



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ÉTICA Y TELEVISIÓN SENSACIONALISTA

PRESENTADA POR
TULIO ARÉVALO VAN OORDT

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2017



Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ÉTICA Y TELEVISIÓN SENSACIONALISTA

Trabajo de Suficiencia Profesional

Para obtener el título de Licenciado en Ciencias de Comunicación

**Presentado:
TULIO ARÉVALO VAN OORDT**

LIMA – PERÚ

2017

Agradecimiento

DIOS sabe cómo y cuándo hace las cosas, gracias a Él que puso en vida a Carla, mi esposa, quién con su amor, paciencia y generosidad, me impulsó e inspiró a realizar este trabajo.

A Camila, mi adorada hija, el encargo que DIOS me dio para amarla y enseñarle a ser mejor persona que yo.

Y a Beatriz, mi madre, pidiéndole perdón por la larga espera.

Dedicatoria

A DIOS

A Carla y a Camila

A Jorge y a Beatriz, mis padres ...

ÍNDICE

Introducción	5
Capítulo I	
Marco Teórico	10
Capítulo II	
Experiencia Profesional	32
Capítulo III	
Conclusiones	59
Capítulo IV	
Fuentes de Información	67

Capítulo V

Anexos 71

INTRODUCCIÓN

En la década de 1980 el periodismo peruano se vio de pronto frente a un fenómeno que cambiaría la manera de presentar la noticia. Por primera vez la prensa peruana tenía que enfrentar el dilema de cómo exponer, a su público, información en la que el protagonista era la, cada vez más creciente, ola de violencia que empezaba a azotar el país.

En aquellos años, los grupos terroristas de izquierda cometían los más atroces crímenes. Los mal llamados “juicios populares”, ponían en las primeras planas de los diarios y en las pantallas de televisión fotografías e imágenes de filas de cadáveres mutilados, paredes manchadas de sangre, policías y soldados mutilados por explosiones de trampas “caza bobos”, perros muertos colgados de los postes de luz en las ciudades, noticias sobre masacres de pueblos enteros en la sierra del país, coches bomba, ministros de gobierno asesinados junto a sus autos, y una larga lista de trágicos etcéteras. Sin quererlo, sin haberlo buscado, el periodismo sensacionalista se había metido en la prensa escrita y televisiva.

Las fotografías e imágenes mostradas eran lo más crudas y reales que se pueda imaginar. Y es que los periodistas no estaban acostumbrados a informar de hechos de violencia extrema. Había que autorregularse, que reformular la enseñanza del

periodismo, mientras en los medios de comunicación se formaban las primeras unidades de investigación encargadas de trabajar estos temas, al tiempo que se replanteaban las líneas editoriales.

La violencia social, se extendió a la política y las campañas electorales se convirtieron en verdaderas guerras, donde los adversarios se lanzaban toneladas de basura. El “todo vale” era la estrategia que llevaba al triunfo en las urnas. Y eso se veía, a todo color, en las pantallas de los televisores.

Un ejemplo, fue lo sucedido durante la campaña electoral de 1990, donde uno de los candidatos, el escritor Mario Vargas, fue víctima de los más bajos ataques de parte de sus adversarios políticos. Las imágenes más asquerosas y terroríficas eran propaladas en spots televisivos elaborados en su contra. La ética empezaba a perder valor, el sensacionalismo televisivo se apoderaba de la pantalla chica.

La primera vez que, como periodista, fui testigo de lo que podría considerarse falta de ética, fue en el 1994. Tenía yo 24 años en ese entonces y cursaba el VI ciclo de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Martín de Porres, y además ya ejercía como periodista en la desaparecida revista OIGA, dirigida por Francisco “Paco” Igartua.

Decía que era 1994 y aquella vez, durante la emisión de un programa periodístico en televisión, el entonces presidente Alberto Fujimori dio ante cámaras una exclusiva que demostraría el grado de penetración en la sociedad que habían alcanzado los grupos subversivos que desangraban al país, y que de alguna manera justificaban la estrategia antiterrorista del gobierno y la legislación aprobada al respecto en ese entonces. Una de esas normas era la Ley de Arrepentimiento, por la cual alguna persona que hubiera participado en acciones terroristas, se arrepentía y colabora con las autoridades para

dando toda la información que conocía. A cambio de ello el Estado le garantiza seguridad y anonimato a los arrepentidos.

Esa mañana de domingo, el presidente señalaba con nombre y apellido que uno de los terroristas arrepentidos era nada menos que el rector de la Universidad Nacional de Huánuco. Sin mayor investigación, sin haber comprobado la información brindada por el entonces mandatario, el programa en cuestión daba por cierta la noticia. El rector de una universidad pública, era un terrorista arrepentido.

Pero eso no era todo. Lo peor fue que ningún periodista de aquel programa fue capaz de decir que el mismísimo presidente violaba su propia ley al revelar la identidad de un arrepentido, que debía mantener en el anonimato para garantizar su seguridad. Más bien se sorprendían que hiciera sus actividades de manera normal y que no estuviera detenido. Sensacionalismo puro. Una primicia, una exclusiva, dada a conocer sin que se haya verificado y sin que se haya cuestionado la forma en la que se divulgó.

Fui uno de los pocos reporteros enviado a Huánuco (si no el único) a investigar el caso y encontrar las pruebas que condenaban al rector. Sin embargo la realidad era muy diferente. Si fue verdad que el rector era un arrepentido, pero no era un terrorista. Su culpa fue haber permitido que Sendero Luminoso actué en la universidad sin hacer algo para evitarlo. Ni siquiera puso una denuncia. Sobre el por qué no estaba detenido, la explicación era sencilla y estaba contemplada en la ley. Detenerlo era anunciar su situación, lo cual lo convertiría en blanco de posibles atentados contra su vida y más bien permitirle continuar con sus actividades diarias era parte de un sistema de protección, que incluía vigilancia a distancia.

Obviamente el programa de televisión que difundió la noticia debió hacer esto, enviar un equipo a Huánuco antes de emitir el informe. Sin duda una falta ética, que pocos cuestionamos en aquel entonces.

Por aquellos años, producto de la situación política y social que vivía el país, la televisión nacional fue utilizada como medio de manipulación social. Los programas más populares se convirtieron en caja de resonancia de casos intrascendentes, presentados con una fuerte dosis de morbo y vulgaridad. A mayores excesos en pantalla, mayor era la sintonía que estos generaban. Y al contrario de lo que muchos pensaban, que eran vistos solo por los sectores socioeconómicos más pauperizados de nuestra sociedad, era en las clases A y B donde alcanzaban mayores puntos de rating. Eran las ganas por conocer las miserias de los más pobres, lo que motivaba que cada día la gente se siente frente a su televisor.

Así se manipulaba a todo el país. Programas como los ‘reality shows’ de Laura Bozzo, o de espectáculos como el de Magaly Medina, eran los top de sintonía. Incluso periodistas, considerados serios, como Nicolás Lúcar, cayeron en los excesos de la televisión sensacionalista. Recordemos nomás cuando en el programa que conducía dio una información totalmente equivocada, en el año 2000, sobre el presidente Valentín Paniagua. En aquel programa se afirmó que el jefe del Gobierno de Transición había sido parte del grupo de políticos que recibió dinero de la corrupción.

Esa misma noche, antes que terminará el espacio televisivo, Paniagua llamó a Lúcar y lo encaró al aire, amenazándolo con una demanda por difundir una información falsa, una calumnia, que atentaba contra el honor y la reputación del presidente Paniagua. Un escándalo que provocó el alejamiento de Lúcar de la televisión y del país durante varios años.

Sin ética y con una fuerte dosis de sensacionalismo. Esa es la tendencia que sobrevivió en nuestra televisión y que terminó además influenciando el contenido de programas informativos. Sensacionalismo para vender y manipular. Sensacionalismo que ha creado estereotipos y formado ciudadanos sin ninguna clase de patrón previo, sin saber qué clase de ciudadano queremos formar en realidad.

Bajo esta premisa, la televisión peruana, como medio de comunicación, tiene efectos aterradores sobre la sociedad. Presenta personajes éxitos, que no tienen mérito alguno para serlo. Triunfa el que en pantalla demuestra no saber nada, reírse de eso y que tiene como único logro la buena presencia física.

Actualmente nuestra pantalla está llena de programas en los que abunda el sensacionalismo y la falta de ética. Incluso aquellos que se dicen serios e informativos, carecen de todo cuidado y prolijidad que debería tener un producto audiovisual de consumo masivo.

El objetivo de este trabajo es demostrar como la ausencia de ética ha hecho del sensacionalismo, una moneda corriente en la televisión, tanto en programas periodísticos, como de entretenimiento.

Capítulo I

MARCO TEÓRICO

Para los efectos del presente trabajo debemos entender claramente los conceptos de ética y de sensacionalismo. La ética es la obligación efectiva del ser humano que lo lleva a superarse a nivel personal, es el compromiso que cada uno adquiere consigo mismo para ser mejor persona. La ética lleva a las personas a tomar una decisión interna y libre acerca de lo que ellos consideran correcto y que no necesariamente acepta lo que otros piensan, dicen o hacen.

La ética estudia lo que es un acto moral, como se justifica racionalmente un sistema moral, y la manera en que se debe aplicar a nivel individual y a nivel colectivo. En la vida cotidiana, la ética constituye una reflexión sobre el hecho moral, es decir que busca las razones que justifican el adoptar un sistema moral u otro.

De este modo, una doctrina ética elabora y verifica afirmaciones o juicios determinados. Una sentencia ética, juicio moral o declaración normativa es una afirmación que contendrá términos tales como “bueno”, “malo”, “correcto”, “incorrecto”, “obligatorio”, “permitido”, etc., referidos a determinada acción, a una decisión o puede incluso contener las intenciones de quien actúa o decide algo.

Al emplearse sentencias éticas se está valorando moralmente a personas, situaciones o acciones. Los juicios morales se establecen por ejemplo cuando se dice: “ese hombre es malo”, “no se debe matar”, etc. En esas declaraciones aparecen términos como “malo”, “no se debe”, etc., que implican valoraciones de tipo moral.

La ética ha sido establecida como una ciencia normativa, pues se ocupa de las normas de la conducta humana, que la diferencia de las ciencias formales, como las matemáticas y la lógica, y de las ciencias empíricas, como la química y la física.

Por otro lado, la ética ha sido analizada filosóficamente desde tiempos antiguos. Aristóteles, por ejemplo, consideraba que el bien solo se obtiene desarrollando la propia esencia, con lo cual el hombre actualiza sus facultades racionales, en su búsqueda de la felicidad. Para Aristóteles los seres naturales tienden a cumplir la función que les es propia y están orientados a realizar completamente sus potencialidades. El bien, que es lo mismo que la perfección de un ser o la realización de las capacidades es cumplir su función propia, aquello que solo él puede realizar. Los seres humanos también están orientados a la realización plena de la función que les es propia. El problema suscitado entonces, es conocer cuál es la función propia del hombre. Y si hubiera más de una función propia del hombre, ¿cuál sería la más alta y perfecta de las que puede realizar el ser humano?

Aristóteles definió la búsqueda de la felicidad y el bien como la función propia del hombre. La vida feliz (plena) es la que permite realizar la actividad superior (contemplación), con una suficiente autonomía (bienes materiales, salud), y en compañía de un número significativo de amigos.

Pero, ¿qué es la felicidad y cómo se alcanza? Pues se alcanza actuando de forma correcta, y está en cierto modo marcada por las costumbres de la comunidad a la que se pertenece y se aprenden con la educación. Cuando se actúa de acuerdo a estas pautas, se vive bien y se es éticamente virtuoso.

Tiempo después, el filósofo Descartes sostuvo que el hombre posee una voluntad libre, por la cual es responsable ante Dios por su forma de vida. Esa voluntad libre debe hacer que el hombre encauce sus pasiones (admiración, amor, odio, pena, alegría, deseo, etc.) y dirigiéndolas hacia una vida recta.

Actualmente, la ética moderna está muy influida por el psicoanálisis de Sigmund Freud y sus seguidores, y el conductismo, basado en los descubrimientos del fisiólogo ruso Pávlov.

Si nos referimos a una empresa, como por ejemplo un Canal de Televisión, la ética se entiende como el modo correcto de actuar empresarialmente, de elaborar el contenido que se presenta al televidente de manera responsable, dejando de lado las pasiones para priorizar lo que más conviene socialmente y garantice el bienestar común, sin que haya necesidad que alguien desde afuera, o de manera externa, norme o dirija sus acciones.

Etimológicamente, la palabra ética proviene del vocablo griego *ethos*, término que significaba “morada”, “hogar”, “lugar donde se vive o habita”. Con el tiempo esta acepción terminó por evolucionar para señalar la “morada interior” de uno, el “carácter”, el peculiar “modo de ser” de cada uno, innato o adquirido y que mora en

nuestro interior, regulando nuestro comportamiento e inclinación hacia lo que es bueno o lo que es malo. Como ya lo hemos mencionado, una corriente clásica, determina que la ética tiene como objeto de estudio las acciones que el ser humano realiza de manera consciente y por propia decisión, y el juicio que puede emitir sobre dichos actos para determinar si son buenos o malos.

Para Fernando Savater (1993), “la ética puede ser definida como el arte de vivir, de saber vivir, es decir de tener la capacidad para discernir aquello que nos conviene (lo bueno) y lo que no nos conviene (lo malo) (p. 11)”. ¿Esto que implica? Pues, establecer, desde un punto de vista ético, una distinción entre bueno y malo, y si estos conceptos éticos de bien y mal son coincidentes con el bien y el mal en sí.

Estas ambigüedades se dan con mayor frecuencia en el terreno de las relaciones humanas. La mentira, por ejemplo, es algo malo, porque destruye la confianza en la palabra y provoca enemistad entre las personas. Y aquí surge el problema ético, sabiendo que mentir es malo, ¿es mejor decirle a un enfermo de cáncer incurable la verdad sobre su estado o lo engañamos para que pase sus últimas horas sin angustia? Definitivamente, la mentira es mala y no nos conviene. Sin embargo, no es lo único que nos produce una dicotomía. Provocar una pelea es algo inconveniente, pero ¿debemos dejar que violen o asalten delante de nosotros a una chica sin intervenir, para no meternos en problemas? Por lo demás, es sabido que al que siempre dice la verdad suelen cogerle antipatía, pues muchas veces la mentira se usa para justificar o excusar una mala acción; finalmente quien interviene para ayudar a una mujer agredida, es muy probable que regrese a casa con varios golpes y contusiones en la cara, en la cabeza y otras partes más del cuerpo. Así, lo malo parece resultar más o menos bueno y lo bueno tiene apariencia de malo. Sin embargo, pese a lo difícil que puede parecer saber vivir,

pues hay diversos criterios opuestos respecto a lo qué debemos hacer, lo malo es malo y lo bueno es bueno. Ético es llamar a las cosas por su nombre.

Saber vivir pues no resulta tan sencillo como parece. En matemáticas o geografía o economía hay sabios e ignorantes, pero todos están casi siempre de acuerdo en lo fundamental, en lo básico. En lo que respecta a vivir, es complicado ponerse de acuerdo. Una vida emocionante, por ejemplo, puede ser una dedicada a correr autos de fórmula uno, a deportes de aventura o a viajar de manera constante; mientras si se anhela una vida segura y tranquila, lo más arriesgado que podría hacerse sería ir a un estadio de fútbol. Algunos dirán que lo más noble es vivir para los demás y otro que es mejor conseguir que los demás vivan para uno. Para lo que cuenta es solo ganar dinero y acumular riqueza, pero otros opinan que el dinero sin salud, afecto, dominio propio, tiempo libre o amor no vale nada.

Los hombre, a diferencia de otros seres vivos, podemos elegir nuestra forma de vida. Optamos por lo que nos parece bueno, conveniente para nosotros, frente a lo malo e inconveniente. Y así como podemos elegir, podemos también equivocarnos, por lo que es prudente fijarse bien en lo que hacemos. Esa elección o arte de saber vivir, es lo que se llama ética.

La ética, además, tiene una estrecha relación con la moral. Están íntimamente ligadas una a la otra, tanto que ambos conceptos pueden ser confundidos. La diferencia entre las dos radica en que la ética tiene que ver con el interior de cada uno, se refiere a un conjunto de normas particulares, personales, mientras que la moral proviene del exterior, del ámbito social, y va hacia él.

De acuerdo con esta idea, la ética define lo que es un acto moral, medita sobre lo que es correcto o incorrecto en nuestra sociedad y en nuestra conducta, y la manera en que

se aplica un juicio valorativo de esos actos a nivel individual y social. En lo que atañe a la presente investigación y de acuerdo a los conceptos establecidos, podemos afirmar que la televisión, como ente particular, atraviesa por una crisis ética, caracterizada por la permisividad del ‘todo vale’: ‘todo vale’ para tener mayor teleaudiencia, ‘todo vale’ para tener mayores ingresos por publicidad, ‘todo vale’ para ser los primeros. De acuerdo a esto, así como se pueden emitir una sentencia ética contra una persona, también se puede hacer contra la televisión. Actualmente se puede establecer un juicio moral sobre un programa televisivo de cualquier género, calificándolo socialmente como malo, que no debe ser visto o emitido. La carencia total de valores morales en la televisión en su conjunto ha propiciado una situación de deterioro ético. Esta ausencia de valores éticos ha trastocado conceptos, que nos llevan a ser testigos de una programación televisiva que llama a lo malo, bueno; a lo escandaloso, entretenido; que da a lo vulgar, grotesco, banal, irrelevante, el carácter de interés nacional.

Esta situación del ‘todo vale’ ha convertido a la televisión en un rehén del rating y a quienes la dirigen en sus secuestradores:

... el público es víctima voluntaria de lo peor que se ofrece para leer, oír y ver en medios impresos, radiales y televisivos que explotan morbosamente las lacras sociales, la tragedia humana y lo que nunca debe exhibirse: la intimidad de las personas, la privacidad de las familias, el honor del ser humano y el drama, convertidos en espectáculo cruel... La intimidad es exclusividad del “yo” individual. Si se le sacude en público se destruye la intimidad, se comete un acto inmoral y hasta delito (Vignolo, 2003, p. 81)

En este panorama, el público televidente es el más perjudicado. No solo es expuesto a lo único que ofrece la televisión, un rehén del rating, sino que además se le muestra morbosamente un estilo de vida en el cual el éxito está medido por la falta de

conocimiento, la fama efímera, el escándalo armado, la polémica barata. Los ejemplos a seguir, no son testimonios imagen intachable, no son figuras públicas pulcras, sus carreras televisivas están cimentadas sobre el barro de la vulgaridad y la mediocridad. ¿Son acaso ejemplos a seguir los modelos protagonistas de reality shows? ¿Los cantantes y artistas que se victimizan cuando se les llama la atención por su estilo de vida licencioso y libertino, que pretenden ser imitados por nuestros hijos?

Debemos entender que toda comunicación tiene un efecto sobre el público. Si tomamos en cuenta otras realidades como la estadounidense, los efectos producidos por los medios de comunicación, y particularmente por la televisión, han contribuido a la formación de sus ciudadanos, han construido un tipo de ciudadano acorde a sus intereses como sociedad. En el caso peruano nuestra sociedad parece no definir qué tipo de ciudadano quisiera tener. En ese sentido, la programación televisiva está sujeta a su libre albedrío y es fácil de utilizar como herramienta de manipulación por los gobiernos de turno, que la emplean para crear distracciones entre la población. Esa práctica se hizo común en la década de 1990, cuando el gobierno de entonces dominaba a su antojo los medios de comunicación, para crear imágenes y conceptos equivocados en la población y orientar una corriente de opinión pública a su favor. En un artículo aparecido en la revista Oiga, en noviembre de 1994, se menciona que:

La noche del viernes 11 todos los noticiarios de la televisión informaron ampliamente de las actividades ‘oficiales’ del presidente Fujimori: se trataba esta vez, de la inauguración de tres planteles escolares ... y el sistema de agua y desagüe del cerro El Pino ... en el caso de los colegios no se trata de construcciones sino de remodelaciones y el añadido de aulas, y en lo que respecta al ‘sistema de agua y desagüe’ del cerro El Pino este sencillamente no existe ... (Oiga, 21 de noviembre 1994, p. 34 - 35)

Como se lee en el artículo en mención, los mensajes, el contenido televisivo era manipulado para engañar al público, poniendo en pantalla una realidad que no existía. Los periodistas poco o nada investigaban a la hora de propalar una información. La ética periodística había sido subastada, unas veces por presión y otras por conveniencia.

Así creció nuestra televisión a partir de 1990, con la llegada a la Presidencia de la República de Alberto Fujimori. En aquellos años el gobierno buscaba uniformizar el manejo de los medios de comunicación. Los modos para conseguirlo fueron desde el intento de controlar directamente las informaciones, hasta la compra de la línea editorial en un intento por eliminar la competencia entre ellos:

La venta de la línea editorial había sido puesta en evidencia en los famosos videos en los que se ve a Montesinos entregando fajos de dólares al dueño de Canal 5, Schutz, y a los Crousillat, padre e hijo ... No debe olvidarse la maniobra del gobierno para controlar Canal 2 en 1997, al retirársele a Baruch Ivcher la ciudadanía peruana y traspasar “legalmente” la propiedad a los hermanos Winter, accionistas minoritarios... (Gargurevich, 2012, p. 22)

La televisión heredada de Fujimori, era un medio desprestigiado, sin credibilidad, con programas de entretenimiento chabacanos y de mal gusto, en los que el escándalo barato y la vulgaridad se enseñoreaban, carente de ética. ¿Ha cambiado algo, en estos años, el contenido que vemos en nuestras pantallas? Pienso que no. Acostumbrados a recibir pagos bajo la mesa para presentar notas y entrevistas en los programas, con primicias armadas, con reporteros apurados por presentar sus informes y que escriben al caballazo y leen a la carrera, con programas sin presupuesto para producir, el contenido de nuestra televisión poco o nada ha cambiado. Simplemente ha pasado, haciéndole ascos a la ética, de lamer axilas con miel, a exhibir las miserias intelectuales de muchachos inflados con esteroides y muchachitas siliconeadas, que tienen como carta

de presentación infidelidades amorosas y peleas, personajes a quienes presenta como modelos a seguir. Una clara muestra de manipulación social y ausencia de ética, que tanto se utilizó en la década de 1990.

La investigadora norteamericana Katheleen Reardon, señala:

De lo expuesto en los capítulos anteriores se desprende la evidencia de que todas las formas de comunicación ejercen influencia sobre quiénes somos y sobre lo que deseamos ser, e incluso lo configuran. Pero las formas de comunicación que más nos invaden son los medios de comunicación de masas. Razón por la cual han sido blanco de muchas críticas, tanto merecidas como exageradas. La queja más generalizada es que estos medios no reflejan con exactitud nuestras vidas, que degradan el gusto de las masas y que estimulan a la gente a hacer cosas que de otro modo no tomarían en consideración. (Reardon, 1983, p. 205)

Y de todos los medios de comunicación masiva el que mayor influencia negativa ejerce es la televisión. En una sociedad como la nuestra, donde prima la inmediatez, donde los valores de respeto ciudadano no tienen significado alguno y el bullying social se práctica como deporte, la televisión se convierte en una poderosa herramienta de persuasión y manipulación.

Si a todo esto le sumamos que el trabajar, para que las empresas televisivas o productoras de programas de televisión consigan efectos positivos inmediatos, una falta de interés ético, los resultados de lo que se ve en pantallas es lamentable. Salvo algunas excepciones.

A diferencia de nuestra sociedad, y otras sociedades latinoamericanas, la televisión, en particular, y los medios de comunicación en general, han contribuido en gran parte a la formación del tipo de ciudadano que requerían distintas naciones. Estados Unidos por

ejemplo ha sabido utilizar muy bien la oportunidad que le daban el desarrollo de los medios de comunicación, la prensa escrita primero y el cine y la televisión después, para construir un modelo social de acuerdo a sus intereses:

Nuestros fundadores construyeron un nuevo orden sobre tradiciones intelectuales específicamente europeas. Nuestros inmigrantes se incorporaron a una cultura colonizadora, anglosajona y protestante, que exigía la asimilación a sus normas. Nuestra crisis de la casa dividida fue una guerra civil cristiana. Nuestro gran drama nacional fue una expansión hacia el oeste que conquistó a una población indígena en lugar de coexistir con ella. (Douthat, 2017, p. 2)

Como lo cuenta Douthat, la élite estadounidense tuvo claro siempre el tipo de sociedad, y por ende, el modelo de ciudadano que requería para ese tipo de sociedad. Esa construcción fue apuntalada por los medios de comunicación social, en especial por la televisión y el cine, utilizados como instrumentos de manipulación para la formación de una cultura nacional, de una historia, de unos héroes, donde no los había:

Debe recordarse que, con pocas excepciones históricas, el carácter específico de una nación se ha forjado siempre mediante la asimilación de algunas influencias externas. La identidad cultural no se enriquece por el rechazo, sino por una disposición a compartir, y los comunicadores y educadores deberían cuidarse de no imbuir actitudes chauvinistas en un entusiasmo mal concebido por la identidad cultural.

En virtud de que la comunicación es tanto una parte de la cultura como una influencia sobre ella, los sistemas de comunicación pueden ayudar a promover una cultura nacional dinámica si integran los modos tradicionales y los medios masivos. (MacBride, 1993, p. 140)

Distinta ha sido la situación en nuestro país, y otras realidades, como lo mencionáramos líneas arriba, en que los medios de comunicación son utilizados como instrumentos de manipulación y distracción de acuerdo a la coyuntura social. Para eso son utilizados los programas de televisión, como medios de entretenimiento y para direccionar la opinión pública, cuando no para introducir conductas y patrones foráneos que distorsionan la identidad cultural nacional.

A la ausencia de ética en la televisión hay que sumarle el sensacionalismo. Al igual que la falta de ética, el sensacionalismo empezó a presentarse en la televisión en la década de 1990. El sensacionalismo como práctica periodística apareció primero ligado a la prensa escrita, en los Estados Unidos, a fines del siglo XIX y principios del siglo XX. En la actualidad está presente en todos los medios de comunicación, ya sea prensa escrita, radio o televisión.

El sensacionalismo se caracteriza por difundir información polémica, escandalosa, que llame mucho la atención, en perjuicio de la difusión de temas o asuntos objetivamente más importantes:

El sensacionalismo ha traspasado la frontera, instalándose tanto en la prensa seria como en la televisión y la radio. Contra lo que se suele pensar los lectores de esta prensa no son siempre los menos instruidos, ni los miembros de las clases sociales más bajas. Entonces, no siempre estamos frente a un lector de poca instrucción, ni desvinculado de la agenda política, no estamos frente al paradigma de la marginalidad, según el cual esta prensa se ocupa de los márgenes de la sociedad. También esta prensa resalta y apela a dimensiones que los otros diarios no se proponen, la función lúdica predominante. Ellos no tienen competencia en los diarios tradicionales que encasillan el entretenimiento a las secciones de humor y

misceláneas. Por su parte los lectores de estos diarios se articulan en torno a algunos factores:

- El gusto por el entretenimiento extremo por encima de la veracidad.
- Por los enfoques trasgresores, es decir, sin reparar en aspectos éticos, morales o de valores (de allí el gusto o la tolerancia frente a la crónica roja, el uso del cuerpo de la mujer como objeto y la escasa preocupación por la estricta veracidad de los hechos).
- Por la búsqueda de “horizontalidad social”, es decir de espacios, rostros y lenguajes similares a los suyos.
- Y finalmente la preferencia por las narrativas de acción en desmedro de una actitud más analítica. (Berti, 2010, p. 44)

El término sensacionalismo, generalmente usado de manera peyorativa, es aplicable a todos los medios de comunicación (especialmente la prensa escrita, la radio y la televisión), vinculados a noticias de escasa trascendencia informativa, pero que despiertan gran interés entre el público, como la vida privada de personajes famosos, no siempre veraz.

Es por este motivo que en los medios de comunicación sensacionalistas, carezcan de credibilidad y tiendan a verter repetidamente información falsa o dañina. Los objetivos de los programas de televisión sensacionalistas son espurios y tienen las mismas características que en el periodismo escrito: la obtención a toda costa de mayor repercusión (teleaudiencia o tirada), y por tanto mayores beneficios económicos, o la manipulación de la opinión pública (con un determinado propósito: empresarial, político, social o ideológico).

En esto tienen un lugar expectante, los textos que acompañan a las imágenes, la parte narrativa. Ella permite armonizar la narración entre lo que sucede, lo que se cree y lo que se hace.

El papel de las narraciones no solo consiste en presentar “un mundo”; sino además en mostrar una manera de significarlo; en otorgar sentido y dirección al actuar humano. Los medios de comunicación y sus operadores introducen orden al dar cuenta de lo que sucede en la realidad, y así cumplen con su función mediadora. Este orden – según lo descubre Manuel Martín Serrano – implica una visión del mundo: visión regida por las necesidades de conservación del sistema social y mediada por las coerciones lógicas de la narración. [49 – 50] (Serrano, 2011, p. 49 - 50)

En cuanto a la forma, el diseño visual sensacionalista utiliza imágenes escandalosas, locución exagerada, a menudo usada para describir situaciones poco claras. Las imágenes sensacionalista usadas en televisión están vinculadas al ámbito de la vida privada y la discusión en torno a ellas es ‘si es o no ético utilizarlas’, pues en la mayoría de los casos no pueden corroborar lo que se dice en la locución.

Es común que en los medios de comunicación que practican el sensacionalismo, en particular en la televisión, se tienda a verter repetida y rápidamente información falsa, sin ninguna verificación, con tal de obtener mayor teleaudiencia, en la cual la inmediatez hace que la confirmación y contraste de fuentes sea escasa o nula. Mientras mayor sea el escándalo, mayor es la atención que se obtiene, por tanto mayor es el beneficio económico. La noticia, la información, termina siendo manipulada, distorsionada, sin que el público consumidor de ella se de cuenta o haga algo en concreto por detener ese tipo de noticias. Si bien alza su voz de protesta, esa acción, la mayoría de las veces queda solo en eso, pues igual sigue consumiendo los mismos programas y noticias que lo ofenden, manipulan y distorsionan la opinión que se forma

sobre diversos temas. A pesar que los peruanos identifican a la televisión como el medio de comunicación más sensacionalista, y socialmente más pernicioso, no dejan de consumir sus programas y soñar con igualar a sus paradigmas, a quienes ven como modelos a seguir.

Ya décadas atrás, Corner (1979) sostenía que “la comunicación de masas es un sistema que transmite mensajes a individuos (en el caso de la televisión a televidentes) que negocian su significado dentro de un complejo de relaciones sociales e interpersonales” (p. 30). Es lo que los científicos sociales llaman la “paradoja” entre el modo de recepción, que generalmente en nuestra sociedad es individualizado, de los medios de comunicación de masas, la televisión entre ellos, y su producción.

De acuerdo a esto, la teleaudiencia peruana estaría conformada por individuos que negocian el significado de los mensajes, de programas que no tendrían un motivo claro para comunicar un mensaje, por lo que no contribuyen a formar ciudadanos. Sin embargo, como vemos a diario en nuestras pantallas, la falta de una respuesta al mensaje televisivo, por parte del público, no significa que no se ejerza ninguna influencia. Y por supuesto que ejerce influencia, cuando vemos a cientos de jóvenes adolescentes esperando fuera de los canales de televisión por sus mediáticas estrellas de cuestionado éxito, exhibiendo un alto grado de agresividad en defensa de sus “ídolos”, una situación descrita por Watt y Krull (1976) durante una investigación sobre el comportamiento de los televidentes, precisando en su trabajo que se podría predecir con exactitud los niveles de agresividad de los adolescentes mediante la sola consideración de los programas que ven (p. 107). De acuerdo a esto podría decirse que la televisión es un medio tendencioso.

Pero, ¿esta ausencia de ética y abuso de sensacionalismo en nuestras pantallas es solo culpa de la televisión, de su contenido escaso de un mensaje sustantivo y

constructivo, de la poca calidad de la producción de programas, de no tener un estilo claro de hacer televisión, de no contribuir a la construcción y formación de un modelo de ciudadano conforme a nuestras expectativas como sociedad? Pues no. El público también ha hecho su parte, pues las deficiencias de la televisión y los demás medios masivos de comunicación, están en función a las deficiencias del público que los consume. Así, aunque sea verdad que los medios de comunicación, especialmente la televisión, pueden mejorar desde un punto de vista de estilo y contenido, respondiendo a las necesidades de la sociedad a la que sirven, cabe recordar que son empresas lucrativas que venden lo que el pueblo quiere. Desde esta perspectiva se puede determinar que la televisión es solo la mitad del problema. El público que la ve es la otra mitad.

Pero aun eso es cierto, también es verdad que la concepción predominante sigue siendo la de que el televidente es una víctima del sensacionalismo. Su actitud mental pasiva no los predispone a buscar una salida, como, por ejemplo, cambiar de canal o que los padres ejerzan algún control sobre la relación de sus hijos con la televisión.

Pero los problemas de los medios de comunicación con su público no solo se centran en su contenido.

Los problemas de la comunicación se agudizan por el hecho de que, aunque han disminuido los costos unitarios de muchos productos, han aumentado las inversiones necesarias para producirlos. Por esta razón, los países ricos en capital tienen una ventaja intrínseca para la preparación del futuro. Es evidente la conexión entre los problemas de la comunicación y el nuevo orden económico internacional: los cambios requeridos en ambas esferas forman parte del mismo proceso necesario para la generación de una división internacional del trabajo más equitativa y justa. (MacBride,1993, p. 51)

El nuevo orden económico del que hablaba MacBride a finales de los años 70, cuando elaboró su informe para la Unesco, era la globalización, fenómeno no solo económico, sino también social, industrial y tecnológico, que ha borrado las fronteras empresariales en el mundo, contribuyendo a un cambio drástico en la comunicación de los medios masivos, especialmente de la televisión.

El escenario de la comunicación se ha alterado drásticamente en el curso de unos cuantos decenios, debido a la expansión de los medios masivos y los grandes avances tecnológicos tales como las computadoras y los satélites. Lo que era antes el coto cerrado de empresarios individuales se ha convertido ahora en una industria gigantesca con ramificaciones internacionales. Aunque los países de todo el mundo se han beneficiado de este desarrollo sin precedentes, incluso la breve reseña de tendencias básicas y de hechos y cifras pertinentes presentada aquí, indica que la mayor parte de la población del mundo está todavía lejos de compartir plenamente el auge de la comunicación. (MacBride, 1993, p. 69)

Como se indica en las dos citas anteriores, el auge de la comunicación ha implicado también un incremento en los costos de los procesos productivos, especialmente en aquellos medios de carácter electrónico y que utilizan y dependen profusamente de la tecnología. Esto ha afectado principalmente a la televisión. En nuestro país, una de las formas que encontró la televisión para recuperar rápidamente la inversión realizada en compra de equipos y producción de programas ha sido realizar contenido de escasa calidad, priorizando el sensacionalismo como medio para ganar dinero por venta de publicidad. El sensacionalismo, con el morbo y escándalo como características, se ha convertido en la manera más fácil que tiene la televisión peruana para recuperar su inversión. Sensacionalismo como garantía de rating, de altos índices de teleaudiencia.

Uno de los problemas que contribuye a la falta de ética y al exceso de sensacionalismo en la televisión, lo da el principio de libre acceso a la información. Aunque parezca contradictorio, el libre acceso ha generado un desequilibrio conocido como ‘corriente en un solo sentido’. Como lo indica MacBride (1993) en su informe para la Unesco, “la información fluye en un solo sentido: a nivel nacional, de arriba hacia el público, y a nivel internacional fluye de quienes tienen mayores medios tecnológicos hacia quienes tienen menos” (p. 123). De esta manera se asegura el control social, se genera corriente de opinión, se manipula a las masas, a quienes no se les da opciones críticas, pero se les dice que las tienen.

Tal vez uno de los factores que contribuye al sensacionalismo en la televisión es que lo visto en pantalla, el contenido de un programa, no es neutral, refleja las percepciones culturales de la sociedad o del segmento social al que está dirigido el programa.

