

---

# Perú, televisión con futuro

## Análisis de la insuficiencia de información en las últimas elecciones desde la Teoría de los Derechos Fundamentales

**Víctorhugo Montoya Chávez**

Bachiller en Derecho por la Pontificia Universidad Católica del Perú  
Miembro de la Asociación Civil *Ius et Veritas*

*¿Cómo puede usted gobernar sin controlar la televisión?  
Charles de Gaulle a John F. Kennedy*

### 1 Reflexiones iniciales.

Cada vez que entonamos nuestro Himno Nacional, recordamos que tenemos un derecho y a la vez un deber inevitable: el voto solemne. Sin embargo, en los últimos meses hemos sido testigos de cómo dicho derecho ha sido vapuleado a través de un proceso electoral bastante anómalo, experiencia que nos debe llevar a la reflexión. Por eso, en las siguientes líneas analizaremos un aspecto específico del mismo: la carestía de información brindada por los medios de comunicación social, especialmente de los canales de televisión de señal abierta, hacia nosotros, el público, aquellos electores que intentábamos realizar un voto consciente y meditado para elegir al Presidente y a los congresistas de la República, aunque nos centraremos en el primero de ellos.

El enfoque del trabajo que realizaremos será a partir de la Teoría de los Derechos Fundamentales, esquema dogmático que de manera sistemática y coherente procura explicar los derechos fundamentales, ya sea enmarcándolos en una determinada Constitución o describiéndolos dentro de cierto modelo. No nos acogeremos a teoría alguna sino que haremos uso de varias de ellas (liberal, democrática-funcional, institucional, social, argumentativa y moral-jurídica).

La forma en que realizaremos el estudio será encontrando una adecuada relación entre Estado, televisión y el público. Entre cada uno de ellos sabremos reconocer cierto tipo de correspondencia práctica, aunque debemos partir de un paradigma teórico: el Estado debe promover la actividad de la televisión, ésta debe informar correctamente al público para que así éste pueda participar política en aquél.

Pero para analizar esta triple relación, primero debemos reconocer que la información, cimiento de este triángulo de conexión, aparece como un derecho fundamental, según lo reconoce la Constitución (Título I, De la Persona y de la Sociedad, Capítulo 1, Derechos Fundamentales de la Persona, artículo 2.4). En términos sencillos, un derecho fundamental es aquel derecho humano garantizado por el ordenamiento positivo, dentro de una normativa constitucional y que goza de una sólida y preeminente protección. Este resguardo brindado por las normas nacionales, no impide que aparezcan limitados temporal y espacialmente, como lo señala Hernández Martínez, y que sean portadores de la coexistencia de ideologías heterogéneas, en palabras de Pérez Luño<sup>(1)</sup>.

Existen dos formas en que las normas de los derechos fundamentales aparecen en un texto constitucional, según nos lo puede recordar la teoría argumentativa (en especial

(1) HERNÁNDEZ MARTINEZ, María del Pilar. *Constitución y Derechos Fundamentales*. En: *Boletín Mexicano de Derecho Comparado, Nueva Serie*. México, año XXVIII, número 84 (set.-dic. 1995) p. 1042; PÉREZ LUÑO, Antonio-Enrique. *Los derechos fundamentales*. Madrid: Tecnos, 1991. p.43.

Alexy): a través de reglas y principios. Estos últimos, dentro de los cuales encontramos a la información, son normas que ordenan que algo sea realizado en la mayor medida posible, dentro de las posibilidades jurídicas y reales; en estricto, son mandatos de optimización. Por su parte, las reglas aparecen como normas que sólo pueden ser cumplidas o no, conteniendo únicamente determinaciones. Por, ello se concluye que la diferenciación entre ambas es cualitativa y no de grado<sup>(2)</sup>.

Entonces a lo largo del presente trabajo entenderemos a la información como un derecho fundamental, en forma de principio, por lo tanto optimizable y respetuoso de la coherencia de las partes de la Constitución.

## 2 El Estado y la televisión.

Lo primero que vamos a revisar es la relación bastante particular existente en Estado y televisión. Si bien de un lado, se intenta que el Estado no expropie o controle el contenido de las noticias que emiten los canales, de otro, se necesita de aquél para que éstos puedan funcionar, por ejemplo, gracias a la publicidad que pueda poner.

### 2.1 La promoción del derecho a la información.

El impulso a los derechos, entre los que debemos incluir a la información, por parte del Estado parte de una concepción renovada de los derechos fundamentales. En este punto, debemos desechar la concepción clásica en la que se consideraba a la información como una mera libertad (léase, libertad de información), que sin embargo aún es reconocida por buena parte de nuestra legislación (en especial, el artículo 2.4 ya enunciado), y el Derecho Internacional (artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos). Un planteamiento como éste surge de la propuesta de la teoría liberal en considerar a los derechos fundamentales como meros derechos-defensa, *abwerrechte* y, como consecuencia de ello, se puede concebir una acción limitada del Estado, no como guardianes de la existencia de estos derechos, sino

básicamente dejando hacer y no poniendo trabas al trabajo, sobre todo, de los periodistas.

Más de acorde con las propuestas contemporáneas se encuentra la concepción de la información como un verdadero derecho, según las teorías institucional, social y funcional-democrática. Según esta nueva proposición, el Estado es uno que promueve derechos (el artículo 19 del Pacto de Derechos Civiles y Políticos reclama de él, deberes y responsabilidades especiales) y consiente nuevos aspectos que merecen protección constitucional (un buen ejemplo de ello se da con el acceso a la información administrativa, reconocida por la propia Constitución, artículo 2.5, o con el acceso a los medios de comunicación social, a través de un mecanismo como la rectificación, artículo 2.7).

Dentro de la teoría institucional, los derechos fundamentales no son únicamente algo dado, organizado, institucional, y de tal modo objetivados como *status*, sino que ellos, en cuanto institutos, justamente a consecuencia del obrar humano devienen en realidad vital<sup>(3)</sup>. Por su lado, por la teoría funcional-democrática, el fin esencial de los derechos es el fortalecimiento de una democracia deliberativa; para ello, se toma como punto de partida la relación de los derechos con su función política (el objeto, *aufgabe*, y la función, *funktion*, pública y democrático-constitutiva, es lo que legitima los derechos fundamentales, y también lo que determina su contenido). Para terminar, lo que sostiene la teoría social es que los derechos fundamentales requerirán para no caer en una fórmula vacía y alejada de la realidad, ser concebidos como pretensiones de prestación que necesitan para su realización de determinados medios financieros, organizativos o personales.

La concepción de la información como verdaderos derechos y ya no como libertades la podemos encontrar en algunas Constituciones del mundo (Congo, artículo 27.5, Colombia, artículo 20.a, México, artículo 6, Azerbaiyán, artículo 50, Bielorrusia, artículo 34.1, Bulgaria, artículo 39.1, Portugal, artículo 37.1, Kazakstán, artículo 20.2, Letonia, artículo 30.1,

(2) ALEXY, Robert. *Theorie der Grundrechte* (versión en castellano, *Teoría de los Derechos Fundamentales*). Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1993 (1986). pp.86 y ss. Un planteamiento similar, aunque perteneciente a tradiciones jurídicas diferentes y más simplista, es el realizado por el principal representante de la teoría jurídico-moral, Ronald DWORKIN. *Taking rights seriously* (versión en castellano, *Los derechos en serio*) 2ª reimpression. Barcelona: Ariel Derecho, 1995 (1977). pp.72 y ss.

(3) HÄBERLE, Peter. *Le libertà fondamentali nello stato costituzionale* (versión en castellano, *La libertad fundamental en el Estado Constitucional*). Lima: Fondo Editorial de la PUCP, 1997 (1993). p. 187 y ss.

Lituania, artículo 25.2; de manera indirecta, Alemania, artículo 5.1, Brasil, artículo 5.XIV).

Entre las actividades especiales a realizar por el Estado incluye la adopción de medidas necesarias para la vigencia real de la información en la sociedad. Esta misión que se encarga al Estado es, sin embargo, bastante delicada, por lo que no debe realizarse justamente lo contrario a su rol: aprovecharse de este ejercicio para el control o la asunción de la gestión de la televisión o examinar previamente el contenido de las informaciones que se van a propalar en ellos. Pero esto parece precisamente lo que ha sucedido en el país. Recordemos tan sólo dos casos: el de Frecuencia Latina, cuando empezó a alejarse del gobierno, inmediatamente hubo el retiro de la nacionalidad de Yvcher, con el consecuente regreso al apoyo fujimorista, o el de Genaro Delgado Parker al que se le despojó del control de Red Global (a través de una medida cautelar respecto a su productora, Astros) después de denunciar internacionalmente la falta de libertad de expresión en el Perú.

Estos derechos, según Fernández Segado, no sólo amparan informaciones o ideas que son favorablemente recibidas o consideradas como inofensivas o indiferentes, sino también aquellas otras que chocan, inquietan u ofenden al Estado o a una fracción cualquiera de su población<sup>(4)</sup>.

Tal como lo plantea Bonet, el diligente rol del Estado respecto a la información se debe producir a través de tres principios: sancionando los abusos en su ejercicio, garantizando su ejercicio por parte de sus titulares y asegurando el pluralismo comunicativo<sup>(5)</sup>.

Entonces lo primero que debe procurar el Estado es el pluralismo. La preservación de una multiplicidad de medios permitirá que el público únicamente no escuche u oiga una visión parcializada de los hechos, sino que deberá ofrecérsele una diversidad de planteamientos que permita crear en sí una conciencia de lo que sucede y formar parte de una sólida opinión pública.

Pero el Estado también está para controlar los posibles excesos que pueda cometer la televisión. A

eso se refiere el principio de la sanción. Sin embargo, ha existido una preocupación por cómo el Estado podrá castigar a los periodistas televisivos. Por eso es tan redundante el artículo 2.4 respecto a este tema y así no repetir las circunstancias vividas en la época de los gobiernos militares de los sesenta y setenta con los Estatutos de Prensa.

El tercer y último principio que debe regir la relación entre Estado y televisión, está referido a la efectividad. Según ésta, lo que se ha buscado es una actividad abstencionista del Estado, encargada de posibilitar la existencia real de un medio tan importante como es la televisión. Lo que se debe evitar, y es desde todo punto de vista reprobable, la injerencia de los intereses estatales (como puede ser algún tipo de control previo) en la televisión.

Hemos revisado cómo el Estado impulsa este derecho. Pero para realizar esta actividad, se requiere conocer los beneficiarios directos de ello, es decir, los titulares de la información. Por eso, es esencial, la diferenciación entre periodista, propietario y el medio de comunicación mismo. El primero es el titular idóneo del derecho a la información. Según la Opinión Consultiva de la Corte Interamericana OC 5/85, Colegiación Obligatoria de Periodistas (párrafo 74), el periodista profesional es una persona que ha decidido ejercer su derecho de modo continuo, estable y remunerado. Además, de acuerdo al artículo 1 de la Ley No.26937, esta actividad deberá realizarse con plena libertad.

