicidad compartida fue de **USD 20,100.00** con la campaña de **MEJORAMIENTO DE RIEGO PARCELARIO**.

En este mes se convocó a la Consulta Popular y fue transmitido un Spot promoviéndola con una duración de 29 segundos y en formato de banner con una duración de 10 segundos. “Esta publicidad, sin autorización fue difundida en el canal de televisión Ecuador TV durante las transmisiones del Sudamericano Sub20, desde el pasado 3 de febrero hasta el 14 del mismo mes; posteriormente el mismo spot fue transmitido en Gama TV, RTU, Telerama; Ecuavisa, Canal Uno, TC Televisión y RTS, pero fue retirado del aire a los pocos días de haber sido difundido”¹⁶³, porque se anticipaba a la campaña de la consulta.

¹⁶³ <http://www.participacionciudadana.org/pc10/>. Acceso 13 de julio de 2011.

Se dio el mismo fenómeno del mes anterior: la promoción personal de autoridades, de organismos del Régimen Seccional.

Marzo

Las instituciones públicas que pautaron publicidad oficial fueron:

- ✓ La Presidencia de la República con un monto de **USD 1',011,333.**
- ✓ El Municipio de Guayaquil aparece con un gasto de **USD 219,989.**
- ✓ En cuanto a publicidad compartida, la campaña que ha registrado mayor gasto en este período es: **FESTIVAL MÚSICA VIVA** que auspician varias entidades, tanto públicas como privadas, con un monto de **USD 23,085.**

Abril

Los mayores pautantes en este período fueron:

- ☛ El Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca, con un monto de **USD 968,492.98**
- ☛ El Municipio de Guayaquil con un gasto de **USD 505,982.70**
- ☛ En publicidad compartida, la campaña que ha registrado mayor gasto en este período es: **FIESTAS DE RIOBAMBA**, con un monto de **USD 64,189.00.**

CAMPAÑA ELECTORAL CONSULTA POPULAR 2011

“El Centro de Monitoreo registró 29 sujetos políticos calificados para pautar publicidad en medios por parte de la Autoridad Electoral, de ellos 10 difundieron publicidad por el SI y otros 19 lo hicieron por el NO, en los nueve canales de televisión nacional observados por este centro.

“Los sujetos políticos, que promovieron el SI como el NO, en la campaña electoral en televisión no privilegiaron los contenidos de las preguntas de la consulta, los anexos e implicaciones de las mismas, limitándose, en muchos casos a temas emotivos, alejándose del debate sustancial”¹⁶⁴.

Mayo

Los mayores pautantes en este período fueron:

- ☛ El Ministerio de Salud Pública con un monto de **USD 415.882,60**.
- ☛ El Municipio de Quito con un gasto de **USD 231,145.56**.
- ☛ Consejo Nacional Electoral con un gasto de **USD 216.016,30**
- ☛ Consejo de Participación Ciudadana con un total de **USD 125.623,00**
- ☛ Asamblea Nacional, con un monto de **USD 58.723,60**.

En publicidad compartida, la campaña que ha registrado mayor gasto en este período es: **SEGURIDAD, RESPONSABILIDAD DE TODOS**, con un monto de **USD 508,253.84**.

“El Centro de Monitoreo identificó dos spots que no registran autoría, el primero hace referencia a la Consulta Popular con el slogan **CON LA CONSULTA GANÓ LA PATRIA** con un gasto de **USD 626,364.57**, así como la campaña **“ECUADOR AMA LA VIDA”** con un monto de **USD 4,776.00”**.

“En el período observado, se identificó promoción personal de autoridades, de organismos del Régimen Seccional, en este caso se presenció publicidad de los **Alcaldes de los siguientes Municipios: LORETO, CAÑAR Y ATACAMES”**.

¹⁶⁴ <http://www.participacionciudadana.org/pc10/>. Acceso 13 de julio de 2011.

El informe que en estos valores no se ha reparado en los descuentos que las estaciones de televisión hacen en esta clase de publicidad.

El gasto que hace el gobierno en publicidad oficial, no electoral, debe ser proporcionado; es necesario que exista un control más estricto establecido por la ley, puesto que las regulaciones de la Ley de Radiodifusión y Televisión son insuficientes y se prestan a violaciones.