Si tomamos en cuenta la definición de noticia, citada en el informe MacBride, entenderemos que la distorsión de ese concepto fomenta también la falta de ética y el sensacionalismo en televisión. En el informe en mención se afirma que:

Tradicionalmente, se incluyen los elementos siguientes en toda definición de las noticias: las noticias deben circular rápidamente después del suceso, tener interés general, proveer información que no se ha dado antes y que puede ser útil para tomar decisiones, y representar un alejamiento de la pauta ordinaria de la vida. (MacBride, 1993, p. 135)

Como vemos en nuestra televisión, ya se ha hecho común que ese concepto sobre noticia no esté presente en los programas periodísticos más populares. Desde fines de la década del 90 del siglo pasado, los programas dedicados al mundo de la farándula y el espectáculo se han convertido en los más populares. En ellos el concepto de noticia está

muy lejano al que describieran MacBride y sus colaboradores. El concepto de noticia que manejan los programas dedicados al espectáculo y la farándula, está más cercano al sensacionalismo, al morbo, a conocer la vida íntima y privada de las personas, aunque quienes los producen y conducen lo nieguen y se ofendan. Para ellos, eso es entretenimiento.

Estos mismos programas, que los hay en diversos países, según Gordon (1996) “no tienen derecho a invadir la privacidad de las personas para obtener información, ni de obligar a una persona a declarar. No tienen derecho a tomar por asalto una casa o una empresa privada con equipos de grabación (cámaras y micrófonos)” (p. 38). Un comportamiento abusivo, no de los medios en sí, más si de los programas de televisión.

Sin embargo, creen que por tener una identificación que los acredita como prensa tienen carta blanca para atropellar el derecho privado. Por otro lado, la información que se da en estos programas, las noticias que ofrecen a sus televidentes, dista mucho de ser útil para tomar decisiones y mucho menos son de real interés. Aquí cabría preguntarse si lo que muestran en pantalla estos programas es realmente información, si cumplen con estándares éticos mínimos para ser puestos al aire.

Recordemos que la ética es una norma moral de conducta. Es una disciplina para la vida —o una disciplina de la razón—. Afina el comportamiento de la persona, del periodista como tal respecto a los demás, al público culto o ignaro. Ética en cuanto tiene su base en la libertad, único hecho —y garantía— de responsabilidad humana y, por ende, de responsabilidad profesional. La ética es una norma moral que orienta, encauza el trabajo periodístico dentro de los límites que el derecho natural pone a la libertad de prensa, como a todas las libertades. (Vignolo, 2003, p. 81)

Sin esta garantía que nos da la ética, es fácil caer en el sensacionalismo. Sin ética nadie se hace responsable por lo que dice, hace, o muestra en televisión. Cuantas veces escuchamos decir, para justificar algún exceso visual o verbal en pantalla, ‘es mi opinión’, ‘hay libertad de opinión y puedo opinar lo que quiera’. Sí, por supuesto, pero con responsabilidad, no buscando únicamente el beneficio inmediato, no para disculpar un todo vale. Informar responsablemente para evitar el sensacionalismo, el morbo, el chisme barato.

La responsabilidad ética para informar, evita que la noticia se distorsione, que se busque únicamente aquello que vende, que llama la atención, sin importar si se afecta o no la integridad emocional de las personas. Dicho de otro modo, la noticia en este tipo de programas se distorsiona:

En términos estrictos, la distorsión ocurre cuando los hechos son incorrectos o falsos, o cuando están sesgados porque el periodista ha usado adjetivos y estereotipos despectivos. Pero hay también otras formas de distorsión. Entre ellas se encuentran las siguientes: destacar sucesos carentes de importancia real, agrupar hechos aleatorios en un todo aparentemente coherente, y presentar los hechos en forma tal que se provoca una interpretación errada o se da lugar a abrir dudas y temores infundados o exagerados.

Dado que no existe la objetividad absoluta, no resulta fácil medir la corrección de la información. Es más bien la percepción de la persona responsable de decidir lo que es noticia y cómo deberá presentarse lo que forma para el lector u oyente la imagen – brillante, oscura o desfigurada- de lo que está ocurriendo. (MacBride, 1993, p. 137)

De acuerdo a esto, la información puede alterarse deliberadamente. La noticia es distorsionada sabiendo que se trabaja con información equivocada, exagerada, sacando

de contexto los sucesos. ¿La consecuencia de estas acciones? Pues las vemos en pantalla todos los días programas informativos y de entretenimiento realizados sin ética, totalmente sensacionalistas.

Esa distorsión manipuladora que señaláramos al citar parte de un artículo de la revista Oiga, en páginas anteriores, se dio y fortaleció durante la década de 1990. Las líneas editoriales, especialmente de los canales de televisión, fueron compradas por el régimen de Alberto Fujimori, para controlar el contenido de los programas que emitían, su pauta y su estructura. Ello trajo como consecuencia que, una vez se acabará con ese gobierno, se mirara con recelo a los medios de comunicación, que por proteger sus intereses económicos, aceptaron alquilarse, ser controlados por dicho gobierno. En su afán de poner orden los nuevos gobiernos dieron una serie de normas legales (como la Ley de Radio y Televisión), e incluso, quienes regentaban el poder, intentaron comprar alguna empresa televisiva, como inversión para su vejez, por un lado, y como medio de presión política por otro.

La explosiva versión del ex presidente de Panamericana TV Pedro Arbulú ante la Comisión de Fiscalización del Congreso, sobre las negociaciones con el presidente Alejandro Toledo alrededor del futuro de este importante medio de comunicación, es un asunto muy delicado y de la mayor relevancia. Palacio de Gobierno, por su parte, califica esta declaración de “maniobra psicosocial” de la mafia. Lamentablemente, ambas versiones podrían estar en lo correcto.

Por un lado, no hay duda de la relación del corrupto aprendiz de broadcaster Ernesto Schültz Landazuri con la mafia, registrada a través del del video en el que recibe millones de dólares por la vergonzosa venta del contenido periodístico del Canal 5, para servir a los fines delincuenciales del fujimontesinismo. (Álvarez, 2010, p. 99)

Luego de ese oscuro decenio de 1990, la ambición por controlar los medios de comunicación, con el pretexto de una limpieza política, nos llevó, a todos los peruanos, a ser testigos de situaciones como las que mencionamos en la cita anterior. Tal vez los nuevos gobernantes del Perú, que en realidad eran y son los mismos que han gobernado siempre, querían también su canal de televisión, radio, etc., que les haga el favor de tapar, mediáticamente, sus errores políticos. Un viejo dicho latino dice que al pueblo hay que darle pan y circo; pan y circo para que no vea los problemas del gobierno. Esto se consigue actualmente con la televisión.

La televisión como medio de comunicación tiene un efecto en la sociedad. Pero por los programas que vemos actualmente, por el contenido de la programación de los canales de televisión, y por la recepción de los mensajes por parte de los televidentes, la reacción de los diversos públicos frente a lo que se les ofrece en pantalla, está teniendo efectos aterradores, al poner como ejemplos a seguir la infidelidad, la ignorancia cultural, el culto a la imagen, la homosexualidad, la frivolidad, la ausencia de valores morales, la agresividad, la violencia, la intolerancia, el engaño. Así, un programa de televisión, que es exhibido en diferentes ciudades, pueblos, comunidades, puede llevar el mismo contenido a estos lugares, homogeneizando el mensaje que transmite.

Otro fenómeno a tomar en cuenta es en manos de quienes está el control de los medios de comunicación, en especial la televisión. Como lo señalara Francisco Igartua, en una entrevista que se le realizara en el año 2000, son empresarios y no periodistas quienes tienen en sus manos el control y manejo de los medios.

– En realidad, la prensa no ha actuado como prensa. En los periódicos, en los medios de difusión de los últimos años, los periodistas ya no actúan como periodistas, sino simplemente como máquinas que obedecen órdenes.

– **Hay falta de criterio.**

– La mayor parte de los periodistas no tienen opinión propia, claro que hay excepciones muy notorias. Por lo general, los periodistas están actuando de acuerdo a las instrucciones que les da no necesariamente un periodista, porque ahora casi todos los que manejan los órganos de prensa ya no son periodistas, sino hombres de negocios que tienen entendimientos de tipo comercial con el Estado, con el gobierno, de tal manera que eso ya no es periodismo. Estos señores tienen un periódico o una radio o una emisora de televisión como si tuvieran una fábrica de salchichas. Para ellos las noticias son zapatos o medias o camisetas que se venden. Son esas personas las que en realidad están dictando el periodismo, las que hacen los periódicos, las que dictan la manera de hacer periodismo. Eso no puede ser. (Barraza y Valenzuela, 2010, p. 131 - 132)

Esto que señala Igartua, en aquella entrevista, describía una situación que se ha prolongado hasta hoy. El alto costo de la publicidad convertía a los medios de comunicación, en especial a aquellos de mayor prestigio, en ‘negocios’ muy rentables. Fuera del aspecto comercial, el poseer un medio de comunicación siempre ha otorgado influencia política (eso se puede constatar al revisar la historia del periodismo norteamericano). Esa combinación de influencia comercial y política ha seducido a los empresarios, que han puesto por delante sus intereses personales por encima de la ética de los medios. Así, el sensacionalismo llega solo como modo de generar ventas, que son consecuencia de programas con altos niveles de sintonía.

Capítulo II

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Mi andar periodístico empezó en 1994. Han pasado 22 años y en este tiempo he trabajado tanto en prensa escrita, como en televisión, radio y páginas webs. Esos años en que me iniciaba en esta fascinante y sacrificada profesión, en esta tarea de ser comunicador social, fueron, a mi entender, los que marcaron el punto de quiebre en nuestra televisión. El afán del gobierno de entonces, encabezado por el ex presidente Alberto Fujimori (hoy preso por delitos de corrupción y violación de derechos humanos), por hacerse del control de los principales medios de comunicación, para completar la estructura de poder que le permitiese establecer un régimen de gobierno de largo aliento, convirtió a la televisión nacional en lo que es hoy en día: un medio de comunicación cuestionado, dedicado al culto del escándalo y la polémica; donde la ignorancia es sinónimo de éxito y modelo a seguir; donde la noticia no se confronta y se

presenta tal cual, sin el menor análisis; un medio en el que todo vale, a toda hora. La televisión a partir de esa oscura década de los 90, del siglo XX, se convirtió en una industria de lo morboso, al servicio de la manipulación social.

La primera vez que fui testigo de la falta de ética y uso del sensacionalismo en la televisión, fue durante la campaña electoral de 1990, como lo mencionáramos en la introducción del presente trabajo. Era el final del primer gobierno de Alán García y todo, absolutamente todo, era válido para evitar que el escritor Mario Vargas, candidato opositor por el FREDEMO, se convierta en Presidente de la República.

Y digo que todo era válido, porque lo que se vio en televisión durante los meses que duró esa campaña fue algo nunca antes visto en algún medio de comunicación. Con el país al borde del descalabro social y económico, se inició una campaña sensacionalista y carente de toda ética, para infundir temor en el electorado. El objetivo era conseguir, a como de lugar, que el escritor, entonces favorito en las encuestas, saliera elegido Presidente de la República. Fue una campaña llena de rumores, mentiras, plagada de spots con imágenes apocalípticas. Una campaña sucia, con muy bajo nivel de calidad informativa, que presagiaba en lo que se convertiría nuestra televisión años después y como sería utilizada para manipular y controlar socialmente a los peruanos. Lo que fue peor fue la posición de los dueños de los canales de televisión que permitieron esa propaganda política para llenar sus pautas publicitarias y sus cuentas corrientes.

Desde el inicio de mi carrera periodística me topé con innumerables ejemplos de falta de ética profesional, tanto en televisión como en prensa escrita y radial. En la televisión, que es el tema que nos ocupa en el presente trabajo de investigación, y que además es considerado el medio más cuestionado, la ausencia de ética en algunas informaciones es notoria y pocos, por no decir nadie, parecen darse cuenta. Es así que en estos días nos topamos, al ver programas informativos, con notas mal redactadas,

mal leídas, con transmisiones vía microondas en las que los reporteros están mal enterados en algunos casos, en otros, por parecer graciosos, se burlan del trabajo de la gente, ni se interesan por si lo que dicen es lo correcto o no, mientras los comentarios críticos no aportan nada nuevo ni absuelven las interrogantes de los televidentes.

Tal como lo mencioné brevemente en la introducción y en el capítulo anterior, me tocó vivir casos en los que la ética, que debe encabezar la rigurosidad del trabajo periodístico, verificando la información y contrastando fuentes, estuvo ausente. El primer episodio del que fui testigo sucedió en 1994. Ese año empecé a trabajar como reportero y redactor en la desaparecida revista Oiga, que se constituyó en uno de los semanarios de actualidad y análisis político más importantes del país.

Esta revista salía a la venta los días lunes, y en sus páginas aparecieron las firmas de periodistas y escritores como Francisco Igartua, su director y fundador, Jesús Reyes Muñante, Pedro Planas, Francisco Belaunde, Alfredo Bryce Echenique, Mario Vargas, César Campos, Gerardo Barraza, Martín Belaúnde, Alfonso Bermúdez, Javier Monroy, Alfredo Barnechea, Fernando de Szyszlo, Juan Mariategui, Federico Salazar, Carlos Spa, César Hildebrandt, Miguel Ramírez, Willy Dextre, Rossana López, etc. Con muchos de ellos tuve la oportunidad de coincidir en la redacción de la calle Pedro Venturo, primero, y luego la última del Paseo Parodi, en la cual la publicación se despidió de sus lectores.

Años después del cierre de la revista, Igartua vendió la marca. Un grupo de empresarios lo convenció y pactó con el experimentado periodista en un precio por la marca y el logotipo. Grande sería la sorpresa de ‘Don Paco’ (como le decíamos con cariño los que trabajamos alguna vez con él) en la notaria cuando al momento de leer el documento de venta el monto que figuraba era menor que el pactado. Aún así vendió la revista, pues necesitaba el dinero. Sin embargo, ese día no fue la única decepción que se

llevó el periodista. La revista había sido comprada por un grupo de empresarios vinculados al régimen fujimorista y que esperaban en una sala contigua. Tiempo después una nueva Oiga salió a las calles, pero sin la acuciosidad y pulcritud periodística de la original, sin la independencia y pluralidad que la caracterizaba. Si mal no recuerdo, esta publicación no llegó a celebrar un año.

Pero volviendo al tema que nos ocupa en esta monografía, mis primeras funciones periodísticas en la revista Oiga, que compartía con mis estudios del quinto ciclo de Ciencias de la Comunicación, en la Universidad de San Martín de Porres (cuando la sede de la facultad aún estaba en la avenida Brasil), fueron en la sección cultural de la revista, donde fui nombrado redactor principal luego de escribir mis dos primeras críticas: una de teatro y la otra de artes plásticas. Eso me llevó a colaborar eventualmente en otra revista especializada en temas culturales, de muy corta existencia, pero de muy cuidada impresión y diagramación, llamada Arte Actual, cuyo director me buscó, por recomendación del jefe de informaciones de Oiga, Alfonso Bermúdez.

Recuerdo que en aquellos años los medios de comunicación de oposición estaban presionados por el gobierno, que utilizaba a la Sunat como herramienta de control sobre ellos. La mayoría (por no decir todos) llegaron a un acuerdo con el ente recaudador de impuestos para sanear sus deudas tributarias. El acuerdo consistía en flexibilizar sus líneas editoriales a favor del régimen, a cambio de condonar, congelar y facilitar el pago de las deudas en partes, según sea el caso. Oiga no acepto negociar, o mejor dicho su director (y dueño) Paco Igartua, no aceptó la negociación. Así, las deudas tributarias, la ausencia de publicidad estatal y las presiones para que el sector privado no publicite en la revista, empezaron a pasar factura y además de escribir en la página cultural, poco a poco tuve que involucrarme en el análisis político y económico. En esta etapa, de mi

carrera, debía salir a la calle en busca de la fuente de la noticia, realizar entrevistas, analizar la realidad y algunas veces hasta suplantar personas para ingresar a lugares a los cuales no se tiene libre acceso (como cuando ingresamos al hospital militar a realizar entrevistas a soldados y suboficiales del Ejército heridos durante el conflicto del Cénepa que nos enfrentó a Ecuador, y así recoger sus testimonios sobre lo que realmente se vivía en el teatro de operaciones de la Cordillera del Cóndor).

¿Y por qué traemos a la memoria todos estos recuerdos si no trabajábamos en televisión? Pues porque de alguna manera nos vimos involucrados en la investigación de un caso presentado en televisión, sin el menor cuidado ético que debió tener. En aquel año, 1994, el presidente Alberto Fujimori violó la ley de arrepentimiento (ley promovida por él mismo y promulgada durante su gobierno para combatir el terrorismo que desangraba al país), que buscaba la colaboración de los terroristas, quienes a cambio de información recibían protección y algunos otros beneficios durante sus condenas. Sin mayor cuidado, el presidente, durante una entrevista en el desaparecido programa Contrapunto, del ahora canal de televisión Latina (en esos años se llamaba Frecuencia Latina), hizo una revelación que sorprendió a todos.

Queriendo mostrar el grado de infiltración del terrorismo en las organizaciones e instituciones públicas, el ingeniero Fujimori contó, en una entrevista concedida a la conductora del mencionado programa, María Teresa Braschi, que el entonces rector de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, de Huánuco, era uno de los arrepentidos que colaboraba con las autoridades dando información sobre el accionar terrorista. Una verdadera primicia, llena además de sensacionalismo que buscaba captar la atención, no solo del televidente, sino también del electorado con miras a las elecciones de 1995. Sin embargo, nadie se percató, y tampoco le hicieron notar al presidente, que estaba violando su propia ley al dar a conocer la identidad de uno de los informantes del

gobierno. Muchos pensaron incluso que podría tratarse de un error del presidente, pues el rector de la universidad no estaba detenido y más bien cumplía rigurosamente con sus actividades habituales. Nadie se percató que así estaba previsto en la ley, justamente como una de las medidas de protección para los colaboradores. Nadie se lo hizo notar al presidente, nadie investigó cual era la situación del rector universitario. Se saltaron a la garrocha las más elementales normas de la ética periodística. Solo porque la información venía del propio Presidente de la República. Es más, al enterarse de la “noticia”, esa misma mañana de domingo, el rector de la universidad huanuqueña fue detenido, por las fuerzas del orden, y llevado a la sede del Comando Político Militar de la región, que entonces jefaturaba un general del Ejército, de apellido Negrón.

Durante esa semana, viaje comisionado a Huánuco por la revista Oiga para realizar un informe sobre el caso. Recuerdo que fuimos el único equipo de prensa que viajó a esa ciudad para tratar de entrevistar al rector arrepentido. Porque realmente era un arrepentido, pero no por haber participado activamente en actos de terrorismo, como la mayoría había entendido al ver y oír la entrevista a Fujimori. El rector de la UNHEVAL había decidido “colaborar”, acogiéndose a la ley de arrepentimiento al ser cómplice indirectamente de Sendero Luminoso, es decir que no había hecho nada para evitar que la organización terrorista se infiltre en su universidad; era cómplice por su inacción.

Y Contrapunto, el programa favorecido con la “bomba” noticiosa, pecaba de falta de ética al no haber sido capaz de contrastar, verificar, investigar la noticia. Se había prestado al juego sensacionalista que el gobierno quiso imponer al divulgar esa noticia. Pero esta situación no se compararía con los acontecimientos que veríamos en las pantallas de nuestros televisores conforme pasaban los días durante aquel gobierno. Se utilizaba la televisión para difundir acciones que no correspondían a la realidad, como por ejemplo inauguraciones de colegios, cuando solo se trataba de la remodelación de

algunas instalaciones. La prensa televisiva no decía nada y es que de todos los medios de comunicación masiva, la televisión era en el que se hacía más notorio el control del gobierno por lo que mantenía la imagen más negativa ante la sociedad.

Ejemplo de falta de ética y sensacionalismo en televisión fue también presentar a un joven universitario, de escasos recursos económicos, como genio intelectual. El muchacho había ingresado a las universidades nacionales no ocupando los primeros lugares en los respectivos exámenes de admisión, sino el primer lugar en cada evaluación. Su caso fue tema de uno de los talkshows más escandalosos y sensacionalistas de la televisión nacional: el de la conductora Laura Bozzo, emitido por América Televisión.

Este caso social fue otro de los que me tocó investigar en Oiga. La capacidad intelectual del joven estudiante fue elogiada y destacada en el programa. Dada su mísera condición económica, le hicieron un sin fin de promesas de ayuda, se llamó la atención del gobierno de entonces (era 1995, si mal no recuerdo) para conseguirle apoyo económico al muchacho. Un caso sin duda interesante para cualquier programa de televisión, pero explotado sin mayor ética y solo en busca de obtener puntos de rating. ¿Por qué decimos esto? Pues el joven padecía de tuberculosis, un mal que por esos años se había convertido en endémico entre las clases más pobres de nuestra sociedad, por lo que falleció un par de semanas después de su aparición televisiva y con ello automáticamente pasó al olvido. Recuerdo haber seguido e investigado el caso, a raíz de la muerte del muchacho, para la revista Oiga, mientras la televisión callaba sobre el fatal desenlace. Y es que al gobierno no le convenía que se supiera que el peruano más inteligente, el de mayor coeficiente intelectual, había muerto de TBC. Es más, durante su aparición en pantallas ni siquiera se mencionó su enfermedad, cosa que tal vez le hubiera salvado la vida, a él y a otros niños y jóvenes que la sufrían por esos años.

La falta de ética televisiva hace que también se pierda la memoria y muchos periodistas cuestionados por su comprobada falta de ética puedan reciclarse, a pesar de los escándalos que protagonizan o a pesar de negar y atacar lo que un día aplaudieron. El ejemplo más notorio quizá sea el protagonizado por Nicolás Lúcar en el desaparecido programa “Tiempo Nuevo”. Lúcar fue protagonista de un caso muy sonado y que trajo como consecuencia su renuncia y alejamiento de la televisión y del país durante varios años. Durante la emisión de uno de sus programas, a inicios del año 2001, exactamente el domingo 28 de enero, en pleno gobierno de transición (Alberto Fujimori ya había renunciado a la presidencia desde el extranjero, vía fax), Lúcar, sin realizar la más mínima investigación previa, presentó a un supuesto ex guardaespaldas de Vladimiro Montesinos, que acusó al presidente encargado Valentín Paniagua de haber recibido 30 mil dólares para su campaña electoral rumbo al Congreso.

Lúcar, sin sonrojarse, sin la menor ética periodística, dio por cierta la acusación. El ya fallecido presidente encargado Paniagua llamó de inmediato al programa. Indignado, calificó de infamia la acusación, rechazando el cargo que se le imputaba. Paniagua colgó el teléfono, dejando a Lúcar consternado y sin saber cómo reaccionar, pues no esperaba la contundente respuesta del presidente transitorio.

A su lado, en la mesa de conducción, estaba el ex alcalde de Lima Alberto Andrade, también ya fallecido, cómo testigo de lo que estaba ocurriendo aquella noche. Su reacción Lúcar la debe haber sentido cómo una cachetada, cómo un jalón de orejas a su ya cuestionado desempeño periodístico, pues tampoco la esperaba: Andrade sin dejar que Lúcar abriese la boca para presentarlo y hacerle la entrevista respectiva, se puso de pie, se quitó el micrófono pechero que le habían puesto y se fue, no sin antes decir que ese canal seguía al servicio de la corrupción y dando su respaldo al presidente Paniagua.

Días después, “Tiempo Nuevo” era sacado de la programación de América Televisión, mientras su conductor, Nicolás Lúcar, se iba fuera del país.

Como se puede ver a lo largo de este trabajo de investigación, la falta de ética y el sensacionalismo se han convertido en características de la televisión peruana. Llenos de sensacionalismo y totalmente faltos de ética eran los casos que presentaba en su programa Laura Bozzo cada mediodía. ¿Cómo olvidar aquel especial en el que presentó a personas capaces de hacer lo que sea por un poco de dinero?

Cómo si la ética fuera su peor enemiga y haciendo gala del más bajo estilo sensacionalista, vimos en pantalla a personas lamiendo mermelada de axilas y pies de extraños, a cambio de unos cuantos billetes. Todos sentimos asco por aquellas imágenes, pero todos las vimos y ahí quedaron archivadas cómo tristes recuerdos.

Esas imágenes dieron la vuelta al mundo. El impacto mediático que causaron fue como si hubiéramos visto la foto de un cuerpo mutilado en una primera plana. El escándalo, el sensacionalismo en la televisión, convertido en pan de cada día. Y la imagen de los peruanos, de su pueblo, tirada por los suelos. A ojos del resto del planeta los peruanos eramos capaces de cometer los actos más bizarros por un puñado de monedas. A ese nivel había llegado la degradación moral de nuestra sociedad.

Durante más de 20 años nuestra televisión se ha desarrollado manejando esas características de ausencia y falta de ética y uso de sensacionalismo. En mis 25 años de comunicador social y 22 de periodista, he pasado gran parte de ese tiempo trabajando en televisión. Si los primeros casos de falta de ética y sensacionalismo en televisión que experimenté fueron de manera indirecta, pues las noticias presentadas en televisión rebotaban en la prensa escrita (en la que me inicié), lo que viví en el periodismo televisivo supera largamente lo anterior.

Si en los primeros años de la década de 1990 Laura Bozzo y la prensa asalariada del fujimontesinismo eran los abanderados de la falta de ética y del sensacionalismo en la televisión nacional, a partir de los últimos años de esa misma década Magaly Medina, sin quererlo, terminó convertida en protagonista del sensacionalismo televisivo, que ofrecía gratuitamente morbo y chisme a los televidentes, quienes consumían las historias de vida privada y pública de los más conspicuos personajes mediáticos.

A Magaly Medina la conocí cuando los dos ejercíamos el periodismo como reporteros en la revista Oiga. El cierre de la publicación nos llevó por diferentes caminos profesionales. Mientras ella se integraba al equipo de noticias de ATV, conduciendo un segmento de espectáculos, yo me convertía en Jefe de Redacción y luego en Editor de una revista que fundáramos en 1996, con otros dos ex compañeros de Oiga, Vivir Bien (primero dedicada a tocar temas de la ciudad y luego metida de lleno en el campo político e intelectual hasta hoy) y en reportero, jefe de informaciones, coordinador de edición del programa Presencia Cultural, emitido por TV Perú.

Sin embargo, el tiempo volvería a reunirme con la señora Medina. Ella había crecido en ATV y del segmento en el noticiero paso a tener, a finales de 1997, un programa los días sábados, “Magaly TeVe”. Programa que confieso no era de mi agrado, pero que a ella le permitió posicionarse como figura de la televisión y el canal estaba contento con su trabajo.

Al año siguiente, en 1998, el canal le propone hacer un programa diario, “Pese a Quien le Pese”, muy al estilo de los programas argentinos dedicados a la farándula (como Caiga quien Caiga o El Rayo) y emitido de lunes a viernes. Para el nuevo programa se necesitaba más personal periodístico, más reporteros, por lo cual me convocan para integrarme al nuevo espacio.

En “Pese a Quien le Pese”, además de cumplir las funciones de reportero, debía también redactar y hacer la locución de las comisiones que se me encargaban durante el día, y producir y dirigir informes especiales, uno por semana, ya sean de actualidad o no. Este programa duró muy poco tiempo, si mal no recuerdo fue de marzo a mayo de 1998. Magaly Medina tuvo un desacuerdo con el canal, por lo que se empezó a negociar con Latina, pasando todo el equipo del programa a laborar en ese canal, con las mismas funciones que teníamos en ATV.

En la nueva casa televisora se tendría un solo programa: Magaly TeVe. Es en esta etapa donde más se acentúa la falta de ética y el sensacionalismo en nuestra televisión. “Sin Confirmar”, era una de las secuencias del programa de Medina que traía mayores problemas. Consistía en mencionar hechos sucedidos a figuras de la farándula local, de los cuales no había un registro en video, audio o fotografía, por lo cual no estaban confirmados visual o auditivamente. Al no estar confirmados y no poder comprobar las afirmaciones que se hacían en el programa, se faltaba a la ética. El no presentar información fidedigna, recibida de fuentes anónimas por simples llamadas telefónicas, provocaron inconvenientes al programa como rectificaciones, al punto que la mencionada secuencia tuvo que ser dejada de lado. Muchas de las llamadas que se recibían eran falsas, en otros casos se trataba de personas a las cuales determinado personaje le caía antipático y llamaban solo por perjudicar al artista que mencionaban. En otros casos, se trataba de parejas homosexuales, donde uno de los dos era figura pública y el otro llamaba a dar el dato sin confirmar, a modo de venganza por alguna situación vivida.

Con el tiempo esta secuencia tuvo que desaparecer del programa, por los problemas que generaba. Sin embargo, así como el “Sin Confirmar”, los famosos “Ampay”, (palabra que fue impuesta en el programa por mí, como muchas otras, primero en los

textos de mis informes y luego generalizada a llamar de esa manera a encuentros clandestinos) también se convirtieron, con el tiempo, en un dolor de cabeza, por su marcado y tendencioso sensacionalismo, y carencia de ética en la mayoría de los casos.

Para realizar estos informes se contaba con un número de teléfono especial, que era contestado las 24 horas, a través del cual se recibía información de fuentes anónimas. En un principio, las llamadas recibidas eran sobre hechos que ocurrían en el momento de recibirlas y había que ser muy cauto para tomarlas por ciertas, pues muchas de ellas eran falsas. El equipo encargado de realizar estas grabaciones actuaba de manera independiente y siempre se encontraba en la calle, excepto cuando se efectuaba un cambio de turno.

Uno de los casos de ‘ampay’ más polémicos y más cuestionados, por su sensacionalismo y falta de ética, fue aquel en el que se mostraron las imágenes del furtivo encuentro entre una actriz y un actor, ambos casados y con familia(no mencionamos nombres por no ser de interés para el presente trabajo investigativo), que tenían una aventura extra marital. En las imágenes mostradas en televisión, se veía a la pareja de amantes abrazados, besándose en un parque del distrito de Miraflores. Una y otra vez las imágenes se repetían en pantalla.

Estas imágenes fueron conseguidas gracias a que una fuente anónima llamó al programa para dar la información, indicando que eso estaba ocurriendo en ese momento, en un parque de Miraflores frente al mar. En aquel momento se especuló que el actor habría mandado a un allegado a que de la información al espacio televisivo. Claro que esto último no fue tocado en la nota informativa emitida.

La etapa del programa en Latina culminó en el 2001, cuando Baruch Ivcher volvió al Perú luego de recuperar la nacionalidad peruana que le había sido quitada por el

gobierno del ingeniero Fujimori, recuperando también la propiedad del canal. Al año siguiente, todo el equipo del programa regresaríamos a ATV, encargándome interinamente de la Jefatura de Informaciones, por lo cual debía producir periódicamente el contenido del programa, controlar la calidad de las ediciones y textos que acompañaban los informes diarios y especiales.

El regreso a ATV no varió la tónica ni el formato del espacio televisivo. Uno de los primeros casos polémicos presentados en esta nueva etapa fue el protagonizado por una conocida modelo y un futbolista. Según nuestras fuentes, esta pareja mantenía una relación sentimental clandestina, viéndose a escondidas. La historia tenía todos los ingredientes para generar un escándalo. Ella era soltera y él, para variar, estaba casado y tenía hijos.

Las imágenes emitidas en ese entonces, conseguidas producto de un seguimiento durante uno de esos encuentros prohibidos, mostraban a la pareja en el auto del deportista, dirigiéndose hacia la casa de la modelo y luego deteniéndose a pocos metros de la vivienda. La pareja conversaba dentro del auto, y se les vio acercarse como dándose un beso, imagen que era muy poco clara.

Así estuvieron un largo rato hasta que la modelo inclinó su cabeza sobre lo que serían las piernas del futbolista y empezó a realizar un movimiento que el programa sugirió, indirectamente, como una felación (en la locución en off que acompañaba las imágenes mostradas por el programa se decía que la muchacha estaba “buscando su arete”), pero que para los televidentes se trató de dicho acto. Sin la menor conciencia ética y al más puro estilo sensacionalista, se vio en nuestras pantallas un acto sexual en el horario estelar (y además de protección al menor) de las 9 de la noche. Todo por vender, por lograr altos índices de rating (medición de sintonía). Durante mucho tiempo

se habló del tema, siendo recordado tiempo después, con morbo y ensañamiento, cuando la modelo pasó un tiempo en la cárcel, por un caso de tráfico de drogas.

La televisión es así. Lo devora todo y lo permite todo si los programas no se autoregulan y los canales no ponen límites a su propio contenido. Todo lo da por válido y cierto. Para seguir con los ejemplos del programa Magaly TeVe, donde laboré hasta su cancelación definitiva en el 2012, podemos mencionar que todas las imágenes mostradas de encuentros furtivos, seguimientos a personajes de la farándula, eran oscuras, por lo cual solo se contaba con la palabra de los responsables de las grabaciones. Es verdad, que si ellos decían que en tal imagen una pareja se besaba, es porque eso sucedía. Sin embargo, por la calidad de las imágenes, a pesar de ser grabadas con modernos equipos, con dispositivos night shot, no se podía asegurar que eso era lo que ocurría. En un lugar oscuro, ver acercarse a dos sombras, juntar sus cabezas, no es la confirmación de ver que se den un beso. Podía haber sido un beso en la mejilla o una palabra dicha al oído (en especial cuando se trataba de grabaciones realizadas en discotecas o bares, donde la bulla ambiental impide a los concurrentes conversar con tranquilidad).

Dicho esto, mostrar esas imágenes como ciertas y valederas constituían una falta de ética y emitirlas era apelar al sensacionalismo en televisión. En estos casos no se trata de si eran o no una violación a la privacidad o intimidad de las personas, pues en todo caso eran grabaciones hechas en lugares públicos.

Como lo mencionáramos líneas arriba, esa misma modelo, conocida por llevar un estilo de vida desenfrenado, protagonizó también un escándalo en las páginas policiales. Fue detenida por la policía, durante un operativo antidrogas en el que se intervino a su entonces pareja, por tráfico ilícito de drogas. Ella, como consecuencia de dicha intervención, tuvo que pasar algunos años en prisión. Las imágenes de su detención,

traslado e ingreso al penal, fueron seguidas por la prensa como si se tratara de una de las delincuentes más rankeadas del país. Sensacionalismo puro a expensas de la exhibición de la vida de un personaje público. Quiérase o no podría decirse que no hay televisión con ética y sin sensacionalismo. La falta de ética para poner en pantalla grabaciones que muestran más allá de lo permitido o que simplemente no aseguran visualmente lo que se afirma en la locución que las acompaña, no es más que el lamentable reflejo de una sociedad que no sabe a dónde quiere llegar, ni que ciudadanos espera formar.

Además de la poca contundencia de las imágenes, para dar veracidad a los hechos narrados en televisión, lo que constituyó siempre un serio cuestionamiento hacía el trabajo de los ‘equipos de investigación’ era justamente la falta de verdadero trabajo de investigación.

El trabajo de los ‘equipos de investigación’ se limitaba a recibir datos por llamadas telefónicas y acudir a verificarlos. Una vez verificado el dato recibido sobre determinado personaje de la farándula o el deporte (alguna vez político, como el de Yehude Simon con la cantante Fabiola de la Cuba), ‘los investigadores’ empezaban el seguimiento. Discotecas, bares y conciertos de grupos y cantantes internacionales eran los puntos que más visitaban, para seguir a la figura en cuestión. Y eso era todo. La mayoría de las veces simplemente daban por concluido su trabajo al entregar las imágenes grabadas de un seguimiento, que para variar no eran contundentes. Ninguna pista, ningún nombre sobre quien era la persona que acompañaba a la figura, con excepción de los casos en los cuales los dos eran conocidos, que fueron muy pocos.