El propietario, si bien principalmente ejerce un derecho a la libertad de empresa (artículos 58 y subsiguientes), también se basa en un claro derecho a la información. Si no fuera por su inversión, la noticia no podría llegar hasta nosotros. Él rige en buena medida la línea de la empresa, sobre todo si nos remitimos al caso de la televisión. Incluso son muy claras las referencias en el propio artículo 2.4 respecto a su rol: se posibilita a la persona a crear medios de comunicación social y se impide a los destinatarios suspenderlos, clausurarlos o impedirles su circulación.

(4) FERNÁNDEZ SEGADO. *La libertad de expresión en la doctrina del Tribunal Europeo de Derechos Humanos*. En: *Revista de Estudios Políticos. Segunda Época*. Madrid, número 70 (oct.-dic. 1990) p. 96, retomando los postulados del Tribunal Europeo de Derechos Humanos en el caso Handyside, Sentencia de 7 de diciembre de 1976.

(5) BONET, Jordi. *El Derecho a la Información en el Convenio Europeo de los Derechos Humanos*. Barcelona: PPU, 1994. pp. 46 y ss. Aunque el español sostiene la existencia de cuatro funciones estatales, creemos que una de ellas es subsumible en otra (la protección de los derechos de los individuos encaja perfectamente en la sanción del abuso de los derechos).

Con respecto a la televisión, como medio de comunicación, no es un titular capaz de disfrutar un derecho a la información. Es simplemente el medio que es usado por el periodista y el propietario (más claro, resulta aún hablar de canal) para ejercer su derecho. En las siguientes líneas haremos uso del término televisión, pero en dichos casos no lo veremos como el medio, sino (con un fin eminentemente práctico) como la confluencia de los intereses de los dos titulares presentados, convergencia de sus rendimientos como industria y como ideología.

Un último punto. Para que la relación entre Estado y televisión exista realmente y sea fluida se requiere de condiciones previas: el efectivo cumplimiento de la Constitución y la existencia de un verdadero Estado de Derecho, aunque este razonamiento es utilizable para todo derecho fundamental. A simple vista, y sin un análisis muy exhaustivo, podemos percatarnos que la información no pasa siquiera este primer filtro básico para su realización.

Para Hesse, con la Constitución se realiza la sociedad. Pero ello requiere un rango de obligatoriedad directa de los derechos fundamentales y así construirse un concepto de Constitución dúctil, según lo señala Zagrebelsky, en un sentido de plenitud colectiva que exige actitudes moderadas, pero positivas y constructivas, o como diría Sagüés, una Constitución viva, *living Constitution*, algo dinámico (vivo, cambiante y mutable), en contraposición a la Constitución estatua, *versteinerungstheorie*<sup>(6)</sup>. Sin embargo, así como la Constitución permite su actualización, no incluye, en cambio, su vulneración como tantas veces lo ha realizado el actual gobierno: véase casos como el de la segunda re-elección.

Ahora analicemos el Estado de Derecho. Con respecto a éste se podrá decir que se refiere a un panorama político que se rige por los principios democráticos y el fortalecimiento de las estructuras institucionales; es el ámbito fáctico en el cual van a poder

cumplirse, vulnerarse o anularse los derechos fundamentales, representando la posibilidad real en que éstos pueden concretizarse. La Comisión Interamericana de Derechos Humanos, luego de realizar una visita *in loco* a nuestro país, emitió el Comunicado de Prensa 20/98, relacionado con el Estado de Derecho en el Perú. En él se hizo referencia a cinco temas especialmente relevantes, lo cual confirma el peligro de la vigencia de los derechos fundamentales: la provisionalidad de los jueces y fiscales, la desarticulación del Tribunal Constitucional, las graves afectaciones al debido proceso, la expansión de la Justicia Militar y la impunidad de crímenes contra los derechos humanos.

Sin embargo, esta enumeración queda corta a raíz de otros grandes atropellos que ha realizado el gobierno contra la democracia: se controla por parte del grupo político oficialista (y gracias a él, de las fuerzas castrenses) el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, el Poder Judicial, el Jurado Nacional de Elecciones, la Oficina Nacional de Procesos Electorales, el Consejo Nacional de la Magistratura y el Ministerio Público y se ha desarticulado el Tribunal Constitucional. A ello sumaremos además, el control casi total de los medios de comunicación social (sobre todo, canales de televisión de señal abierta y la gran mayoría de los periódicos, sobre todo los chichas). Con este panorama, parece que ningún derecho fundamental puede funcionar.

## 2.2 Crónica de un dominio estatal.

La televisión, si bien debe encontrarse ante el gobierno en una situación privilegiada, al promoverse el derecho a la información, en la realidad ha aparecido simplemente como un títere manejado desde el Gobierno Central. Miremos por qué<sup>(7)</sup>.

### 2.2.1 El control indirecto.

Como parte del principio de efectividad antes enunciado, fluye una imposibilidad de censura (autorización e impedimentos, en general, imposibilidad

(6) HESSE, Konrad. *Escritos de Derecho Constitucional* (selección). Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1985. p. 47; ZAGREBELSKY, Gustavo. *Il Diritto mitte. Logge diritti giustizia* (versión en castellano. *El derecho dúctil. Ley, derechos, justicia*). Madrid: Trotta, 1995 (1992). p. 15; SAGÜÉS, Néstor Pedro. *La interpretación de la Constitución. Poder Judicial versus Poder Constituyente*. En: *Lecturas sobre Temas Constitucionales*. Lima, número 7. pp. 27 y ss.

(7) Pero este problema no es reciente. En la década pasada, Luis Pásara ya vislumbraba este inconveniente: el gobierno interfiere el manejo de los medios, muestra de manera más o menos cruda sus preferencias (PÁSARA, Luis. *Libertad de prensa y democracia*. En: D'ORNELLAS, Manuel y otros. *Libertad de prensa y democracia*. Lima: Universidad del Pacífico, 1985. p. 19). Aunque, eso sí, lo del ayer no se compara ni tangencialmente con lo que ha ocurrido en el país.

de control) por parte del Estado respecto a la televisión, la cual es recogida por nuestro constituyente de manera explícita. Pero ésta no sólo incluye la contingencia directa de negar el control previo, entendido como cualquier medida limitativa para la elaboración o difusión de una noticia, especialmente al hacerlas depender del previo examen oficial de su contenido, sino también una indirecta y más sutil. Ésta es más peligrosa, pero es parte de nuestra realidad.

Esta forma de intervención estatal, por ser subrepticia y disimulada, no debe ser aceptada y ha de ser vedada dentro de una sociedad que se rige por los cánones democráticos. A través del artículo 13.3 de la Convención Americana (que prohíbe vías o medios indirectos encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones), en el Perú también se protege a la televisión, y en general a cualquier medio, frente a ello. Este planteamiento se ve complementado con la Declaración de Chapultepec (adoptada por la Conferencia Hemisférica sobre la Libertad de Expresión celebrada en México DF, el 11 de marzo de 1994), Principio 5.

Existen varias de formas de este control indirecto en nuestro continente, según lo señala el Relator para la Libertad de Expresión, y vemos con preocupación que todas estas se aplican al Perú. En el país han existido asesinatos a periodistas (en 1998 existieron dos), intimidaciones (contra casi todos los periodistas de oposición), medidas judiciales (hay casos de sobra: contra Yvcher, Hildebrant, Valenzuela o Delgado Parker) o la intervención de los servicios de inteligencia en su contra (casos de interceptaciones telefónicas). Pero quizás la forma de censura indirecta (o medida blanda de control, en palabras de Soria) que más se ha usado en los últimos tiempos es la de la propaganda oficial<sup>(8)</sup>.

La televisión, fundamentalmente, la de señal abierta, basa su economía en los ingresos por publicidad. Ésta a lo largo de los años ha provenido del sector privado. Sin embargo, la precaria situación económica

de las empresas nacionales ha obligado a disminuir sus gastos en publicidad (actualmente ha bajado a menos de la mitad), lo cual afecta en gran medida a los canales de televisión. Sin embargo, el Estado ha empezado una agresiva campaña publicitaria, sobre todo en este medio de comunicación, siendo éste definitivamente su principal fuente de ingreso. Pero, lo importante no es que exista esta ayuda, pues es una inyección de dinero indispensable para estos medios, sino la utilización indebida de esta financiación: se presenta como una espada de Damocles que pende sobre cada canal para que en caso no favorezca al gobierno, se disminuya ostensiblemente este apoyo.

Aunque oficialmente se ha señalado que el gobierno (así lo ha declarado el mismo presidente Fujimori, según da cuenta *El Comercio*, domingo 20 de febrero del 2000, Sección A, p. 4) gastó en publicidad estatal en televisión durante 1999 nada menos que cincuenta millones de soles, las cifras extraoficiales señalan que el desembolso fue algo más que el triple. Así, desde enero a octubre del año pasado, se ha invertido aproximadamente doscientos millones de soles (exactamente 58'908,326.51 dólares estadounidenses), según tarifas frías, distribuidos entre: la Presidencia de la República (US\$ 542.85); los Ministerios (US\$ 43'504,886.08 - 73,85%), destacando Presidencia (41,63%), Consejo de Ministros (12,15%), Transportes (5,34%), Educación (4,84%), Salud (4,51%) y Promudeh (3,88%); los organismos constitucionales (US\$ 302,032.44 -0,51%); los organismos electorales (US\$ 1'445,757.67 -2,45%), destacando Identidad (1,89%); las Fuerzas Armadas y Policiales (1'110,364.74 -1,88%); y, los otros órganos (US\$ 12'544,742.01 -21,30%), destacando Cofopri (4,86%), Sunat (3,66%) y ONP Fonahpu (2,74%)<sup>(9)</sup>.

Lo importante a reconocer en este cuadro es que básicamente la inversión estatal está destinada a presentar las obras de un gobierno saliente, crear conciencia sobre lo que se ha hecho, sobre lo positivo

(8) RELATORÍA ESPECIAL PARA LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN DE LA COMISIÓN INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. *Informe Especial del Relator para la Libertad de Expresión*. San José: CIDH, 1999. pp. 25 y ss.; SORIA, Carlos. *Las relaciones entre la información y el poder político: revisión crítica de la teoría del 4º poder*. En: *Diálogos de la Comunicación. Revista teórica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*. Lima, número 38 (enero 94) p. 28. Sobre este control indirecto también se proclaman en su contra ciertas Constituciones nacionales (Andorra, artículo 12, Guatemala, artículo 35, Honduras, artículo 72).

(9) FUENTE: Supervisora de Medios y Publicidad S.A.C. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 11 (nov. 1999). <http://www.transparencia.org.pe/>

de Fujimori. Basta ver cómo sobresale sobre el resto la gran cantidad de publicidad puesta por un Ministerio, cuya actividad se centra en obras públicas, y el resto de entidades que son considerados por el gobierno como sus puntos fuertes. Lógicamente, cada quien presenta el mejor rostro que tiene, sin embargo, la intención del gobierno ha sido insistir en el apoyo paternalista a la población con menores recursos y menor educación.