En realidad se trataba de un trabajo realizado a medias. Los ‘equipos de investigación’ se podría decir que se limitaban a realizar únicamente seguimiento de personas. En un principio esta labor se realizaba sin el menor cuidado, mejor dicho ‘los investigadores’ se cuidaban de no ser descubierto, pero descuidaban las ediciones. Es

así, que en las primeras veces si se seguía un carro, en la edición aparecía la placa, y en el afán de parecer meticulosos y detallistas se daban las características del vehículo, en lugar de indagar sobre la persona. También se daban las señas de la dirección donde vivían las personas involucradas. Esto resultaba peligroso pues esos datos eran tomados por los delincuentes para cometer sus fechorías. Con el tiempo eso fue corregido y se evitaron dar detalles sobre los autos y la ubicación de las viviendas.

Cero ética y puro sensacionalismo, esa parecía ser la consigna. Pero los errores más graves sucedían cuando faltaba personal de campo y se enviaba a ‘los investigadores’ a realizar el trabajo diario. Recuerdo particularmente el caso de un concierto, en el que un conocido animador y actor llegó acompañado de una jovencita. ‘Los investigadores’ se esmeraron en conseguir imágenes y cuando abordaron al personaje le pidieron que presente a su acompañante y este respondió que era su hermana menor, que resultó ser incluso menor de edad. El personaje estaba enojado por la situación. ¿Debieron preguntar primero, antes de abordar a la figura de la televisión, con la pregunta sobre su acompañante? Pienso que sí, aunque más pesaba el temor a las llamadas de atención de la directora y conductora del programa, Magaly Medina, quien ante los errores perdía fácilmente la paciencia.

Pero estas no eran las peores situaciones. Muchas veces conseguir un ‘ampay’ podía significar una violación a la intimidad personal o la privacidad. En Magaly TeVe se caminaba sobre una delgada línea, en la que había que discernir si se transgredía algún derecho individual o no. Recuerdo que incluso se nos dio una charla sobre el derecho a la intimidad, poniéndose varios ejemplos de lo que no debía hacerse, algunos de los cuales ya se habían hecho en el programa. Por ejemplo, basados en la legislación británica es permitido grabar a alguien dentro de su casa, si la persona esta con las ventanas abiertas y está a nivel de nuestro campo visual o si está en un piso superior

pero igualmente con las ventanas abiertas, notándose lo que está haciendo. Lo que no se debe hacer es retirar desde la calle las cortinas para ver lo que ocurre en la casa, o mirar por rendijas; así como tampoco usar algún artefacto (un banco, una silla, una escalera) que nos permita llegar a lo alto para grabar. Tampoco trepar un muro, para grabar desde lo alto.

Todas estas situaciones ya se habían dado en el programa de televisión. Tampoco se puede introducir subrepticamente cámaras o mecanismos de grabación de video o audio a lugares públicos que no lo permitan (una discoteca, un restaurante por ejemplo). En muchos de estos lugares se grabó a escondidas, gracias a las facilidades que daban los dueños o administradores de los locales, a cambio de una mención del local donde se hacía la grabación, ya sea directa o indirectamente.

Como decíamos entonces, los casos de violación a la intimidad personal o a la privacidad, fueron también casi una constante en los excesos televisivos de los programas dedicados a la farándula. En ese sentido, al hablar de la privacidad o intimidad de las personas, tenemos que referirnos al caso conocido como “Las Prosti Vedettes”. Este caso se trató de una investigación periodística realizada como consecuencia por las constantes llamadas y acusaciones que se hacían de conocidas vedettes, que utilizando la popularidad que les daba su participación en programas cómicos, eran contratadas para realizar shows privados (que no tenían nada de malo) y “personales”. Estos últimos eran los que estaban en tela de juicio. En base a esas llamadas se realizó el reportaje, cuando políticamente se necesitaba una distracción social (claro que en el programa, tanto la producción, como la parte periodística no se fijaba en eso, solo se hacía el trabajo que nos correspondía). Los pormenores de la investigación no son relevantes y todos vimos los resultados en pantalla: se colocó cámaras en los cuartos de los hostales para grabar las transacciones que se realizaban

para tener acceso a las vedettes. Los pagos eran recibidos por una tercera persona. Las vedettes no cogían el dinero. El resultado fue una demanda por violación a la intimidad.

Nuevamente las imágenes mostradas no eran contundentes, carecían de esa certeza que las podría haber hecho incuestionables, a pesar que las condiciones óptimas de grabación, por haberse preparado con anticipación los lugares donde se iban a realizar los encuentros, principalmente cuartos de hoteles.

Lo que se vio en el reportaje, como un gran destape, fue el momento en el cual se pagaba por un servicio, supuestamente sexual, pero a una tercera persona y no las protagonistas del reportaje. Esto constituyó un error, pues ellas al no recibir directamente un pago no podían ser acusadas de prostitución. Además, estas grabaciones realizadas al interior de los hoteles mostraban a parejas en situaciones privadas, lo que fue considerado por las vedettes como violación a su intimidad. Los periódicos hicieron eco del caso y el escándalo sensacionalista no se hizo esperar.

Esas fueron las causas por las que la conductora del programa perdiera una de las demandas en su contra. Una vez más, se había actuado con una censurable falta de ética, sin la rigurosidad que exige el quehacer periodístico, pues de haber sido así, no se hubieran emitido grabaciones en las que las cuestionadas artistas no recibían dinero en sus propias manos. El apuro por mostrar el trabajo hizo que se cometieran errores.

Pero hay que reconocer que no todas las imágenes mostradas en este programa (Magaly TeVe) carecían de contundencia o de certeza. Hubieron casos en el que la falta de ética y el sensacionalismo, hicieron que se muestren grabaciones excesivamente crudas de la realidad. Por ganar puntos en el rating, y la atención de los telespectadores, se empezaron a mostrar imágenes que llegaban de todo el país. Para esto se llegó a convocar a los corresponsales de prensa que el canal tenía en provincias, para darles

equipos nuevos y capacitarlos en su uso, para así sacarle mayor provecho a las grabaciones. Semana a semana llegaban a la redacción ya sea por satélite, microondas o internet, imágenes capturadas por los corresponsales.

En una de estas grabaciones se veía a una reconocida modelo, grabada ebria, en una ciudad de la amazonía. La modelo se encontraba cumpliendo un contrato de trabajo, que consistía en animar un evento en una discoteca de Tarapoto. De antemano se sabía que esta chica estaba acostumbrada a cometer excesos, antes, durante y después de cumplir sus obligaciones laborales. Aquella oportunidad no fue la excepción. Las imágenes grabadas durante la tarde, a la hora del almuerzo, la mostraban bebida, en muy mal estado.

Después de consumir sus alimentos y haber bebido bastante licor, la modelo tomó un mototaxi, abandonando el recreo campestre en el que se encontraba. Hasta ahí ya era cuestionable verla en ese estado, sin embargo lo que vino luego superó cualquier expectativa del televidente. La chica hizo detener el vehículo, en plena carretera y se bajó a miccionar en cuclillas. Sí, no se aguantó e hizo sus necesidades fisiológicas a vista de todo el que pasaba por el lugar. Además al ser luego emitidas en el programa, esas imágenes fueron presenciadas por millones de televidentes en todo el Perú.

Lo que se vio en ese reportaje era explícito. Sensacionalismo puro. Aquí valdría la pena preguntarse si eso es información. Si la información es aquello que genera interés e influye en nuestras vidas, ¿de qué manera puede influir en nuestras vidas ver a una persona miccionar en la vía pública? La respuesta es sencilla. No influye para nada, se muestra la grabación por puro morbo, solo por tratarse de un personaje público.

Otro caso en el que se mostraron imágenes que herían la susceptibilidad del televidente, fue cuando se propaló el triste caso de una reconocida actriz que atravesaba

un momento de crisis nerviosa, que la llevó a intentar suicidarse, cortándose los brazos. No recuerdo con exactitud, cómo y por qué los equipos de televisión habían llegado a la vivienda de la actriz en San Isidro, pero cuando las cámaras de televisión ingresaron a su departamento, se pudo apreciar que era evidente su consumo de pastillas y alcohol, como medio de escape para la crisis que atravesaba.

Despeinada, llorando a gritos, insultando a todo el que se le cruzaba en su camino, se convirtió en la protagonista del morbo en aquellos días. Eso y el hacer topless en una obra de teatro la coronaron como la reina de la prensa chismosa durante un buen tiempo.

La grabación mostró como ingresaban la policía y los paramédicos al departamento de la actriz, que en medio de gritos e insultos era sacada de su casa. Las imágenes delataban el deterioro por el que pasaba su estado de salud emocional. Fue internada en una clínica para su desintoxicación y recuperación durante varios días. ¿Valió la pena mostrar la miseria humana de una joven que tenía evidentes problemas psicológicos y que no supo manejar la fama? ¿Fue ético hacer mella de su estado y mostrar sin ningún reparo hasta el más mínimo detalle de su vida, exponiéndola, no solo a ella, sino también a su familia, a la vergüenza pública? En nuestra televisión quedó demostrado entonces que todo vale para ganar teleaudiencia.

Después de la mitad de la primera década del siglo XXI, el programa abanderado del chisme y el sensacionalismo, por ende de la falta de ética, Magaly TeVe, empezó a perder popularidad. El público parecía cansado de lo mismo, y a pesar de eso no llevo a cabo algún correctivo que permitiera recuperar la teleaudiencia perdida. Solo se pedían más informes especiales (como los realizados en programas dominicales), mayor dedicación al trabajo y más ‘ampays’. La gente siguió consumiendo el contenido del programa y surgieron otros más sensacionalistas y faltos de ética, pero en un horario

diferente: el medio día, pues ese parecía ser el cambio que esperaban los telespectadores.

Ese cambio de horario en los programas dedicados al mundo de la farándula, no significó una mejora en la calidad de la producción nacional de programas de televisión. La falta de ética y el sensacionalismo que hasta ese momento iban de la mano del chisme farandulero, del escándalo político, de la sangrienta crónica policial, pasaron a ser propiedad de los programas de juegos de competencia y habilidad física. Los personajes aparecidos en estos espacios se convirtieron en los nuevos ejemplos a seguir por la juventud. Ejemplos que tienen como características el culto a lo físico antes que del intelecto, la necesidad de diversión y excesos, la infidelidad sentimental como bandera.

Un caso digno de mención, que pretendía devolver a la televisión los clásicos programas de preguntas y respuestas que alcanzaron popularidad en las décadas del 60 y 70 del siglo pasado, fue “El último pasajero”. Se trataba de un espacio en el que escolares de quinto de secundaria, de diversos colegios, competían entre sí para ganar su viaje de promoción, respondiendo preguntas de conocimientos. Un error en la respuesta, provocaba que el participante tuviera que cumplir un reto.

Lo sucedido con este espacio fue lamentable. En una de las emisiones del programa uno de los retos consistió en hacer comer a los adolescentes cucarachas vivas. Un escándalo que involucró no solo a la producción de dicho programa, sino también a los responsables de los colegios y hasta a los padres de familia. Las imágenes se mostraron sin el menor cuidado, en horario de protección al menor (como casi todos los escándalos de nuestra televisión).

Este incidente prácticamente acabó con el programa, que tiempo después dejó de emitirse. El caso de las cucarachas provocó incluso una sanción de parte de Asociación de Radio y Televisión, a la casa televisora.

En el caso de los programas de competencia física, los juegos de doble sentido que apelan a lo sexual, se mostraban sin ningún tipo de cuidado, pese a emitirse abiertamente en horarios no aptos para todo público. A pesar de las críticas de todos los sectores de la sociedad, no se han visto cambios sustantivos en estos programas.

El uso de la imagen femenina como objeto sexual y el fomentar la creación de parejas sentimentales y el seguimiento y comercialización de su vida privada, es otra de las características de la “nueva televisión” que no es más que el mismo esquema de la llamada “televisión basura”, alimentada por el morbo, el escándalo y la polémica.

Las historias románticas, surgidas al interior de estos programas, son seguidos por cientos de jóvenes como si se tratara de temas de interés nacional. Es más la vida pública de estos personajes, llenas de escándalos e infidelidades, es aplaudida, seguida con avidez por nuestros jóvenes, que ven en ellos el modelo aspiracional a seguir. El éxito barato, la fama fácil, engañosamente al alcance de la mano.

En mi carrera televisiva el punto de quiebre lo marcó mi trabajo como productor periodístico en “Esta Noche”. Este programa fue emitido en dos temporadas por América Televisión, los días sábados a las 10 de la noche, y fue un formato creado por Ernesto Pimentel, Julio Zevallos y yo, basados en el programa británico “Later” y el mexicano “Esta Noche con Yuri”. El éxito de este programa tuvo que ver con tres factores: el día de emisión, su horario y era un programa únicamente de entretenimiento.

El programa estaba concebido como un especial, dedicado en cada emisión, a un artista determinado, ya sea cantante o actor. Además de una entrevista sobre la vida del

homenajeados, se emitían videos con saludos de personajes que habían sido importantes en la vida del artista. Adicionalmente, el programa contaba con dos marcos musicales estables, una orquesta y un grupo de cuerdas, y una agrupación invitada. La música se ejecutaba en vivo, lo que le daba un atractivo adicional al programa.

En mucho tiempo, este fue un intento de hacer televisión blanca, sin excesos, apartada de todo sensacionalismo. El programa contó con seis capítulos en su primera temporada, y ante su éxito el canal pidió dos más. Luego el programa fue repetido durante el año, a la una de la madrugada, logrando hacer entre 9 y 11 puntos de rating, lo que significó todo un logro para el horario. Hay que mencionar, que las emisiones originales registraron un promedio de 16 puntos de rating, que convirtieron al espacio en uno de los más vistos los fines de semana.

Este programa estaba dirigido a las personas que no salen de sus casas los días sábado y buscan solo diversión y entretenimiento en televisión. Son matrimonios jóvenes, con uno o dos hijos, o personas mayores, que muy rara vez sale de su casa a divertirse. La opción que tienen en televisión es ver películas, o programas como el mencionado “Esta Noche”. Este espacio fue emitido entre el 2013 y el 2014.

Pero esto es lo que sucede en la televisión comercial, en la famosa señal abierta. Sin embargo, el servicio de televisión pagada, el cable, no es ajeno a este fenómeno distorsionador de valores sociales. Otro canal de televisión que formó parte de mi carrera televisiva fue Willax Televisión. Este canal surgió a raíz de la formación de Agencia Perú, una agencia de noticias creada por Cecilia Valenzuela y Gilberto Hume, fue creado como una plataforma noticiosa en internet.

Gilberto Hume fue uno de los creadores de Canal N, el canal de noticias en cable del Grupo El Comercio, y con esa experiencia decide formar y lanzar Willax en internet.

Pero, como todo medio de comunicación, depende de los ingresos por publicidad para sostener su presupuesto y generar ganancias. Los medios digitales aún no se desarrollan a plenitud en el país, justamente por el tema publicitario. Aún no hay un consumo masivo por internet, por lo que la publicidad es todavía escasa, y quienes consumen información por internet, generalmente obvian los videos publicitarios y no hacen compras por este medio.

Esto es lo que pasó con Willax. Le faltaba publicidad, además su servidor no era lo suficientemente rápido como para sostener una programación continua, sin baches, en directo.

Willax funcionaba en las oficinas de Agencia Perú, en una vieja casona remodelada, en Barranco. Su único estudio consistía en un pequeño espacio, con un fondo azul o verde para lograr hacer una escenografía virtual mediante la técnica del chroma. Todos los programas se hacían de esa manera y eran emitidos por internet, en su página web y en su canal de youtube. El error que cometió Willax, a mi entender, fue dar el salto de internet a la televisión por cable, cuando ya no habían frecuencias comerciales disponibles. Willax entró en frecuencias por encima del 20 y luego por encima del 30, en el principal operador de cable. Finalmente se estableció en la frecuencia 18.

Cuando fui convocado a conversar sobre una posible incorporación al canal, lo primero que se me dijo fue que estaban en conversaciones para ingresar a la señal abierta y que tenían grandes planes para convertirse en un canal abiertamente comercial, como el traslado de las oficinas y la construcción de dos estudios en el Centro Comercial Plaza Norte, en Independencia. Al saber esto pensé, ¿en qué frecuencia estarán para que sus planes se cumplan? Las frecuencias comerciales (VHF) están entre el 2 y el 14 y la mayoría, por no decir todas, están ocupadas, ya sea por canales comerciales o de cable. Las frecuencias de la banda UHF, del 15 en adelante no son

comerciales en la televisión abierta, pues habría que quitar el cable, para reconectar la antena de un televisor, para así tener acceso a una de ellas. Así que pensé que estarían negociando con alguno de los canales ya existentes para entrar al mercado de la televisión abierta.

El programa que me ofrecieron fue el que conduciría Janet Barboza en las noches: “Una Noche con Janet”. Hasta entonces Janet tenía un espacio de entrevistas y música, que se emitía por las tardes. El horario de la noche le permitiría desarrollarse como entrevistadora y tener invitados variados, así como tocar temas de actualidad.

Luego de dos primeras conversaciones, finalmente me llamaron meses después, cuando el programa ya estaba en el aire. Durante esta etapa de mi experiencia en televisión, me desarrollé como productor general de “Una Noche con Janet”, programa que como ya mencioné era conducido por Janet Barboza, y emitido por Willax Televisión, cuando este canal todavía se emitía únicamente por señal de cable.

Mi incorporación al programa se dio cuando Willax tenía aproximadamente un mes funcionando en las instalaciones de Plaza Norte, donde tenían un pequeño estudio, sin capacidad para montar escenografías, y otro en construcción. La idea era emitir programas cien por ciento en vivo, utilizando como locación todo el centro comercial, para interactuar con la gente y así lograr la atención de un mayor número de televidentes. Esto no funcionó, al menos no en el caso de “Una Noche con Janet”, pues estábamos limitados a la cobertura de la señal de video que las cámaras enviaban al switcher. Esta señal dependía del alcance de WiFi, pues para el envío se aprovechaba la cobertura de internet. Aun así, logramos llegar a transmitir fuera del estudio una vez por semana.

A pesar de los esfuerzos por hacer una televisión blanca, que desde un inicio era la intención de los directivos del canal y de la producción, la conductora del programa, insistía para poner en pantalla temas polémicos de índole sexual, invitar bailarinas y travestis, y hasta hacer un reality show con drag queens. Entre sus temas preferidos estaban aquellos que tocaban las disfunciones sexuales masculinas, masajes eróticos, juguetes sexuales, lencería, esoterismo, y toda clase de conversación que pudiera despertar el morbo del televidente. Era como retroceder a la primera etapa de “Magaly TeVe.

Otro de los contenidos recurrentes de este programa, exigido por la conductora, fue el esoterismo. Ella se encargó varias veces de invitar a un travesti que se dedicaba a la hechicería o chamanería, y que durante una de las emisiones realizó lo que describió como un “ritual de amarre de magia negra”. Todo ello era tocado sin el menor cuidado, con una fuerte carga de sensacionalismo, y por ende carente de ética.

A pesar que los directivos del canal se oponían a presentar estos temas en pantalla, poco o nada hacían para evitar que la conductora de “Una Noche con Jeanet” lo hiciera. Una de las últimas grandes ideas para poner en pantalla, y que terminó por enterrar al mencionado programa, fue realizar un concurso de Drag Queens. Realizado de manera apresurada, con muy mal gusto y sin ninguna clase de filtro, fue la gota que derramó el agua y obligó a los directivos del canal a cancelar el programa con solo una semana de anticipación. Apelar al sensacionalismo no le resultó a la conductora, que finalmente era dueña del espacio.

Mi alejamiento de Willax Televisión, se dio en buenos términos. Las promesas de mejorar el estudio, tener más auspiciadores, mejor calidad técnica y la inclusión del canal en la señal abierta, no se dieron.

Sobre lo último, después de muchas negociaciones, de idas y venidas, Willax consiguió su frecuencia en la señal abierta: el canal 31. Es decir fue incluido dentro de la banda UHF, lo que significa continuar siendo un canal no comercial, dependiente de la publicidad que se genera a través del operador de cable y de los clientes pequeños que pueden conseguir fuera de la torta que reparten las agencias de publicidad.

Como lo hemos mencionado a lo largo de este trabajo, el sensacionalismo y la falta de ética son característica de la televisión peruana, que aún no se sacude de lo sucedido en la década de 1990 del siglo pasado. Sensacionalismo y falta de ética que se pueden apreciar en toda clase de programas, tanto de entretenimiento como periodísticos. En el caso de la ficción la situación es otra, pues la producción de ficción es esporádica y es materia de otro análisis.

Capítulo III

CONCLUSIONES

A partir de la década de 1990 hemos visto como nuestra televisión se fue llenando de sensacionalismo, dejando de lado la ética, convirtiéndose estos elementos en característicos de la producción televisiva nacional. Esto a pesar de haber llevado asignaturas de Deontología y de Ética durante nuestros estudios universitarios, además de enseñárenos el manejo y contenido de los códigos de administración de justicia, el Código Penal y el Código Civil, poniendo énfasis en los delitos de difamación, injuria y calumnia.

La falta de ética y sensacionalismo aparecen en nuestras pantallas como consecuencia del fenómeno de violencia que vivió el país décadas atrás; un fenómeno que el periodismo nacional no supo cómo enfrentar en sus inicios, debido al control

ejercido sobre la prensa, en todas sus especialidades (escrita, radial y televisiva), por la dictadura militar, que además impidió el crecimiento profesional de periodismo. La prensa peruana, al no estar preparada profesionalmente y carecer de unidades de investigación, no supo de qué manera presentar al público los acontecimientos de violencia social y subversiva que empezaban a afectar al país.

Dentro de este contexto, la espectacularidad de los nuevos acontecimientos hizo que el periodismo cayera en el sensacionalismo. La televisión contribuyó mucho a ello. La inmediatez de la noticia, la “pelea” por la primicia, la espectacularidad de las imágenes en video, hicieron que poco a poco se vaya perdiendo lo esencial del periodismo: contrastar fuentes para confirmar la noticia. Dejar eso de lado, significó empezar a caer en una falta de ética, pues muchas veces lo que se exponía en pantalla no reflejaba la realidad.

Es así que podemos concluir que la televisión, si bien es cierto, se ha convertido en el medio de comunicación más popular que hallamos conocido, es también el que tiene la imagen más negativa en nuestra sociedad, y que con los años, en lugar de corregir sus errores los ha acentuado, restringiendo el desarrollo de un clima crítico que le permita crecer y producir contenido ético, alejado de todo sensacionalismo.

Sin embargo, a pesar que los contenidos de la programación televisiva son percibidos como mal formadores sociales, el televidente sigue consumiendo programas periodísticos y de entretenimiento carentes de ética y llenos de sensacionalismo. El televidente crítica, pero igual los consume; sostiene estar en desacuerdo con el nivel y calidad de la producción de los programas exhibidos, pero no muestra su desacuerdo con acciones concretas, como dejar de ver masivamente un determinado programa.

El público televidente es incapaz de refutar lo que ve en pantalla; a pesar de presentarse como crítico de aquello que ve, no genera una opinión propia y carece de aspiraciones que lo hagan crecer como persona, no tiene modelos de ciudadanos a seguir. Pese a ello se tiene claro que la televisión puede hacer contribuciones sociales positivas, pudiendo llegar a convertirse en depósito de la herencia cultural de una sociedad.

Se puede afirmar además, que dada la calidad del contenido televisivo, la televisión nacional es usada solo coyunturalmente para guiar a la sociedad y generar opinión de acuerdo a intereses económicos y políticos. A diferencia de otras realidades, cómo los Estados Unidos y los países miembros de la Unión Europea, en que los medios de comunicación contribuyeron a la construcción de un modelo de ciudadano.

Un ejemplo claro de esto, ocurrió en la sociedad norteamericana a lo largo de su historia. Un país que se formó sin una identidad nacional definida, sin cultura autóctona, con pueblos nativos disminuidos y sometidos socialmente. Un país formado por inmigrantes, por lo cual requería que los medios de comunicación, controlados por una élite contribuyan a la formación de su historia y de sus ciudadanos, el tipo de ciudadanos que esa nueva nación requería. Los medios de comunicación, en especial la televisión y el cine, contribuyeron a crear la identidad del pueblo norteamericano y lo cohesionaron como nación.

Este fenómeno no ha sucedido en los países de América Latina, particularmente en el Perú. En nuestro país la televisión presenta modelos sociales a seguir que no tienen mayores aspiraciones, personajes que carecen de voluntad y carácter, que no podrían ser considerados como ejemplos en otras sociedades. Nuestros jóvenes se identifican con figuras que alcanzan un éxito efímero, de papel, son personas que sin tener una mayor

preparación académica alcanzan repentina y gratuitamente la fama, convirtiéndose en modelos a seguir.

En el caso específico de los programas periodísticos de entretenimiento, dedicados al mundo de la farándula y el espectáculo, queda claro que estos solo se dedican a informar sobre la prensa del corazón y su contenido gira en torno a rumores, chismes y seguimientos, que muchas veces son coordinados entre los protagonistas y la producción del programa. El principal problema de este tipo de espacios televisivos es que ahondan la falta de ética en nuestra televisión, al dar por ciertas y concluyentes, noticias que solo pueden corroborar los investigadores de estos programas, pero que no pueden ser ratificadas visualmente por la pobreza de las grabaciones.

Es decir que, en el caso de grabar en un interior oscuro (discoteca, por ejemplo), solo se da por cierta la palabra de quien realizó la grabación (fulano y fulana se besaron), pero en las imágenes captadas solo se ven sombras, lo cual no necesariamente refleja lo que los investigadores manifiestan haber visto.

Así, la ausencia de rigurosidad en el trabajo periodístico pone en duda la veracidad de la información mostrada, dejando de lado la ética y dando prioridad al morbo, como elemento de venta para obtener ganancias publicitarias, característico de un estilo sensacionalista y exagerado de la noticia.

La exhibición de toda clase de imágenes, crudas y sin ningún tipo de filtro es otra de las características de la producción televisiva de las últimas dos décadas. Sin ningún reparo o autocrítica ética y moral, se ponen en pantalla imágenes de contenido sexual o en las que se aprecian las miserias humanas. Es normal ver, a cualquier hora, sin respeto al horario de protección al menor, grabaciones en las que personajes públicos son presas del alcohol o de sus incontinencias fisiológicas, de crisis nerviosas que los llevan a

intentar acabar con sus vidas, y hasta de la ingesta de insectos, como si fuera una gran hazaña y que podrían provocar infecciones y enfermedades.

Lo anterior nos lleva a plantear otra conclusión. En los últimos años, a raíz de la promulgación de la Ley de Radio y Televisión y su reglamento, se crea el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) como órgano regulador, de consulta, ante cualquier exceso de contenido de la programación televisiva. La idea no es que se imponga algún tipo de censura sobre las empresas televisoras, sino que estas se autorregulen. Más bien se debe fomentar el control de los padres sobre lo que ven sus hijos menores de 18 años en televisión. Los menores de edad en su mayoría ven televisión sin restricciones de tiempo y contenido, por esta razón se identifican con los personajes que los programas ponen en pantalla.

Por consiguiente, al no haber un efectivo control, o autocontrol, de contenidos el horario de protección al menor no se cumple. Dentro del tiempo que dura dicho horario (de 6 am a 10 pm) no sería necesario colocar advertencia alguna sobre el contenido de la programación antes de cada programa, a excepción de los espacios noticiosos. Sin embargo, dentro de ese horario se propalan telenovelas, programas médicos, realities show, programas de dedicados a la farándula y al espectáculo, que ocupan la mayor parte de ese horario, todos con claras advertencias a su contenido, que no tienen nada para menores de edad y/o niños.

De otro lado, los televidentes suelen quejarse del contenido de los programas que ven, pero poco o nada hacen al respecto. Muchos padres, a pesar de manifestar su malestar por el contenido de determinados programas, permiten que sus hijos menores los vean, como una medida para mantenerlos “en orden y tranquilos” o para no ser interrumpidos mientras realizan sus quehaceres diarios.

A pesar de todo, hay que mencionar, que, poniendo al margen la falta de ética y el creciente sensacionalismo que domina nuestra televisión, los mensajes de los programas pueden llegar a tener más virtudes que defectos, como sucede actualmente. El contenido de los mensajes puede contribuir socialmente en la formación ciudadana para mejorar hábitos y costumbres negativos. Lo que se requiere es una mayor autorregulación, por parte de las televisoras que deben asumir su responsabilidad ética e ir desterrando el sensacionalismo del contenido visual y auditivo de sus programas.

Se debe tener cuidado en lo que se muestra en pantallas. Ahora un niño o adolescente, un menor de edad, puede ser testigo, a cualquier hora, de la historia de un criminal (un asesino, un narcotraficante, etc.) o de un político o funcionario público corrupto, que se dan la gran vida, con el producto de sus fechorías, y aspirar a ser como ellos o ver esas acciones como algo normal. El contenido visual de la televisión, especialmente informativo, debe ser cuidadosamente revisado antes de su emisión. Esto en la práctica no sucede por la premura del tiempo; muchas veces ni siquiera los textos que acompañan las notas informativas son revisados y alguien medianamente informado puede darse cuenta de los errores que se cometen, en muchos casos por no revisar la información o por no contrastarla. Frente a ello, si una noticia no ha podido ser revisada, es mejor no ponerla al aire.

En lo que respecta al futuro de la televisión en el Perú, confiemos en que las empresas televisoras asuman su responsabilidad ética, tanto en la producción de programas, como en su contenido y horario de emisión. Es la manera en que cada vez veremos menos sensacionalismo en nuestras pantallas. Los medios deben retomar la independencia que con que fueron creados por sus fundadores; deben ser políticamente independientes.

La televisión es básicamente un medio informativo y de entretenimiento, entendido sanamente. Aspirar a lo contrario sería renunciar a los valores éticos y principios formativos de la comunicación social. En estos tiempos, en que vivimos una vorágine de violencia delincencial, en todo nivel (la corrupción también es un tipo de violencia), corremos el riesgo de convertir a la televisión en caja de resonancia de esa violencia, cosa que en algunos casos ya está sucediendo, que puede terminar convirtiendo a los medios en chivos expiatorios de todos los males, al señalárseles gratuitamente como “enemigos del gobierno” de turno.

En cuanto a la difusión de información carente de veracidad o inexacta, por lo tanto carente de ética, el Estado debe promover la pluralidad de voces, referidas a un hecho noticioso, para garantizar la exactitud de la noticia.

Otra de las causas de la falta de ética y del sensacionalismo en la televisión es el desconocimiento por parte de los televidentes, y del público en general, de los mecanismos que están a su disposición para hacer sentir sus quejas frente a lo que consideren un abuso o exceso en el contenido de los programas de televisión. Algunos de estos mecanismos se pueden ejercer a través de organismos como el Consejo Consultivo de Radio y Televisión, la Sociedad Peruana de Radio y Televisión, la Asociación Nacional de Anunciantes, el Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y de la Propiedad Intelectual, por medio de los cuales se puede sancionar el comportamiento irresponsable de los medios y promover un comportamiento más ético de los mismos.

Así como los medios de comunicación, en particular la televisión, exigen el respeto a la libertad de expresión y de información, deben ser más responsables en el momento de ejercer dicha libertad y poner al aire los contenidos de los programas que emiten. Del

mismo modo deben capacitar permanentemente a su personal periodístico y de producción para que tomen decisiones éticas.

Conclusión importante que se debe considerar como fundamental, en la falta de ética y el exceso de sensacionalismo en nuestra televisión, es analizar en manos de quienes está la dirección y control de los medios de comunicación, especialmente la televisión. Desde la década de 1990, los medios de comunicación dejaron de ser controlados por periodistas. Se convirtieron en negocios rentables para empresarios que anteponen sus intereses comerciales y políticos. Ya no son periodistas los que ordenan a periodistas, sino empresarios, quienes anteponen el sensacionalismo como medio para ganar teleaudiencia y por consiguiente mayores índices de rating, que garantiza mayores ventas de publicidad.

Capítulo IV

FUENTES DE INFORMACION

Álvarez Rodrich, A. (2010). *Claro y Directo*. Lima: Mitín Editores.

Aznar, H. (1999). *Ética y Periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Barraza, G. & Valenzuela, C. (2010). “Los que manejan casi todos los órganos de prensa ya no son periodistas”. En Bazan Aguilar, J. (Ed.). *Francisco Igartua, OIGA y una pasión Quijotesca* (pp. 127 – 138). Lima: Fauno Editores.

Barroso, A. (1984). *Códigos Deontológicos de los Medios de Comunicación*. Madrid: Editorial Verbo Divino.

Berti, F. (2010). Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación. Creación y Producción en Diseño y Comunicación, núm. 32, pp. 43 – 45.

Bertrand, C. J. (2000). Media Ethics and Accountability. New Brunswick: Transaction Publishers.

Botkin, J. W., Elmandjra, M. y Malitza, M. (Junio, 1979). The Human Gap. En Club de Roma. Informe de Proyecto de Aprendizaje. Salzburgo.

Bresani León, A. (2003). Ocaso y Persecución. Lima: Bresani Editores.

Clarín. (1997). Manual de estilo. Buenos Aires: Clarín-Aguilar.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (1995). Informe sobre la compatibilidad entre las leyes de desacato y la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 1994, pp. 207 – 223.

Congreso de los Diputados. (2004). Proposición de Ley: Estatuto del Periodista Profesional. Boletín Oficial de las Cortes Generales, núm. 44 – 1, pp. 1 – 11.

Cornejo Polar, J. (1993). Políticas culturales y políticas de comunicación en el Perú (1895 – 1990). Lima: Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Lima.

Corner, J. (1979). Mass in communication research. Journal of Communication, 29, pp. 26 – 32.

Douthat, R. (2017). ¿Quiénes son los estadounidenses? The New York Times International Weekly, 13 de febrero de 2017, pp. 2.

Echevarria, J. (2000). La sociedad informacional. El impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones sobre la sociedad. Trípodos, núm. Extra, pp. 13 – 24.

Federación de Periodistas del Perú. (Octubre, 2001). Código de Ética. En XXII Congreso Nacional de la Federación de Periodistas del Perú. Lima.

Fernández Areal, M. (2004). Documento de trabajo del Foro de Comunicación. *Comunica*, núm. 3, pp. 13- 19.

Gamarra Garay, R. (2001). *La prensa chicha de Montesinos*. Lima: AFA Editores.

Gargurevich, J. (2012). Los Medios Masivos de Información en el Perú, 1980 – 2012. *Conexión*, Año 1, Nro. 1, pp. 11 – 31.

Gordon, A. D. & otros. (1996). *Controversias en Ética Periodística*. Londres: Longman Publishers.

Gradim, A. (2000). *Manual de Jornalismo*. Covilha: Universidade da Beira Interior.

Igartua, F. (2001). *Cómo debería ser el periodismo*. Correo, 23 de diciembre de 2001.

Igartua, F. (1997). *Reflexiones entre molinos de viento*. Lima: Peisa.

MacBride, S. & otros. (1993). *Un Solo Mundo, Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Micó, J. L., Canavilhas, J., Masip, P. & Ruiz, C. (2008). La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet. *Estudos em Comunicação*, núm. 4, pp. 15 – 39.

Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2005). *Reglamento de la Ley de Radio y Televisión*. Decreto Supremo. Lima.

More, F. (1989). *Andanzas*. Lima: Editorial Navarrete.

Oiga. (1994). Con la complicidad de la TV. Inauguraciones Mentirosas. Oiga, 21 de noviembre, pp. 34 – 35.

Orbegozo, M. J. (2000). Periodismo: Texto de teoría y práctica. Lima: Editorial Universidad Mayor de San Marcos.

Quintana Paz, M. A. (2006). Cámaras Ocultas y Ética Periodística: ¿Una pareja malavenida? Cuadernos de Periodistas, 8, pp. 69 – 78.

Reardon, K. K. (1983). La Persuasión en la Comunicación. Teoría y contexto. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Sartori, G. (2003). ¿Qué es la democracia? Madrid: Taurus.

Savater, F. (2009). Ética para Amador. Barcelona: Editorial Ariel.

Serrano, R. (2011). Contenidos y Visiones del Mundo. Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, núm. 114 – 115, pp. 49 – 50.

Sociedad Nacional de Radio y Televisión. (2005). Código de Ética. Lima.

Vignolo Maldonado, A. (2003). Ética Periodística. Lima: duArtes.

Vivas, F. (2001). En vivo y en directo. Una historia de la televisión peruana. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.

Watt, J. H. y Krull, R. (1976). An examination of three models of television viewing and aggression. Human Communication Research, 3.

ANEXOS



Decreto Supremo

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 14° de la Constitución Política del Perú, impone a los medios de comunicación el deber de colaborar en la educación y en la formación moral y cultural de la población;

Que, el 15 de julio de 2004, se promulgó la Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión, que norma la prestación de los servicios de radiodifusión, sonora o por televisión de señal abierta, así como la gestión y control del espectro radioeléctrico atribuido a dicho servicio;

Que, la Novena Disposición Complementaria y Final del acotado texto legal, establece que su Reglamento será aprobado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Transportes y Comunicaciones;

Que, el 9 de noviembre de 2004, se publicó en el Diario Oficial El Peruano el Proyecto de Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley de Radio y Televisión, a fin de recibir comentarios de los interesados, los cuales han sido evaluados y, en algunos casos, incorporados a la versión final del reglamento;

Que, en tal sentido, corresponde aprobar el Reglamento de la Ley de Radio y Televisión;

De conformidad con el numeral 8 del artículo 118° de la Constitución Política del Perú, la Ley N° 27791, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones y Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión;

DECRETA:

Artículo 1°.- Apruébese el Reglamento de la Ley de Radio y Televisión, que consta de ciento cincuenta y siete (157) Artículos y quince (15) Disposiciones Transitorias y Finales.

Artículo 2°.- Disponer la publicación de la matriz de comentarios al Reglamento de la Ley de Radio y Televisión, en la página web del Ministerio de Transportes y Comunicaciones: <http://www.mtc.gob.pe>.

Artículo 3º.- El presente Decreto Supremo entrará en vigencia al día siguiente de su publicación y será refrendado por el Ministro de Transportes y Comunicaciones.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los once días del mes de enero del año dos mil cinco.

ALEJANDRO TOLEDO MANRIQUE
Presidente Constitucional de la República.

JOSÉ ORTIZ RIVERA.
Ministro de Transportes y Comunicaciones.

REGLAMENTO DE LA LEY DE RADIO Y TELEVISIÓN

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º- Objeto

El presente Reglamento tiene por objeto establecer el régimen general, los requisitos, las características, los derechos y obligaciones de los titulares de los servicios de radiodifusión, sonora y por televisión de señal abierta, así como la forma y condiciones de otorgamiento de los títulos habilitantes necesarios para su operación y prestación. De igual forma, tiene por objeto establecer las pautas para la gestión y control del espectro radioeléctrico atribuido a dicho servicio, así como el régimen administrativo sancionador aplicable.

Artículo 2º.- Referencias

Para efectos del presente Reglamento, entiéndase por:

Ley	: Ley de Radio y Televisión
Reglamento	: Reglamento de la Ley de Radio y Televisión
Ministerio	: Ministerio de Transportes y Comunicaciones
CONCORTV	: Consejo Consultivo de Radio y Televisión
Órgano competente:	El que corresponda, de acuerdo a las funciones asignadas en el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones
Dirección de Gestión	: Dirección General de Gestión de Telecomunicaciones
Dirección de Control	: Dirección General de Control y Supervisión de Telecomunicaciones
PNAF	: Plan Nacional de Atribución de Frecuencias

Planes de Asignación : Planes de Canalización y de Asignación de Frecuencias de Frecuencias

Asimismo, cuando se haga referencia a un artículo sin indicar el dispositivo al cual pertenece, se entenderá referido al presente Reglamento.

Artículo 3º- Principios

En la aplicación del presente Reglamento se observan los principios que inspiran la Ley de Radio y Televisión.

Artículo 4º- Colaboración en emergencias y Régimen de Excepción

En los estados de excepción contemplados en la Constitución Política del Perú y declarados conforme a ley, los titulares de autorizaciones otorgan prioridad a la transmisión necesaria para las comunicaciones de los Sistemas de Defensa Nacional y Defensa Civil.

En caso de guerra exterior, declarada conforme a ley, el Ministerio de Defensa podrá asumir el control de los servicios de radiodifusión, así como dictar disposiciones de tipo operativo. En este último caso, el titular podrá suspender o restringir parte de los servicios autorizados en coordinación con el Ministerio y los Sistemas de Defensa Nacional y Civil.

Artículo 5º- Audiencias públicas

El Ministerio convocará a las audiencias públicas a las que hace referencia el artículo 7º de la Ley, para atender consultas y/o recibir propuestas que contribuyan al mejoramiento de las actividades de radiodifusión. Para tal efecto, se entiende por actividades de radiodifusión a los servicios de radiodifusión.

En la convocatoria y organización de las audiencias se observará el procedimiento previsto en el Capítulo VII, Título II de la Ley del Procedimiento Administrativo General - Ley N° 27444.

SECCION PRIMERA DEL ESPECTRO RADIOELECTRICO PARA LOS SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN

Artículo 6º.- Espectro radioeléctrico

El espectro radioeléctrico es el medio por el cual se propagan las ondas radioeléctricas. Constituye un recurso natural escaso que forma parte del patrimonio de la Nación.

El Ministerio administra, atribuye, asigna y controla el uso adecuado del espectro radioeléctrico atribuido al servicio de radiodifusión.

Artículo 7º.- Asignación de frecuencias

Los servicios de radiodifusión se prestan en las bandas atribuidas en el PNAF.

Toda asignación de frecuencias para el servicio de radiodifusión se efectúa en base al Plan Nacional de Asignación de Frecuencias, el cual comprende los Planes de Canalización y Asignaciones de Frecuencias correspondientes a cada localidad y banda de frecuencias atribuida al servicio de radiodifusión, y determina las frecuencias técnicamente disponibles.

Los planes de asignación de frecuencias son aprobados por Resolución Viceministerial.

Artículo 8º.- Registro Nacional de Frecuencias

La Dirección de Gestión administra y actualiza el Registro Nacional de Frecuencias de los servicios de radiodifusión autorizados.

Artículo 9º.- Contenido de los Planes de Asignación de Frecuencias

Los Planes de Asignación de Frecuencias contienen, como mínimo, lo siguiente:

1. Localidad a servir
2. Frecuencia en el caso de radiodifusión sonora o canal en el caso de radiodifusión por televisión.
3. Potencia efectiva radiada máxima (e.r.p.), según corresponda.
4. Banda de frecuencia.

En la formulación de los Planes de Asignación de Frecuencias se observará lo dispuesto en los Tratados, Acuerdos y Convenios Internacionales, Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión, y otros referidos al servicio de radiodifusión.

Se entiende por localidad a la extensión de superficie en donde es posible la recepción de las señales emitidas por una estación de radiodifusión utilizando receptores comerciales con un nivel de buena calidad.

Artículo 10º.- Publicidad del Plan Nacional de Asignación de Frecuencias y del Registro Nacional de Frecuencias

La Dirección de Gestión publicará y actualizará mensualmente en la página web del Ministerio, el Plan Nacional de Asignación de Frecuencias y el Registro Nacional de Frecuencias. La referida publicación deberá observar como mínimo, lo dispuesto en el artículo 12º de la Ley y precisar las frecuencias y/o canales reservados al Estado.

Artículo 11º.- Reserva de frecuencias

El Estado se reserva dos (2) frecuencias o canales en cada una de las bandas atribuidas al servicio de radiodifusión sonora y por televisión, por localidad. En aquellas localidades en las que se hubieran canalizado quince (15) o menos frecuencias o canales, el Estado se reserva solo una (1).

En el caso del servicio de radiodifusión sonora en onda corta tropical (OCT), el Estado se reserva una (1) frecuencia en cada segmento de banda atribuido a dicho servicio.

La reserva de frecuencias se realiza a favor de la entidad que opera los medios de radiodifusión sonora y por televisión de propiedad del Estado, reconocida por Decreto Legislativo N° 829.

Artículo 12º.- Enlaces radioeléctricos

Los enlaces radioeléctricos estudios-planta y móviles requeridos para la prestación del servicio de radiodifusión, se autorizan en las bandas atribuidas para tal fin en el PNAF.

Para el caso de enlaces satelitales, permanentes y ocasionales, se observarán las disposiciones establecidas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

SECCIÓN SEGUNDA DE LOS SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN

Título I: De la Subclasificación del servicio de radiodifusión

Artículo 13°.- Subclasificación del servicio de radiodifusión según la banda de frecuencias

El Servicio de Radiodifusión, según la banda de frecuencia, se clasifica en:

1. Radiodifusión Sonora en la banda de Ondas Hectométricas, denominada Onda Media (OM).
2. Radiodifusión Sonora en la banda de Ondas Decamétricas, denominada también Onda Corta (OC). Se subdivide en Onda Corta Tropical y Onda Corta Internacional.
3. Radiodifusión Sonora en la banda de Ondas Métricas, denominada también Frecuencia Modulada (FM).
4. Radiodifusión por Televisión (TV) en la Banda de Ondas Métricas (VHF)
5. Radiodifusión por Televisión (TV) en la Banda de Ondas Decimétricas (UHF).

Las definiciones y características técnicas de operación de cada una de las modalidades citadas están reguladas en las Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión.

Artículo 14°.- Servicio de radiodifusión por satélite

El servicio de radiodifusión por satélite es aquel en el cual las señales emitidas o retransmitidas por estaciones espaciales (satélites) están destinadas a la recepción directa por el público en general.

Título II: De las estaciones del servicio de radiodifusión

Artículo 15°.- Definición de estación de radiodifusión

Una estación del servicio de radiodifusión comprende la planta transmisora (transmisor y/o transmisor de respaldo), sistema irradiante, enlaces físicos y radioeléctricos y estudio(s), destinados a prestar el servicio de radiodifusión.

Cada estación del servicio de radiodifusión requiere autorización expresa y previa para su operación.

Artículo 16°.- Clasificación de estaciones del servicio de radiodifusión sonora en frecuencia modulada

El servicio de radiodifusión sonora en frecuencia modulada se clasifica en:

1. Estaciones Primarias: Estaciones de categoría de servicio primario que por sus características técnicas determinadas en las Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión están destinadas a servir áreas extensas, pudiendo comprender uno o varios distritos.
2. Estaciones Secundarias: Estaciones de baja potencia con características técnicas restringidas determinadas en las Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión y destinadas a servir un área de dimensiones limitadas. Se ubican fuera de la zona de servicio de las estaciones primarias y son consecuencia de su Plan de Asignación de Frecuencias.

Estas definiciones no afectan la validez de los títulos habilitantes otorgados a la entrada en vigencia del presente Reglamento y cuyas frecuencias de operación se encuentren recogidas en el Plan de Canalización correspondiente, sin perjuicio de su adecuación a las normas técnicas que emita el Ministerio para la compatibilidad de operación entre estaciones primarias y secundarias.

Artículo 17°.- Estaciones instaladas por proyectos a cargo del Ministerio

Son estaciones de baja potencia del servicio de radiodifusión instaladas como parte del Proyecto o Conglomerado de Apoyo a la Comunicación Comunal u otros proyectos orientados al desarrollo del servicio de radiodifusión, a cargo del Ministerio.

Artículo 18°.- Condiciones relacionadas con el establecimiento y operación de una estación de radiodifusión

Para la instalación y operación de una estación del servicio de radiodifusión, el titular deberá poseer el equipamiento necesario acorde a las características técnicas detalladas en su autorización así como en las Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión.

Los equipos del sistema de transmisión y del sistema irradiante deben contar con los respectivos Certificados de Homologación, cuyo plazo de vigencia es de diez (10) años. Tratándose del sistema irradiante de las estaciones del servicio de radiodifusión sonora en onda media y onda corta no será exigible la homologación.

Título III: De las autorizaciones para prestar el servicio de radiodifusión

Capítulo I. Disposiciones Generales

Artículo 19°.- Autorización para prestar el servicio de radiodifusión

Los servicios de radiodifusión se prestan previo otorgamiento de la autorización respectiva. La autorización es concedida mediante Resolución del Viceministro de Comunicaciones, una vez cumplidos los requisitos y procedimientos establecidos en la Ley, el Reglamento y demás normas aplicables, siempre que no exista impedimento o prohibición para su otorgamiento, o que se configure la no disponibilidad de espectro radioeléctrico atribuido a este servicio.

Artículo 20°.- Participación extranjera en zonas de frontera

Las personas jurídicas con participación extranjera no pueden ser titulares de autorizaciones para prestar el servicio de radiodifusión, dentro de las localidades fronterizas al país de origen de sus accionistas, socios o asociados, o de los accionistas, socios o asociados de las personas jurídicas extranjeras que las conforman, salvo el caso de necesidad pública autorizado por decreto supremo aprobado por el Consejo de Ministros.

Esta disposición no es aplicable a las personas jurídicas con participación extranjera que cuenten con dos o más autorizaciones vigentes, siempre que se trate de la misma banda de frecuencias.

Artículo 21°.- Plazo de vigencia

Las autorizaciones se conceden por un plazo máximo de diez (10) años, iniciándose con un período de instalación y prueba de doce (12) meses improrrogables.

La renovación será automática por períodos iguales, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley y su Reglamento.

Artículo 22°.- Modalidades de otorgamiento de las autorizaciones

Las autorizaciones se otorgan:

1. A solicitud de parte
2. Por concurso público

Artículo 23°.- Contenido de la resolución de autorización

La Resolución de autorización contiene, como mínimo, lo siguiente:

1. Condiciones esenciales:
 - a. Modalidad de operación: servicio de radiodifusión sonora (OM, OC, FM) y servicio de radiodifusión por televisión (VHF, UHF).
 - b. Finalidad bajo la cual se otorga la autorización. (Educativa, Comercial o Comunitaria).
 - c. Frecuencia o canal asignado.
2. Características técnicas:
 - a. Indicativo de la estación.
 - b. Tipo de emisión.

- c. Potencia efectiva radiada (e.r.p.), en su defecto, potencia nominal del transmisor, según corresponda.
- d. Ubicación de los estudios y planta
- e. Localidad a servir con indicación del contorno de protección.

Artículo 24°.- Modificación de las condiciones esenciales

La condición esencial consignada en el literal a) del numeral 1 del artículo precedente es inmodificable; tratándose de los literales b) y c) su modificación sólo procederá previa aprobación de la Dirección de Gestión; siendo de aplicación lo establecido en el artículo 61° y numerales 1.d, 2 y 3 del artículo 62°.

Capítulo II: Impedimentos y causales de denegatoria

Artículo 25°.- Impedimentos para solicitar una autorización

Están impedidos de solicitar autorización a solicitud de parte o por concurso público:

1. El Presidente y los Vicepresidentes de la República, los Presidentes de las Regiones, los Congresistas de la República, los Ministros de Estado y funcionarios de la misma jerarquía, Viceministros, los Magistrados de la Corte Suprema de Justicia de la República, los Magistrados de las Cortes Superiores de Justicia de la República en aquellas localidades donde tenga jurisdicción, el Fiscal de la Nación y los Fiscales Supremos, los Prefectos en su jurisdicción, los miembros de los organismos constitucionalmente autónomos, los miembros del Consejo Directivo de los organismos reguladores y de los organismos públicos descentralizados, los alcaldes a título personal, los miembros del Consejo Consultivo de Radio y Televisión y los miembros del Directorio de las empresas del Estado.

2. Los funcionarios o servidores que, bajo cualquier modalidad, se encuentren vinculados con la gestión o el control de los servicios de radiodifusión.

3. El cónyuge, conviviente o los parientes hasta el segundo grado de consanguinidad de las personas a que se refieren los literales precedentes.

El presente artículo será aplicable además a las personas jurídicas de las cuales formen parte las personas señaladas anteriormente, bajo cualquier condición.

De presentarse alguno de los supuestos indicados, la Dirección de Gestión declarará improcedente la solicitud.

El impedimento se extiende hasta un año posterior al cese o la culminación de los servicios prestados bajo cualquier modalidad, sea por renuncia, cese, destitución o despido, vencimiento del plazo del contrato o resolución contractual.

Artículo 26°.- Causales para denegar una solicitud

1. La solicitud de autorización será denegada por cualquiera de las causales previstas en el artículo 23° de la Ley.
2. Para efectos de la aplicación del literal a) del artículo 23° de la Ley, la solicitud será denegada cuando el solicitante, directa o indirectamente, sea titular de más del treinta por ciento (30%) de las frecuencias disponibles técnicamente, asignadas o no, en una misma banda de frecuencia y localidad para la radiodifusión televisiva y veinte por ciento (20%) para la radiodifusión sonora. La fracción mayor a un medio (0.5) que resulte de la aplicación de estos porcentajes se entenderá como el número inmediato superior. Esta restricción se extiende a parientes hasta el segundo grado de consanguinidad.
3. Para la aplicación del literal b) del artículo 23° de la Ley, las obligaciones económicas que se indican deben ser exigibles, por tanto la salvedad contenida en el mismo, incluye además los casos en que se haya dejado en suspenso la exigibilidad de dichas obligaciones conforme a lo establecido en la Ley General del Sistema Concursal.
4. La participación extranjera, directa o indirectamente, exceda el cuarenta por ciento (40%) del capital social o participaciones de la persona jurídica solicitante.
5. La persona natural o jurídica extranjera que participe en la persona jurídica solicitante no sea titular o no tenga participación o acciones en empresas de radiodifusión en su país de origen.

Artículo 27°.- Fines del servicio de radiodifusión

En el otorgamiento de una autorización, podrá evaluarse el cumplimiento de los fines del servicio de radiodifusión y que ésta no ponga en peligro, real o potencial, la seguridad nacional, ni atente contra el interés público, establecidos en la Ley y el presente Reglamento. Para tal efecto, podrá solicitarse la opinión de otros organismos competentes.

Artículo 28°.- Titular de una empresa individual de responsabilidad limitada

El titular de una empresa individual de responsabilidad limitada se encuentra dentro de los alcances del tercer párrafo del artículo 23° de la Ley.

Capítulo III: Requisitos de la solicitud de autorización

Artículo 29°.- Requisitos de la solicitud de autorización

La solicitud de otorgamiento de autorización a ser presentada, deberá consignar el domicilio legal del solicitante, el número del Registro Único de Contribuyentes (RUC) y acompañarse con la siguiente información y documentación:

1. Documentación legal:
 - a. En el caso de personas naturales:
 - Copia del documento de identidad, legalizada por Notario o certificada por Fedatario del Ministerio.
 - b. En caso de personas jurídicas:
 - b.1) Copia de la Constitución Social y Estatuto, indicando que la finalidad u objeto social es prestar el servicio de radiodifusión, inscrito conforme a ley, legalizada por Notario o certificada por Fedatario del Ministerio.
 - b.2) Certificado de vigencia de poder del representante legal con una antigüedad no mayor de tres (3) meses, a la fecha de presentación de la solicitud.
 - b.3) Copia del documento de identidad del representante legal, legalizada por Notario o certificada por Fedatario del Ministerio.
 - b.4) Copia del instrumento legal donde conste la calidad de socio, accionista o asociado, según sea el caso, legalizada por Notario o certificada por Fedatario del Ministerio.
 - b.5) Declaración jurada consignando la composición societaria o accionaria, con indicación de la participación en el capital social, o la relación de los asociados, según sea el caso.
 - c. Hoja de datos personales.
 - d. Declaración jurada de no estar incurso en la prohibición del artículo 22° de la Ley.
 - e. Copia del certificado de antecedentes penales o declaración jurada de no haber sido condenado a pena privativa de libertad mayor a cuatro (4) años por delito doloso.
 - f. Declaración jurada de no encontrarse inhabilitado de contratar con el Estado, por resolución con autoridad de cosa juzgada.

Tratándose de personas jurídicas, la documentación consignada en los literales c), d), e) y f) será presentada por los accionistas, socios, asociados, titular, representante legal, gerente, apoderado y directores, respectivamente. En caso que alguno de ellos sea una persona jurídica, dicha documentación será presentada por sus accionistas, socios, asociados, titular, representante legal, gerente, directores o apoderados, según corresponda.

Si la persona jurídica solicitante cuenta con participación extranjera, el socio, accionista o asociado extranjero, según corresponda, debe presentar la documentación legal antes enumerada, la consignada en los literales c), d), e) y f), así como copia de la documentación que lo acredita como titular de participación en empresas de radiodifusión habilitadas en su país de origen. En caso de que alguno de los socios o accionistas sea a su vez una persona jurídica, dicha documentación será presentada por sus accionistas, socios, asociados o titular, según corresponda. Asimismo, su representante legal deberá presentar copia de la documentación que la acredita como empresa o titular de participación en una empresa de radiodifusión en su país de origen.

En caso que alguno de los socios, accionistas, asociados, titular o directores no puedan presentar la documentación consignada en los literales c), d), e) y f) por razones de fuerza mayor debidamente acreditada, ésta podrá ser presentada por el representante legal.

2. Documentación técnica:

- a. Perfil del proyecto técnico de la estación a instalar, autorizado por un ingeniero colegiado de la especialidad, habilitado a la fecha de presentación de la solicitud.
- b. Plano a escala 1/100,000 de la localidad en la que va a operar la estación, graficando la zona de servicio. Este requisito no es exigible, tratándose de solicitudes para prestar el servicio de radiodifusión en la banda de onda corta.
- c. Plano a escala 1/10,000 de la localidad o constancia de la Municipalidad, indicando la ubicación de la planta transmisora.
- d. Estudio Teórico de Radiaciones No Ionizantes de la estación a instalar, autorizado por persona natural o jurídica debidamente inscrita en el Registro de Personas autorizadas para la realización de Estudios teóricos y Mediciones de Radiaciones No Ionizantes en Telecomunicaciones.
- e. Copia del certificado o constancia del ingeniero que avala el Proyecto Técnico de encontrarse habilitado.

3. Documentación económica:

Inversión proyectada del primer año para la instalación de la estación radiodifusora.

4. Proyecto de comunicación:

Proyecto de comunicación, indicando, de forma genérica, el tipo y características de la programación que será emitida en función a la finalidad del servicio y de los principios señalados en el Artículo II de la Ley.

5. Pago por derecho de trámite.

6. Pago por derecho de publicación de la resolución de autorización.

Artículo 30°.- Nulidad de acto administrativo

De comprobarse fraude o falsedad en la declaración, información o en la documentación presentada, la entidad considerará no satisfecha la exigencia respectiva para todos sus efectos, procediendo a declarar la nulidad del acto administrativo sustentado en dicha declaración, información o documento, conforme a lo establecido en el artículo 32° de la Ley 27444. Si la conducta se adecua a los supuestos previstos en el Título XIX, Delitos contra la Fe Pública del Código Penal, ésta deberá ser comunicada al Ministerio Público para que interponga la acción penal correspondiente.

Artículo 31°.- Sociedades y Asociaciones

En el caso de sociedades de accionariado difundido o que coticen en bolsa, el cumplimiento de los requisitos establecidos en el numeral 1, literales b), c), d), e) y f) del artículo 29° será de cargo de los socios y accionistas que tenga una participación en el capital social de más del treinta por ciento (30%), en lo que resulte pertinente.

En el caso de personas jurídicas sin fines de lucro, cuando el número de sus miembros sea superior a diez (10), la presentación de los documentos antes indicados, estará a cargo únicamente de los miembros del consejo directivo u órgano que haga sus veces. Igual criterio se aplicará cuando la persona jurídica tenga la calidad de asociado de la persona jurídica solicitante.

Capítulo IV: Procedimiento para el otorgamiento de autorización del servicio de radiodifusión

Artículo 32°.- Admisión de la solicitud

El solicitante presentará su solicitud de otorgamiento de autorización al Ministerio, cumpliendo con los requisitos previstos en el artículo 29°. Si faltase alguno de los requisitos exigidos, la administración dejará expresa constancia de ello, en la solicitud presentada o en una notificación adjunta, otorgándole un plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas para su subsanación.

Subsanada la omisión, se entenderá admitida la solicitud en la fecha en que se presentaron los requisitos faltantes.

Cumplido el plazo otorgado sin que se hubiera efectuado la subsanación respectiva, el órgano competente considerará no admitida la solicitud y pondrá a disposición del interesado la documentación presentada por el plazo de cuarenta y cinco (45) días, calendario, vencido el cual se procederá a su eliminación.

El Ministerio facilitará los mecanismos de seguimiento de las solicitudes de otorgamiento de autorización en línea.

Artículo 33°.- Orden de prelación

La fecha de presentación de una solicitud sólo otorga prelación para su tramitación y no crea derechos adicionales ni compromiso alguno para el Ministerio.

La tramitación de una solicitud se efectúa siguiendo rigurosamente el orden de ingreso y se resuelve conforme lo vaya permitiendo su estado.

Esta disposición es aplicable también a las solicitudes de modificación de características técnicas y condiciones esenciales, según corresponda.

Artículo 34°.- Publicidad de la solicitud

En un plazo no mayor de diez (10) días, contado a partir de la admisión de la solicitud, se notificará al solicitante a efectos que publique un extracto de su solicitud, por única vez, en el diario Oficial El Peruano y un diario de mayor circulación de la localidad materia del pedido o en su defecto, de la provincia a la cual pertenece.

Dichas publicaciones deberán observar el formato que apruebe la Dirección de Gestión y presentarse dentro de un plazo que no excederá de quince (15) días, contado a partir del día siguiente de efectuada la notificación; en caso contrario se procederá a denegar la solicitud.

El extracto de la publicación deberá contener, como mínimo, la siguiente información:

1. Nombre del solicitante.
2. Modalidad del servicio.
3. Banda de frecuencia.
4. Localidad a servir.
5. Ubicación de los estudios y planta transmisora.
6. Finalidad del servicio.

Para la modificación de los numerales 3 y 4, se deberá presentar una nueva solicitud de autorización.

Artículo 35°.- Evaluación de la solicitud

Presentada la publicación a que se refiere al artículo anterior, se inicia una etapa de evaluación, cuyo plazo no podrá ser superior a noventa (90) días. En esta etapa, la administración podrá requerir la información y/o documentación que considere necesaria para la emisión de su informe, el que contendrá la evaluación efectuada y la recomendación por el otorgamiento o la denegatoria de la solicitud presentada.

De considerarse procedente la solicitud, el expediente conteniendo el informe y el proyecto de Resolución Viceministerial respectivos serán remitidos a la Oficina General de Asesoría Jurídica, la cual en un plazo no mayor de siete (7) días, emitirá pronunciamiento y elevará los actuados al Viceministro de Comunicaciones, quien de considerarlo procedente, expedirá la resolución correspondiente.

La denegatoria y el abandono de una solicitud serán declaradas mediante resolución de la Dirección de Gestión.

Artículo 36°.- Plazo para la atención de las solicitudes

El plazo máximo para el otorgamiento de autorizaciones o su denegatoria, es de ciento veinte (120) días, contados a partir de presentada la publicación.

Artículo 37°.- Interrupción del cómputo de los plazos para la atención de las solicitudes

El cómputo de los plazos establecidos en el presente Reglamento, se interrumpirá cuando esté pendiente:

1. El cumplimiento de algún requerimiento efectuado al solicitante.
2. La remisión de información solicitada a otras entidades públicas o privadas.

El inicio de un procedimiento administrativo sancionador no interrumpirá los plazos previstos en el presente Reglamento.

Artículo 38°.- Pagos derivados del otorgamiento de la autorización

Dentro de los sesenta (60) días de notificada la resolución autoritativa, el titular deberá cumplir con el pago del derecho de autorización y canon anual.

En caso de incumplimiento, la resolución quedará sin efecto de pleno derecho, sin perjuicio que se emita el acto administrativo correspondiente.

Artículo 39°.- Domicilio legal

Para todos los efectos, se tendrá como válido, el domicilio legal consignado por el peticionante en su solicitud de autorización o en su caso, el último domicilio legal que hubiera comunicado al Ministerio en el procedimiento.

Capítulo V: Del otorgamiento de autorizaciones por concurso público

Artículo 40°.- Otorgamiento de autorizaciones por Concurso Público y plazo para su realización

Las autorizaciones del servicio de radiodifusión se otorgan mediante Concurso Público cuando la cantidad de frecuencias o canales disponibles en una misma banda y localidad, es menor al número de solicitudes admitidas.

En el mes de enero de cada año, la Dirección de Gestión elaborará un cronograma para la realización de por lo menos dos (2) Concursos Públicos anuales, dependiendo del número de localidades cuyas autorizaciones se otorgarán por dicho mecanismo.

Artículo 41°.- Determinación de las bandas y localidades

Dentro de los treinta (30) días siguientes de admitida la solicitud con la cual se configura la situación prevista en el artículo precedente, la Dirección de Gestión expedirá resolución señalando que las autorizaciones de la respectiva banda de frecuencias y localidad serán otorgadas por Concurso Público, debiendo publicarse en el diario oficial "El Peruano".

En un plazo máximo de quince (15) días, la Dirección de Gestión denegará las solicitudes correspondientes a las bandas y localidades contenidas en la resolución antes mencionada. Dicho plazo se computará a partir de la fecha de publicación del resolutivo o de la presentación de la solicitud, según corresponda.

Artículo 42°.- Elaboración de bases y conducción de los Concursos

Los Concursos Públicos para el otorgamiento de autorizaciones del servicio de radiodifusión se realizan bajo la conducción de un Comité de Recepción y Evaluación de Propuestas conformado por cinco (5) miembros, el mismo que se encargará de la preparación de las Bases y conducción del Concurso hasta que la Buena Pro quede consentida o firme administrativamente.

Dicho Comité es designado por Resolución Viceministerial.

Artículo 43°.- Contenido y aprobación de las bases

Las Bases del Concurso Público contendrán, como mínimo, lo siguiente:

1. Cronograma.
2. Objeto.
3. Localidades y bandas.
4. Frecuencias a ser asignadas y potencias efectivas radiadas máximas.
5. Documentos requeridos para la calificación de los postores.
6. Monto base de la propuesta económica
7. Criterios y pautas para la evaluación de las ofertas.
8. Criterios y pautas para la evaluación de las características del proyecto de comunicación.
9. Obligaciones y compromisos de los postores.
10. Documentación legal a ser presentada por el postor ganador para la obtención de la autorización.

Las Bases serán aprobadas por resolución de la Dirección de Gestión.

Artículo 44°.- Participación del CONCORTV

Conforme a lo dispuesto en el artículo 16° de la Ley, el CONCORTV participa en calidad de veedor, en los Actos Públicos de Presentación de Propuestas y Otorgamiento de la Buena Pro.

Artículo 45°- Otorgamiento de las autorizaciones

Consentida la Buena Pro y verificado el cumplimiento del pago de la oferta económica y la presentación de los requisitos de la solicitud de autorización dentro de los plazos previstos en las Bases, se iniciará la fase administrativa para el otorgamiento de la autorización, cuya duración será determinada en las Bases y no podrá ser superior al plazo establecido en el artículo 36°.

Artículo 46°- Disponibilidad de frecuencias

De existir disponibilidad de frecuencias en aquellas localidades y bandas de frecuencias donde se hubiere realizado un Concurso Público, su asignación se efectuará bajo la misma modalidad.

De ser la disponibilidad de frecuencias derivada de su no asignación en el respectivo concurso, ésta se incluirá en el siguiente concurso.

Título IV: De las autorizaciones para la radiodifusión comunitaria, en zonas rurales, lugares de preferente interés social y localidades fronterizas

Artículo 47°- Asignación de Frecuencias.

Las autorizaciones para prestar el servicio de radiodifusión comunitaria y en áreas rurales, lugares de preferente interés social y en localidades fronterizas, sólo podrán otorgarse para operar en la banda de frecuencia modulada (FM) en el caso del servicio de radiodifusión sonora y en las bandas de VHF y UHF, tratándose del servicio de radiodifusión por televisión.

Artículo 48°- Requisitos de la solicitud.

La solicitud de autorización deberá presentarse acompañando la siguiente documentación.

1. Documentación legal:

a) En el caso de personas naturales:
Copia simple del documento de identidad.

b) En caso de personas jurídicas:

b.1. Ficha o Partida Registral, expedida por la Oficina de Registros Públicos respectiva, con una antigüedad no mayor de seis (6) meses a la fecha de presentación de la solicitud, donde conste la inscripción y el representante legal.

En caso de Comunidades Nativas o Campesinas, copia del documento que las acredite como tales.

b.2. Documento legal donde conste que el objeto o finalidad de la persona jurídica sea dedicarse a prestar el servicio de radiodifusión, o el acuerdo de realizar dicha prestación.

b.3. Copia simple del documento de identidad del representante legal o del representante de la Comunidad Nativa o Campesina.

b.4. Declaración jurada consignando la relación de los miembros.

Adicionalmente, los solicitantes deberán adjuntar a su solicitud la documentación indicada en los literales c), d), e) y f) del artículo 29°.

Tratándose de personas jurídicas, la documentación consignada en los literales c), d), e) y f) podrá ser presentada por el representante legal, a nombre de los accionistas, asociados, socios y titular, según corresponda.

En caso de comunidades nativas y campesinas, dicha documentación, será presentada por su representante, a nombre de la directiva u órgano que haga sus veces.

De contar la persona jurídica solicitante con participación extranjera, se deberá presentar la documentación legal antes mencionada del socio, accionista o asociado extranjero, según corresponda, así como la copia de la documentación legal acreditando que la persona natural o jurídica extranjera es titular o tiene participación en empresas de radiodifusión habilitadas en su país de origen.

2. Documentación técnica:

a. Perfil del proyecto técnico del servicio a implementar, conforme formato aprobado por el Ministerio, autorizado por ingeniero colegiado de la especialidad, habilitado a la fecha de presentación de la solicitud.

b. Plano a escala 1/100,000 de la localidad en las que se va a establecer el servicio, graficando la zona de servicio.

c. Plano a escala 1/10,000 o constancia de la Municipalidad, indicando la ubicación de la planta, para el caso de localidades fronterizas.

d. Copia del certificado o constancia del ingeniero que avala el Proyecto Técnico de encontrarse habilitado.

3. Proyecto de comunicación indicando, de manera genérica, el tipo de programación que será emitida en función a la finalidad del servicio y de los principios señalados en el Artículo II de la Ley.

Artículo 49°- Evaluación de la solicitud

Admitida la solicitud, se inicia la etapa de evaluación, cuyo plazo no podrá ser superior a cincuenta (50) días.

La evaluación y el procedimiento se sujetan a lo establecido en los artículos 32°, 33°, 35°, 38° y 39°, en lo que resulte pertinente.

Artículo 50°.- Plazo

El plazo máximo para el otorgamiento de autorizaciones, o su denegatoria, es de ochenta (80) días, contado a partir de la fecha en que se tenga por admitida la solicitud.

A efectos del cómputo de los plazos será de aplicación lo establecido en el artículo 37°.

Artículo 51°.- Proyectos a cargo del Ministerio

Las estaciones de radiodifusión de baja potencia que se instalen en el marco de los Proyectos a cargo del Ministerio, indicadas en el artículo 17°, serán autorizadas de oficio por la Dirección de Gestión, la cual expedirá el permiso y la licencia correspondiente.

La autorización se otorga una vez que se cuente con informe favorable de la oficina a cargo de los proyectos de comunicaciones, la que determina a la persona natural o jurídica titular de la respectiva autorización.

Título V: Enlaces auxiliares a la radiodifusión.

Artículo 52°.- Otorgamiento de autorizaciones

La utilización de enlaces auxiliares a la radiodifusión requiere autorización previa otorgada por la Dirección de Concesiones y Autorizaciones de la Dirección de Gestión. Su plazo de vigencia no será superior al de la autorización para la prestación del servicio de radiodifusión.

La solicitud de autorización se presenta dentro del plazo de vigencia de la autorización otorgada para la operación de los servicios de radiodifusión.

Artículo 53°.- Requisitos y procedimiento

1. Requisitos:

La solicitud de autorización será acompañada de la siguiente documentación:

- a. Perfil del proyecto técnico autorizado por ingeniero colegido de la especialidad, habilitado a la fecha de la presentación del documento.
- b. Estudio Teórico de Radiaciones No Ionizantes de la estación radiodifusora a instalar, autorizado por persona natural o jurídica debidamente inscrita en el Registro de Personas autorizadas para la realización de Estudios teóricos y Mediciones de Radiaciones No Ionizantes en Telecomunicaciones.
- c. Copia del certificado o constancia del ingeniero que avala el Proyecto Técnico de encontrarse habilitado.
- d. Copia del documento que acredite la relación contractual con el proveedor satelital, cuando se trate de enlaces vía satélite.
- e. Pago por derecho de trámite.