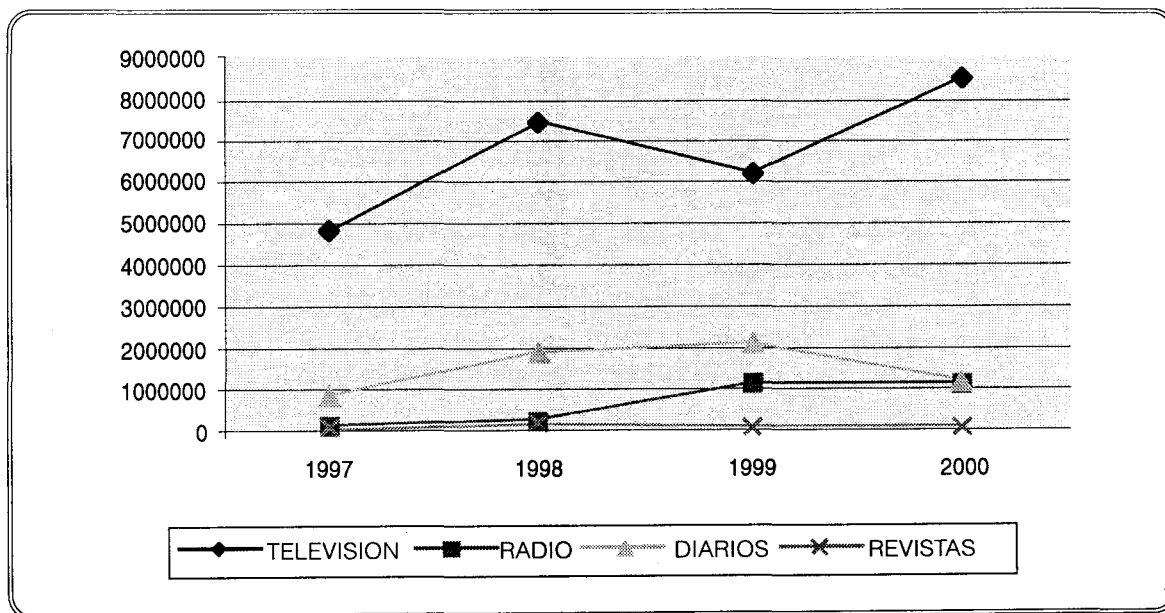
Para Chomsky y Herman, cada anunciante sabe cuál es el público objetivo al que se dirige. Por eso es lógico que el Estado sature con propagandas acerca

de sus obras en el medio de comunicación social que más pueden llegar a cierta clase de gente, a quien más fácilmente pueden vender su producto: un gobierno efectivo; es un buen marketing para ser reelectos, ¿no lo creen así?

A lo largo de los dos primeros meses del año, fechas con un interés electoral muy alto, la inversión en televisión por parte del gobierno es más que significativa, representando nada menos que el 78% de toda publicidad estatal, dejando rezagados al resto de medios de comunicación social. Mejor veamos este primer cuadro.

**Inversión de publicidad estatal según medio de comunicación<sup>(10)</sup>**  
**(Comparación en los meses de enero y febrero de los años 1997, 1998, 1999 y 2000. Cifras en dólares)**

	1997	1998	1999	2000	+/- 1999/2000
<b>TELEVISIÓN</b>	4'757,136.51	7'353,562.84	6'181,002.92	8'441,420.58 (78 %)	+ 36,6 %
<b>RADIO</b>	75,396.00	329,583.40	1'064,382.75	1'093,352.95 (10 %)	+ 2,7 %
<b>DIARIOS</b>	811,710.13	1'847,262.23	2'096,243.92	1'149,651.27 (11 %)	- 45,2 %
<b>REVISTAS</b>	8,740.00	123,865.00	80,600.00	76,900.00 (1 %)	- 4,8 %
<b>TOTAL</b>	5'727,982.64	9'654,293.47	9'422,239.59	10'761,324.80 (100 %)	+ 14,2 %



(10) FUENTE: Supervisora de Medios y Publicidad S.A.C. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 29 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>

De una simple revisión, podemos percatarnos que el incremento de la publicidad en la televisión ha aumentado sorpresivamente en 36,6% desde el año pasado hacia éste. Es la inversión más importante realizada por el gobierno en estos años, ¿tendrá relación alguna con la intención reeleccionista? Otra cosa que evidencia este cuadro es la dependencia de la televisión al Estado. De este modo, la injerencia de éste en aquella es bastante factible.

Entonces, como lo dice el Instituto de Defensa Legal, sin necesidad de leyes, expropiaciones abiertas, deportaciones, ni detenciones declaradas se ha logrado controlar la televisión de señal abierta, la que llega a la gran mayoría de los peruanos<sup>(11)</sup>.

## 2.2.2 La falta de pluralidad.

Quizás la principal consecuencia de esta fidelidad gubernamental es la falta de pluralismo en la información que recibimos. Todas las noticias tienen un mismo matiz y una misma plantilla. Esto es preocupante más aún si tomamos en cuenta que el supuesto estructural de la objetividad informativa es el

pluralismo, tal como señala Solozábal<sup>(12)</sup>. A partir de este marco, podemos recoger la pregunta que se hacía Waisbord: ¿Cómo pensar la transparencia y la verdad cuando la producción de noticias no puede ser separada de los filtros que antepone el mercado y la política?

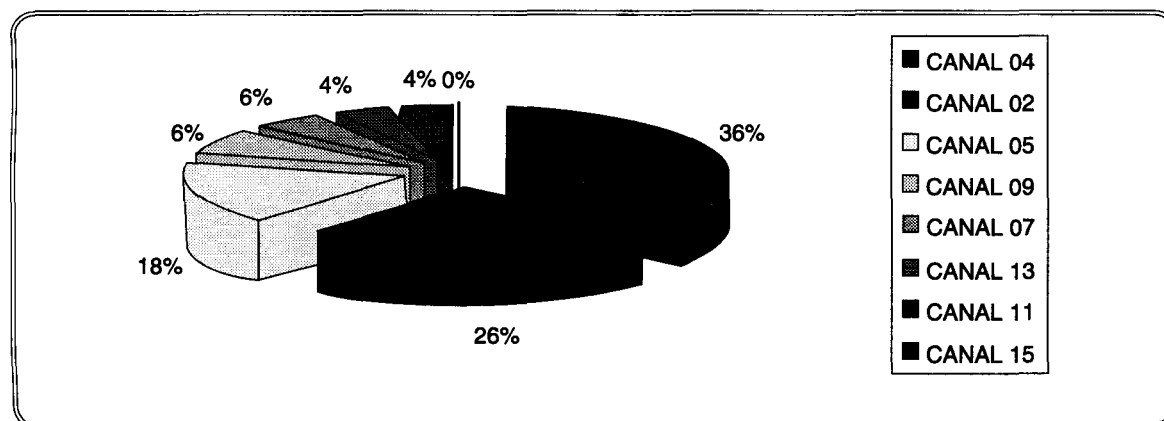
Esta garantía no sólo está relacionada con evitar la excesiva concentración del poder informativo, sino promover las mejores condiciones posibles para su ejercicio. Para lograr ello es inexcusable la intervención (en el sentido positivo de la palabra) del Estado y luchar contra la falta de competencia y contra la oligopolización del mercado.

En este punto, resulta, especialmente importante saber cómo se ha distribuido la inversión estatal en los canales de televisión. Aparte del canal de Estado, que actualmente parece más del gobierno, la inversión en América Televisión y Frecuencia Latina, en ese orden, parece explicar el por qué de su abierto apoyo (si no es sometimiento y sumisión) a los intereses de los miembros del gobierno, aunque tampoco debemos olvidar que éstos son los canales con mayor rating nacional.

Creemos que existen suficientes razones para

## Recepción de publicidad según canales<sup>(13)</sup>

(Año 1999)



- (11) INSTITUTO DE DEFENSA LEGAL. *Televisión y reelección, rimán*. En: *Alerta*. Lima, número 2 (feb. 2000). [www.ideele.com.pe](http://www.ideele.com.pe). Como solución frente a esto, el Relator propone que las entidades estatales deben establecer un criterio claro, justo y objetivo para determinar cómo distribuir la propaganda oficial. En ningún caso la propaganda oficial puede ser utilizada con la intención de perjudicar o favorecer a un medio de comunicación sobre otro RELATORÍA ESPECIAL PARA LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN DE LA COMISIÓN INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. Op. cit. p.28.
- (12) SOLOZÁBAL ECHAVARRÍA, Juan José. *Aspectos constitucionales de la libertad de expresión y el derecho a la información*. En: *Revista Española de Derecho Constitucional*. Madrid. Año 8, número 23. p. 148; WAISBORD, Silvia. *¿Nada más que la verdad? Periodismo fiscalizador, investigación y modernidad*. En: *Diálogos de la Comunicación. Revista teórica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*. Lima, número 57 (mayo 1998). p.57. En este mismo sentido, Gregorio PECES-BARBA. *La crisis de la libertad de expresión*. En: *Comunicación Social. Informes anuales de la UNESCO*. Madrid. 1994/ Tendencias. p. 182 (muchos medios de comunicación sirven a los intereses de sus propietarios, promueven las campañas que política, económica y culturalmente interesan a quienes pagan) y J.J. FAUNDES. *Una perspectiva estratégica y compleja del periodismo latinoamericano*. En: *Diálogos de la Comunicación. Revista teórica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*. Lima, número 57 (mayo 1998). p. 32. (una concentración de medios puede generar una serie de fenómenos centrípetos en materia de sesgo o censura informativa, pluralismo y libertad publicitaria).
- (13) FUENTE: Supervisora de Medios y Publicidad S.A.C. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 11 (nov. 1999). <http://www.transparencia.org.pe/>

considerar una relación, no de coordinación entre Estado y televisión, sino básicamente de control, aunque éste sea sagaz y oblicuo, lo cual trajo (y trae) consecuencias funestas para el país. Además, a éste debemos sumarle otra forma de control indirecto que también suele darse en el país. Nos referimos a la actividad de la Sunat, entidad que, según se afirma, transa con las empresas televisivas según sus comportamientos políticos.

Según esta pluralidad de medios lo que se intenta salvaguardar es la posibilidad de los particulares de estar bien informados. Por lo tanto, debe formarse entonces su voluntad electoral a través del conocimiento de las propuestas básicas de los candidatos apareciendo por los diversos canales de televisión según su orientación política. Aquí encontramos nuevamente una dificultad, puesto que todos los canales se han adherido explícita y manifiestamente a la defensa del gobierno y al ataque, algunas veces (las más) de forma injustificada contra los candidatos de oposición, rompiendo esta supuesta capacidad de pluralismo que el Estado debe promover en estos medios de comunicación social.