2. Para el trámite de las solicitudes será de aplicación los artículos 32°, 33°, 37° y 39° en lo que resulte pertinente.

La solicitud podrá ser denegada en caso que el solicitante se encuentre adeudando obligaciones relativas al derecho de autorización, tasa, canon, multa y otros derivados de la prestación del servicio de radiodifusión, salvo que cuente con el beneficio de fraccionamiento vigente.

3. El plazo máximo para el otorgamiento de autorización o su denegatoria es de cuarenta y cinco días (45) días contado a partir de la fecha en que se tenga por admitida la solicitud.

Artículo 54°.- Modificación de la ubicación de los enlaces de las estaciones de radiodifusión

La modificación de la ubicación de las estaciones de radiodifusión conlleva la modificación de la autorización para la utilización del enlace radioeléctrico.

Título VI: Permisos

Artículo 55°.- Definición de permiso

El Permiso es la facultad que se otorga a los titulares de una autorización para instalar equipos de radiodifusión en un lugar determinado y será expedido conjuntamente con la resolución de autorización.

Título VII: Del período de instalación y prueba

Artículo 56°.- Obligaciones del titular

Es obligación del titular de una autorización dentro del período de instalación y prueba:

1. Instalar los equipos requeridos para la prestación del servicio conforme a las condiciones esenciales y las características técnicas aprobadas en su autorización.
1. Realizar las pruebas de funcionamiento.
2. Contar con equipos homologados.

Estas obligaciones deberán ser cumplidas por el titular, necesariamente, dentro del plazo de doce (12) meses establecido para el período de instalación y prueba. Vencido dicho plazo, serán exigibles al titular de la autorización, el cumplimiento de las obligaciones referidas a la operación y prestación del servicio establecidas en este Reglamento y las Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión.

Artículo 57°.- Inspección técnica

La Dirección de Control, dentro de los tres (3) meses siguientes al vencimiento del período de instalación y prueba, efectuará de oficio la inspección técnica a la estación autorizada a fin de verificar:

1. La correcta instalación de la estación, lo que incluye la operación con equipos homologados.
2. Cumplimiento de condiciones esenciales.
3. Cumplimiento de las características técnicas del servicio autorizado.

No obstante, el titular podrá solicitar la realización de la inspección técnica dentro de los seis (6) meses anteriores al vencimiento del período de instalación y prueba, en cuyo caso, el Ministerio podrá efectuar recomendaciones técnicas y fijar una nueva inspección dentro del período de prueba, de ser el caso.

Artículo 58°.- Expedición de licencia

Realizada la inspección y a mérito del informe técnico correspondiente, se procederá a:

1. Expedir la licencia de operación, si el respectivo informe técnico resulta favorable.
2. Dejar sin efecto la autorización si el informe técnico resulta desfavorable, para lo cual se expedirá resolución con el mismo nivel de la que otorgó la autorización.

Título VIII: De las licencias de operación

Artículo 59°.- Definición y plazo de vigencia

La licencia de operación es la facultad que se otorga al titular de una autorización para operar un servicio de radiodifusión y es expedida por la Dirección de Gestión.

Debe contener como mínimo las condiciones esenciales y características técnicas consignadas en la autorización.

Su plazo de vigencia no excederá el plazo de la autorización respectiva.

Artículo 60°.- Obligación de exhibición de la Licencia de Operación

Los titulares del servicio de radiodifusión están obligados a exhibir en lugar visible de la estación, la Licencia de Operación.

Título IX: De la modificación de las características técnicas

Artículo 61°.- Modificación de características técnicas contenidas en la Autorización y en la Licencia de Operación

Los titulares del servicio de radiodifusión podrán solicitar la modificación de las características técnicas aprobadas en la respectiva autorización, salvo la referida a la localidad a servir:

- a. Hasta cuarenta y cinco (45) días calendarios anteriores al vencimiento del período de instalación y prueba;
- b. Una vez expedida la respectiva licencia de operación.

Estas modificaciones deben ser previamente aprobadas por la Dirección de Gestión, sujetándose al silencio administrativo negativo establecido en el artículo 21° de la Ley, de acuerdo con los requisitos, procedimiento y plazo consignados en el artículo 62°.

La disminución de potencia asignada, no requiere de aprobación, sólo deberá ser comunicada al Ministerio detallando las características técnicas del transmisor y el sistema irradiante.

Artículo 62º.- Requisitos y procedimiento

1. Requisitos:

La solicitud de modificación de características técnicas deberá ser acompañada con la siguiente información y/o documentación:

- a. Perfil del proyecto técnico, autorizado por ingeniero colegiado de la especialidad, habilitado a la fecha de presentación de la respectiva documentación.
- b. En caso de modificación de ubicación de la estación o aumento de potencia, además de la sustentación del perfil del proyecto técnico, se presentará:
 - Plano geográfico de la localidad a escala 1/100,000, graficando el área de cobertura (excepto para la autorización en la banda de Onda Corta).
 - Plano a escala 1/10,000 o constancia de la Municipalidad, indicando la ubicación de la planta.
 - Estudio Teórico de Radiaciones No Ionizantes de la estación a instalar, autorizado por persona natural o jurídica debidamente inscrita en el Registro de Personas autorizadas para la realización de Estudios teóricos y Mediciones de Radiaciones No Ionizantes en Telecomunicaciones.
- c. Copia del certificado o constancia del ingeniero que avala el Proyecto Técnico de encontrarse habilitado.
- d. Pago por derecho de trámite

2. Para el trámite de las solicitudes será de aplicación lo dispuesto en los artículos 32º, 33º, 37º y 39º, en lo que resulte pertinente.

La solicitud podrá ser denegada en caso que el solicitante se encuentre adeudando obligaciones relativas al derecho de autorización, tasa, canon, multa y otros derivados de la prestación del servicio de radiodifusión, salvo que cuente con el beneficio de fraccionamiento vigente.

3. El plazo para resolver la modificación de las características técnicas es de cuarenta y cinco (45) días, contado a partir de la fecha en que se tenga por admitida la solicitud.

Artículo 63º.- Obligación de no causar interferencias

Para la evaluación de las solicitudes modificación de características técnicas referidas al aumento de potencia y cambio de ubicación, se requerirá de la opinión previa de la Dirección de Control, a fin de garantizar que dicha modificación no causará interferencias perjudiciales a las demás estaciones de radiodifusión o de otros servicios de telecomunicaciones.

La Dirección de Control opinará en un plazo de veinte (20) días de formulado el requerimiento.

Título X: Derechos y obligaciones del titular de la autorización

Artículo 64º.- Derechos de los titulares de autorizaciones

Son derechos del titular de la autorización, principalmente los siguientes:

1. Prestar el servicio autorizado.
2. Transferir la autorización, previa aprobación del Ministerio.
3. Ser protegidos de interferencias, perjudiciales o no, ocasionadas por las estaciones de radiodifusión o de otros servicios de telecomunicaciones, dentro de su zona de servicio.

Artículo 65º.- Obligaciones de los titulares de autorizaciones

Son obligaciones del titular de la autorización, entre otras, las siguientes:

1. Instalar, operar y prestar el servicio de acuerdo a los términos, condiciones, plazos y características técnicas previstas en la autorización.
2. Prestar el servicio en forma ininterrumpida, salvo situaciones excepcionales debidas a caso fortuito o fuerza mayor, debidamente acreditadas.

3. No ocasionar interferencias, perjudiciales o no, a otras estaciones de radiodifusión o de otros servicios de telecomunicaciones.
4. Pagar oportunamente los derechos, tasas y canon, que correspondan.
5. Proporcionar al Ministerio la información que éste le solicite y, en general, brindar las facilidades para efectuar sus labores de inspección.
6. Cumplir su Código de Ética.
7. Difundir la programación acorde con sus fines y lo dispuesto en el Código de Ética, la Ley y el presente Reglamento.
8. Cumplir con las Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión y otras afines.
9. Otras que hayan sido expresamente establecidas en las bases de un concurso público, cuando el otorgamiento de una autorización haya sido efectuado bajo este mecanismo.

Artículo 66°.- Suspensión de la prestación del servicio

El titular de la autorización podrá suspender la prestación del servicio hasta por un plazo de tres (3) meses continuos o cinco (5) alternados en el lapso de un (1) año, computado a partir de la primera verificación efectuada, debiendo comunicar previamente dicha situación al Ministerio.

Título XI: Renovación

Artículo 67°.- Renovación de la autorización

La renovación es automática por períodos iguales, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley.

Artículo 68°.- Plazo de la presentación de la solicitud de renovación

La solicitud puede presentarse hasta el día de vencimiento del plazo de vigencia de la respectiva autorización. En caso éste sea inhábil, la solicitud deberá presentarse el primer día hábil siguiente.

Artículo 69°.- Condiciones para el otorgamiento de la renovación

La renovación de la autorización del servicio de radiodifusión se sujeta a lo siguiente:

1. Haber solicitado la respectiva renovación, conforme lo indicado en el artículo 68°.
2. No estar incurso en las causales establecidas en el artículo 23° de la ley.
3. Haber cumplido con el proyecto de comunicación; y,
4. Operar la estación y prestar el servicio en las condiciones y características técnicas aprobadas en la autorización y en la respectiva licencia de operación, así como las establecidas en este Reglamento y las Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión.

Artículo 70°.- Verificación de las condiciones y características técnicas

Presentada la solicitud, conforme lo dispuesto en los artículos 68° y 71°, se dispondrá la realización de una inspección técnica a efectos de verificar la continuidad y condiciones de operación de la estación cuya autorización es materia de renovación.

La referida inspección técnica, debe realizarse dentro del plazo de tres (3) meses, computado a partir de la fecha de presentación de la solicitud de renovación. No procede la realización de recomendaciones u observaciones.

Artículo 71°.- Requisitos y procedimiento

1. Requisitos:

La solicitud de renovación de autorización deberá acompañarse de la siguiente información y/o documentación.

- a. Pago por derecho de trámite.
- b. Pago por derecho de publicación de la resolución de renovación.
- c. En caso de ser el titular persona jurídica:
 - Declaración jurada de no haberse modificado la composición accionaria o societaria.
 - Certificado de vigencia de poder del representante legal con antigüedad no mayor de tres (3) meses a la fecha de presentación de la solicitud.
- d. En caso de modificación en la constitución o de los accionistas, socios, asociados, titular, representante legal, apoderado y directores, respectivamente se deberá remitir, según sea el caso:

- Copia de la Escritura Pública de modificación de Estatutos, inscrita conforme a Ley, legalizada por Notario Público o certificada por Fedatario del Ministerio.
- La documentación señalada en los literales c), d), e) y f) del numeral 1 del artículo 29°, de cada una de las personas antes indicadas. En el supuesto previsto en el literal d) será de aplicación lo dispuesto en el tercer párrafo del 23° de la Ley.
- Certificado de vigencia del representante legal.

2. Para el trámite de las solicitudes de renovación será de aplicación lo dispuesto en los artículos 32°, 33°, 37° y 39°, en lo que resulte pertinente.

3. El plazo para resolver la renovación es de ciento veinte (120) días, contado a partir de la fecha en que se tenga por admitida la solicitud.

4. En caso de denegatoria de la renovación, esta será declarada por resolución de la Dirección de Gestión.

5. Dentro de los sesenta (60) días de notificada la resolución autoritativa, el titular de la autorización deberá cumplir con el pago del derecho de autorización y canon anual. En caso de incumplimiento, la respectiva resolución quedará sin efecto de pleno derecho, sin perjuicio que se emita el acto administrativo correspondiente.

Artículo 72°.- Causal de extinción por vencimiento de plazo de vigencia de la autorización

Precítese que la causal de extinción prevista en el literal b) del artículo 31° de la Ley, se configura cuando:

1. No se hubiere solicitado la renovación dentro del plazo establecido en el artículo 68°.
2. Se hubiere denegado o declarado el abandono de la solicitud de la renovación.

Título XII: Transferencias

Artículo 73°.- La transferencia

La autorización, conjuntamente con los permisos, licencias y autorizaciones de enlaces auxiliares a la radiodifusión, podrán ser transferidas, previa aprobación del Ministerio, mediante Resolución Viceministerial conteniendo además el reconocimiento del nuevo titular.

Artículo 74°.- Requisitos y procedimiento para transferencia de derechos

La solicitud de transferencia de autorización debe acompañarse con la siguiente documentación:

1. Requisitos:
 - a. Documento donde conste el acuerdo de transferencia, con indicación que los efectos del mismo quedan condicionados a la aprobación de dicha transferencia por el Ministerio.
 - b. De ser el adquirente titular de una autorización, deberá presentar la declaración jurada de no estar incurso en la prohibición del artículo 22° de la Ley.
 - c. De no ser el adquirente titular de una autorización, deberá presentar la documentación prevista en el numeral 1 del artículo 29°, según se trate de persona natural o jurídica.

En caso que el adquirente sea una persona jurídica, será de aplicación lo dispuesto en el tercer párrafo del 23° de la Ley.

La evaluación de la solicitud de transferencia comprende la evaluación del futuro adquirente, conforme lo dispuesto en el tercer párrafo del artículo 27° de la Ley.

2. Para el trámite de las solicitudes será de aplicación lo dispuesto en los artículos 32°, 33°, 37° y 39°, en lo que resulte pertinente.

La solicitud podrá ser denegada en caso que el solicitante se encuentre adeudando obligaciones relativas al derecho de autorización, tasa, canon, multa y otros derivados de la prestación del servicio de radiodifusión, salvo que cuente con el beneficio de fraccionamiento vigente.

3. El plazo para la aprobación de la transferencia es de noventa (90) días. En caso de denegatoria, ésta será declarada por resolución de la Dirección de Gestión.

Artículo 75°.- Requisitos y procedimiento para transferencia de acciones, participaciones u otras

La solicitud de transferencia de acciones o participaciones a que se refiere el artículo 28° de la Ley, así como en el cambio en la representación legal, Directorio o Consejo Directivo, conforme al artículo 29° de la Ley, los nuevos socios, accionistas, asociados, representantes legales, miembros del Directorio, Consejo Directivo u organismo que haga sus veces, deberá remitirse el documento donde conste la transferencia o designación inscrita o registrada conforme a ley, así como la documentación señalada en los numerales b.2, b.3, c, d, e y f) del numeral 1 del artículo 29°.

Para el trámite de las solicitudes será de aplicación lo dispuesto en los artículos 32°, 33°, 37°, 38° y 39°, en lo que resulte pertinente.

El plazo para la aprobación de la transferencia es de treinta (30) días transcurrido el cual el peticionario podrá considerarla aprobada. En caso de denegatoria, ésta será declarada por resolución de la Dirección de Gestión.

Artículo 76°.- Causales de denegatoria

Las solicitudes de transferencia serán denegadas por las siguientes causas:

1. Si no hubieran transcurrido al menos dos (2) años desde la entrada en vigencia de la autorización materia de transferencia.
2. Si el adquirente está incurso en alguna de las causales establecidas en el artículo 23° de la Ley.
3. Si la autorización no se encuentra vigente, a la fecha de presentación de la solicitud.

Tratándose de transferencia de acciones sólo será de aplicación los numerales 2 y 3 del presente artículo.

Artículo 77°.- Consecuencias del reconocimiento del nuevo titular

Aprobada la transferencia y reconocido el nuevo titular, éste asume de pleno derecho, todas las obligaciones y derechos derivados de la autorización.

Título XIII: Causales que dejan sin efecto y extinguen la autorización

Artículo 78°.- Impedimento sobreviniente

Para efectos de lo dispuesto en el artículo 25° de la Ley, los titulares de la autorización tienen un plazo de treinta (30) días para efectuar las acciones señaladas en el mismo, contado a partir del requerimiento efectuado por el órgano competente.

Artículo 79°.- Suspensión de la prestación del servicio

A efectos de la correcta aplicación del literal c) del artículo 30° de la Ley, entiéndase que una autorización quedará sin efecto por esta causal, cuando la suspensión de la prestación del servicio sea mayor al plazo de tres (3) meses continuos o cinco (5) alternados en el lapso de un (1) año, computado a partir de la primera verificación efectuada, a que se refiere el artículo 66°.

La prestación del servicio, incluye la operación de la respectiva estación de radiodifusión.

Se presume la suspensión de la prestación del servicio manera ininterrumpida durante el período de tiempo comprendido entre las verificaciones efectuadas, salvo prueba en contrario.

Artículo 80°.- Renuncia de la autorización

Aceptada la renuncia, la vigencia de la autorización se considerará concluida a la fecha de presentación de la solicitud correspondiente.

La formalización de la renuncia se aprobará por resolución de la Dirección de Gestión.

Artículo 81°.- Extinción de otros derechos

La resolución que deja sin efecto o la configuración de alguna de las causales de extinción de la autorización, extingue todos los derechos que hayan sido otorgados.

Título XIV: Operación de estaciones del servicio de radiodifusión

Artículo 82°.- Modificación de oficio de características técnicas

El Ministerio, excepcionalmente podrá disponer, de oficio, la modificación de las características técnicas autorizadas, en los siguientes casos:

1. Cuando la operación ponga en peligro la vida, la seguridad o la salud de las personas.
2. En cumplimiento a lo dispuesto en la Norma que establece los Límites Máximos Permisibles de Radiaciones no Ionizantes en Telecomunicaciones, en las Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión y otras normas técnicas que emita el Ministerio.
3. Actualización y/o adecuación de la información contenida en las autorizaciones, previo informe sustentatorio del órgano competente del Ministerio.

Artículo 83°.- Modificación de oficio de frecuencia asignada

El Ministerio podrá modificar de oficio una frecuencia asignada, procurando no afectar los derechos de los titulares, en los siguientes casos:

1. Solución de problemas de interferencias perjudiciales, en cuyo caso la modificación de frecuencia corresponderá a la estación de radiodifusión que produce la interferencia, cuando ésta no cumpla con cesar la interferencia.
2. Utilización de nuevas tecnologías que signifiquen un mejor uso del espectro radioeléctrico y la mejor prestación del servicio.
3. Actualización del PNAF y/o acuerdos y tratados internacionales vigentes.
4. Cumplimiento de los Planes de Asignación de Frecuencias.

El Ministerio establecerá los términos, condiciones y plazos en los que se llevará a cabo la migración de frecuencia.

Artículo 84°.- Zonas con restricción para la ubicación de la planta transmisora

Las plantas transmisoras de las estaciones de radiodifusión no podrán instalarse en:

1. En las zonas de restricción determinadas por la Dirección General de Aeronáutica Civil, de conformidad con las normas de la materia.
2. En las zonas de restricción cercana a las Estaciones de Comprobación Técnica que forman parte del Sistema Nacional de Gestión y Control del Espectro Radioeléctrico, de acuerdo a las normas correspondientes.
3. En las proximidades de las plantas de fabricación o almacenamiento de explosivos o de abastecimiento de combustible derivados del petróleo y gas, de acuerdo a las normas que apruebe al Ministerio.
4. En las zonas declaradas como patrimonio cultural por el Instituto Nacional de Cultura.
5. En las áreas naturales protegidas declaradas por el Instituto Nacional de Recursos Naturales.
6. En las zonas cercanas a los observatorios geofísicos y radio observatorios.
7. En otras zonas que determine el Ministerio.

En los supuestos señalados en los numerales 1), 4), 5) y 6) del presente artículo, podrá otorgarse autorización si el solicitante cuenta previamente con la conformidad de la autoridad competente.

Artículo 85°.- Identificación de las estaciones

Las estaciones de radiodifusión se identificarán con los indicativos internacionales asignados en la licencia respectiva, emitiendo la identificación a las 06.00, 12.00 y 22.00 horas.

Artículo 86°.- Prestación de servicio

No se considera prestación del servicio a la emisión de patrones de sintonía, tonos audibles equivalentes o similares, utilizados para pruebas y calibraciones de los equipos.

Artículo 87°.- Prohibición de instalación de estaciones en perímetro urbano

No se autoriza la instalación de estaciones de radiodifusión en el perímetro urbano.

Excepcionalmente podrán instalarse dentro de dicho perímetro, aquéllas Estaciones Secundarias y Estaciones con Régimen Preferencial a que se refieren los artículos 16° y 17°.

Artículo 88°.- Zona de servicio

Se considera zona de servicio al ámbito geográfico delimitado por el contorno de protección dentro del cual el nivel alcanzado de la intensidad de campo de la onda radioeléctrica está protegido contra interferencia perjudicial.

El contorno y la relación de protección están regulados en la Norma Técnica del Servicio de Radiodifusión.

Artículo 89°.- Cumplimiento de las normas sobre límites máximos permisibles

El titular de autorización debe adoptar las medidas necesarias a fin que la estación radiodifusora cumpla las normas sobre límites máximos permisibles.

En caso de incumplimiento, se adoptará las acciones necesarias para el cumplimiento de las normas antes mencionadas, las que pueden incluir la modificación de las características técnicas autorizadas.

Artículo 90°.- De las interferencias perjudiciales

Los titulares de autorizaciones del Servicio de Radiodifusión deberán operar sin afectar la calidad ni interferir otras estaciones radioeléctricas o servicios de telecomunicaciones debidamente concesionados o autorizados y adoptarán las medidas adecuadas para evitar:

1. Interferencias radioeléctricas perjudiciales ocasionadas por armónicas, productos de intermodulación, sobremodulación u otros tipos de emisión espurias causadas por los transmisores del Servicio de Radiodifusión.
2. Interferencias radioeléctricas perjudiciales a otros servicios de telecomunicaciones y equipos.

En caso de interferencia perjudicial, el causante está obligado a suspender de inmediato sus operaciones hasta corregir la interferencia, lo cual debe ser verificado por la Dirección de Control.

Título XV: Control de las emisiones radioeléctricas y supervisión de las estaciones de radiodifusión

Artículo 91°.- Control del espectro radioeléctrico

El control de las estaciones de radiodifusión se efectuará en forma permanente a través de inspecciones y monitoreos. El monitoreo se realiza mediante las estaciones del Sistema Nacional de Gestión y Control del Espectro Radioeléctrico o equipo portátil determinado por la Dirección de Control.

Artículo 92°.- De los medios probatorios

Las actas de inspección y las mediciones efectuadas por las estaciones del Sistema Nacional de Gestión y Control del Espectro Radioeléctrico, así como las mediciones efectuadas mediante el uso de equipo portátil, tienen la calidad de prueba en los procedimientos seguidos ante el Ministerio.

Artículo 93°.- La inspección técnica

A efectos del presente Reglamento, se entiende por inspección técnica a la comprobación in situ de los parámetros y condiciones de operación e instalación, así como a la verificación del cumplimiento de las obligaciones legales contempladas en la Ley y en el presente Reglamento.

Artículo 94°.- Obligaciones del titular en la inspección

Para los efectos de la inspección, se deberá otorgar al Ministerio todas las facilidades que sean necesarias para que ésta se realice en las mejores condiciones posibles, bajo responsabilidad del titular de la autorización, permitiendo, las visitas a sus locales, instalaciones y revisión de equipos y documentos si fuera necesario. Asimismo, debe presentarse la información que el Ministerio requiera.

Artículo 95°.- Medidas correctivas

Se podrá adoptar las medidas correctivas del caso, si durante la inspección o monitoreo de los servicios de radiodifusión se detectan irregularidades en la operación.

Las correcciones que se deban efectuar los titulares se ejecutarán dentro del plazo que se otorgue para tal efecto. Vencido dicho plazo, la Dirección de Control procederá, de oficio, a efectuar una nueva inspección o monitoreo y adoptar las acciones que correspondan.

Artículo 96°.- Las denuncias

Las denuncias por interferencias radioeléctricas serán presentadas ante la Dirección de Control, adjuntando, en la medida de lo posible, la información que permita su pronta atención, conforme al procedimiento establecido en las normas pertinentes.

SECCION TERCERA LA PROGRAMACIÓN DE LOS SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN

Título I: Disposiciones Generales

Artículo 97°.- Principios y valores de los servicios de radiodifusión

Los servicios de radiodifusión contribuyen a proteger los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú y los principios establecidos en la Ley.

Título II: Código de Ética

Artículo 98°.- Contenido de los Códigos de Ética

En el marco de lo dispuesto en el artículo precedente, el Código de Ética rige la programación de los servicios de radiodifusión. En tal sentido, deben establecer como mínimo, conforme a lo establecido en la Ley y el presente Reglamento, lo siguiente:

1. Principios del Servicio de Radiodifusión.
2. Finalidad del Servicio de Radiodifusión.
3. Clasificación de los programas.
4. Franjas horarias
5. Producción Nacional Mínima.
6. Mecanismos para brindar información oportuna sobre los cambios en la programación.
7. Mecanismos para solución de quejas o comunicaciones del público relacionadas con la programación, aplicación del Código de Ética y/o ejercicio del derecho de rectificación.
Los mecanismos de solución de quejas podrán implementarse en forma individual o asociada, indicándose el área o persona responsable del cumplimiento de dicha función.
8. Cláusula de conciencia
La aplicación de la cláusula de conciencia se rige por lo dispuesto en la Ley y en la legislación laboral.

Artículo 99°.- Contenido del Código de Ética, de acuerdo a la finalidad del servicio de radiodifusión

Cualquiera sea la finalidad del servicio de radiodifusión, los Códigos de Ética deberán observar las disposiciones del presente Título y del Título III de la presente Sección, y adicionalmente comprenderán, según sea el caso, lo siguiente:

1. Código de Ética para Servicios de Radiodifusión Comercial:

Los principios, fines y mecanismos de autorregulación para el desarrollo de la programación destinada al entretenimiento y recreación del público, así como para abordar temas informativos, noticiosos y de orientación a la comunidad, dentro del marco de los fines y principios que orientan el servicio.

2. Código de Ética para Servicios de Radiodifusión Educativa:

Los principios y fines y mecanismos de autorregulación para el desarrollo de la programación destinada predominantemente al fomento de la educación, la cultura y el deporte, así como la formación integral de las personas, el fomento de valores e identidad nacional. Incluirán principios y fines de la educación peruana.

3. Código de Ética para Servicios de Radiodifusión Comunitaria:

Los principios, fines y mecanismos de autorregulación para el desarrollo de su programación, destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integración nacional.

Artículo 100°.- Presentación de los Códigos de Ética

Dentro de los doce (12) meses siguientes a la entrada en vigencia de la autorización, los titulares del servicio de radiodifusión, en forma individual o asociada, aprobarán su Código de Ética y presentarán copia del mismo a la Dirección de Gestión. De existir observaciones al Código presentado, éstas se harán de conocimiento del titular de la autorización. En caso de no subsanar dichas observaciones dentro del plazo otorgado, se tendrá por no presentado y se pondrá en conocimiento de la Dirección de Control.

El titular del servicio de radiodifusión podrá acogerse al Código de Ética que emita al Ministerio, comunicándolo conforme a lo señalado en el presente artículo.

De no cumplir con lo señalado en los párrafos precedentes o con la publicidad del Código, en la forma y plazos previstos en el presente Reglamento, el titular del servicio de radiodifusión se someterá al Código de Ética que apruebe el Ministerio, con opinión del CONCORTV, independientemente de las sanciones administrativas que correspondan.

Artículo 101°.- Publicidad del Código de Ética

Dentro de los diez (10) días siguientes contados desde la fecha en que se tiene por presentado el Código de Ética, conforme a lo dispuesto en el artículo precedente, el titular de la autorización deberá difundirlo a través de su programación, dentro del horario familiar y publicarlo en su página web o mediante cualquier medio de difusión alternativo.

En el caso que el Código de Ética se apruebe de manera asociada, se hará público en la programación de cada titular del servicio de radiodifusión.

El Ministerio pondrá a disposición del público, a través de su página web, los Códigos de Ética que se tienen por presentados.

Título III: De la programación

Artículo 102°.- Finalidad del Servicio de Radiodifusión

Los servicios de radiodifusión tienen por finalidad satisfacer las necesidades de las personas en el campo de la información, el conocimiento, la cultura, la educación y el entretenimiento, en un marco de respeto de los deberes y derechos fundamentales de las personas, así como de promoción de los valores humanos, la democracia y la identidad nacional.

Artículo 103°.- Franjas horarias

De acuerdo a lo establecido en la Ley es responsabilidad de los titulares de los servicios de radiodifusión vigilar el contenido de la programación a ser difundida a fin de evitar afectar los valores inherentes de la familia, propiciándose la autorregulación y, en ese sentido, la implementación de políticas para informar sobre advertencias en el contenido a ser emitido.

Así dentro del Horario de Protección al Menor, se difunden programas y promociones, que pueden ser presenciados por niños, niñas y adolescentes menores de 14 años, sin supervisión de sus padres, madres, representantes o responsables.

Dentro del Horario para mayores de 14 años con orientación de adultos, se procurará difundir programas y promociones, que pueden ser presenciados por adolescentes mayores de 14 años, bajo la orientación de sus padres, madres, representantes o responsables.

En el Horario para Adultos se podrán difundir programas, promociones y propaganda aptos para personas mayores de 18 años de edad.

Corresponde a los titulares de servicios de radiodifusión establecer las franjas horarias tomando en cuenta la presente clasificación horaria y respetando el Artículo 40° de la Ley. El horario familiar es el comprendido entre las 06:00 y 22:00 horas.

Artículo 104°.- Obligación de guardar las grabaciones de los programas de radiodifusión

Las estaciones de radiodifusión conservarán las grabaciones de su programación nacional y de los comerciales por un plazo de treinta (30) días calendarios contados a partir de la fecha de su emisión. Dichas grabaciones podrán ser requeridas por el CONCORTV para verificar el cumplimiento del Código de Ética y lo establecido con relación a las Franjas Horarias.

Artículo 105°.- Uso de medios audiovisuales

Los programas informativos, educativos y culturales de producción nacional, transmitidos por el Instituto de Radio y Televisión del Perú, incorporan lenguaje de señas y textos para la comunicación de personas con discapacidad por deficiencia auditiva, de conformidad con la Ley N° 27471.

Los titulares de la autorización de servicios de radiodifusión por televisión incorporan optativa y progresivamente lenguaje de señas y textos para la comunicación de personas con discapacidad por deficiencia auditiva, en los programas informativos, educativos y culturales, lo que será valorado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión para su reconocimiento bajo el sistema de otorgamiento de premios previsto en el artículo 58° de la Ley.

SECCION CUARTA EL CONSEJO CONSULTIVO DE RADIO Y TELEVISIÓN

Título I: Disposiciones generales

Artículo 106°.- Designación de los miembros del CONCORTV

La designación de los miembros del CONCORTV, se realiza de conforme a lo dispuesto en el artículo 54° de la Ley.

El cargo de miembro del Consejo se ejerce ad honórem, por periodo único de dos (2) años improrrogables.

Cada institución deberá proponer a nuevos representantes al Ministerio, con una anticipación no menor de un (1) mes antes del vencimiento del periodo de su designación. De no presentarse dichas propuestas, se procederá conforme la Tercera Disposición Transitoria de la Ley.

El Ministerio publicará los nombres de las personas propuestas en su página web.

El Presidente del Consejo es elegido entre sus miembros por un periodo de dos (2) años, irprorrogable. Tiene voto dirimente.

Artículo 107°.- Requisitos de los miembros del CONCORTV

Los miembros del CONCORTV deben ser personas con idoneidad moral, destacada trayectoria y experiencia profesional, no menor de diez (10) años y deberán acreditar no estar incurso en los impedimentos que establece el artículo 56° de la Ley. Para tal efecto, deberán presentar al Ministerio lo siguiente:

1. Certificado de no tener antecedentes penales, acreditando no haber sido condenado por delito doloso.
2. Declaración jurada de no haber sido sancionado con destitución en la actividad pública.
3. Certificado del colegio profesional correspondiente, de ser el caso, señalando que se encuentra hábil en el ejercicio profesional.
4. Declaración jurada de no estar inhabilitados por disposición judicial.
5. Declaración jurada de no haber sido declarado en quiebra.
6. Declaración jurada de no tener parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad con los titulares o directivos de servicios de radiodifusión.
7. Declaración jurada de no tener vínculo o relación laboral profesional o contractual con los titulares de los servicios de radiodifusión.
8. Acreditar tener experiencia profesional no menor de 10 años.

De no cumplir con los requisitos mencionados, se informará a la institución correspondiente y se solicitará que presenten una nueva propuesta, dentro de los (10) días siguientes. De no ser presentada una nueva propuesta en el plazo previsto o en el caso que la persona propuesta no cumpla con los requisitos indicados, se aplicará la Tercera Disposición Transitoria de la Ley.

Artículo 108°.- Participación del CONCORTV en el Plan Nacional de Asignación de Frecuencias

Para efectos de lo dispuesto en el artículo 58° inciso h) de la Ley, se considera que el CONCORTV participa como observador en la elaboración del Plan Nacional de Asignación de Frecuencias.

Título II: Recursos del CONCORTV

Artículo 109°.- Recursos

Para la aplicación de lo dispuesto en el segundo párrafo artículo 62° de la Ley, precítese que los ingresos recaudados por concepto de derechos, tasas, canon y multas a que se refiere el artículo 101° de la Ley de Telecomunicaciones, corresponden únicamente a los obtenidos del servicio de radiodifusión, en un porcentaje que no excederá del treinta (30%) por ciento de dicho monto.

SECCIÓN QUINTA DE LOS DERECHOS DE TRÁMITE Y AUTORIZACIÓN, CANON Y TASAS

Título I: El derecho de trámite

Artículo 110°.- Derecho de trámite

El derecho de trámite es la obligación de pago por la tramitación de un procedimiento administrativo relacionado con la obtención de una autorización de servicio de radiodifusión, su renovación, transferencia y modificación de condiciones esenciales y características técnicas. La cuantía del derecho de trámite se establece por Resolución Ministerial.

La Unidad Impositiva Tributaria (UIT) aplicable para el cálculo de los derechos de trámite, es la vigente a la fecha en que corresponde efectuar el pago.

Artículo 111°.- Exención al pago por derecho de trámite

Las autorizaciones de servicio de radiodifusión, que se otorguen por concurso público, no están sujetas al pago del derecho de trámite.

Título II: El derecho de autorización

Artículo 112°.- Definición

El derecho de autorización es el pago que deben realizar las personas naturales o jurídicas por el otorgamiento y renovación de una autorización para el establecimiento de un servicio de radiodifusión.

Artículo 113°.- Cuantía del derecho de autorización

El pago por derecho de autorización es el siguiente:

1. Autorizaciones para el servicio de radiodifusión y su renovación: una (1) UIT
2. Autorizaciones para el servicio de radiodifusión y su renovación, de estaciones ubicadas en localidades fronterizas: cincuenta por ciento (50%) de una UIT.
3. Autorizaciones para el servicio de radiodifusión comunitarias y su renovación: veinticinco por ciento (25%) de una UIT.

La Unidad Impositiva Tributaria (UIT) aplicable para el cálculo de los derechos de autorización, será la vigente a la fecha en que se efectúa el pago.

Artículo 114°.- Exoneración

No están afectos al pago del derecho de autorización aquellas autorizaciones de servicio de radiodifusión comprendidas en el Proyecto o Conglomerado Apoyo a la Comunicación Comunal u otro de similar naturaleza, a cargo del Ministerio, ni las que se otorguen a la entidad que opera los medios de radiodifusión sonora y por televisión de propiedad del Estado, reconocida por Decreto Legislativo N° 829.

Artículo 115°.- Derecho de autorización sujeto a concurso público

El derecho de autorización, en los casos de concurso público, corresponde al monto ofertado por el postor que se adjudicó la buena pro.

Título III: Del canon por la asignación del espectro radioeléctrico

Artículo 116°.- Definición

El canon anual es la obligación de pago que deben efectuar los titulares de autorizaciones de servicio de radiodifusión por la asignación de una frecuencia o canal del espectro radioeléctrico.

Artículo 117°.- Cuantía del canon anual

El canon anual se calcula aplicando los porcentajes que se fijan a continuación sobre la Unidad Impositiva Tributaria (UIT), vigente al mes de enero del año en que corresponde efectuar el pago, de acuerdo a la modalidad de operación y potencia:

1. SERVICIO DE RADIODIFUSIÓN POR TELEVISIÓN:

a) En VHF por cada estación:

- Hasta 1.0 Kw. De potencia	50 %
- De 1.1 Kw. a 5.0 Kw. de potencia	60 %
- De 5.1 Kw. a 10.0 Kw. De potencia	70 %
- De 10.1 Kw. a 20.0 Kw. de potencia	85 %
- De 20.1 Kw. a más	100%

b) En UHF por estación:

- Hasta 1.0 Kw. De potencia	30 %
- De 1.1 Kw. a 5.0 Kw. de potencia	40 %
- De 5.1 Kw. a 10.0 Kw. de potencia	50 %
- De 10.1 Kw. a 20.0 Kw. de potencia	65 %
- De 20.1 Kw. a más	80 %

2. SERVICIO DE RADIODIFUSION SONORA:

Por estación:

- Hasta 1.0 Kw. De potencia	10 %
- De 1.1 Kw. A 5.0 Kw. de potencia	15 %
- De 5.1 Kw. A 10.0 Kw. de potencia	20 %
- De 10.1 Kw. a 20.0 Kw. de potencia	25 %
- De 20.1 Kw. a más	30 %

3. ENLACES AUXILIARES A LA RADIODIFUSION:

a) Por enlaces auxiliares fijos terrestres para radiodifusión sonora o por televisión:

- Por estación y frecuencia de transmisión	36 %
--	------

b) Por los enlaces auxiliares móviles terrestres para radiodifusión sonora y de televisión:

- Por estación y frecuencia de transmisión	6 %
--	-----

c) Por enlaces satelitales:

- Por estación fija transmisora	50 %
- Por estación móvil transmisora:	10 %

Artículo 118°.- Régimen de pago reducido

El canon anual que deben abonar los titulares de estaciones de radiodifusión sometidos al régimen de pago reducido, se calcula en función al canon fijado en el artículo precedente y de acuerdo a los porcentajes siguientes:

1. El servicio de radiodifusión educativa y de radiodifusión comunitaria: cincuenta por ciento (50%).
2. El servicio de radiodifusión educativa comunitaria ubicada en localidad fronteriza: veinticinco por ciento (25%).
3. El servicio de radiodifusión cuyas estaciones están ubicadas en localidad fronteriza: cincuenta por ciento (50%).

Artículo 119°.- Publicación de los montos del Canon Anual

El Ministerio publicará en el diario oficial El Peruano, los montos correspondientes al canon anual calculados en función del valor de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) vigente al mes de enero de cada año.

Artículo 120°.- Oportunidad de pago e interés moratorio

El pago del canon anual se efectuará por adelantado en el mes de febrero de cada año. Vencido este plazo se aplicará por cada mes de retraso y de manera acumulativa, la tasa de interés moratorio (TIM); la cual será del 15% de la tasa activa del mercado promedio mensual en moneda nacional (TAMN) que publique la Superintendencia de Banca y Seguros el último día hábil del mes anterior.

Artículo 121°.- Pagos durante el año

Cuando la autorización del servicio de radiodifusión se otorga durante el transcurso del año, el canon anual será pagado proporcionalmente a tantos dozavos como meses faltaran para la terminación del año, computados a partir de la fecha de expedición de la autorización. Para tal efecto, se computará como período mensual cualquier número de días comprendidos dentro del mes calendario. Asimismo, dicho pago será abonado dentro de los sesenta (60) días calendario posterior al otorgamiento de la autorización. Transcurrido dicho plazo se aplicará lo dispuesto en el artículo anterior, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 38°.

Título IV: De la tasa por explotación comercial del servicio

Artículo 122°.- Definición

La tasa es la obligación de pago a la que están sujetos los titulares de autorizaciones por concepto de explotación comercial del servicio de radiodifusión. Su pago es anual.

Artículo 123°.- Cuantía de la tasa anual

La tasa anual es el equivalente a medio por ciento (0.5%) de sus ingresos brutos declarados por la prestación de los servicios.

Artículo 124°.- Pagos a cuenta

Los titulares de autorizaciones a que se refiere el artículo anterior, abonarán con carácter de pago a cuenta de la tasa que en definitiva les corresponda abonar; cuotas mensuales equivalentes al porcentaje fijado en el artículo anterior aplicado sobre los ingresos brutos declarados durante el mes inmediato anterior al pago.

En el mes de abril de cada año se efectuará la liquidación final, debiéndose abonar la cuota de regulación respectiva. Si quedara saldo a favor del contribuyente, podrá aplicarlo a los respectivos pagos a cuenta de los meses siguientes o alternativamente podrá hacer uso de los mecanismos que determine oportunamente el Ministerio.

Conjuntamente con el pago a cuenta mensual, las empresas presentarán al Ministerio una Declaración Jurada en el formato que éste apruebe, la misma que estará sujeta a verificación posterior.

La declaración jurada y el pago correspondiente, se efectuarán dentro de los diez (10) días calendario del mes siguiente al que corresponda el pago a cuenta.

En caso de que el titular de la autorización incumpla con la presentación de la declaración anual, el Ministerio procederá a realizar el cálculo correspondiente en base a la última declaración presentada del ejercicio inmediato anterior, a la cual se le aplicará y sumará un veinte y cinco (25)% por ciento adicional. Si dicha declaración no consigna ingresos o no hubiera sido presentada, se cobrarán dos (2) UITs por concepto de tasa anual, sin perjuicio que el Ministerio verifique los ingresos brutos del titular de la autorización y proceda a realizar el cálculo y cobro correspondiente, de ser el caso. Si quedara saldo a favor del contribuyente, podrá aplicarlo a los siguientes pagos a cuenta.

El incumplimiento de los pagos a cuenta y el pago de regularización correspondiente en los plazos establecidos, dará lugar a la aplicación por cada mes de retraso y de manera acumulativa, de la tasa de interés moratorio (TIM), establecida en el artículo 120°.

Artículo 125°.- Cobranza coactiva

Los pagos correspondientes a derechos de autorización, tasas y canon se efectuarán en las fechas y lugares establecidos por el Ministerio.

El órgano competente del Ministerio requerirá el pago de los conceptos antes indicados, el que deberá efectuarse dentro de los plazos previstos para cada caso en el Reglamento. En caso de incumplimiento se procederá a la cobranza coactiva.

Artículo 126°.- Facilidades de pago

El Ministerio podrá autorizar el otorgamiento del beneficio de fraccionamiento del pago de las deudas, por concepto de canon, tasas y multas, relacionados con los servicios de radiodifusión.

SECCION SEXTA REGIMEN SANCIONADOR DE LOS SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN

Título I: Disposiciones generales

Artículo 127°.- De la potestad sancionadora

La potestad sancionadora atribuida al Ministerio es ejercida por la Dirección de Control, órgano competente para verificar, evaluar, determinar y sancionar la comisión de infracciones administrativas, aplicar las medidas complementarias del caso y adoptar medidas correctivas o cautelares a las que hubiere lugar, en el ámbito del servicio de radiodifusión, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley y el presente Reglamento.

La determinación de infracciones tipificadas en el artículo 75° literal b) y 76° literales h) y k) de la Ley, se ciñen a lo dispuesto en el Título VII sobre procedimiento de queja por incumplimiento al Código de Ética.

Artículo 128°.- Casos en los que se requiere opinión del Consejo Consultivo de Radio y Televisión

El CONCORTV emitirá la opinión a que se refiere el literal e) del artículo 58° de la Ley, en los siguientes casos:

1. Literal b) del artículo 75° de la Ley.
2. Literales h) y k) del artículo 76° de la Ley.
3. Literal e) del artículo 77° de la Ley, tratándose de la condición esencial relativa a los fines del servicio.

A efectos de determinar la comisión de la infracción, la Dirección de Control solicitará opinión en un plazo no mayor de cinco (5) días computados a partir del inicio del procedimiento sancionador, debiendo dicho consejo pronunciarse en un plazo máximo de quince (15) días.

Título II: De las infracciones

Artículo 129°.- Tipicidad de las infracciones

Serán sancionados aquellos actos que, de acuerdo con la normatividad vigente al momento de su comisión e imposición de la sanción, sean tipificados como infracciones administrativas por la Ley.

Artículo 130°.- Concurso de infracciones

En el caso que una misma conducta derive en la tipificación de más de una infracción se aplicará la sanción prevista para la infracción de mayor gravedad.

Artículo 131°.- Sujeto infractor

Será considerado sujeto infractor, toda persona natural o jurídica que realice una conducta omisiva o activa constitutiva de infracción tipificada expresamente en la Ley.

Los infractores serán sancionados administrativamente, sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales que se pudieran derivar de la comisión de tales actos.

Título III: Disposiciones específicas relativas a las infracciones

Artículo 132°.- Interferencias no admisibles

Para efectos de la aplicación de lo dispuesto en el artículo 75° literal a) de la Ley considérese como interferencias no admisibles aquellas que pese a no satisfacer los criterios cuantitativos de interferencia y de compartición, de conformidad con lo establecido por el Reglamento de

Radiocomunicación de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, no constituyen interferencias perjudiciales.

Artículo 133°.- Incumplimientos sobre información y presentación del Código de Ética

Tratándose de las infracciones tipificadas en el artículo 75° literales c) y e) de la Ley, la Dirección de Gestión informará a la Dirección de Infracciones y Sanciones de Telecomunicaciones sobre el incumplimiento a que se refieren dichos literales.

Artículo 134°.- Interferencias perjudiciales

Para efectos de la aplicación del artículo 76° literal e) de la Ley, considérese como interferencias perjudiciales aquellas ocasionadas por una estación radioeléctrica que compromete el funcionamiento de una estación de telecomunicaciones degradando gravemente su señal, interrumpiendo repetidamente o impidiendo su funcionamiento.

Artículo 135°.- Modificación de características técnicas

Las características técnicas a las que se refiere el artículo 76° literal d) de la Ley, son las consignadas en la resolución de autorización.

Tratándose del cambio de ubicación producido dentro del período de instalación y prueba, éste no se considerará como infracción, siempre que haya sido solicitado observando los requisitos y plazos previstos en los artículos 60° y 61°, no se varíe la zona de servicio, no se aumente potencia y no cause interferencia a otros operadores de telecomunicaciones.

Artículo 136°.- Mensajes publicitarios e institucionales

Para efectos de la aplicación del artículo 76° literal j) de la Ley compréndase a los mensajes políticos o con fines electorales, propalados a través de estaciones que no cuenten con la respectiva autorización.

Artículo 137°.- Interferencias deliberadas

Para efectos de la aplicación del artículo 77° literal c) de la Ley, entiéndase como deliberada a la negativa a acatar el requerimiento formulado por la autoridad competente para la corrección de las interferencias perjudiciales verificadas y el reinicio de las operaciones sin la conformidad expresa del órgano competente del Ministerio.

Artículo 138°.- Indevida utilización del espectro radioeléctrico

Por indevida utilización del espectro debe entenderse:

1. Lo dispuesto por los literales a) y e) del artículo 76° de la Ley, cuando se trate del uso u operación de equipos no homologados.
2. Lo dispuesto por el literal b) del artículo 76° de la Ley, cuando se trate de la fabricación, venta o alquiler de equipos de radiodifusión para estaciones no autorizadas.
3. Lo dispuesto por el literal b) del Artículo 77° de la Ley, referido al uso de frecuencias distintas a la autorizada.
4. Lo dispuesto por el literal f) del Artículo 77° de la Ley, cuando se trate del incumplimiento de la obligación de no exceder los valores establecidos como límites máximos permisibles de radiaciones no ionizantes para el servicio de radiodifusión.

Título IV: Del procedimiento sancionador

Artículo 139°.- Funciones y atribuciones de los órganos competentes en el procedimiento sancionador

La Dirección de Infracciones y Sanciones de Telecomunicaciones es el órgano director e instructor del procedimiento sancionador, dispone el inicio del procedimiento y propone la sanción o archivo del procedimiento.

Para efectos de las investigaciones preliminares o de la etapa instructora está facultada a solicitar directamente a las entidades nacionales o extranjeras, públicas o privadas, la información que resulte necesaria para el esclarecimiento de los hechos presuntamente constitutivos de infracción y las responsabilidades administrativas que se deriven.

La Dirección de Control es el órgano decisor del procedimiento sancionador.

Artículo 140°.- Inicio del procedimiento sancionador

Compete a la Dirección de Infracciones y Sanciones disponer el inicio del procedimiento administrativo sancionador, siempre que se encuentren indicios suficientes respecto a la existencia de un hecho constitutivo de infracción tipificada en la Ley e identificación del presunto infractor.

La Dirección de Infracciones y Sanciones notificará al presunto infractor los hechos que se le imputen y la sanción aplicable, otorgándole un plazo de diez (10) días para la presentación de los descargos. Dicho plazo podrá ser prorrogado por única vez por un plazo similar, a solicitud de parte.

En los casos en que el Ministerio tome conocimiento de la comisión de supuestas infracciones referidas a las normas sobre publicidad de los servicios ofrecidos por los titulares de autorizaciones, lo comunicará al INDECOPI para que proceda conforme a sus atribuciones.

Título V: De las sanciones

Artículo 141°.- Criterios para la graduación de la multa

Para la aplicación y graduación de las multas se aplica lo establecido en el artículo 83° de la Ley.

Para efectos de la graduación de la multa que se deba aplicar al que opere estaciones de radiodifusión no autorizada, se considera como atenuante, al momento de evaluar el factor de repercusión social, el que la estación incurso en el hecho infractor se encuentre ubicada en comunidades campesinas nativas o indígenas, zonas rurales o localidades fronterizas.

Artículo 142°.- Mínimo legal

Precítese que el mínimo legal a que se hace referencia en el artículo 83° de la Ley, está referido al mínimo de la escala aplicable por la comisión de la infracción objeto de sanción.

La multa podrá fijarse en montos inferiores al mínimo legal, cuando atente contra la continuidad del servicio autorizado. Este beneficio no será aplicable en la comisión reiterada de infracciones.

Artículo 143°.- Procedencia de la amonestación

La amonestación procederá cuando:

1. No existan antecedentes de sanciones impuestas.
2. No existan antecedentes relativos a incumplimiento de medidas correctivas.

Artículo 144°.- Decomiso

El decomiso es una medida complementaria a la sanción que convierte la medida cautelar de incautación que se hubiere ejecutado antes o durante el procedimiento sancionado, conforme a lo dispuesto en el artículo 81° de la Ley y 138° del presente Reglamento.

Excepcionalmente, podrá adoptarse y ejecutarse el decomiso sin incautación previa, cuando las circunstancias de la comisión de la infracción así lo determinen.

El decomiso se dispone en la Resolución Directoral de sanción.

Artículo 145°.- Continuidad de infracciones

En caso de verificarse que el sancionado por la comisión de una infracción continúa con dicha conducta irregular, se podrá imponer nueva sanción siempre que haya transcurrido un plazo no menor de treinta (30) días desde la fecha de imposición de la última sanción. Sin embargo, podrán adoptarse las medidas cautelares o correctivas que sean pertinentes, de acuerdo al caso, debiendo ser tomadas en consideración para la imposición de la sanción administrativa, de no cesar con la conducta irregular.

Artículo 146°.- Comisión reiterada para la cancelación de autorización

Se entiende que el sujeto infractor ha incurrido en la comisión reiterada señalada en el artículo 80° de la Ley cuando se le haya impuesto tres (3) o más sanciones por la comisión de infracciones muy graves dentro de un período de cinco (5) años y siempre que éstas hayan sido consentidas

Dicho período será computado desde la fecha en que la primera sanción haya quedado consentida.

Artículo 147°.- Pago del canon y tasa

Las personas naturales o jurídicas responsables en la comisión de una infracción tipificada en la normatividad de telecomunicaciones, tienen la obligación de abonar el monto correspondiente al canon y tasa anual derivados de la prestación del servicio de radiodifusión sin autorización así como la utilización de una frecuencia del espectro radioeléctrico sin la debida autorización.

Dichos pagos se harán efectivos siempre que sea posible computar un plazo de operación u opere la presunción de operación ininterrumpida.

Artículo 148°.- Determinación del período de operación irregular

Para efectos de determinar y acreditar el inicio de operación irregular y aplicar lo dispuesto en el artículo precedente, se tomará como base, entre otros, la fecha consignada en los comprobantes de pago, comunicaciones emitidas en relación con la prestación de los servicios de telecomunicaciones o la fecha en que se detectó su funcionamiento irregular, la que resulte más antigua de cualquiera de éstas.

Se presume que el infractor operó de manera ininterrumpida desde la fecha que se determine conforme al párrafo precedente hasta la fecha de imposición de la sanción administrativa, salvo prueba en contrario.

Artículo 149°.- Pago de las multas

Las multas impuestas deberán ser pagadas dentro de un plazo de treinta (30) días hábiles, contados a partir del día siguiente de la notificación de la resolución que agota la vía administrativa dentro del procedimiento administrativo sancionador, a cuyo vencimiento se procederá a la cobranza coactiva; sin perjuicio de la aplicación del interés moratorio (TIM) correspondiente, la cual será del 15% de la tasa activa de interés promedio mensual en moneda nacional (TAMN) que publique la Superintendencia de Banca y Seguros, el último día hábil del mes anterior.

El monto de la multa está referido a la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) vigente al momento de su imposición.

Artículo 150°.- Beneficio de pago reducido

Las multas que se cancelen dentro del plazo de treinta (30) días computados a partir del día siguiente de la notificación de la sanción de multa obtendrán el beneficio de pago reducido del treinta por ciento (30%) de su monto total, siempre que no exista recurso administrativo en trámite.

Título VI: Medidas cautelares y correctivas

Artículo 151°.- Plazo de medidas cautelares

Las medidas cautelares dictadas en aplicación de la Ley y el presente Reglamento, no podrá exceder del plazo que dure el procedimiento administrativo sancionador.

Artículo 152°.- Medidas Cautelares

Las medidas cautelares de incautación de equipos y aparatos de telecomunicaciones, la clausura de la estación radiodifusora o la suspensión de la autorización son acciones destinadas a afrontar la comisión de infracciones muy graves tipificadas en el artículo 77° incisos a), b), c), d) y f) de la Ley y para los casos relacionados con la indebida utilización del espectro radioeléctrico.

Pueden ser adoptadas y ejecutadas antes o durante el proceso administrativo sancionador.

Mediante resolución de la Dirección de Control se adoptan las medidas cautelares de clausura de la estación y suspensión de la autorización

Las medidas cautelares previstas en este capítulo son ejecutadas por la Dirección de Infracciones y Sanciones de Telecomunicaciones.

Artículo 153°.- La clausura provisional

La clausura provisional consiste en el cierre temporal de las instalaciones de una estación del servicio de radiodifusión, el cual no puede exceder de treinta (30) días.

Artículo 154°.- La suspensión de la autorización

Es una medida que suspende los efectos de la autorización, debiendo el sujeto infractor abstenerse de prestar el servicio mientras dure su aplicación.

El plazo de la suspensión no excederá de treinta (30) días.

Artículo 155°.- La incautación

La incautación consiste en el retiro físico de los equipos y bienes utilizados en la comisión de las infracciones tipificadas en el artículo 77° incisos a), b), c), d) y f) de la ley y para los casos de infracciones relacionadas con la indebida utilización del espectro radioeléctrico.

Esta medida es adoptada y ejecutada por representantes de la Dirección de Control, con apoyo de la fuerza pública y con la intervención del Ministerio Público.

Cuando para su ejecución requiera el descerraje, la Dirección de Control dispondrá la adopción de la medida y cursará oficio al Juez Especializado en lo Penal del distrito judicial correspondiente, solicitando autorizar el descerraje, sin que requiera correr traslado al presunto infractor.

Artículo 156°.- Definición de medidas correctivas

La adopción de medidas correctivas constituye un mecanismo inmediato destinado a prevenir, impedir o cesar la comisión del presunto hecho infractor.

Titulo VII: Procedimiento de queja por incumplimiento al Código de Etica

Artículo 157o.- Obligación y procedimiento de atención de quejas

Los titulares de estaciones del servicio de radiodifusión deberán atender las quejas relativas al incumplimiento del Código de Ética formuladas por el público en general.

Una vez agotada la queja ante el titular de la autorización, se puede recurrir en vía de denuncia ante el órgano competente del Ministerio por la presunta infracción.

Este procedimiento será aplicable también a las solicitudes relacionadas al ejercicio del derecho de rectificación establecido en la Ley No. 26847.

DISPOSICIONES FINALES Y TRANSITORIAS

PRIMERA.- Adecuación a la ley

Las autorizaciones otorgadas antes de la vigencia del presente Reglamento deberán adecuarse en un plazo que no excederá de seis (6) meses computados a partir de dicha fecha.

Los procedimientos administrativos referidos a los servicios de radiodifusión iniciados antes de la vigencia de la Ley 28278, se rigen por la normativa anterior hasta su conclusión, salvo lo dispuesto en el artículo 16° de la Ley y el artículo 25° y otras disposiciones del presente Reglamento que reconozcan derechos o facultades a los administrados.

SEGUNDA.- Adecuación a los Planes de Asignación de Frecuencias

Las autorizaciones del servicio de radiodifusión se adecuarán a los Planes de Asignación de Frecuencias y características técnicas determinadas para cada localidad, en el plazo que determinará la Dirección de Gestión.

TERCERA.- Localidades Fronterizas

La Dirección de Gestión aprobará y publicará el listado de las localidades consideradas fronterizas a que se refiere el artículo 21°, en un plazo no mayor a noventa (90) días, contados a partir de su entrada en vigencia.

CUARTA.- Presentación de proyecto de comunicación.

Las solicitudes de renovación de las autorizaciones vigentes a la fecha de publicación del presente Reglamento deberán acompañar el proyecto de comunicación conforme al numeral 4 del artículo 29° del presente Reglamento.

QUINTA.- Cronograma de concursos públicos

Dentro de los noventa (90) días posteriores a la entrada en vigencia del presente Reglamento, la Dirección de Gestión presentará el cronograma de los concursos públicos que se realizarán durante el presente año, a que se refiere el artículo 40°.

SEXTA.- Definición del término perímetro urbano

Dentro de los treinta (30) días posteriores a la entrada en vigencia del presente Reglamento, se determinará la aplicación de los términos perímetro urbano o perímetro radioeléctrico, a que se refiere el artículo 87°.

Dentro del plazo antes indicado, quedan en suspenso las disposiciones de las Normas Técnicas del Servicio de Radiodifusión referidas al citado término.

SETIMA.- Traslado de las estaciones ubicadas dentro del perímetro urbano

En un plazo máximo de siete (7) años, contado a partir de la vigencia del artículo 87°, las plantas de transmisión de las estaciones de radiodifusión autorizadas a la fecha de publicación del presente, deberán ubicarse fuera del perímetro urbano.

OCTAVA.- Presentación del Código de Ética

La presentación del Código de Ética por parte de los titulares del servicio de radiodifusión que cuenten con autorización vigente, se deberá efectuar en un plazo de noventa (90) días hábiles contados a partir de la vigencia del presente Reglamento.

NOVENA.- Destino de equipos

Los bienes, equipos y aparatos del servicio de radiodifusión que se encuentren en posesión del Ministerio bajo cualquier modalidad y que no sean susceptibles de donación, deben ser destruidos en un plazo no mayor de sesenta (60) días, siempre que la resolución de sanción haya quedado consentida.

La donación de equipos y aparatos del servicio de radiodifusión a que se refiere el párrafo precedente deberá sujetarse a lo dispuesto en el artículo 89° de la Ley, siempre que el beneficiario cuente con la autorización correspondiente o sea materia de un proyecto.

DÉCIMA.- Estudio teórico de radiaciones no ionizantes

Las obligaciones derivadas del Decreto Supremo N° 038-2003-MTC, serán exigibles una vez que entren en vigencia todas las normas complementarias consignadas en dicho dispositivo.

DÉCIMO PRIMERA.- Estudio de Radiodifusión digital

Dentro del plazo de treinta (30) días, el Ministerio designará una comisión que se encargará del estudio y definición de los estándares para la implementación de la radiodifusión digital en el país.

DÉCIMO SEGUNDA.- Regularización de Homologación

Otórguese el plazo de seis (6) meses, contados a partir de la entrada en vigencia del presente Reglamento, para que las personas naturales o jurídicas titulares de autorizaciones del servicio de radiodifusión, cumplan con obtener el certificado de homologación del equipamiento detallado en el artículo 18° del Reglamento.

Durante el plazo indicado en el párrafo precedente, el órgano competente del Ministerio suspenderá la aplicación de las sanciones administrativas correspondientes a dicha infracción.

DÉCIMO TERCERA.- Texto Único Ordenado

El Ministerio aprobará el Texto Único Ordenado del Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones mediante Resolución Ministerial dentro del plazo máximo de ciento veinte (120) días hábiles, contado a partir de la vigencia del presente reglamento.

DÉCIMO CUARTA.- Derogación

Deróguense las disposiciones del Decreto Supremo N° 027-2004-MTC, en la parte relativa a los servicios de radiodifusión en lo que sea aplicable, así como las demás normas que se opongan al presente Reglamento.

DECIMO QUINTA.- Vigencia

El presente Reglamento entrara en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano, con excepción del artículo 87°, que entrara en vigencia cuando se determine lo señalado en la Sexta Disposición Transitoria y Final.

CÓDIGO DE ÉTICA

Los titulares de servicios de radiodifusión sonora y por televisión signatarios, miembros de la ~~Sociedad Nacional de Radio y Televisión~~:

Considerando que los titulares de los servicios de radiodifusión sonora y por televisión deben regir sus actividades conforme a un Código de Ética;

Considerando que el Código de Ética tiende a asegurar el reconocimiento y la aplicación de los principios en él enunciados; así como en los Tratados de Derechos Humanos;

Resueltos, en cuanto a que en su calidad de prestadores de servicios de radiodifusión sonora y por televisión, de contribuir a proteger y respetar los derechos fundamentales de la persona, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú;

Conviene aprobar el presente Código de Ética.

TITULO I DE LOS PRINCIPIOS DEL SERVICIO DE RADIODIFUSIÓN, DE SU FINALIDAD Y DE LOS MECANISMOS DE AUTOREGULACIÓN

Artículo 1º.- Los servicios de radiodifusión sonora y por televisión deben contribuir a proteger o respetar los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú y los principios establecidos en la Ley de Radio y Televisión.

Artículo 2º.- El contenido del Código de Ética se basa en los principios y lineamientos que promueve la Ley de Radio y Televisión, así como en los tratados en materia de Derechos Humanos. Los titulares de servicios de radio y televisión signatarios rigen sus actividades conforme al presente Código de Ética que en forma asociada establecen.

Artículo 3º.- La prestación de los servicios de radiodifusión se rige por los siguientes principios:

- a) La defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad.
- b) La libertad de expresión, de pensamiento y de opinión.
- c) El respeto al pluralismo informativo, político, religioso, social y cultural.
- d) La defensa del orden jurídico democrático, de los derechos humanos fundamentales y de las libertades consagradas en los tratados internacionales y en la Constitución Política del Perú.



- e) La libertad de información veraz e imparcial.
- f) El fomento de la educación, cultura y moral de la nación.
- g) La protección y formación integral de los niños y adolescentes, así como el respeto de la institución familiar.
- h) La promoción de los valores y la identidad nacional.
- i) La responsabilidad social de los medios de comunicación.
- j) El respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar.
- k) El respeto al derecho de rectificación.

Artículo 4º.- La finalidad de los servicios que prestan los signatarios del presente Código de Ética es la establecido en el inciso a) del artículo 9º de la Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.

Artículo 5º.- La autorregulación consiste en vigilar la calidad de la información que se brinda a través de la comunicación comercial, además de preservar y acrecentar la credibilidad de la misma. De igual forma, es tarea de la autorregulación el mantener vigentes y actuales los valores, principios fundamentales y reglas de la actividad que, para los propósitos de este documento se limitan a aquellos que rigen la relación con el público espectador y consumidor: a) Veracidad; b) Respeto a la persona humana; y c) Responsabilidad social. Todo ello dentro del marco de responsabilidad con la sociedad peruana y en atención a sus particulares circunstancias económicas, culturales y educativas.

Artículo 6º.- Sin perjuicio de las disposiciones particulares que incluyan en los acuerdos respectivos con productoras, agencias de publicidad, anunciantes o proveedores de material fílmico, de conformidad con el artículo 33º de la Ley de Radio y Televisión, los titulares del servicio de radiodifusión podrán, como responsables del contenido de sus programaciones, negarse a la difusión de secuencias que puedan ser consideradas atentatorias a los derechos fundamentales de las personas, a los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú o a los principios establecidos en la Ley de Radio y Televisión, así como en el presente Código de Ética.

Esta decisión comunicada a la contraparte, en ningún sentido podrá ser asumida por esta última como incumplimiento con las obligaciones del titular del servicio de radiodifusión o transgresión a los derechos de la contraparte o de terceros.

Artículo 7º.- Ninguna disposición del presente Código de Ética puede entenderse limitativa o restrictiva respecto del derecho a las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento y del derecho al secreto y la inviolabilidad de las comunicaciones, consagrados en la Constitución Política del Perú.

Artículo 8º.- Los titulares de servicios de radiodifusión deben adoptar las medidas necesarias para dar al público la posibilidad de conocer si las opiniones vertidas provienen del titular del servicio, de los responsables de un determinado programa, o de terceros, sin perjuicio del secreto profesional.



**TÍTULO II
DE LA CLASIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS
Y DE LAS FRANJAS HORARIAS**

Artículo 9º.- Los titulares de los servicios de radiodifusión son responsables de clasificar la programación, así como decidir sobre su difusión. Asimismo, establecerán criterios de advertencias previas a la emisión de cada programa, las que podrán referirse a los siguientes:

- a) Programa dirigido al público en general.
- b) Programa dirigido a público mayor de 14 años.
- c) Programa apto sólo para adultos

Los titulares del servicios de radiodifusión signatarios del presente Código de Ética, establecerán franjas horarias observando lo dispuesto en la Ley de Radio y Televisión.

La clasificación asignada a cada programa será insertada como nota de advertencia previa a la emisión de cada programa.

Artículo 10º.- La publicidad comercial se rige por lo establecido en el Decreto Legislativo N° 691, Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 20-94-ITINCI.

**TÍTULO III
PROGRAMACIÓN NACIONAL MINIMA**

Artículo 11º.- En la programación que se transmita dentro del horario comprendido entre las 05:00 y 24:00 horas, deberá incluirse programas de producción nacional en un porcentaje no menor al 30% de dicha programación, en promedio semanal.

Las retransmisiones de ediciones anteriores de dichos programas podrán computarse para efectos de alcanzar el mínimo establecido.

**TÍTULO IV
DE LOS MECANISMOS PARA BRINDAR INFORMACIÓN OPORTUNA
SOBRE CAMBIOS EN LA PROGRAMACIÓN**

Artículo 12º Los titulares del servicio de radiodifusión difundirán los cambios en sus programaciones a través de su señal y adicionalmente, podrán hacerlo a través de sus páginas web u otros medios.



TITULO V

DE LOS MECANISMOS PARA SOLUCIÓN DE QUEJAS O COMUNICACIONES DEL PÚBLICO RELACIONADAS CON LA PROGRAMACIÓN, APLICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA Y/O EJERCICIO DEL DERECHO DE RECTIFICACIÓN

Artículo 13º.- El Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión se encarga en primera instancia, de atender y resolver las quejas y comunicaciones que envíe el público en relación con la aplicación del presente Código de Ética, así como en ejercicio del derecho de rectificación establecido en la Ley 26847.

Artículo 14º.- El Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión está integrado por: Un representante elegido por la Asamblea General de Asociados de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión, quien lo presidirá; y, por un representante de cada uno de los titulares de los servicios de radiodifusión de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión que suscriben el presente Código de Ética.

Artículo 15º.- El Presidente del Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión, representa al referido Comité y es el encargado de tramitar las quejas y comunicaciones recibidas, en los términos del presente Código y del Reglamento de Solución de Quejas y Comunicaciones.

El Presidente del Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión, es el encargado de programar, llevar y dirigir las audiencias.

Artículo 16º.- Contra la Resolución del Comité de Solución de Controversias, cabe interposición de Recurso de Apelación, dentro de los cinco días de notificada la referida Resolución. Interpuesto éste, el Presidente deberá elevar lo actuado al Tribunal de Ética de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión.

Artículo 17º.- El Tribunal de Ética se encarga, por delegación de los titulares del servicio de radiodifusión que suscriben el presente Código de Ética, en última y definitiva instancia, de atender y resolver las quejas y comunicaciones que eleve el Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión.

Artículo 18º.- El Tribunal de Ética está integrado por tres vocales que son a su vez designados por seis electores: tres de ellos, integrantes de la Junta Directiva de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión; y, tres por electores externos. Estos últimos serán personas de reconocido prestigio, nombrados exclusivamente para realizar esta labor por la Asamblea General de Asociados de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión.

El Tribunal de Ética es independiente.

Artículo 19º.- Son funciones del Tribunal de Ética las siguientes:

- a) Emitir resoluciones, en última y definitiva instancia, sobre las quejas y comunicaciones que envíe el público en relación con la aplicación del presente Código de Ética, así como el ejercicio del derecho de rectificación establecido en la Ley N° 26847.
- b) Emitir exhortaciones para que la actividad de radio y televisión contribuya a proteger y respetar los derechos fundamentales de las personas, así como los valores nacionales que reconoce la Constitución Política del Perú y los principios establecidos en la Ley de Radio y Televisión.
- c) Absolver consultas.

Artículo 20º.- El Tribunal de Ética elige a su Presidente y a su Vicepresidente por un período de dos años.

El Presidente representa al Tribunal de Ética. Lo convoca y preside, y adopta las medidas para su funcionamiento. El Vicepresidente reemplaza al Presidente en caso de ausencia temporal o vacancia.

Artículo 21º.- El cargo de miembro del Tribunal vaca por las siguientes causas:

1. Muerte
2. Renuncia
3. Por permanente incapacidad moral y física

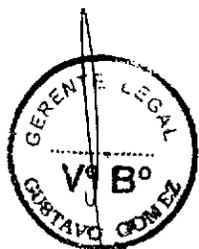
Artículo 22º.- La queja será presentada al Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión debiendo ir acompañada de las pruebas que la sustente. En caso de que ésta consista en grabaciones de imagen, de sonido o de ambos, deberá estar acompañada de una transcripción fidedigna.

Artículo 23º.- El Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión, dentro del plazo de cinco días hábiles pondrá en conocimiento del medio quejado la queja presentada, concediéndole un plazo no mayor de 15 días hábiles para que formule sus descargos.

Artículo 24º.- El Presidente del Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión dispondrá la publicación en la página web de la convocatoria a una audiencia única de conciliación entre las partes involucradas, como trámite previo.

Artículo 25º.- Para la realización de la conciliación, el Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión estará representada por el Presidente, en su ausencia por el Vicepresidente y en ausencia de éste, por cualquier integrante del Comité que haya sido expresamente facultado para ello. La difusión o no del resultado será definida dentro de la conciliación misma.

De no haber conciliación, el Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión expedirá Resolución.



En el supuesto de que el quejoso no se presente el Comité de Solución de Quejas archivará la queja dando cuenta al Tribunal de Ética.

Artículo 26º.- En caso ocurra la interposición del Recurso de Apelación y elevado lo actuado al Tribunal de Ética, éste deberá expedir Resolución dentro del plazo de quince días hábiles.

El Tribunal de Ética está facultado para solicitar los informes que estime convenientes y resolverá con criterio de conciencia. La resolución del Tribunal de Ética, además de lo señalado en el artículo siguiente, podrá contener las exhortaciones y estipulaciones en las que exponga los alcances, conceptos y efectos del sentido de su resolución. El Tribunal de Ética adopta resolución con dos votos.