Como parte del pensamiento institucional, se debe presentar la necesidad una estructura competitiva del mercado dentro de este derecho; como dice Solozábal Echavarría<sup>(14)</sup>; a través de ella no puede permitirse la existencia de situaciones monopólicas u oligopólicas (tal como lo podría hacer en el Perú, un organismo como Indecopi). Es decir, existe una responsabilidad estatal en un mercado de discursos libre y abierto. Además, es la pluralidad de medios y la correspondiente pluralidad de información y de interpretación de la misma, la que alimenta la heterogeneidad de clases, de grupos y de asociaciones dentro del Estado y la que permite su manifestación pública<sup>(15)</sup>.

Para la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Colegiación Obligatoria de Periodistas. Opinión Consultiva OC-5/85, párrafo 33) no debería permitirse que se establezcan algún tipo de monopolios privados sobre los medios de comunicación para intentar moldear la opinión pública según un solo punto de vista. Las normas nacionales

también están en la misma dirección: La prensa, la radio, la televisión y los demás medios de comunicación social; y, en general, las empresas, los bienes y servicios relacionados con la libertad de expresión y de comunicación, no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente, por parte del Estado ni de particulares (artículo 61, *in fine* de la Constitución). Además, los servicios de difusión se prestan en régimen de libre competencia, estando prohibida cualquier forma de exclusividad, monopolio o acaparamiento (artículo 21 de la Ley de Telecomunicaciones, Decreto Supremo No.013-93-TCC, del 06 de mayo de 1993).

En el constitucionalismo comparado a veces se ha logrado ser más específico en el tema: la imposibilidad de monopolio informativo (Nicaragua, artículo 68; Brasil, artículo 220.3.II.5; Bielorrusia, artículo 33.3; Chile, artículo 19.12.b) permitirá a los ciudadanos un pluralismo informativo e ideológico (Colombia, artículo 75.b), evitándose así todo tipo de discriminación sobre todo de carácter político (El Salvador, artículo 6; Portugal, artículo 39.4). Por ello debe exigirse la independencia institucional de todo medio de comunicación social, asegurando las opiniones distintas por su necesidad en una sociedad democrática (Etiopía, artículo 29.4), inclusive aquellos que son financiados o controlados por el gobierno (Etiopía, artículo 29.5).

Sin embargo, si el encargado de evitar este monopolio es quien lo genera, nos vemos con la penosa realidad de enfrentarnos a un poder ilimitado. Juzga el mismo que infringe. Por eso, la actuación gubernamental en este tema ha sido nula, y sólo ha ido variando según sus necesidades. De ello hablaremos a continuación. Con una actitud como ésta, el Estado parece haber asumido una tradición marxista de relación con la televisión, revisadas por Saavedra, al asumir dos de las funciones sociales: el efecto ideológico y la alienación cultural<sup>(16)</sup>.

### 3 La televisión y el público.

El público necesita estar informado, es nuestro derecho.

(14) SOLOZÁBAL ECHAVARRÍA. *La libertad de expresión desde la Teoría de los Derechos Fundamentales*. En: *Revista Española de Derecho Constitucional*. Madrid. Año 11, número 32. p. 106.

(15) OSORIO MELÉNDEZ, Hugo. *Políticas de información y Derecho. Estudio Comparativo*. Santiago: Konrad Adenauer-Ciedla, 1997. p. 110.

(16) SAAVEDRA LÓPEZ, Modesto. *La libertad de expresión en el Estado de Derecho. Entre la utopía y la realidad*. Barcelona: Ariel, 1987. pp. 35 y ss. Según la primera, se nos suministra un conocimiento social: una forma por la cual percibimos los mundos, las realidades vividas de los otros y reconstruimos imaginariamente sus ideas y las nuestras en un mundo global inteligible, en una totalidad vivida. Por la segunda concebimos una consecuencia fatal: la pérdida del potencial crítico de la cultura de masas, que fabrica el conformismo del que a su vez se alimenta.



Para que ello se vuelva realidad, la televisión debe exponer y brindar las noticias. Pero, ¿es así de simple como funciona el derecho? Mejor revisemos esta segunda cuestión.

### 3.1 Sobre cómo nos debería llegar la información.

En el punto anterior, decíamos que los propietarios y periodistas eran titulares y el Estado, un destinatario. Sin embargo, ésta no es la única relación existente dentro de este derecho. La información tiene dos supuestos de hecho, que no se contradicen sino que se complementan: su difusión y su acceso. Y aunque de la norma constitucional no se puede derivar esta dualidad de supuestos, los instrumentos internacionales aplicables al país sí lo permiten; de un lado, la Declaración Universal de Derechos Humanos (artículo 19: investigar y recibir informaciones y opiniones, y de difundirlas) y de otro, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (artículo 19.2: buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole)<sup>(17)</sup>.

Por la difusión, uno está en la capacidad de presentar al público indeterminado (o en su caso, determinado) una información noticiable, relevante y veraz, tal como se ha puntualizado en la Jurisprudencia Comparada (Sentencia del Tribunal Constitucional español 4/1996, de 16 de enero de 1996). Éste es el supuesto que revisamos en la relación Estado y televisión.

El acceso es la contrapartida del supuesto anterior. No es una actitud esencialmente negativa, sino que incluye una capacidad de búsqueda que va más allá del mero acto receptivo. Entonces para obtener dicho resultado no es preciso esperar tan sólo que nos

llegue la información (postura propia del tratamiento como libertad), sino que además incluye la indagación para llegar al discurso que nos interesa. Así, el discurso se desdobra tanto en búsqueda como en recepción, ambos como formas de acceder a una información

En el presente trabajo, nos conviene hacer una precisión sobre todo en la recepción, pues es este supuesto el que ha estado siendo afectado en el reciente proceso electoral. Se encuentra referida a la capacidad de escuchar, leer o ver a otro presentando una información. Entonces, podemos reconocer aparte de quien emite la información, existe un público indeterminado que lo recibe o lo busca.

En este extremo, se ha llegado a proponer que la información, sin dejar de tener una dimensión individual, debe ser reconocida como derecho colectivo. Ésta es una posición claramente adoptada por la Corte Interamericana de Derechos Humanos, lo que implica que todos conjuntamente podamos recibir cualquier noticia desde el pensamiento ajeno. Y es que los progresos en materia comunicativa en el mundo de hoy permiten que la información sea más accesible, con una circulación vertiginosa, convirtiéndose en una necesidad social<sup>(18)</sup>.

Pero para considerar como colectivo este derecho, es importante advertir cuántas personas tienen acceso a la televisión (sobre todo a la de señal abierta). Es decir, conocer cuántos se benefician de ella. En los horarios estelares (de las siete a las once de la noche), existe a nivel nacional aproximadamente 1 825 000 televidentes, mientras que existe casi todo el día (de ocho de la mañana a las doce de la noche), un promedio 1 784 000 televidentes, estando el 66% de ellos en Lima<sup>(19)</sup>.

(17) A favor de este tratamiento dual, Eduardo NOVOA MONREAL. *Derecho a la vida privada y libertad de información. Un conflicto de derechos*. México: Siglo Veintiuno, 1979. pp. 151 y ss.; Porfirio BARROSO ASENJO. *Límites constitucionales al derecho a la información*. Barcelona: Mitre, 1984. p. 29; Juan MORALES GODÓ. *El derecho a la vida privada y el conflicto con la libertad de información*. Lima: Grijley, 1995. p. 66; Francisco FERNÁNDEZ SEGADO. *La libertad de expresión en la doctrina del Tribunal Europeo de Derechos Humanos*. Op. cit. p. 95.

(18) Para mayor análisis, revisar: Colegiación Obligatoria de Periodistas (artículo 13 y 19 de la Convención Americana de Derechos Humanos), Opinión Consultiva OC-5/85, del 13 de noviembre de 1985. párr. 30. En el mismo sentido, la Constitución de Estonia, artículo 44.3 (la población se podrá enterar a través de la información sobre la actividad del Estado y las autoridades gubernamentales locales). También asumen este planteamiento, Juan José SOLOZÁBAL ECHAVARRÍA. *Aspectos constitucionales de la libertad de expresión y el derecho a la información*. Op. cit. p. 143 (el defecto en la información privaría a los ciudadanos de la libertad de decidir con todo conocimiento de causa en torno a los problemas que más les importan); Mario VARGAS LLOSA. *Una batalla cultural*. En: *El correo de la Unesco*. París, setiembre, 1990. p. 44 (para el escritor, la información ha pasado a ser propiedad de todos y cada uno de los seres humanos); Carlos SORIA. *Las relaciones entre la información y el poder político: revisión crítica de la teoría del 4º poder*. Op. cit. p. 27 (la legitimidad de empresarios y periodistas para ejercer la función de informar no es directa, no nace de su libertad individual de prensa o de comercio, sino que deriva, por delegación, de la soberanía informativa del público). Este acceso a la información no sólo servirá para fortificar un derecho a saber, sino debe ser también la base para la difusión (o mínimo, formación) de la opinión: mientras mayor cantidad y calidad de información una persona reciba, sus juicios serán más apropiados.

(19) FUENTE: Ibope Time Perú. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 29 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>

Pero, así como el derecho permite divulgar un mensaje noticioso, también importa la opción de no informar, siempre y cuando esta actitud no perjudique el derecho de los demás o no infrinja una obligación para con el titular. Esta una última reflexión deviene en capital dentro del actual contexto nacional, más aún si tomamos en cuenta que este derecho tiene un correlato más: el deber de informar adecuadamente, lo cual implica el reforzamiento de la responsabilidad social de los medios de comunicación social y la veracidad de la información.

Pero este derecho de los particulares debe tener un destinatario directo. Dentro de la teoría liberal, estas relaciones jurídicas sólo podían realizarse entre los particulares y el Estado. Sin embargo, este planteamiento resulta insuficiente, por lo que debemos recordar (para salvar dicha dificultad) la teoría del *drittwirkung der grunderchte*, en la que si bien los particulares aún se encuentran protegidos frente a los poderes públicos, no menos cierto es que algunos derechos trascienden la esfera relacional para pasar a garantizar al individuos en sus relaciones jurídicas con los demás, básicamente con los grandes grupos de poder. Justamente en el derecho a la información, podemos ver un claro ejemplo de cómo funciona esta eficacia horizontal: el particular debe enfrentarse muchas veces a los medios de comunicación social<sup>(20)</sup>.

Debido a estas obligaciones que asumen los propietarios y periodistas de los canales de televisión como destinatarios de un derecho fundamental, se les reconoce su actual y cada vez creciente responsabilidad social. Sin embargo, lejos de sentirse comprometidos por ello, la cultura comunicativa en el Perú se ha visto quebrada por asumir patrones centrados en el sensacionalismo y las ventas, y también en el poder económico.

Se ha producido una distorsión en el fin que cumplen los derechos: los medios de comunicación, sometidos a los imperativos del mercado y sus leyes, se

inclinan por una línea editorial o por una noticia, ya no en función de un interés social o público, sino basándose fundamentalmente en la oportunidad y rentabilidad económica<sup>(21)</sup>. Por lo tanto, los periodistas y los jefes de redacción están perdiendo el control sobre lo comunicado, por inclinarse ante el poder económico, que cada vez más domina nuestros medios de comunicación social. Así, se deja de lado el bienestar y el conocimiento de la población por fines meramente monetarios, tal como lo hemos podido observar últimamente en el país.

Los periodistas muchas veces no toman en cuenta el interés público como génesis de su trabajo, sino los criterios mercantiles (rentabilidad económica subyacente): las empresas destinadas a producir información lo harán en función de una demanda, que nada tiene que ver en principio con los valores constitucionalmente reconocidos. Por eso vulneran derechos y son inmunes ante todos. El interés del público debe relacionarse con una base razonable para el mejoramiento social y personal de los miembros de colectividad, no con la mera curiosidad.

Suele ser que este poder económico aparezca como distinto al poder político. Pero en el caso nacional, ambos se encuentran identificados como lo viésemos líneas arriba. Por ello, nosotros, el público, estamos aún muy lejos de recibir una verdadera información de la televisión.

Regresemos a la responsabilidad social. Una exigencia para con la televisión es que la información ha de aparecer como veraz. Es un mínimo respeto para con el público. Pero para captar esta idea de manera adecuada, debemos revisar algunas cuestiones preliminares. Así, la información debe distinguirse del derecho a la expresión.

A esta diferenciación llegamos no sólo a través del propio artículo 2.4 en su parte final (los derechos de informar y opinar comprenden (...)), sino también por la diversidad de trato a ambos derechos que realiza en la Constitución: así, se hace referencia solamente a la información en los artículos 2.5, 2.6, 2.7, 6, 14, 54,

(20) El fundamento del efecto horizontal de los derechos fundamentales se encuentra en la tesis de irradiación, según la cual las normas no son sólo derechos de defensa, sino que representan, tal como lo diría Alexy, conjuntamente un orden valorativo objetivo que, en tanto decisión básica jurídico constitucional, vale para todos los ámbitos del derecho y proporciona directrices e impulsos para la legislación, la administración de justicia (ALEXY. *Teoría de los Derechos Fundamentales*. Op. cit. p.507, retomando la famosa Sentencia Lüth, BverfGE 7, 198). También se acogen a esta teoría: Ingo VON MÜNCH. *Drittwirkung de derechos fundamentales en Alemania*. En: VON MÜNCH, Ingo y otros. *Asociaciones, derechos fundamentales y autonomía privada*. Madrid: Civitas, 1997. pp. 31-35; Konrad HESSE. *Escritos de Derecho Constitucional (selección)*. Op. cit. pp. 107 y ss.; Juan Carlos GAVARA DE CARA. *Derechos fundamentales y desarrollo legislativo. La garantía del contenido esencial de los derechos fundamentales en la Ley Fundamental de Bonn*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1994. p. 288. En el Perú se puede asumir esta propuesta gracias a los artículos 1 y 200 de la Constitución.

(21) BONET, Jordi. *El Derecho a la Información en el Convenio Europeo de los Derechos Humanos*. Op. cit. p 54.

65 y 139.4. La relación entre ambos derechos (expresión e información) es fluida, y aunque una puede ser el presupuesto de otra, como señala atentamente Solozábal, igual siguen siendo derechos diferenciados, según lo expresado por Salvador, Alvarez o Fernández Segado y ratificado por las sentencias de los Tribunales Constitucionales alemán (27,71) y español (6/1988, de 21 de enero)<sup>(22)</sup>.

Justamente una forma crucial de realizar esta diferenciación es basándonos en el contenido esencial de cada uno de estos derechos (parte interna del derecho del cual fluye la extensión del mismo). El de la expresión es la necesidad, y el de la información, la veracidad. A diferencia de lo que ocurre en otras Constituciones, la nuestra no requiere para la información la veracidad. Sin embargo, consideramos que una información falsa o errónea no merece protección dentro del ordenamiento nacional.

Pero ¿qué entendemos por veracidad? Esta exigencia de la noticia está básicamente referida a la actitud del informador a conseguir la verdad, no lograrla plenamente. Esto es lo que se conoce como el deber de diligencia, las oportunas averiguaciones que deberá realizar el informador y el cumplimiento de los deberes de comprobación<sup>(23)</sup>.

Un tema muy importante dentro de lo que revisamos está referido a la ubicación de la noticia en el contexto adecuado, algo íntimamente relacionado con la prohibición de dar una verdad a medias. Para consolidar esta obligación para los informantes, la Unesco realizó una listado de los Principios básicos de la ética del periodismo (París, 20 de noviembre de 1983) estando destinado el II a la adhesión del periodista a la realidad

objetiva. Así se expresan también la Constituciones bielorrusa, cuando exige que la información sea completa, fiable y oportuna (artículo 34.1) y paraguaya, cuando exige que sea veraz, responsable y ecuánime (artículo 28).

Entonces un derecho a la información, también incluye un supuesto en el que el público requiere estar informado. Para ello se exige a la televisión no sólo emitir un mensaje veraz (en el sentido recién expuesto), sino además uno plural y que no contenga noticias a medias.

---

(...) la base del apoyo al  
candidato oficialista ha estado  
en la realización de la votación  
con irreflexión y ligereza

---

### 3.2 La desinformación de los últimos meses.

Pese al sólido planteamiento mostrado respecto a cómo debe informarnos la televisión, la realidad nos ha dicho otra cosa: ésta ha asumido poco a poco el control de la realidad y ya no informa con veracidad, alejándose del rol que debería cumplir. A lo largo de estos meses hemos observado cómo ha inducido a las personas a ciertos pensamientos y, de una manera casi desapercibida, ha dominado sus vidas.

Esto lo pueden hacer a través de la selección del material que se va a presentar; la información sólo es, en apariencia, objetiva<sup>(24)</sup>. Si bien manipulación de información no es lo mismo que manipulación de opinión pública, la primera puede conducir a la segunda. A veces es peligroso la

(22) SOLOZÁBAL ECHAVARRÍA, Juan José. *La libertad de expresión desde la Teoría de los Derechos Fundamentales*. Op. cit. p. 81; SALVADOR CODERCH, Pablo (dir.) *El Mercado de las Ideas*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1990. p. 86; ALVAREZ, Francisco Javier. *El derecho al honor y las libertades de información y expresión. Algunos aspectos del conflicto entre ellos*. Valencia: Tirant lo blach, 1999. p. 88; FERNÁNDEZ SEGADO, Francisco. *Las libertades informativas en la Constitución Española de 1978*. En: *Revista de Derecho y Ciencias Políticas*. Lima. Vol. 50. p. 91. En contra de este tratamiento, BARROSO ASENJO, Porfirio. *Límites Constitucionales al Derecho de la Información*. Op. cit. p. 29; FAÚNDEZ, Héctor. *La libertad de expresión*. En: *Revista de la Facultad de Ciencias Jurídica y Políticas*. Caracas. N° 78. p. 253; BALAGUER CALLEJÓN, María Luisa. *El derecho fundamental al honor*. Madrid: Tecnos, 1992. pp. 187 y ss. Asimismo, la Declaración Universal de Derechos Humanos (artículo 19), la Corte Interamericana de Derechos Humanos (Opinión Consultiva OC-5/85, Colegiación Obligatoria de Periodistas) y nuestro Código Penal (artículo 169).

(23) Sobre las diferencias entre información falsa y errónea, revisar, Jorge BUSTAMANTE ALSINA. *Los efectos civiles de las informaciones inexactas o agravantes (En la Jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación)*. En: *Revista Jurídica Argentina La Ley*. Buenos Aires. Tomo 1989-D; ZANNONI, Eduardo A. y Beatriz R. BÍSCARO. *Responsabilidad de los medios de prensa. Libertad de expresión y derechos personalísimos. Ejercicio abusivo de la libertad de información. Responsabilidad penal de editores y directores. Obtención de información por medios ilícitos. Noticias inexactas, falsas y erróneas. Derecho de respuesta*. Buenos Aires: Astreas, 1993. p. 70. Existe también jurisprudencia sobre la falta de protección constitucional de la información inexacta: Caso Gertz v. Robert Welch Inc. (418 US 323, 1974). Si bien en nuestra Constitución no se exige la veracidad como contenido de la información, ello sí sucede en el Constitucionalismo Comparado (España, artículo 20.1, Colombia, artículo 20.a, Bielorrusia, artículo 34.1).

(24) ZANNONI, Eduardo A. y Beatriz R. BÍSCARO. *Responsabilidad de los medios de prensa*. Op. cit. p. 22.

televisión pues hipnotiza a la población y piensa por los televidentes; participando de la imaginación de otros, en lugar de fomentar la suya, como sí lo pueden hacer los libros.

Para la Defensoría del Pueblo, los medios de comunicación, y en especial la televisión, constituyen uno de los espacios más importantes para el acceso a la información de las personas comunes y corrientes durante los procesos electorales. Ello permite el intercambio de información de temas de interés general y contribuye a que cada uno se forme una opinión libre por estar convenientemente informados de las distintas ofertas participantes en la contienda<sup>(25)</sup>. Ha sido fácil percatarnos de la falta de pluralidad de los medios televisivos, lo cual nos ha imposibilitado conocer la verdad, saber lo que todos los candidatos nos ofrecían. En este punto, existen dos temas especialmente relevantes respecto al conocimiento que pudimos tener de las correspondientes propuestas electorales: la desigual presentación de candidatos en la televisión y la discriminación publicitaria.

### 3.3 La desigual cobertura de los candidatos.

Ésta es la manera natural que tuvimos para conocerlos y tener acceso a sus propuestas. A continuación, revisaremos cuatro aspectos genéricos

respecto a la aparición de los candidatos en los canales de televisión: comenzaremos con los noticieros y los programas no noticiosos, seguiremos con la actividad de la televisión estatal, para culminar con un estudio genérico de toda nuestra televisión.

#### 3.3.1 Los candidatos en los noticieros.

Un primer análisis está referido al espacio que comúnmente usamos para conocer lo que sucede en el país: los noticieros. Éstos dentro de los canales de señal abierta, se encuentran básicamente destinados a profundizar en la labor del candidato-presidente, dejando un espacio insignificante a los candidatos de oposición. Los noticieros que revisaremos gozan de una gran teleaudiencia porque justamente éstos son presentados en horarios estelares<sup>(26)</sup>.

Descontando el canal del Estado, la relación entre la cantidad de información que brindan y la de la publicidad que se les ha puesto está en proporción: los canales que reciben mayor propaganda electoral (en especial América, Frecuencia Latina y Panamericana, y sorpresivamente, ATV), permiten un mayor porcentaje de apariciones de Fujimori con respecto al resto de candidatos. Mejor observemos cuánto es el tiempo que aparece cada candidato en los noticieros nocturnos.