Artículo 27º.- La resolución de una queja que se declara fundada podrá contener una o más de las siguientes medidas:

1. La sola declaración de que la misma es fundada, sin mandato de difusión y con simple comunicación a las partes.
2. El mandato de difusión. En tal caso, el quejado debe hacerlo dentro del plazo de diez días calendarios; de no hacerlo la resolución será difundida en los demás medios asociados al Sociedad Nacional de Radio y Televisión.

Artículo 28º.- Si la queja es declarada infundada o improcedente, el medio quejado está autorizado para informar tal hecho.

Artículo 29º.- Si el medio se negara a efectuar la difusión, el Comité o en su caso, el Tribunal podrá amonestarlo y disponer que tanto la resolución inicial como la que lo amonesta sean difundidas en los otros titulares del servicio de radiodifusión.

Artículo 30º.- Si el medio infractor persistiera en su negativa, no obstante la sanción de amonestación, el Comité elevará el caso al Tribunal, quien podrá recomendar a la Asamblea General de Asociados de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión la suspensión o separación definitiva del titular del servicio de radiodifusión.

Artículo 31º.- La solicitud de rectificación puede ser presentada directamente al titular del servicio de radio y televisión, al Tribunal de Ética, al Comité de Solución de Quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión o a través de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión.

Artículo 32º.- En el caso de las solicitudes de rectificación declaradas fundadas, si el titular del servicio de radiodifusión no cumple con efectuar la rectificación, el Tribunal si lo estima, podrá apercibirlo y disponer que la misma sea difundida por los otros titulares del servicio de radio y televisión, acompañada de una nota explicatoria que el Tribunal elaborará al respecto.

Artículo 33º.- Siempre que se trate de cuestiones referidas al contenido de la programación de los servicios de radiodifusión, los usuarios de radiodifusión, deberán

haber agotado el procedimiento a que se refieren los artículos precedentes del presente Título, para iniciar acciones ante instancias administrativas, judiciales o arbitrales.

Artículo 34º.- En la página web de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión se publicarán los formatos para presentar las quejas o comunicaciones del público relacionadas con la programación, aplicación del Código de Ética y/o ejercicio del derecho de rectificación.

TITULO VI DE LA CLÁUSULA DE CONCIENCIA

Artículo 35º.- En los contratos de trabajo o de locación de servicios que celebren quienes ejerzan la actividad periodística con el titular de un servicio de radiodifusión regirá la Cláusula de Conciencia.

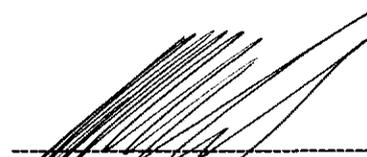
En virtud de esta Cláusula de Conciencia todo el que ejerza la actividad periodística tendrá derecho a solicitar la resolución de su contrato o el término de su vínculo laboral cuando hubiese sido conminado u obligado a realizar trabajos contrarios a su conciencia o al presente Código de Ética establecido por el titular del servicio.

En los casos que no exista acuerdo entre las partes sobre la aplicación de la Cláusula de Conciencia, se podrá recurrir a la vía arbitral o judicial.

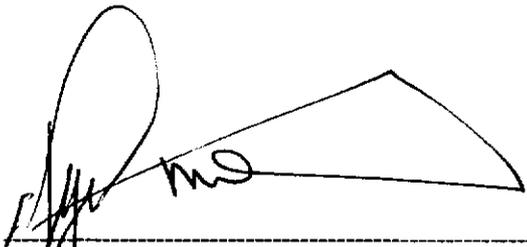
Suscrito en Lima a los 3 días del mes de mayo del año 2005, en dos ejemplares de un mismo valor y tenor.



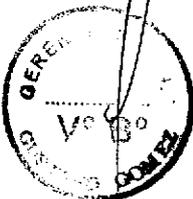
COMPAÑÍA LATINOAMERICANA DE RADIODIFUSIÓN S.A.
Sr. Alberto Cabello Ortega
DNI. N° 08236753

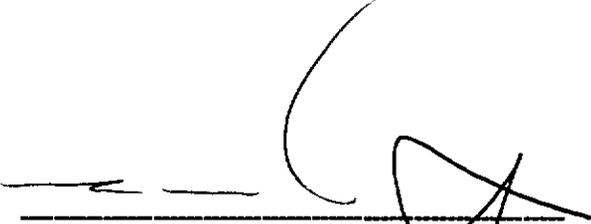


ANDINA DE RADIODIFUSIÓN S.A.C.
Sr. Marcello Vittorio Cuneo Lobiano
DNI N° 08226228

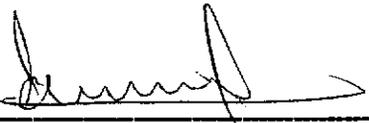


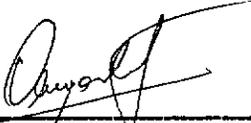
COMPAÑÍA PERUANA DE RADIODIFUSIÓN S.A.
Sr. José Antonio Miró Quesada Ferreyros
DNI N° 08226331
Sr. Eric Arnold Jurgensen Flores
C.E N° 000000780




COMPañIA RADIODIFUSORA PERUANA S.A.
Sr. César Augusto Pardo Figueroa Turner
DNI N° 08755442
Sr. José Manuel Samanez Acebo
DNI N° 06509218

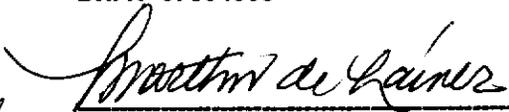

CORPORACIÓN ELECTRÓNICA PERUANA S.A.C. RADIO INCA DEL PERÚ
Sr. Jorge Armando Paredes Atencio
DNI N° 08235232

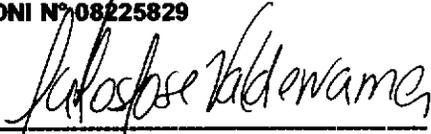

CORPORACIÓN RADIAL DEL PERÚ S.A.C.
Sr. Manuel Abraham Zavala Chocano
DNI N° 07876160

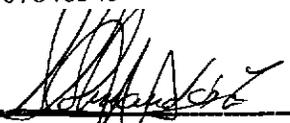

CANAL N S.A.C.
Oswaldo Enrique Ugarte Cornejo
DNI N° 10224630
Sr. José Manuel Samanez Acebo
DNI N° 06509218


EMISORAS PERUANAS S.A.
Sr. Ricardo Puccio Sala
DNI N° 07804506

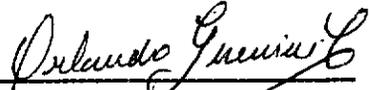

GRUPO RPP S.A.
Sr. Hugo Delgado Nachtigall
DNI N° 08225829

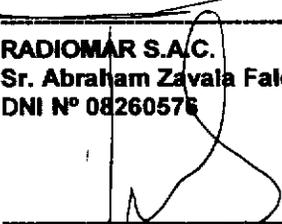


RADIO A FRECUENCIA MODULADA S.A.
MARTHA DIAZ DE LAINEZ
DNI 07848343


RADIO EL SOL PROMOTORA SIGLO
VEINTE S.A.C.
Sr. Carlos Valderrama
N° 07807879989



RADIO HIT S.A.
Sr. Luis Enrique Almandos Zamora
DNI N° 07937337


RADIOMAR S.A.C.
Sr. Abraham Zavala Falcón
DNI N° 08260576


RADIO SAN LUIS S.A.C.
Sr. Orlando Guerrini Combina
DNI N° 08773200


RADIO UNO S.A.C.
Sr. Roberto Juan Cruzado Solari
DNI N° 08203896



RADIO Y TELEVISIÓN OMEGA S.A.
Sr. Walter Arturo Muñoz Cho,
DNI N° 10544933

RADIO Z ROCK & POP S.A.C.
Sra. Alicia More Juárez
DNI N° 25624450

SOCIEDAD RADIODIFUSORA COMERCIAL S.A.
Sr. Jorge Masson Pazos
DNI N° 08232345

STEREO/MA CIEN FM S.A.C.
Sr. Jorge Guillermo Baca-Alvarez Marroquín
DNI N° 10265195

STUDIO STEREO S.A.C.
Sr. David Anibal Flores Ligarda
DNI N° 09393608

SUPER FM S.A.C.
Sr. Eduardo Gonzáles Passano
DNI N° 08232086



Código de Ética de la FPP

**Aprobado en el XXII Congreso Nacional de la Federación de Periodistas del Perú, ALFREDO VIGNOLO MALDONADO
Huampaní, Lima, 27 y 28 de octubre del 2001**

PRESENTACIÓN CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA

En un momento histórico de profunda crisis moral, donde la pérdida de los valores y hasta la apología de conductas que inducen a la visión de una sociedad que santifica el maquiavelismo mercantilista y utilitario, como modelo de éxito, surge como una formidable respuesta y barrera de contención, el flamante "Código de Ética Periodística" de la federación de Periodistas del Perú.

La preocupación por tomar conciencia, cumplir y hacer cumplir normas deontológicas a los periodistas por una institución tan importante, respecto a la conducta profesional y moral de sus miembros, refleja una gran responsabilidad social y respecto por los efectos tan sensibles que tiene en la comunidad social, constante flujo de información que da origen y contribuye a moldear la conciencia ciudadana.

La autorregulación ética de los periodistas representa no sólo una medida indispensable para su labor profesional, si no su ejercicio a través de las noticias, tener un diagnóstico exacto del pulso y bienestar del cuerpo social que es el país, y además contribuir a la educación cívica y orientación del ciudadano. Es así cumplir un deber social.

La ejemplar decisión de la Federación de Periodistas del Perú, es además una garantía del ciudadano común de ser respetado en sus derechos, a recibir información veraz, a tener en el periodista un aliado en la defensa y cautela de sus derechos básicos y en el respeto de los valores culturales y sociales de su nacionalidad.

El Código de Ética Periodística, viene a ser también un valioso esfuerzo para la recuperación de la credibilidad quebrantada por el sensacionalismo, la grosera manipulación de la verdad y la tergiversación interesada de los hechos mediante el engaño o la mentira impresa en papel, o difundida en los medios electrónicos.

El Código de Ética del periodista, es pues el soporte de la responsabilidad y la buena fe en la misión del periodista, que nos pone en contacto con la vida misma de la sociedad y del mundo.

Así el periodista, logrará mantener ese respeto, que como fedatario de la opinión pública, llevó a definir su dedicada labor, como la más noble de las profesiones.

La Universidad Alas Peruanas, ha decidido contribuir con los periodistas en la excelsa tarea de asumir con dignidad sus deberes y obligaciones en un código de ética para difundir su contenido y de esta forma restituir la calidad y el valor de la información como insustituible bien social.

CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Estamos convencidos del valor de la Libertad de Prensa en todas sus formas en que se le considere y cualquiera sea el medio empleado. Su práctica responsable es una de las mayores garantías para el Estado de Derecho, la democracia, la justicia, la paz y los derechos humanos.

Para asegurar el fiel cumplimiento de los deberes y los derechos del periodista, así como de las empresas a cargo de los medios de comunicación social, no es suficiente la ley como expresión de Derecho Positivo. La experiencia demuestra que muchas veces la ley trastoca su natural aspiración de lo justo. O el Estado pretende asumir el papel de orientador acerca de cómo se debe ejercer cada una de

las importantes funciones de la prensa.

Es entonces cuando se advierte la conveniencia que los propios periodistas y los medios de comunicación social se impongan espontánea, conscientemente, reglas de conducta profesional que regulen el trabajo y sirvan para su auto-disciplina, sobre la base de lo más perfecto que puede tener el hombre: la moral. Y ello porque es imposible negar que se suele transgredir esta norma en perjuicio de las personas y de la sociedad, destinataria directa del servicio de la prensa.

Consecuentemente se escogen fórmulas que se agrupan, como en el presente caso, en Códigos de Ética. Su existencia, sin embargo, no ha de ser sólo formal sino funcional, efectiva, real, llevada a la práctica. Su propósito no es asignar sanciones -ojalá no fueran necesarias- sino evitar la contravención de la guía ética, la cual debe prevalecer sin declinar, para que la prensa cumpla debidamente su inigualable servicio de interés público.

El incesante adelanto tecnológico -a veces con una notoria s o b e r b i a- ; el peligroso aumento de acontecimientos que desordenan la convivencia social, los avatares de la ocupación política que suelen perturbar el rol indagador y cautelante del periodismo, y la absurda, complaciente y a veces extraña intromisión de quienes desacreditan el fin superior del periodismo con su ejercicio venal, justifican suficientemente la redacción y puesta en vigencia de principios deontológico inalterables que ayuden a dilucidar dudas, reconocer y respetar valores y resolver conflictos de conciencia respecto a lo que se debe hacer frente a hechos y circunstancias diversos. En especial a lo que atañe a la información, campo amplísimo y determinante . complicado y decisivo en la labor de la prensa, en la cual hay que poner la máxima calidad profesional, la más pura y acendrada vocación, el desprecio razonable al peligro, y la ética más exigente.

Es oportuno asumir conjuntamente el reto de aplicar una sólida orientación ética capaz de contribuir a que la prensa satisfaga con toda amplitud y cabalidad su rol de auténtico primer poder de los Pueblos Libres y no como equivocadamente se la considera, el Cuarto Poder del Estado.

El Código de Ética Periodística sirve para conservar el equilibrio, un estado armónico confiable entre la realidad de lo que ocurre y cómo tiene que expresarse, manteniendo el prestigio que jamás ha de perder la prensa como institución federada y de orientación pública.

Estamos convencidos de que el periodista tiene el deber ineludible de ser digno de la confianza de la sociedad y de la credibilidad que ha de merecer su palabra. Un asidero seguro consideramos que puede ser el presente Código de Ética Periodística que proponemos, y que sea respetado, valorado y, su aplicación. Requisito "sine qua non" para evitar hechos como los siguientes:

A.- Que cualquiera se atreva a fungir de periodista . No es lo mismo ejercer el derecho que tiene toda persona a expresar su pensamiento, sus ideas y opiniones, que hacerlo asumiendo --y comprometiendo a veces gravemente- la alta condición profesional que no se tiene, ya sea por la falta de formación en la especialidad o por evidente carencia de ética.

B.- Que se complazca -por error o a propósito - la sinrazón de "darle al público lo que le gusta" y ofrecer, mediante la prensa, sensacionalismo y vulgaridad.

C.- Que se descienda en la expresión y en la calidad del mensaje, con el fácil pretexto de llegar a las mayorías. Es deber irrenunciable de la prensa mantener su honorable rango. Es su obligación elevar el nivel cultural de los receptores y contribuir así a su educación.

D.- que se utilice la acreditación como miembro de una institución gremial periodística, de un medio de comunicación social o de una empresa en la que se trabaja como periodista., para usufructuar de ello, solicitando y/o aceptando ventajas para sí mismo de tipo económico y/o material. Los medios de comunicación social deben ser muy exigentes y actuar con diligencia al acreditar a alguien como periodista. Es su responsabilidad comprobar la idoneidad. La Federación de Periodistas del Perú (FPP) está obligada moral y legalmente a revisar sus registros de afiliados y a la exigencia de depurar su

padrón. Igual deber corresponde a los organismos que representan a los medios comunicación social. No todo lo que se imprime, filma, graba o transmite en cualquier medio de comunicación social tiene categoría periodística. Esto se logra por el mérito que le confiere el valor del mensaje y la atinada forma expresiva.

E.- Que se aproveche del ejercicio periodístico para insultar, calumniar, difamar, vejar, denostar, amenazar, divulgar hechos

concernientes a la vida privada y a la intimidad, solicitar y/o aceptar recompensa a cambio del silencio o de la publicación de alguna noticia, y otras acciones contrarias a la ética periodística.

CAPITULO 1 NORMAS GENERALES

Art. 1.- Los periodistas están moralmente obligados a ejercer con honestidad. Deben honrar su profesión y hacer que se le respete. Hay que ser dignos de la Libertad de Prensa, considerando en ella las libertades de información, opinión, expresión en todas sus formas, investigación periodística, difusión del pensamiento, fundación de medios de comunicación social y programas periodísticos. No incurrir en libertinaje. No existe irrestricta de prensa, su límite natural es el derecho ajeno.

Art. 2.- Los periodistas federados de todo el país se hallan sujetos a las normas de este Código de Ética Periodística. Su infracción será sancionada conforme a lo previsto en la parte correspondiente al tribunal de Honor.

Art. 3.- Los medios de comunicación social, las empresas periodísticas, así como las estaciones de televisión, de radiodifusión, de internet, de comunicación virtual del país y otras, que difundan programas periodísticas, pueden adherirse , por convicción , a lo estipulado en este Código de Ética Periodística, conscientes de sus responsabilidad eminentemente social.

CAPITULO II ACTOS CONTRA LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA

Art. 4.- Son actos contrarios a la ética que debe tener todo periodista respecto a su profesión:

a) Incurrir en delito doloso que conlleve condena judicial.

b) Utilizar intencionalmente documentos falsos y/o adulterados, inclusive fotografías, filmaciones, disketes, casetes, grabaciones y otros.

c) No guardar el secreto profesional. La única excepción, singular, en que espontáneamente se puede revelar la fuente es cuando ésta falta a la verdad con dolo, lo cual produce engaño al público, haciendo que el periodista ofrezca una información descalificada, con grave riesgo de su solvencia profesional y ética.

d) Servirse de material periodístico ajeno, usurpando, sea inédito, confidencial o ya difundido -en cuyo caso es honesto citar las fuentes-

e) Solicitar para sí u otro colega donación alguna, cualquiera sea la razón de necesidad que exista. Todo beneficio social para los periodistas que lo requieran es de cargo y responsabilidad de la respectiva Comisión de Asistencia.

f) Difundir como noticia de interés público lo que por su naturaleza es material publicitario, salvo en las secciones identificables que el medio de comunicación social designe expresamente para ello y que el público pueda reconocer como tales, igual comportamiento debe haber para los publi-reportajes.

g) Eludir la obligación moral de consagrar la vida a su profesión, y enaltecerla, consciente de que por su

destino y bien social, ejerce el trabajo considerado el más peligroso del mundo.

h) Buscar y/o aceptar ventajas a costa de la profesión de periodista, al margen de las que son propias de su ejercicio moral. Hay que merecer el aprecio y el reconocimiento de la sociedad, a la cual se sirve.

i) No acogerse a la Cláusula de Conciencia si la empresa periodística o el medio de comunicación social en que se labora cambia su línea u orientación, con la cual no se coincide. Es ético mantener su propia convicción, lo contrario es inmoral y atenta contra el prestigio propio y profesional. Las creencias y criterios se fundamentan en principios superiores.

j) Descuidar -donde fuere que esté- la conducta personal y el aspecto físico. El periodista, además de respetar su propio prestigio, representa siempre a su gremio y al medio o empresa en la cual trabaja.

CAPITULO III DEBERES PARA CON DIOS Y LA PATRIA

Art. 5.- Independientemente de la religión o creencias que se profese, y aún si se declara agnóstico, el periodista está moralmente obligado en su ejercicio profesional a honrar a Dios y los dogmas. Es su deber respetar las creencias religiosas aunque no las comparta.

Art. 6.- Es deber del periodista respetar y defender los intereses nacionales como bienes inalienables del Perú. Y honrar los símbolos patrios, así como la memoria de nuestros héroes, próceres y mártires.

CAPITULO IV DEBERES PARA CON LOS COLEGAS

Art. 7.- Los periodistas federados se obligan mediante este Código de Ética Periodística a:

a.- Respetar el derecho de autoría . Citar las fuentes, no plagiar.

b.- Considerar la reputación de los colegas.

c.- Brindar ayuda y asistencia a los periodistas que sufran vejamen en el cumplimiento de su misión; a los que sean perseguidos, acosados o amenazados por causa de sus ideas y opiniones, o por investigar, descubrir y revelar actos de corrupción pública o privada que afecten al país, al Estado, a las personas o a la sociedad en general. Atender, en lo posible, a los colegas que se encuentren en exilio o que sufran carcelería por esas mismas causas y/o por motivos de índole política.

CAPITULO V DEBERES PARA CON LAS EMPRESAS Y LOS MEDIOS

Art. 8.- Son actos contrarios a la ética profesional en este rubro:

a.- Revelar la fuente, datos, referencias, material de trabajo y otros que tengan condición de reservado.

b.- Pactar estipendio o haber inferior a lo establecido por la ley o al que corresponda por la clase y responsabilidad profesional de la labor periodística que se desempeñe y cargo que se ejerza. Esto fomenta la competencia desleal en el competitivo mercado de trabajo. Y la posibilidad de que personas que fungen de periodistas cumplan su cometido con algún propósito distinto de la profesión, con desmedro de ésta, de la calidad del trabajo y del prestigio del medio de comunicación social.

No se incluye en este caso a los estudiantes practicantes y/o Ciencias de la Comunicación, a quienes es deber orientar. Su número, sin embargo, ha de ser prudentemente incorporado por los medios de comunicación social y otras empresas en las cuales se realice trabajo de prensa, igualmente el tiempo

de permanencia en tal condición.

CAPITULO VI DEBERES PARA CON LA SOCIEDAD

Art. 9.- El periodista está obligado a:

a.- La intimidad. Respetar el derecho de toda persona a su intimidad. La vida es inviolable, Salvo el caso extremo de bien y necesidad públicos. Ellas es patrimonio moral del titular y de su familia. Quién tiene cargo público no esta exceptuando de ser objeto del legítimo derecho de la información y la crítica. De parte de la prensa, si con su conducta pone en riesgo o desprestigia sus deberes de función. Considerar, siempre el valor de la persona humana.

b.- La Verdad.- El derecho de la información se ejercita sobre la base de la verdad que hay que buscar, investigar, encontrar y buscar, para asegurarse de ofrecer una versión fidedigna de los hechos, libre del concepto que pueda tener el periodista sobre ellos. La información debe ser imparcial y vertida con total independencia.

c.- La Opinión.- La opinión esta reservada a las secciones destinadas a la orientación del público y al periodismo interpretativo y como la crítica es un derecho y un deber irrenunciable, que también requiere de una ética escrupulosa. Orientar con razonamientos y firmeza indismayable, alentar, no espolear, combatir, no herir, defender sin bocearse. Otros también pueden tener la razón.

d.- La Moral.- La difusión noticiosa no debe ofender la moral, las buenas costumbres, ni perturbar la tranquilidad a quién tienen derecho los receptores y el público en general.

e.- No al Sensacionalismo.- Ofrecer sin escándalo ni sensacionalismo la información necesaria sobre hechos trágicos, desagradables o que puedan lastimar las normales sentimientos humanos, ser muy cauto con la información relacionada con suicidios, violaciones y hechos negativos en los que estén involucrados, como víctimas o actores la mujer, los niños y adolescentes. No olvidar que diariamente, a cada instante, también ocurren hechos públicos que enaltecen a la persona humana y a la sociedad. Contribuir a ello, buscar y divulgar bueno la vida

f.- Cuidado con La Violencia.- No sobreestimar los actos de violencia, terrorismo, narcotráfico, secuestro, asalto, inseguridad ciudadana y otros hechos, cuyos autores buscan generalmente protagonismo, "liderazgo", notoriedad con lo que se difunda limitarse a los hechos. Ser muy prudente con la información gráfica, ya sea esta impresa, televisiva o fílmica. Cuando sea menester la interpretación de la noticia, antecedentes, consecuencias previsibles, referencias de los protagonistas y otros datos útiles para el mejor conocimiento de los hechos, hacerlo con tino. Respetar en todo momento la desgracia ajena, tener compostura ante la muerte. Promover la solidaridad, no la compasión.

g.- No somos Jueces.- No calificar "a - priori" al acusado, solamente la sentencia del juez determina la culpabilidad. Toda persona tiene derecho a que se le considere inocente hasta que no se le pruebe lo contrario. No lesionar a nadie con calificativos indecorosos, toda persona humana tiene derecho a un nombre propio y a que se le llame como tal. Aún el delincuente sigue siendo persona.

h.- Respetar la Inocencia Infantil.- Contribuir a mantener la inocencia de los niños y evitar difundir hechos que pongan en riesgo la niñez y a la juventud. Si es indispensable informar, hacerlo con la mayor mesura posible. Mas vale silenciar muchas noticias escabrosas, aunque "jalen" público y mejoren el "rating". Basta una sola que informe sin dañar. Ningún periodista ni medio de comunicación social deben aprovecharse de la incultura ni de la proclividad a lo morboso. Es inmoral propender a una mayor difusión y a elevar el "rating" explotando los instintos, la pornografía, las aberraciones, la privacidad y cualquier otro acto que ofenda la dignidad de la persona humana, así como el prestigio de la profesión de periodista y del medio de comunicación social. La familia y la sociedad deben confiar en la prensa, y éste merecerlo. Su ingreso a cada hogar es un privilegio que debe honrarse.

i.- El Valor de la Noticia.- La noticia es un bien público más que un factor de orden económico. Ha de valer por su contenido y por su forma de expresión. No tiene equivalencia de tipo comercial.

j.- Responsabilidad Compartida.- Periodistas, editores y empresas periodísticas comparten responsabilidad en bien de la sociedad. Es un deber salvaguardar permanentemente los derechos humanos, su defensa y restablecimiento, donde quiera que fuesen conculcados y quienes sean los que hagan y asimismo, promover su respeto.

k.- El Valor del Idioma.- Emplear debidamente el idioma, patrimonio cultural por excelencia. Su uso correcto y pulcro ayuda a elevar los niveles de educación. Lo contrario desnaturaliza el papel de la prensa y a causa desmedro en la calidad profesional del periodista. Es preferible evitar el condicional. En caso inevitable, ser prudente. Si hay seguridad de lo que se sabe, decirlo afirmativamente. Expresarse en condicional o con precauciones puede dar la impresión de duda o temor. Y cambios estados son incompatibles con la misión periodística.

l.- ¿Etnias o Razas?.- No tratar de razas referirse a las personas como seres humanos con idénticos derechos.

m.- Considerar a los Animales.- Cuidar a los animales e inducir el aprecio hacia ellos. Fomentar el cuidado de las plantas, el amor a la naturaleza y a la sólida y constante defensa del medio ambiente y a la ecología como factor de vida. Todo lo que existe es obra de Dios.

CAPÍTULO VII DEBERES DE LOS MEDIOS

Art. 10.- Reconocer y atender el derecho de quienes se consideren afectados por alguna publicación y/o transmisión en cualquier forma o medio de manifestar su respuesta, aclaración o rectificación, según sea el caso invocado. Si el medio de comunicación social se percatara de error, es honorable la espontánea enmienda.

Art. 11.- Diferenciar lo estrictamente periodístico de lo comercial y publicitario. No recibir remuneración alguna por informaciones periodísticas; salvo los publlirreportajes, suplementos encartes, los cuales deben identificarse claramente como tales.

Art. 12.- Respetar la libertad ideológica de su personal. No competir a las periodistas a investigar, recibir, fotografiar, filmar, grabar o destacar lo que es moralmente indebido según este Código de ética periodística y que pueda, además, atentar contra el deber y la lata finalidad social de la prensa.

COMPLEMENTO PROCESAL EL TRIBUNAL DE HONOR

Para aplicar el presente Código de Ética Periodística que antecede se empleará el siguiente procedimiento:

Toda persona que se considere afectada en su dignidad, sentimientos, costumbres, intimidad u otros valores, por cualquier medio de comunicación social, tiene expedito su derecho de defensa, a parte de la acción contenciosa que sea pertinente y decida incoar, la sociedad como tal, tiene igual derecho.

Para el efecto se constituye el Tribunal de Honor de la Federación de Periodistas del Perú (FPP) a nivel nacional. Su competencia puede extenderse a los medios de comunicación social y a los organismos que representan los anunciantes, como antes vigilantes de la ética en los comerciales que auspician.

1.- EL TRIBUNAL DE HONOR:

Tiene la facultad para invertir de oficio o a petición de parte por las infracciones que se cometen con las normas deontológicas.

El Tribunal de Honor está formado por cinco miembros, quienes son propuestos y elegidos por el Congreso Nacional de la Federación de Periodistas del Perú (FPP).

El Tribunal de Honor sesionará por lo menos una vez al mes en Sesión Ordinaria. Si no hubiere caso específico que tratar, se evaluará el cumplimiento de éste Código de ética periodística. Cuando las circunstancias y los hechos lo exijan habrá Sesión Extraordinaria. El Presidente Del Tribunal citará a cualquier de estas dos clases de sesiones, o el secretario, a nombre de aquel y por su encargo expreso. Cualquier miembro del Tribunal de Honor puede solicitar que se sesione. El pedido se hará mediante escrito cursado al Presidente e indicando la razón y el motivo.

La citación a sesiones se formulará mediante esquelas, fijando día, hora y lugar e informando sobre la agenda a tratarse, con una anticipación de 72 horas como mínimo. Sólo por fuerza mayor puede proceder la inasistencia de alguno de los miembros. Si las inasistencias, justificadas o no, pasarán de límite prudente permisible que se fije, se exonerará al miembro que incurra en ellas de integrar el Tribunal de Honor.

El Tribunal de Honor funcionará de acuerdo a estas normas procesales y podrá sesionar indistintamente en cualquier departamento o ciudad del territorio nacional, según lo ameriten los hechos o faltas cometidas al presente Código de Ética Periodística.

2.- EL PROCEDIMIENTO:

Interpuesta la denuncia respectiva por la persona afectada, su cónyuge aún en condición supérstite ascendientes, descendientes, hermanos o interpósita persona, se citará a las partes mediante esquila, en un término no mayor de 48 horas calendario. Si es por oficio, la denuncia presentada al Tribunal de Honor por cualquiera de sus integrantes o por uno o varios afiliados de la Federación de Periodistas del Perú (FPP), se citará al denunciado, sea persona individual o a representante del medio de comunicación social en el cual se infringió presuntamente la norma sustantiva.

Las audiencias son públicas o privadas, a criterio del Tribunal de Honor, sobre la base del tipo y gravedad de la infracción cometida.

La parte denunciada podrá responder, hacer su descargo y actuar por sí misma o mediante persona acreditada. No es indispensable que ésta sea letrada, pues no se trata de un "litis" o proceso judicial sino de un caso de moral profesional.

El Tribunal de Honor tendrá como elementos de lo siguiente:

- 1.- Los hechos que fundamenten la denuncia.
- 2.- La naturaleza y consecuencia del daño causado.
- 3.- Las normas deontológicas vigentes en el Código de Ética Periodística que se hayan violado.
- 4.- Las pruebas -incluyéndose los impresos, grabaciones, videos y otros, la pericial y testifical si fuese necesario-.
- 5.- El resultado de la investigación practicada por (2) miembros del Tribunal de Honor, quienes formarán una comisión especial para el efecto.
- 6.- Lo expuesto por las partes.

Concluida dicha etapa, el Tribunal de Honor cumplirá su cometido sin dilación. Si no hubiera necesidad de ampliar la investigación ni acopiar nuevos elementos de probanza, se fijará día y hora para la Audiencia y se citará a las partes.

Oídos quienes actúen de Fiscal y de Defensa que - puede ser el mismo acusado - el Tribunal de Honor deliberará en todo lo afectado y expedirá su fallo, el cual se dará a conocer en la misma Sesión o Audiencia, cada miembro del Tribunal de Honor emitirá su voto secreto. Si de la votación resulte empate. El Presidente del Tribunal de Honor tiene voto dirimente. Actúa como relator el secretario del tribunal de honor.

Leído el fallo se levantará un acta donde conste éste. Y será transcrita al libro correspondiente, el cual queda en custodia y bajo responsabilidad de la Federación de Periodistas del Perú (FPP), El presidente del Tribunal de Honor puede guardar para así una copia del acta donde conste cada fallo emitido durante su ejercicio.

Los fallos del Tribunal de Honor, son inapelables, no existe instancia superior competente en materia deontológico, para evitar cualquier reclamo que equivalga a apelación, las partes declararán agotados sus respectivos recursos en la Audiencia final y antes de que se expida el fallo.

Las filiales departamentales de la Federación de periodistas del Perú (FPP), con Tribunales de Honor propios, recurrirán al tribunal de honor de la capital de la República que funciona con categoría de nacional y servirá de instancia superior en caso de casación.

El Tribunal de Honor desestimaré a todas denuncias de hechos que por naturaleza , formalidad y consecuencia corresponden ser conocidos y amparados por Tribunales Ordinarios de Justicia. Si se diera el caso de que simultáneamente el hecho implicará también infracción de la norma deontológico y fuera denunciado ante el Tribunal de Honor, este abrirá trámite porque en tal contingencia no habrá contienda de competencia con el Tribunal Ordinario de Justicia son jurisdiccionales separadas e independientes.

El Tribunal de Honor no puede ser remotivo parcial ni totalmente. Sus funciones concluyen al cumplirse el término que corresponde al del Comité Ejecutivo Nacional. Excepcionalmente es válida la remoción de alguno o algunos, de sus miembros por casual grave y fehacientemente comprobada. Entre éstas, la resolución consentida y ejecutoriadas que imponga condena por delito doloso, igual razón, justifica la separación temporal o permanente de cualquiera de los afiliados de la Federación de los Periodistas del Perú (FPP).

3.- LAS INFRACCIONES:

Estas se tipifican por su naturaleza, formalidad y consecuencia. En general se denominan infraccionan al Código de ética Periodística. Y pueden ser a) Leves, b) Graves, c) Contra la Federación de Periodistas del Perú (FPP), a la cual se pertenece como miembro activo, honorario de otra categoría, d) Contra la profesión que cautela el respectivo Código De Ética Periodística, e) Contra las personas individuales , f) Contra las personas jurídicas y g) Contra la sociedad.

4.- LAS SANCIONES:

Por tratarse de sanciones de orden moral, las que se impongan no pueden salir de éste marco, Sin embargo el Tribunal de Honor, sobre la base del imperio moral de sus fallos, y la máxima finalidad que tiene, así como por la autoridad que le es propia, puede ejercer su función de proponer, sin categoría obligatoria, la suspensión o la separación según sea la gravedad del hecho inmoral del infractor moderado.

Consecuentemente las empresas responsables de los medios de comunicación social pueden aplicar medidas semejantes. En los casos en que lo decida el Tribunal de Honor, sus fallos pueden hacerse públicos.

DISPOSICIÓN FINAL

Este caso CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA será difundido adecuadamente para su cabal conocimiento y cumplimiento. Todo periodista federado debe tener un cumplimiento. Todo periodista federado debe tener un ejemplar de este Código.

Es aconsejable que también se distribuya entre los alumnos de Periodismo y/o Ciencias de la Comunicación de las diferentes universidades nacionales y privadas del país.

Código de Ética de la FPP

**Aprobado en el XXII Congreso Nacional de la Federación de
Periodistas del Perú, ALFREDO VIGNOLO MALDONADO**

Huampaní, Lima, 27 y 28 de octubre del 2001



BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

VIII LEGISLATURA

Serie B:
PROPOSICIONES DE LEY

23 de abril de 2004

Núm. 44-1

PROPOSICIÓN DE LEY

122/000032 Estatuto del periodista profesional.

Presentada por el Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds.

La Mesa de la Cámara, en su reunión del día de hoy, ha adoptado el acuerdo que se indica respecto del asunto de referencia.

(122) Proposición de Ley de Grupos Parlamentarios del Congreso.

122/000032

AUTOR: Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds.

Proposición de Ley de Estatuto del periodista profesional.

Acuerdo:

Admitir a trámite, trasladar al Gobierno a los efectos del artículo 126 del Reglamento, publicar en el BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES y notificar al autor de la iniciativa.

En ejecución de dicho acuerdo, se ordena la publicación de conformidad con el artículo 97 del Reglamento de la Cámara.

Palacio del Congreso de los Diputados, 20 de abril de 2004.—P. D. La Secretaria General del Congreso de los Diputados, **Piedad García-Escudero Márquez**.

A la Mesa del Congreso de los Diputados

Al amparo de lo establecido en el Reglamento de la Cámara, el Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds presenta la siguiente Proposición de Ley de Estatuto del periodista profesional.

Palacio del Congreso de los Diputados, 5 de abril de 2004.—**Isaura Navarro Casillas**, Diputada.—**Joan Herrera Torres**, Portavoz del Grupo Parlamentario de Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya Verds.