#### Tiempo de aparición de candidatos en noticieros nocturnos<sup>(27)</sup>

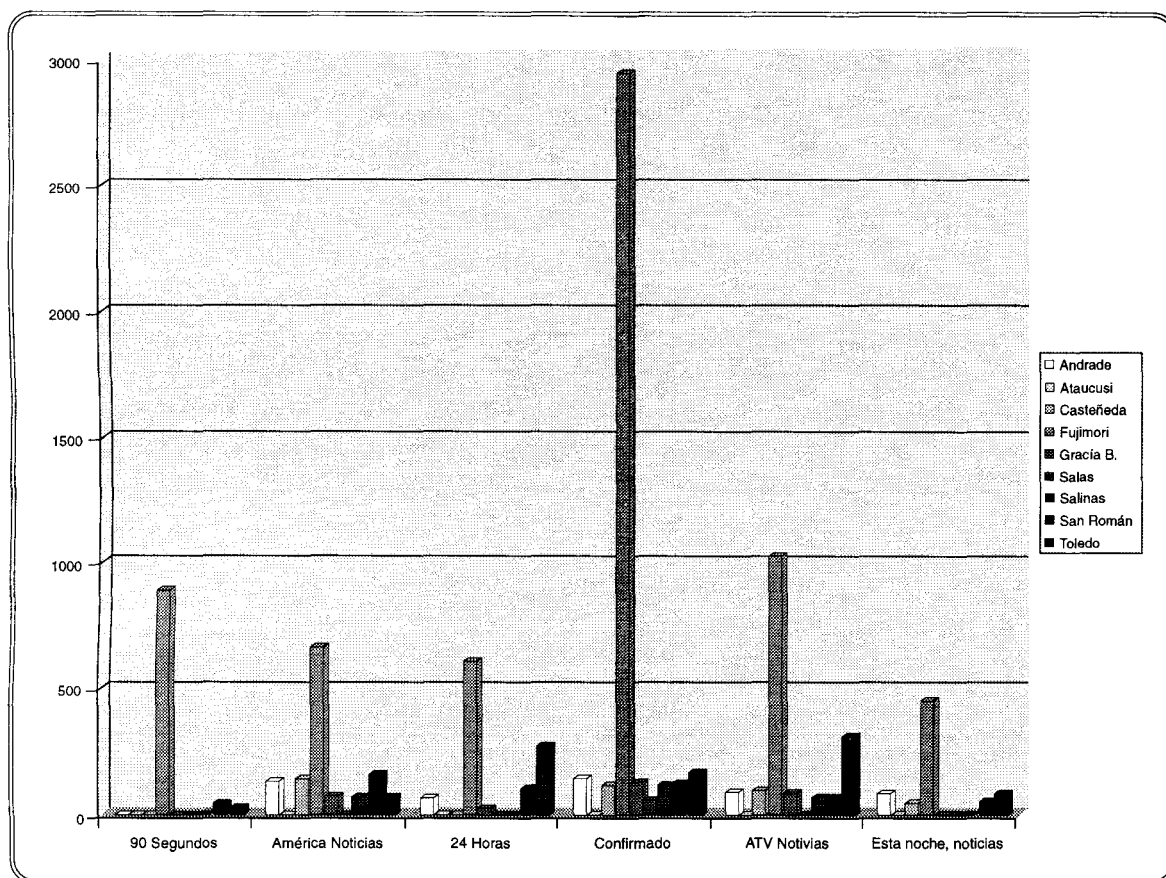
(del 01 al 21 de marzo del 2000)

	90 Segundos	América Noticias	24 Horas. Edición Central	Confirmado Edición Central	ATV Noticias	Esta noche, noticias
Andrade	0s	2m. 17s.	1m. 07s.	2m. 26s.	1m. 31s.	1m. 26s.
Ataucusi	0s	0s	0s	0s	0s	0s
Castañeda	0s	2m. 24s.	0s	1m. 58s.	1m. 38s.	41s.
Fujimori	14m. 47s.	11m. 02s.	10m. 03s.	49m. 10s.	17m. 08s.	7m. 25s.
García B.	0s	1m. 11s.	19s.	2m. 10s.	1m. 26s.	0s
Salas	0s	0s	0s	57s.	0s	0s
Salinas	0s	1m. 11s.	0s	1m. 57s.	1m. 08s.	0s
San Román	42s.	2m. 40s.	1m. 43s.	2m. 02s.	1m. 08s.	50s.
Toledo	27s.	1m. 11s.	4m. 34s.	2m. 50s.	5m. 08s.	1m. 19s.

(25) *Propaganda, elecciones e igualdad de oportunidad*. En: *Supervisión Electoral 2000*. Boletín informativo de la Defensoría del Pueblo. Año I, n° 2 (feb. 2000) p. 1.

(26) Para Luis Jaime CISNEROS, los noticieros demuestra el poder de la televisión: decidir el orden del día en esa información representa un poder de influencia extraordinario: insertar una noticia es asignarle valor frente a las que la prensa recogerá al día siguiente y no ha sido destacada, valorizada por la TV *La función de los medios de comunicación*. En: HÁBITAT PERÚ SIGLO XXI (ed.) *Los medios de comunicación, el Estaso, Pluralismo de la Información y la Libertad de Prensa (Seminario Taller)*. Lima: Freidrich Neumann, 1986. p. 30.

(27) FUENTE: Notisistem. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 26 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>



Pero no sólo la cantidad de tiempo en que aparecen los candidatos es favorable notoriamente hacia el candidato oficialista, sino también sucede lo mismo en los otros estudios. Con respecto al orden en que aparece cada aspirante a la Presidencia, se puede decir que Fujimori

asume extensamente el primer lugar. Y en relación a sus presentaciones en el primer bloque, es decir, el momento de las noticias más importantes del día, los números también le ayudan, así como las veces en que aparece su voz, como puede ser declaraciones o mensajes reproducidos.

#### Orden de aparición de candidatos en noticieros nocturnos<sup>(28)</sup> (del 01 al 21 de marzo del 2000)

	ORDEN PROMEDIO	NÚMERO DE APARICIONES EN PRIMER LUGAR
<b>Andrade</b>	2,55	1 100
<b>Ataucusi</b>	-	0
<b>Castañeda</b>	3,40	1 000
<b>Fujimori</b>	1,34	292 392
<b>García B.</b>	3,38	800
<b>Salas</b>	3,50	200
<b>Salinas</b>	3,75	400
<b>San Román</b>	2,33	1 200
<b>Toledo</b>	2,55	1 328

(28) FUENTE: Notisistem. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 26 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>

**Número de apariciones en primer bloque de candidatos en noticieros nocturnos<sup>(29)</sup>  
(del 01 al 21 de marzo del 2000)**

	90 Segundos	América Noticias	24 Horas. Edición Central	Confirmado Edición Central	ATV Noticias	Esta noche, noticias
Andrade	0	1	0	0	0	0
Ataucusi	0	0	0	0	0	0
Castañeda	0	0	0	0	0	0
Fujimori	3	2	1	5	3	1
García B.	0	0	0	0	0	0
Salas	0	0	0	0	0	0
Salinas	0	0	0	0	0	0
San Román	0	1	0	0	0	0
Toledo	0	0	0	0	0	0

**Número de apariciones con voz propia de candidatos en noticieros nocturnos<sup>(30)</sup>  
(del 01 al 21 de marzo del 2000)**

	90 Segundos	América Noticias	24 Horas. Edición Central	Confirmado Edición Central	ATV Noticias	Esta noche, noticias
Andrade	0	0	0	0	0	0
Ataucusi	0	0	0	0	0	0
Castañeda	0	0	0	0	0	0
Fujimori	4	4	7	5	4	4
García B.	0	0	2	1	0	0
Salas	0	0	0	0	0	0
Salinas	0	0	0	0	0	0
San Román	0	0	2	0	0	0
Toledo	1	0	2	0	1	0

3.3.2 Los candidatos en los demás programas.

Otra manera de conocer a los candidatos políticos es escuchar los puntos de vista de los líderes de opinión de los canales de televisión. Aparte de la cercanía de los noticieros, existen programas con un alto rating que apoyan de manera directa al candidato-presidente. Sin embargo, este apoyo podría ser legítimo si no mediara un interés particular, al encontramos con una maquinaria estatal que está tras ella.

Los programas que en principio debían ser

periodísticos, han desfigurado su rol: Contrapunto, de Frecuencia Latina, se ha encargado de atacar a los candidatos de oposición y a los observadores y supervisores del proceso electoral (véase los casos de Transparencia y la Defensoría del Pueblo), Panorama, de Panamericana, se ha convertido ahora en magazine, y ya no existen ni la Revista Dominical, de América (ha sido reemplazado por otro magazine como es Hora 20:00) ni En Persona, de canal 13.

(29) FUENTE: Notisistem. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 26 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>

(30) FUENTE: Notisistem. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 26 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>

Además América Televisión, utiliza otros medios para favorecer abiertamente a Fujimori. Dentro de un programa de gran rating (de tipo *reality show*) como es *Laura en América*, que tiene gran teleaudiencia en un público de clase D y E, se hace una abierta apología del presidente y ataque a los demás candidatos, como lo demuestra el caso de Toledo: entrevista a la esposa de Carlos Manrique, Violeta Mori, dentro del Penal de Mujeres de Chorillos, para que ésta señale la supuesta relación entre el candidato de Perú Posible y el presidente del desaparecido CLAE, así como la invitación a la madre de una supuesta hija no reconocida por Toledo, trayéndola desde Piura. En ambos casos, se ha afirmado que los medios estatales estuvieron al servicio de la conductora Bozzo, primero al permitirse el ingreso de cámaras a penales para hacer un programa desde allí, cuando meses antes no dejaron ingresar autoridades de la Defensoría a establecimientos como éste, y el uso de aviones de la Fuerza Aérea del Perú para el traslado desde Piura de su testigo.

### 3.3.3 Los candidatos en la televisión estatal.

Para complicar aún más el problema nacional de afectar la oportunidad de la población de acceder a una información plural, está la actuación del medio estatal. Televisión Nacional del Perú, lejos de ser un canal que promueva el desarrollo del país, se ha convertido en un arma oficialista, bastante eficaz, puesto que si bien su rating no es muy alto, los gobiernos de turno encuentran en él un aliado eficaz que puede ser usado en todo momento.

El verdadero rol que se le asigna a este canal es de coadyuvar a la transparencia electoral y al derecho de la población de estar informados, para lo cual la Oficina Nacional de Procesos Electorales adquiere espacios en los medios de comunicación del Estado, los mismos que se ponen a disposición de los partidos políticos inscritos o de las alianzas de partidos o de las listas independientes, sin costo alguno, por un espacio diario de treinta (30) minutos en sus programas, desde un mes antes (artículo 194 de la Ley Orgánica de Elecciones, Ley No.26859, del

01 de octubre de 1997). Si bien esto sí ha sido cumplido existe una parte de su rol que dista mucho de la exigencia legal.

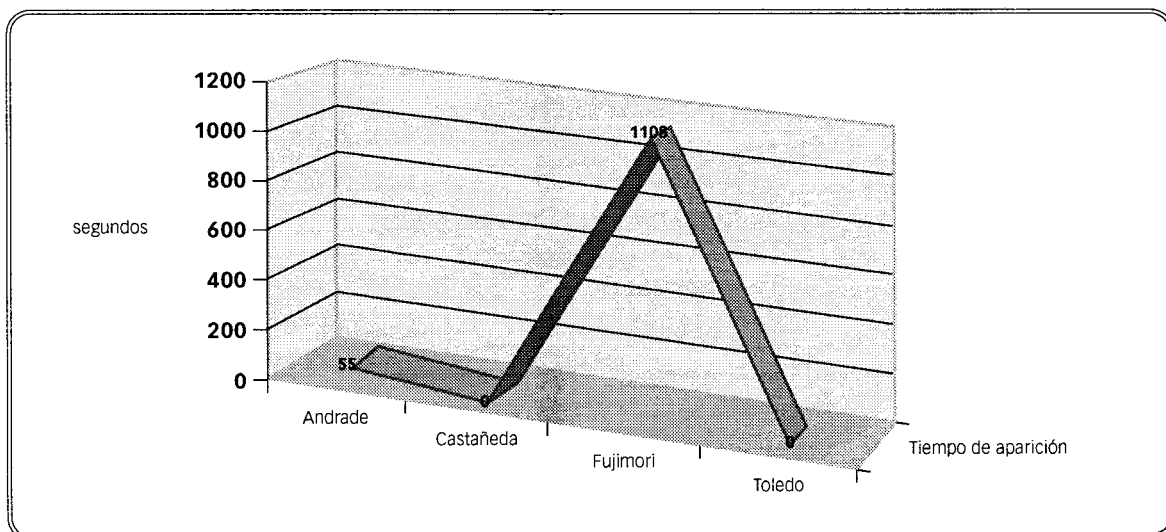
Se ha vulnerado ante la vista y paciencia de las autoridades, lo que prescribe el artículo 192 de dicha ley (El Estado está prohibido, a través de publicaciones oficiales o estaciones de televisión o imprenta, cuando sean de su propiedad, de efectuar propaganda política en favor o difusión de información en contra de cualquier partido, agrupación independiente o alianza, excepto en el caso de referéndum). Las cifras que presentamos a continuación revelan el uso indebido de Televisión Nacional del Perú a favor del candidato oficialista.

Existe una concesión de espacios gratuitos dentro de la televisión estatal también en varios países sudamericanos (en Paraguay, 10 días antes, en Colombia y Chile, 30 días, en Brasil, 45 días, en Bolivia, 60 días, en Argentina, según el Ministerio del Interior para difundir plataforma y planes de gobierno), pero también se permite la contratación de espacios (en Paraguay, 60 días antes, y en Venezuela, según el Consejo Nacional Electoral). En algunos casos, como en Colombia, se ponen límites a esta concesión: 10 minutos dos veces al día (a las trece y veinte horas). Además es importante recordar lo que señalan las Constituciones española en su artículo 20.3 (La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas del país) y portuguesa en su artículo 39.2 (en los medios de comunicación social estatales, se garantizará la posibilidad de expresión y de confrontación de las diversas corrientes de opinión).

Para muestra de lo que expresamos, revisaremos cómo Televisión Nacional del Perú, Televisión Nacional, cubrió el lanzamiento de candidatos a la presidencia, que ya tenían ya inscritos sus agrupaciones durante el año pasado.

**Lanzamiento de candidatos en TNP<sup>(31)</sup>**

	FECHA	Nº DE APARICIONES	TIEMPO DE APARICION
<b>Andrade</b>	12 - 11 - 99	1	55s.
<b>Castañeda</b>	18 - 12 - 99	0	0s.
<b>Fujimori</b>	27 - 09 - 99	2	18m. 28s.
<b>Toledo</b>	25 - 09 - 99	0	0s.



3.3.4 Los candidatos a lo largo de toda la programación.

En general, este primer aspecto de análisis, nos remite a observar que existe un candidato que se distingue largamente del resto: éste es Fujimori. Si bien

debemos tener en cuenta que casi todas sus presentaciones se deben al cargo que ocupa, no por ello sería ilógico plantear una campaña desigual más aún si tomamos en cuenta que su proyecto reeleccionista se basa en su actividad como Presidente.

**Tiempo diario de aparición de los candidatos en televisión<sup>(32)</sup>**

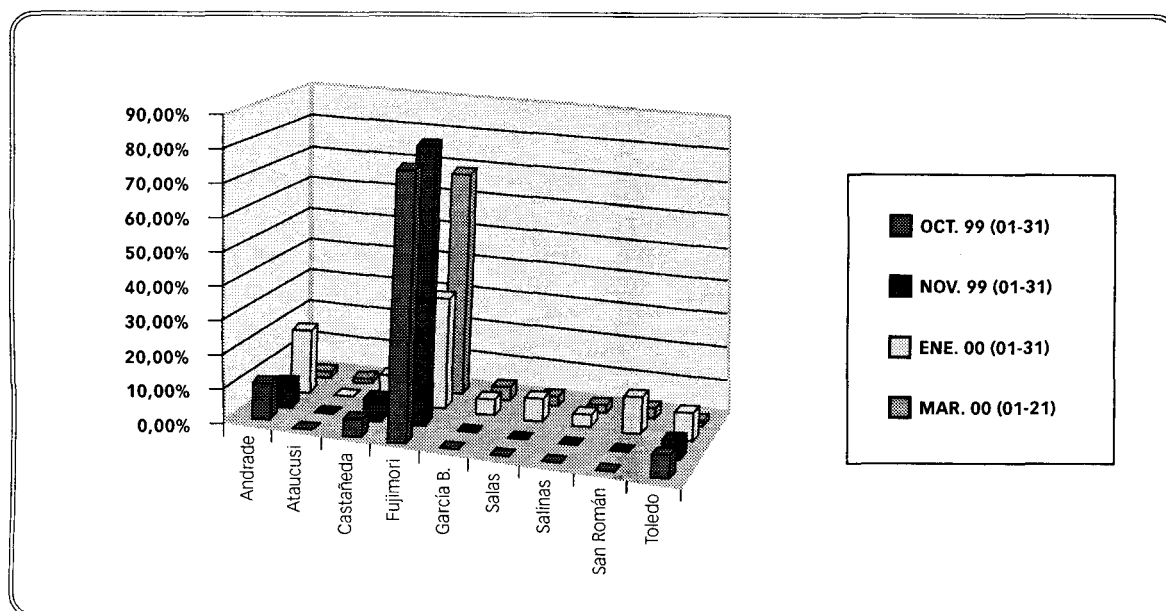
(Comparación entre los meses de octubre y noviembre de 1999 y enero y marzo del 2000)

	Octubre 99 (1-31)		Noviembre 99 (1-31)		Enero 00 (11-25)		Marzo 00 (01-21)	
<b>Andrade</b>	8m. 12s.	11,00 %	4m. 42s.	7,24 %	17m. 36s.	19,70 %	51s.	2 %
<b>Ataucusi</b>	0s	0 %	0s.	0 %	42s.	0,80 %	33s.	1 %
<b>Castañeda</b>	3m. 53s.	5,21 %	3m. 50s.	5,90 %	8m. 15s.	9,25 %	1m. 15s.	3 %
<b>Fujimori</b>	57m. 51s.	77,64 %	52m. 45s.	81,24 %	30m. 27s.	34,07 %	26m. 58s.	68 %
<b>García B.</b>	0s.	0 %	0s.	0 %	4m. 12s.	4,72 %	1m. 45s.	4 %
<b>Salas</b>	0s.	0 %	0s.	0 %	5m. 45s.	6,45 %	1m. 17s.	3 %
<b>Salinas</b>	0s.	0 %	0s.	0 %	3m. 40s.	4,12 %	43s.	2 %
<b>San Román</b>	0s.	0 %	0s.	0 %	9m. 43s.	10,89 %	1m. 09s.	3 %
<b>Toledo</b>	4m. 35s.	6,15 %	3m. 39s.	5,62 %	7m. 19s.	8,20 %	5m. 27s.	1 %

(31) FUENTE: Ibope Time Perú. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 17 (ene. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>

(32) FUENTE: Notisistem. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 10 (nov. 1999); n° 14 (dic. 1999); n° 21 (feb. 2000); n° 29 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>





Dos cosas respecto a este cuadro: la baja del candidato-presidente en los días siguientes del cierre de las inscripciones (del 11 al 25 de enero) se debe quizás a su huida de la televisión, para no tratar sobre su inconstitucional lanzamiento y las innumerables tachas y nulidades a esta candidatura. Sobre su crecimiento en sus apariciones en el mes de marzo, ésta se debe primero a que

la medición sólo se centra en los canales de señal abierta, y segundo, al incremento de la actividad presidencial con el fin de brindar un colchón para su candidatura.

El siguiente cuadro complementa el anterior. Las brechas de tiempo mostradas se complementan con la cantidad de veces que aparecen los candidatos. Las conclusiones no distan de uno a otro.

### Cantidad de apariciones de los candidatos en televisión<sup>(33)</sup>

(Comparación entre los meses de octubre y noviembre de 1999 y enero del 2000)

	Octubre 99 (1-31)	Noviembre 99 (1-31)	Enero 00 (11-25)
<b>Andrade</b>	105	59	102
<b>Ataucusi</b>	0	0	06
<b>Castañeda</b>	35	18	32
<b>Fujimori</b>	432	509	162
<b>García B.</b>	0	0	18
<b>Salas</b>	0	0	20
<b>Salinas</b>	0	0	16
<b>San Román</b>	0	0	24
<b>Toledo</b>	17	22	29

En esencia, lo que se ha logrado de esta forma es favorecer a un candidato en especial dándole mayor ingreso a los canales de televisión. Esto afecta un criterio como el de la igualdad de condiciones y

pluralidad en un proceso electoral.

En la Declaración sobre los Criterios para las Elecciones libres y justas, adoptada por unanimidad por el Consejo Interparlamentario en su 154ª reunión

(33) FUENTE: Notisistem. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 10 (nov. 1999); n° 14 (dic. 1999); n° 21 (feb. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>

(París, 26 de marzo de 1994), se señaló en su artículo 3.4 que todo candidato a las elecciones y todo partido político tendrán iguales oportunidades de acceso a los medios informativos, en particular a los medios de comunicación en masa, para dar a conocer sus opiniones políticas. Para que esto se cumpla en la realidad, el Estado deberá procurar que los partidos y los candidatos tengan libertad para comunicar sus opiniones a los electores, y que gocen de igualdad de acceso a los medios informativos estatales y de servicio público (artículo 4).