Exposición de motivos

La Constitución española fundamenta el orden político y la paz social en los derechos inviolables de la persona. Entre todos ellos, el derecho fundamental a la libertad de expresión e información, reconocido en el artículo 20, ocupa un lugar esencial, pues, en los términos del Tribunal Constitucional, sin una comunicación pública libre «quedarían vaciados de contenido real otros derechos que la Constitución consagra, reducidas a formas huecas las instituciones representativas y absolutamente falseado el principio de legitimidad democrática que enuncia el artículo 1.º, apartado 2 de la Constitución, y que es la base de toda nuestra ordenación jurídico-política».

Toda persona es titular del derecho a la libre expresión de pensamientos, ideas y opiniones y a la libre comunicación y recepción de información veraz. Más allá de la comunicación interindividual, la comunicación pública requiere de la mediación de empresas informativas e informadores profesionales. Cuando el derecho a informar que a todos se reconoce se ejerce de modo habitual y profesional queda cualificado con una función social: el derecho se convierte en deber de informar al servicio del derecho del público a ser informado. Para el cumplimiento de ese deber se requiere un desarrollo de las facultades que aseguren la dignidad e independencia profesional, siempre al servicio del derecho del público.

El artículo 20 de la Constitución Española no contempla como sujetos específicos a los profesionales de la información. No obstante, el legislador constituyente remitió al ordinario la regulación de algunos de los elementos típicos de un estatuto profesional de los periodistas: la cláusula de conciencia y el secreto profesional. Nuestra jurisprudencia constitucional ha precisado que los periodistas no tienen en este campo privilegio alguno frente a los derechos del resto de los ciudadanos, pero sí que al ejercicio de su derecho puede serle dado una cierta preferencia, justamente, «en virtud de la función que cumple, en aras del deber de información constitucionalmente garantizado». Es también jurisprudencia bien asentada interpretar el requisito de veracidad de las informaciones como un deber de diligencia profesional.

Existe, por tanto, base constitucional para la promulgación de un Estatuto del Periodista Profesional, cuya finalidad sea servir al derecho de la ciudadanía a ser informada, garantizando la independencia de los informadores. Este Estatuto pretende desarrollar los derechos de la libertad de expresión e información en un conjunto de facultades que permitan a los informadores reforzar su profesionalidad y consiguientemente la independencia frente a los poderes políticos y económicos, independencia que es presupuesto de la función social de informar. En esta línea se sitúa la Ley Orgánica 2/1997, reguladora de la cláusula de conciencia, que ya en su Exposición de Motivos considera implícitamente esta institución al servicio de la independencia profesional al declarar que «la información no puede ser objeto de consideraciones mercantilistas, ni el profesional de la información puede ser concebido como una especie de mercenario abierto a todo tipo de informaciones y noticias que son difundidas al margen del mandato constitucional de veracidad y pluralismo».

En nuestro entorno, especialmente en los países latinos, es habitual el reconocimiento a los periodistas de una situación estatutaria especial. Un organismo público, corporativo o sindical, acredita la condición de periodista profesional (lo que supone que esa actividad habitual es la principal fuente de ingresos y exige tiempo de práctica demostrada) mediante la expedición de

un carné, que básicamente da ciertas ventajas en el ejercicio diario: acceso a lugares públicos, aparcamientos, etc. En Francia desde los años treinta se reconocen un conjunto de derechos específicos, entre los que destaca el derecho a invocar la conciencia para rescindir la relación laboral de modo ventajoso para el informador. Más recientemente, la ley portuguesa de 13 de enero de 1999 promulga un estatuto con un completo elenco de derechos y deberes. Peculiar es el caso italiano, con un destacado protagonismo de la *Ordine del Giornalisti* y la necesidad de estar inscrito en un registro especial para ejercer la profesión, inscripción que requiere acreditar un período de práctica previo y la superación de un examen. Estamos pues ante sistemas que van de la simple acreditación profesional a la regulación estricta del acceso profesional.

En gran medida la cuestión de la necesidad de un estatuto profesional ha venido a confundirse con una regulación del acceso, que excluya del ejercicio profesional a aquellos que carezcan de la habilitación necesaria. Este fue el modelo seguido por el Decreto 744/1967, que aprobaba el texto refundido del Estatuto de la Profesión Periodística, conforme lo previsto por la Ley de Prensa de 1966. El Estatuto renovaba la exigencia de registro obligatorio remitiendo al requisito de titulación académica y regulaba con detalle la figura del director de las publicaciones periódicas, pieza clave del sistema de control instaurado por la ley citada. La abrogación de este sistema ha convertido esta institución en un registro privado en el ámbito de la Federación de Asociaciones de la Prensa. No ha prosperado tampoco el clásico sistema de colegiación obligatoria, propia de las profesiones liberales clásicas, si bien leyes de las Comunidades Autónomas de Cataluña y Galicia han creado colegios, de incorporación voluntaria para los titulados en Ciencia de la Información y aquellos que acrediten un determinado período de práctica profesional.

En el presente Estatuto se ha optado por extender esta protección específica a todos los que habitual y profesionalmente ejerzan el periodismo. El reconocimiento de unos derechos específicos de los informadores profesionales en nada interfiere el derecho de cualquier ciudadano a expresarse, opinar o informar. La adopción de este Estatuto tampoco supone la exigencia de una *habilitación* previa para el ejercicio de un derecho que a todos corresponde; simplemente, la invocación de unos derechos profesionales específicos pasa por la acreditación de esa profesionalidad. El Estatuto tampoco establece requisitos de titulación para ejercer el periodismo, bien entendido que de existir éstos en los Convenios y la normativa laboral —lo que se juzga positivo para esta profesión— en nada supondrían un atentado a la libertad de expresión e información de cualquier ciudadano.

En cuanto a su contenido concreto, el Estatuto supera el mandato constitucional de regular los derechos a

la cláusula de conciencia y el secreto profesional. Partiendo del convencimiento de que la independencia de los periodistas es la mejor garantía para el derecho del público a ser informado, el Estatuto desarrolla un conjunto de facultades que afirman esa independencia frente al poder político y busca un equilibrio con la propia independencia editorial de las empresas informativas, puesto que no basta con garantizar un *pluralismo externo* (pluralidad de empresas informativas), sino también un *pluralismo interno* (que el pluralismo social se manifieste en el seno de las empresas informativas). Se desarrollan, así, las manifestaciones típicas de la libertad de expresión y opinión de los periodistas y su encaje con la definición editorial de su empresa; la cláusula de conciencia, con remisión a la L.O. 2/1997; el secreto profesional, cuya falta de regulación constituía un flagrante incumplimiento de un mandato constitucional; un más fácil acceso a las fuentes de interés general, compatible con los derechos exclusivos de propiedad intelectual y acorde con los nuevos mecanismos de acceso a través de redes de telecomunicaciones y sistemas informáticos; la participación en la orientación editorial a través de los Comités de Redacción y la figura del director como bisagra entre los titulares del poder editorial y la Redacción; y, en fin, los derechos de autor, que tanto en su aspecto moral como material suponen un garantía de independencia, especialmente importante en el nuevo entorno multimedia.

Finalmente, y más allá de las responsabilidades de carácter penal o civil en que los informadores pudieran incurrir, se adopta como elemento esencial de este Estatuto un sistema de incompatibilidades y un código ético, cuyo control se confía a los Consejos de Información, que puedan constituir las Comunidades Autónomas y a un Consejo de Información de ámbito estatal creado por la presente Ley.

CAPÍTULO I

Del periodista profesional

Artículo 1. Titularidad.

El titular de los derechos y deberes definidos en este Estatuto es el periodista profesional. Se considera como tal a todo aquel que tiene por ocupación principal y remunerada la obtención, elaboración, tratamiento y difusión por cualquier medio de información de actualidad, en formato literario, gráfico, audiovisual o multimedia, con independencia del tipo de relación contractual que pueda mantener con una o varias empresas, instituciones o asociaciones.

Estos derechos y deberes profesionales derivan de los derechos a la libertad de expresión e información, reconocidos en el artículo 20 de la Constitución Española y en nada interfieren el ejercicio de estas libertades por los no profesionales.

Artículo 2. Acreditación.

La condición de periodista profesional se acredita mediante el correspondiente carné expedido por el Consejo Estatal de la Información o sus equivalentes autonómicos, conforme a un modelo único, que será regulado por Ley. El Gobierno enviará a las Cortes en el plazo de un año desde la entrada en vigor de esta Ley Orgánica un Proyecto de Ley, que tendrá el carácter de norma básica de los medios de comunicación social.

El carné profesional se renovará periódicamente.

Artículo 3. Titulación.

La acreditación profesional no sustituirá nunca la titulación cuando la normativa laboral o los Convenios Colectivos así la exijan para el desempeño de determinados puestos.

Artículo 4. Periodistas a la pieza.

Los periodistas a la pieza tienen los mismos derechos y deberes que el resto de los profesionales. Son periodistas a la pieza aquellos profesionales cuya ocupación principal y remunerada consiste en la obtención, elaboración, tratamiento y difusión por cualquier medio de informaciones de actualidad, en formato literario, gráfico, audiovisual o multimedia, en virtud del encargo regular de una o varias empresas informativas y siguiendo las instrucciones básicas de las mismas.

Artículo 5. Periodistas por libre («freelance»).

Los periodistas que obtengan y elaboren información de actualidad por su propia cuenta, ofreciendo el producto resultante para su difusión a una o varias empresas, gozarán de los mismos derechos que el resto de los profesionales, excluidos los de cláusula de conciencia y participación en los Comités de Redacción.

Artículo 6. Otros colaboradores.

Los colaboradores literarios y especializados, cuya labor no consista estrictamente en el tratamiento de la información de actualidad, tendrán los mismos derechos y deberes que los periodistas profesionales, en la medida en que les resulten aplicables. No podrán invocar la cláusula de conciencia ni la participación en los Comités de Redacción. No procede en estos casos su acreditación profesional, ni están sometidos al sistema de incompatibilidades regulado en este Estatuto.

Artículo 7. Periodistas extranjeros.

Se considerará suficientemente acreditada la profesionalidad de aquellos periodistas nacionales de la Unión Europea que ostenten una acreditación reconocida en su país. En iguales términos se procederá con

los corresponsales y enviados de países terceros, siempre previo requisito de reciprocidad.

Artículo 8. Incompatibilidades.

El ejercicio de la profesión periodística es incompatible con el desempeño de:

- a) el ejercicio profesional de la actividad publicitaria, de *marketing* y relaciones públicas;
- b) la condición de policía, militar, juez o fiscal;
- c) los ministros y los cargos públicos de libre designación ministerial o por los órganos de gobierno de Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales.

Las anteriores incompatibilidades en nada impiden a los afectados el ejercicio de la libertad de expresión e información a través de cualquier medio de comunicación.

CAPÍTULO II

De los deberes

Artículo 9. Deber de informar.

El periodista tiene el deber de ofrecer a la sociedad información veraz de relevancia pública.

Los periodistas están obligados a respetar los deberes deontológicos definidos en el Código que se incluye como anexo a este Estatuto. Este Código vincula también a las empresas informativas. Tendrá valor interpretativo del mismo la Declaración de Principios sobre la conducta de los periodistas, adoptado por la Federación Internacional de Periodistas y que se incluye como anexo a este Estatuto. Las empresas periodísticas y sus responsables editoriales no realizarán encargo profesional alguno que pudiera redundar en la violación de estos deberes.

Artículo 10. Responsabilidad.

Serán violaciones leves de los deberes deontológicos aquellas que puedan atribuirse a descuido o negligencia. Serán violaciones graves aquellas que supongan una intención dolosa.

Las violaciones leves del Código Deontológico darán lugar a amonestación privada y las graves a amonestación pública. Las amonestaciones públicas serán difundidas por el órgano informativo en que preste sus servicios el periodista sancionado. La violación grave reiterada dará lugar a la retirada del carné profesional por un período de entre seis meses y dos años.

Cuando se incurra en algunos de los supuestos de incompatibilidad del artículo 4 se retirará el carné profesional, que no podrá ser obtenido de nuevo, aun en el

supuesto de que haya cesado la incompatibilidad, hasta pasados cinco años.

Cuando se demuestre que la violación grave de los deberes éticos venga exigida o alentada por la empresa informativa o forme parte de una pauta editorial, tal empresa será sancionada con multa del 1 % de sus beneficios netos, conforme a la correspondiente declaración en el Impuesto sobre Sociedades. En caso de reincidencia la sanción puede elevarse hasta el 10 % de los beneficios netos. Estas sanciones serán difundidas por los órganos informativos de la empresa sancionada.

Corresponde exigir esta responsabilidad deontológica al Consejo de la Información de la respectiva Comunidad Autónoma y en su defecto al Consejo de la Información del Estado.

CAPÍTULO III

De los derechos

Artículo 11. Derechos.

La libertad de expresión e información que el artículo 20 de la Constitución Española reconoce a todos se concreta en un conjunto de derechos específicos de los periodistas, dirigidos a garantizar la independencia de estos profesionales al servicio del derecho del público a ser informado. Estos derechos comprenden:

- a) la libre expresión e información en el marco de la definición editorial de su empresa;
- b) la cláusula de conciencia;
- c) el secreto profesional;
- d) la libertad de creación y los derechos de autor;
- e) el libre y preferente acceso a las fuentes informativas;
- f) la participación en la orientación editorial.

Artículo 12. Independencia.

Los periodistas realizarán con independencia su trabajo de obtener, elaborar y difundir información de actualidad y relevancia pública. Sus trabajos no serán sometidos a censura previa de ninguna autoridad pública.

Sus tareas podrán estar marcadas por las directivas de la empresa para la que trabajen, conforme a la definición editorial de ésta. Estas directivas no pueden ordenar faltar a la verdad o conculcar los principios éticos incluidos en este Estatuto.

El periodista respetará en su trabajo la definición editorial de su empresa, pero podrá manifestarse de forma contraria a la misma en cualquier otro órgano de expresión o información, sin que pueda ser sancionado ni separarsele perjuicio.

Artículo 13. Cláusula de conciencia.

En virtud de la cláusula de conciencia los profesionales de la información tienen derecho a solicitar la rescisión de su relación jurídica con la empresa de comunicación en que trabajen, en los términos establecidos por la Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio.

La resolución de la relación laboral en los supuestos de cláusula de conciencia será considerada a todos los efectos como despido improcedente.

La interposición de la demanda correspondiente ante los órganos jurisdiccionales competentes no deparará al periodista perjuicio alguno, sin que pueda ser trasladado o modificadas sus condiciones laborales en tanto dure el procedimiento. En la demanda, el periodista podrá solicitar que de serle favorable, la sentencia firme se difunda con suficiente relieve en los medios de difusión de la empresa demandada.

Los periodistas podrán negarse motivadamente a participar en la elaboración de informaciones que vulneren los principios contenidos en el Código Ético, según lo ya dispuesto en el artículo 3 de la citada Ley Orgánica.

Artículo 14. Secreto profesional.

Los periodistas están obligados a mantener en secreto la identidad de las fuentes que hayan facilitado informaciones bajo condición, expresa o tácita, de reserva. Este deber le obliga frente a su empresario y las autoridades públicas, incluidas las judiciales y no podrá ser sancionado por ello ni deparársele ningún tipo de perjuicio.

El periodista citado a declarar en un procedimiento judicial podrá invocar su derecho al secreto profesional y negarse, en consecuencia, a identificar a sus fuentes. El derecho al secreto alcanza las notas, documentos profesionales o soportes que pudieran manifestar la identidad de la fuente, documentos que no podrán ser aprehendidos policial ni judicialmente.

El deber del secreto afecta igualmente a cualquier otro periodista o responsable editorial que hubiera podido conocer indirectamente la identidad de la fuente reservada.

El periodista citado a declarar en una causa criminal podrá excusar las respuestas que pudieran revelar la identidad de la fuente reservada.

Artículo 15. Delito de revelación de fuentes confidenciales.

Los periodistas y responsables editoriales que falten al secreto profesional serán castigados como autores del delito previsto en el artículo 199.2 del Código Penal.

El periodista estará obligado a revelar la identidad de la fuente cuando de este modo se pueda evitar la comisión cierta de un delito contra la vida, la integridad, la salud, la libertad o la libertad sexual de las per-

sonas. Quien en estos supuestos no revele la fuente reservada será castigado con las penas previstas en el artículo 450 del Código Penal.

Artículo 16. Acceso a las fuentes informativas.

Los periodistas tendrán libre acceso a los registros, expedientes administrativos y actuaciones judiciales no declaradas secretas y en general a cualquier información recogida por las autoridades públicas que pueda contener datos de relevancia pública. Las autoridades administrativas facilitarán este acceso, tomando las precauciones necesarias para garantizar el derecho a la intimidad de los particulares, conforme lo dispuesto por la normativa vigente en materia de protección de datos. Las autoridades administrativas podrán negar este acceso cuando las informaciones solicitadas afecten a la seguridad y defensa del Estado o interfieran la persecución de los delitos en los términos previstos por el artículo 37.5 de la Ley 30/1992, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. El Gobierno enviará en el plazo de un año un Proyecto de Ley modificando las regulaciones específicas previstas en el artículo 37.6 de la citada Ley 30/1992 para facilitar al máximo el acceso de los periodistas a estos archivos y registros.

Se facilitará el acceso a los periodistas debidamente acreditados a todos los edificios e instalaciones públicas. No podrá impedirse la toma de imágenes de estos lugares, salvo que así se disponga por ley por razones de seguridad o defensa del Estado.

Con carácter general, los organismos y autoridades públicas pondrán a disposición del público las informaciones de relevancia general mediante bases de datos accesibles a través de las redes electrónicas.

Artículo 17. Acceso a los actos públicos.

Los periodistas tendrán libre acceso a todos los actos de interés público, se desarrollen en el seno de organismos públicos o privados. Los particulares no podrán prohibir la presencia de un periodista debidamente acreditado en estos actos, incluidos espectáculos y acontecimientos deportivos. El acceso a los actos organizados por organismos públicos será gratuito. Los particulares podrán exigir el pago normal de una entrada para el acceso a espectáculos y acontecimientos deportivos.

Podrán difundirse sin cargo alguno imágenes y resúmenes audiovisuales de espectáculos, acontecimientos deportivos y otros actos públicos, siempre que no superen los tres minutos, en los términos establecidos en la Ley 21/1997, de emisiones y retransmisiones deportivas.

Artículo 18. Acceso a las vistas judiciales.

De conformidad con el principio de publicidad de las actuaciones judiciales, consagrado en el artículo 120.1

de la Constitución Española, no podrá impedirse la presencia de los periodistas en los actos judiciales públicos, ni la toma de imágenes, con respeto a los derechos de la personalidad de los presentes y sin perjuicio de los poderes de ordenación de las vistas, que competen a las autoridades judiciales.

Artículo 19. Derechos de autor.

En los términos del artículo 5 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, los periodistas son autores de sus textos originales y de las noticias, reportajes y trabajos audiovisuales, sin perjuicio de los derechos que puedan corresponder a otros. Los periodistas tienen los derechos patrimoniales y morales que el vigente derecho de propiedad intelectual reconoce a los autores.

La cesión de los derechos de explotación en el marco de un contrato de trabajo se entenderá hecha para el medio con el que el periodista contrate, siendo necesarios acuerdos específicos para la explotación de estos derechos en otros medios del mismo grupo o su cesión a terceros. Cualquier acuerdo individual o colectivo que establezca una cesión genérica de los derechos de autor de los periodistas sin precisión de su alcance será tenido por nulo de pleno derecho.

En los supuestos en que el periodista ceda los derechos de explotación, podrá exigir al cesionario que persiga ante los tribunales a los terceros que hagan un uso indebido de estos derechos. El cesionario no podrá ceder los derechos a un tercero radicado en un territorio con un grado de protección inferior al establecido en España o que no reconozca los derechos morales de los autores. Se entenderá que existe una protección homologable a la española cuando el país en cuestión haya suscrito y ratificado el Convenio de Berna y los demás tratados promovidos por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Artículo 20. Firma.

Los periodistas tienen el derecho a identificar sus trabajos con su nombre o seudónimo profesional. Nadie podrá ser obligado a firmar sus informaciones. El periodista podrá retirar motivadamente su firma cuando el trabajo sea sustancialmente modificado, tanto en su contenido como en su forma. En los supuestos de trabajos audiovisuales podrá negarse también a leer o a presentar en imagen. El ejercicio de esta facultad no podrá dar lugar a sanción, perjuicio o relegación profesional.

Si la empresa informativa no reconociera su autoría o se le negara la retirada de la firma, el periodista podrá invocar su derecho ante el respectivo Comité de Redacción, sin perjuicio de la facultad que le asiste de hacer valer estos derechos ante la jurisdicción civil.

CAPÍTULO IV

De los directores

Artículo 21.

Al frente de los medios informativos, esto es, publicaciones, programas audiovisuales y páginas o sitios en la red de carácter periodístico estará un director. Éste será designado por el titular de la empresa editorial y será responsable en los términos del artículo 30 del Código Penal. El director ha de ser periodista profesional acreditado como tal. El director tiene la última palabra sobre los contenidos informativos y puede ejercer el derecho de veto sobre los mismos. Los titulares de la empresa podrán nombrar otros responsables editoriales intermedios que habrán de ser periodistas profesionales acreditados como tales. Su nombramiento requiere la previa conformidad del director.

CAPÍTULO V

De los Comités de Redacción

Artículo 22. Naturaleza.

En toda Redacción en la que presten servicio más de ocho periodistas, incluidos los colaboradores a la pieza habituales, se constituirá un Comité de Redacción.

Se entiende por Redacción las unidades de trabajo a las que se confía la elaboración de una publicación, programa audiovisual o páginas o sitio en la red de carácter informativo.

Los Comités de Redacción son cauce de participación de los periodistas en la orientación editorial, ejercen su representación profesional y son órganos de mediación entre las empresas y los periodistas, en lo que afecta a los derechos conferidos por este Estatuto y a cualquier cuestión profesional que pueda suscitarse.

Los Comités de Redacción no asumen la representación laboral de los periodistas.

En las Redacciones con menos de ocho periodistas las funciones de estos Comités serán asumidas por un representante elegido de entre los periodistas.

Artículo 23. Constitución y composición.

Trabajadores y empresas deberán acordar en Convenio Colectivo la constitución, composición y competencias de los Comités de Redacción. Estos acuerdos deberán en todo caso respetar las presentes normas y las competencias mínimas establecidas en el siguiente artículo.

Los Comités de Redacción se constituirán por un plazo de dos años. Se compondrán como mínimo de tres periodistas, elegidos nominalmente por todos los miembros de la Redacción. Serán renovados cada dos

años por mitades en el primer trimestre del año correspondiente. No podrán formar parte del Comité de Redacción el director y el resto de los responsables editoriales. El Comité elegirá de entre sus miembros un presidente y aprobará un Reglamento de Funcionamiento. Las decisiones se tomarán por mayoría y en caso de empate el presidente tendrá voto cualificado.

A todos los efectos legales y procesales los miembros de estos Comités tendrán las mismas garantías que los representantes sindicales. Tendrán derecho a horas libres para realizar su labor y las empresas facilitarán los medios necesarios para el normal funcionamiento de estos órganos en los mismos términos que los establecidos por la regulación vigente para los Comités de Empresa.

Artículo 24. Competencias.

Los Comités de Redacción serán informados y oídos con carácter previo:

- a) Sobre cualquier cambio sustancial de la línea editorial;
- b) Sobre los planes de organización de la Redacción;
- c) Sobre la destitución y nombramiento del Director y otros responsables editoriales.

Su opinión motivada no es vinculante para la empresa, que sin embargo estará obligada a difundirla en el correspondiente órgano informativo, cuando así lo solicite el Comité.

Los Comités de Redacción ejercerán la mediación entre la empresa y los periodistas sobre las cuestiones suscitadas por el ejercicio de los derechos reconocidos en este Estatuto o en relación a cualquier otro conflicto profesional.

La empresa solicitará su dictamen preceptivo cuando un periodista invoque:

- a) su derecho a la cláusula de conciencia y al rechazo de un encargo profesional por violar las normas del Código Deontológico;
- b) su derecho a la firma o la retirada de ésta, o se niegue a la lectura o presentación de sus trabajos.

Los dictámenes negativos del Comité para las peticiones de los periodistas no impedirán a éstos acudir a la vía jurisdiccional que resulte competente.

Al menos una vez al trimestre el Comité de Redacción se reunirá con el director del medio y otros responsables editoriales para examinar las cuestiones profesionales pendientes y valorar conjuntamente la calidad del producto informativo.

Los Comités de Redacción informarán anualmente sobre el grado de cumplimiento del Código Deontológico, cuya difusión por el correspondiente órgano

informativo será obligatoria cuando así lo solicite el respectivo Comité.

CAPÍTULO VI

De los Consejos de la Información

Artículo 25. Consejo Estatal de la Información.

En el plazo de seis meses desde la entrada en vigor de este Estatuto se constituirá un Consejo Estatal de la Información con la función de promover los derechos a la libertad de expresión e información y de modo específico el derecho del público a recibir información y los derechos profesionales declarados en este Estatuto.

El Consejo es un organismo público independiente del poder ejecutivo y que rinde cuentas de su actuación al poder legislativo. El Consejo será dotado económicamente por medio de los Presupuestos Generales del Estado.

Artículo 26. Composición.

El Consejo Estatal estará compuesto por:

- a) Ocho periodistas elegidos por mayoría de 2/3, cuatro por el Congreso y cuatro por el Senado;
- b) Cuatro representantes de las asociaciones empresariales de la comunicación elegidos por mayoría de 2/3, dos por el Congreso y dos por el Senado;

Dos juristas de reconocido prestigio elegidos por mayoría de 2/3, uno por el Congreso y otro por el Senado;

c) Cuatro representantes de las Centrales Sindicales de ámbito estatal elegidos por mayoría de 2/3, dos por el Congreso y dos por el Senado;

d) Cuatro representantes de asociaciones de consumidores, radioyentes o telespectadores elegidos por mayoría de 2/3, dos por el Congreso y dos por el Senado.

Artículo 27. Estructura.

El Consejo actuará en Pleno y en Comisiones. Se constituirán las Comisiones de Acreditaciones, Deontológica y de Estudios. Cada Comisión estará formada por ocho consejeros, elegidos por el Pleno. De la Comisión Deontológica formarán parte los dos representantes de la carrera judicial. El Pleno elegirá al Presidente del Consejo. Los miembros de cada Comisión elegirán a su presidente.

En el plazo de seis meses una vez constituido el primer Consejo aprobará en Pleno un Reglamento de Régimen Interior.

Artículo 28. Del Pleno.

El Consejo en Pleno discutirá todas las cuestiones que puedan plantearle las Comisiones. Anualmente aprobará un Informe, a propuesta de la Comisión de Estudios, sobre el grado de realización y garantía de los derechos a la libre expresión e información, con especial mención de los derechos profesionales reconocidos en este Estatuto y el derecho del público a ser informado. Este Informe será remitido a la presidencia del Congreso. El presidente del Consejo comparecerá ante el Pleno del Congreso para presentar el Informe.

El Consejo en Pleno podrá proponer a los poderes legislativo o ejecutivo las medidas que considere convenientes para una más adecuada ordenación del sector de la comunicación.

El Consejo en Pleno resolverá sobre los recursos planteados contra las resoluciones de las Comisiones de Acreditaciones y Deontológica.

Artículo 29. De la Comisión de Acreditaciones.

La Comisión de Acreditaciones expedirá el carné profesional de periodista en los supuestos de aquellos profesionales que ejerzan en un territorio en que la Comunidad Autónoma respectiva no haya establecido un organismo público encargado de tal competencia.

Artículo 30. De la Comisión Deontológica.

La Comisión Deontológica es competente para imponer las sanciones establecidas en el artículo 20 de este Estatuto cuando no exista un órgano público competente en esta materia en la Comunidad Autónoma en la que tenga su sede el órgano informativo en el que se difundieron los mensajes contrarios a las normas éticas.

La Comisión realizará previamente una labor de mediación con vistas a dar satisfacción a los derechos e intereses legítimos de las personas que hayan podido resultar lesionadas. De lograrse un acuerdo satisfactorio no se impondrá sanción alguna, pero dicho acuerdo habrá de ser difundido adecuadamente por el órgano informativo en los términos que disponga la Comisión. En los casos de infracciones graves reiteradas y en los supuestos de incompatibilidades no habrá lugar a este procedimiento de mediación y la Comisión incoará el correspondiente procedimiento sancionador.

Los procedimientos ante la Comisión pueden ser instados por cualquier persona o institución, aun cuando no hayan sido afectadas directamente por la mala práctica profesional. Los particulares se limitarán a poner en conocimiento de la Comisión los hechos que consideren contrarios al Código Ético o los supuestos de incompatibilidades. La Comisión pondrá en marcha el procedimiento de mediación cuando corresponda. De no llegarse a acuerdo, la mediación se convertirá automáticamente en procedimiento sancionador. Si el

acuerdo de mediación se incumpliera se pondrá en marcha el correspondiente proceso sancionador.

En el plazo de seis meses desde su constitución la Comisión Deontológica elevará al Pleno para su aprobación un Reglamento de Procedimiento.

Las resoluciones de la Comisión serán públicas y el Consejo adoptará los medios pertinentes para su adecuada difusión.

Artículo 31. De la Comisión de Estudios.

La Comisión de Estudios realizará un seguimiento constante de la evolución del sector de la comunicación. Además del Informe Anual del artículo 24, realizará un Anuario en el que se darán a conocer sus conclusiones y se informará de la titularidad de las empresas informativas y del grado de concentración en el sector de la comunicación. Podrá realizar también los estudios monográficos que considere convenientes. Elevará al Pleno las propuestas que consideren convenientes para una mejor regulación del sector de la comunicación.

Artículo 32. De los Consejos de la Información Autonómicos.

Las Comunidades Autónomas, en el ejercicio del desarrollo de las normas básicas de los medios de comunicación, que les confiere el artículo 149.1.27 de la Constitución Española, podrán otorgar las competencias de acreditación, deontológicas y de estudio a órganos públicos, con sujeción a lo dispuesto en la presente Ley. Podrán en tal caso integrar en el sistema público los mecanismos de acreditación profesional y autocontrol que existiera en el ámbito privado, corporativo o sindical de la respectiva Comunidad.

Artículo 33. Recursos.

Las resoluciones del Consejo de la Información en materia de acreditaciones y disciplinaria son recurribles ante la jurisdicción contenciosa.

Disposición adicional primera.

A los efectos de lo establecido en el artículo 8 de la presente ley, el Gobierno abordará el desarrollo normativo y reglamentario del seguimiento de las incompatibilidades en el ejercicio de la profesión periodística, determinando tanto el procedimiento que seguirá el Consejo Estatal de la Comunicación, como las sanciones a que hubiere lugar.

Disposición adicional segunda.

El Gobierno regulará a través de Real Decreto las condiciones para la vigencia real de la Cláusula de Conciencia y el ejercicio del Secreto profesional de los periodistas y sus límites en relación con lo regulado en la Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, y en los principios del Código Ético que en ella se regula.

Disposición adicional tercera.

El Gobierno regulará el procedimiento que las autoridades administrativas seguirán para la denegación del acceso a la información, que establece el artículo 16 de la presente ley.

Disposición transitoria primera.

El Gobierno en el plazo de tres meses desde la entrada en vigor de la presente Ley, remitirá a las Cortes Generales un Proyecto de ley que modifique la vigente ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, para facilitar el acceso de los periodistas a los archivos y registros públicos, salvo los declarados secretos específicamente.

Disposición transitoria segunda.

El Gobierno abordará, en el plazo de tres meses desde la entrada en vigor de la presente Ley, las iniciativas necesarias para dotar del desarrollo normativo eficaz que concrete la inclusión en el Régimen General de la Seguridad Social, este supuesto de colaborador «a la pieza» como régimen especial.

Disposición transitoria tercera.

El Consejo debatirá y aprobará el Reglamento de procedimiento en la Comisión Deontológica en el plazo de un mes desde su remisión por la citada Comisión de acuerdo a lo establecido en el artículo 30 de la presente Ley. Este reglamento concretará los requisitos y el trámite de los recursos que se puedan presentar contra las resoluciones de las Comisiones de Acreditaciones y Deontológica.

Disposición derogatoria.

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en la presente Ley.

Disposición final.

La presente Ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

ANEXO

Código deontológico

Los periodistas se encuentran obligados a respetar en su actuación diligente los siguientes deberes éticos.

1. Observar siempre una clara distinción entre los hechos y las opiniones o interpretaciones, evitando toda confusión o distorsión entre ambas cosas, así como la difusión de conjeturas y rumores.

2. Difundir únicamente informaciones fundamentadas y contrastadas, evitando siempre afirmaciones o datos imprecisos y sin base suficiente que puedan lesionar o menospreciar la dignidad de las personas, sus derechos al honor, la intimidad y la vida privada y a la propia imagen o provocar daño o descrédito injustificado a instituciones públicas y privadas, así como la utilización de expresiones o calificativos injuriosos.

3. Facilitar diligentemente todos los datos esenciales a la información difundida, sin tergiversar los mismos.

4. Rectificar con diligencia y con el tratamiento adecuado a la circunstancia de las informaciones —y las opiniones que se deriven de ellas— que se hayan demostrado falsas y que, por este motivo, resulten perjudiciales para los derechos o intereses legítimos de las personas u organismos afectados, sin eludir, si es necesario, la disculpa, con independencia de lo que las leyes dispongan al respecto.

5. Utilizar métodos dignos para obtener información o imágenes, sin recurrir a procedimientos ilícitos.

6. No difundir las informaciones recibidas confidencialmente, salvo permiso expreso o tácito de la fuente.

7. No utilizar nunca en provecho propio informaciones privilegiadas obtenidas de forma confidencial como periodistas en ejercicio de la función informativa.

8. Respetar el derecho de las personas individuales y jurídicas a no proporcionar información o responder a preguntas. En su relación con las administraciones e instituciones públicas el periodista podrá invocar el principio de transparencia al que están sometidos todos los poderes públicos.

9. No aceptar nunca retribuciones o gratificaciones de terceros para promover, orientar, influir o publicar informaciones u opiniones.

10. Utilizar métodos dignos para obtener información o imágenes, sin recurrir a no utilizar nunca en provecho propio informaciones privilegiadas obtenidas de forma confidencial como periodistas en ejercicio de la función informativa.

11. Respetar el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, especialmente en casos o acontecimientos que generen situaciones de aflicción y dolor, evitando la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias, especialmente cuando las personas afectadas lo expliciten así.

12. Observar escrupulosamente el principio de presunción de inocencia en las informaciones y opiniones relativas a causas o procedimientos penales en curso.

13. Tratar con especial cuidado toda información que afecte a menores, evitando difundir su identificación cuando aparezcan como víctimas (excepto en el supuesto de homicidio), testigos o inculpados en causas criminales, sobre todo en asuntos de especial trascendencia social, como es el caso de los delitos sexuales. También se evitará identificar contra su voluntad a las personas próximas o parientes inocentes de acusados y convictos en procedimientos penales.

14. Observar especial cuidado en el empleo de imágenes que, por su crueldad, puedan dañar la sensi-

bilidad del público. Se evitará, especialmente, la utilización morbosa y fuera de contexto de estas imágenes, sin que ello justifique la ocultación de los elementos esenciales de los hechos noticiosos, como guerras, atentados, accidentes u otros semejantes.

15. Actuar con especial responsabilidad y rigor en el caso de informaciones u opiniones con contenidos que puedan suscitar discriminaciones por razón de sexo, raza, creencias o extracción social y cultural, así como incitar al uso de la violencia, evitando expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral.

Edita: **Congreso de los Diputados**

Calle Floridablanca, s/n. 28071 Madrid

Teléf.: 91 390 60 00. Fax: 91 429 87 07. <http://www.congreso.es>

Imprime y distribuye: **Imprenta Nacional BOE**

Avenida de Manoteras, 54. 28050 Madrid

Teléf.: 91 384 15 00. Fax: 91 384 18 24



Depósito legal: **M. 12.580 - 1961**