De esta manera parece comprobarse lo que afirma Jean-Paul Marthoz, respecto a que los gobiernos son generalmente hostiles al libre flujo de informaciones<sup>(34)</sup>. En el mismo sentido se expresa la Declaración de la Unesco sobre los Principios Fundamentales, que respalda el derecho al saber (París, el 22 de noviembre de 1978): el acceso del público a la información debe ser garantizado por la diversidad de las fuentes y medios de información de que dispone, permitiendo así que cada individuo verifique la exactitud de los hechos y evalúe los eventos objetivamente.

En estricto, toda la programación principal de la televisión versa sobre publicidad sobre Fujimori, los logros de su gobierno y las ventajas de la re-reelección: la mitad como avisos de servicio público, y otra mitad pagadas por el Estado en reciprocidad<sup>(35)</sup>.

Esta experiencia nacional nos hace revisar el tratamiento sobre el tema realizado en otros ordenamientos. De ellas podremos sacar importantes conclusiones para el tratamiento que pueda darse a este tema en el país.

De aquí en adelante haremos algunas referencias a cómo se ha desarrollado legislativamente la relación entre la televisión y las elecciones en otros países como Bolivia (Ley Electoral, 1993), Brasil (Código Electoral, Ley 4 737/65), Chile (Ley Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y

Escrutinios, Ley 18 700), Colombia (Constitución Política del Estado), Costa Rica, Ecuador (Ley Electoral y Reglamento de la Ley de Elecciones), Estados Unidos, Paraguay (Ley 834/96, Código Electoral), Portugal (Constitución Política) y Venezuela (Ley Orgánica del Sufragio y Participación Política)<sup>(36)</sup>.

En algunos países latinoamericanos, el acceso a la televisión se da de manera graciosa y de diversas formas. En Chile, esta gratuidad se dará 30 días antes de los comicios, según distribución por el Consejo Nacional de Radio y Televisión, distribuyéndose los espacios proporcionalmente de acuerdo al porcentaje de votos en las últimas elecciones (en el caso de las agrupaciones que no han participado anteriormente, les corresponde un tiempo igual a aquel grupo con menos votos). En Brasil, se da 45 días antes, adjudicándose del tiempo total determinado para televisión, un tercio a los partidos con candidatura presidencial, y los dos tercios restantes, de manera proporcional, a las listas parlamentarias (el tiempo total -50 minutos, tres veces por semana- es programado en dos bloques de 25 minutos transmitidos a las 13.00 y 20.30 horas). En Paraguay, se da 10 días antes, brindándose gratuitamente el 3% de su programación para difundir información sobre agrupaciones, planes y planchas (un promedio de 10 minutos diarios).

En Ecuador, Argentina y Colombia, la solución es distinta: en el primer caso, se prescribe límites por tiempo y espacio (10 minutos diarios) pero no se contempla la disponibilidad obligatoria de espacios gratuitos; en el segundo, los partidos políticos tienen derecho a utilizar los espacios en medios de comunicación que el Ministerio del Interior autorice para la difusión de plataformas y planes de gobierno; en el tercero, el Consejo Nacional Electoral, previo informe del Consejo Nacional de Televisión, establece el número y duración de los espacios estándar para la promoción de planes de gobierno y los espacios extra para candidatos presidenciales (debates).

(34) El derecho a saber. En: FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS OFICINA DE LOS DERECHOS HUMANOS DEL PERIODISTA. El periodismo tiene mucho que decir. Los riesgos de decir la verdad, sólo la verdad. Lima: Asociación Nacional de Periodistas, 1997. p. 55.

(35) INSTITUTO DE DEFENSA LEGAL. Televisión y reelección, ríman. En: Alerta N° 2 - 9 (feb. 2000). [www.idele.com](http://www.idele.com).

(36) Los datos los podemos encontrar en: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 22. Lima (feb. 2 000). <http://www.transparencia.org.pe/>; *Supervisión Electoral 2 000*. Boletín Informativo de la Defensoría del Pueblo. Año I, n° 2. Lima (feb. 2 000). p. 1.

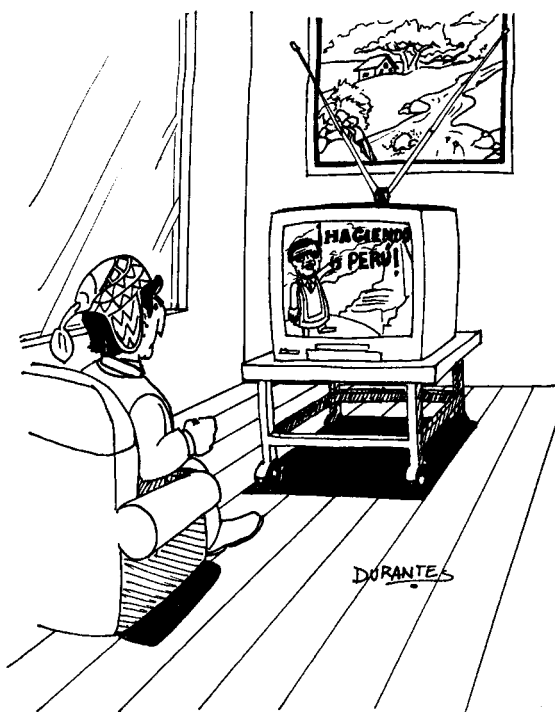
En otras latitudes, se dan opciones distintas. En Portugal se señala un derecho de antena, según el cual los partidos políticos y otras organizaciones tendrán derecho a periodos de emisión (*tempos de antena*) no sólo en la televisión, de acuerdo con su representatividad y según los criterios que se especifiquen en el Estatuto de la Información (artículo 40.1), exigencia que en la época electoral permitirá periodos de emisión regulares y equitativos (artículo 40.2). En Estados Unidos de Norteamérica se utiliza la llamada regla del tiempo equitativo, según la cual los canales de televisión están obligados a otorgar a candidatos espacios en todos los programas informativos.

Quizás basándose en estas experiencias legislativas, los canales han tratado de dar una cobertura final a los candidatos ha sido a través de las famosas franjas electorales. Ante la intervención de los miembros del Jurado Nacional de Elecciones, después de casi un mes de la negativa de los canales de pasar publicidad de los candidatos, se logró cambiar en algo la actitud. Aunque seguían negándose a emitir dicha publicidad, darían espacios gratuitos a todos los candidatos (presidenciales y para el Congreso). El horario y la divulgación de los mismos, sin embargo, no era el adecuado.

Pareció importante que ante la invocación del presidente del Jurado Nacional de Elecciones (JNE), Alipio Montes de Oca, propietarios y representantes de los canales de televisión de señal abierta y de cable, así como de estaciones de radio, hayan aceptado transmitir propaganda pagada y franjas electorales gratuitas de las agrupaciones políticas que compiten en la lid electoral<sup>(37)</sup>. Sin embargo, estas franjas quedaron nuevamente en un saco roto.

Como este primer intento no dio resultado, como última medida para salvar el problema, a seis días de las elecciones, se reunió el representante de la Misión de Observadores de la Organización de Estados Americanos, conjuntamente con el Premier de la República, con los representantes de los medios televisivos, comprometiéndose estos últimos a emitir programas electorales de 10 minutos en que apareciera

cada uno de los candidatos presidenciales (dos cada día), los cuales deberían ser difundidos ampliamente y en horarios estelares. Otra promesa meridianamente cumplida: tan sólo ejecutó de manera adecuada este propósito, Canal A; los demás, nuevamente, de forma inoportuna.



Entonces, pese a las correcciones finales intentadas por los propietarios de la televisión a favor de la pluralidad de propuestas, creemos que la gran parte de la etapa precampanal ha estado llena de vicios y de una constante campaña a favor de uno de los candidatos. Además estos intentos, consideramos que se debieron más a un interés del gobierno de maquillar el proceso a la luz de las múltiples y reiteradas críticas que recibiera por parte de los observadores, los organismos independientes nacionales y la comunidad internacional, que a una verdadera disposición por parte de las televisoras de respetar el derecho del público a la información.

Para complementar esta última preocupación, recordemos cómo fue el cierre de campaña para las elecciones en primera vuelta (a escasos tres días de las mismas). Ello dará como resultado la radiografía

(37) El Comercio. Opinión: JNE, candidatos y medios. Lima, 01 de marzo del 2 000. [www.elcomercio.com.pe](http://www.elcomercio.com.pe)

final sobre cómo ha sido la contienda electoral. Hasta la noche del jueves 06 de abril, según ley, se permitía la congregación de personas en el país de apoyo a las postulaciones presidenciales. Por eso, los dos principales candidatos harían mítines: Toledo en Qosqo, y Fujimori en Lima. El primero comenzó aproximadamente a las ocho de la noche, y el único canal que lo transmitió fue el Canal N, un medio televisivo independiente que desgradaciamente sólo puede ser visto en cable, razón por la cual pocos pudimos observar dicho mitin. En la otra orilla, pasaba exactamente lo contrario: si bien el mitin comenzaría una hora más tarde (nueve de la noche), desde las ocho empezó la transmisión del lugar donde iba a realizarse éste, puesto que había un show artístico con cantantes populares de moda, y esto pudo ser visto en directo a través de buena parte de los canales de señal abierta (Frecuencia Latina, América, Andina, el canal del Estado, Televisión Nacional y el otro canal de cable, Cable Canal Noticias) en demérito del principal candidato de oposición. En el momento del discurso final de Fujimori, hubo una transmisión en cadena, ya que el resto de canales (Panamericana, Canal A, un canal que hace tiempo no pasaba noticias, Global, un canal que sólo programa música, Uranio 15, y el canal de cable que ya había concluido la transmisión del discurso de Toledo, Canal N) se unieron a la difusión inicial. Si uno no tenía cable estaba obligado a observar la prédica fujimorista. Este hecho revelaba la cima de todo lo que ha demostrado nuestra televisión: el envilecimiento y zalamería total. Bueno, sólo Canal N transmitió posteriormente los mítines de los otros candidatos, ¿creen que fueron pasados por el resto de la televisión? Imagínense, no es difícil encontrar la respuesta.

### 3.4 La imposibilidad de contratar publicidad.

Un segundo aspecto respecto al derecho de la población a informarse es el de la publicidad. Ésta, a diferencia de los casos anteriores, se encuentra pagada por cada uno de los candidatos.

La intención inicial de las televisoras, contra toda razón y lógica, fue la de negarse a recibir cualquier tipo de publicidad de los candidatos presidenciales (en general, todo tipo de campaña electoral). Sin embargo, en todo momento se mostraron solícitos en aceptar la publicidad del Estado, ligada íntimamente a la reelección de uno de los candidatos. Esto mostraba, una vez más, la desazón de los otros candidatos por encontrarse en una situación de desigualdad. El público seguía siendo el gran perjudicado: nos quedábamos desinformados.

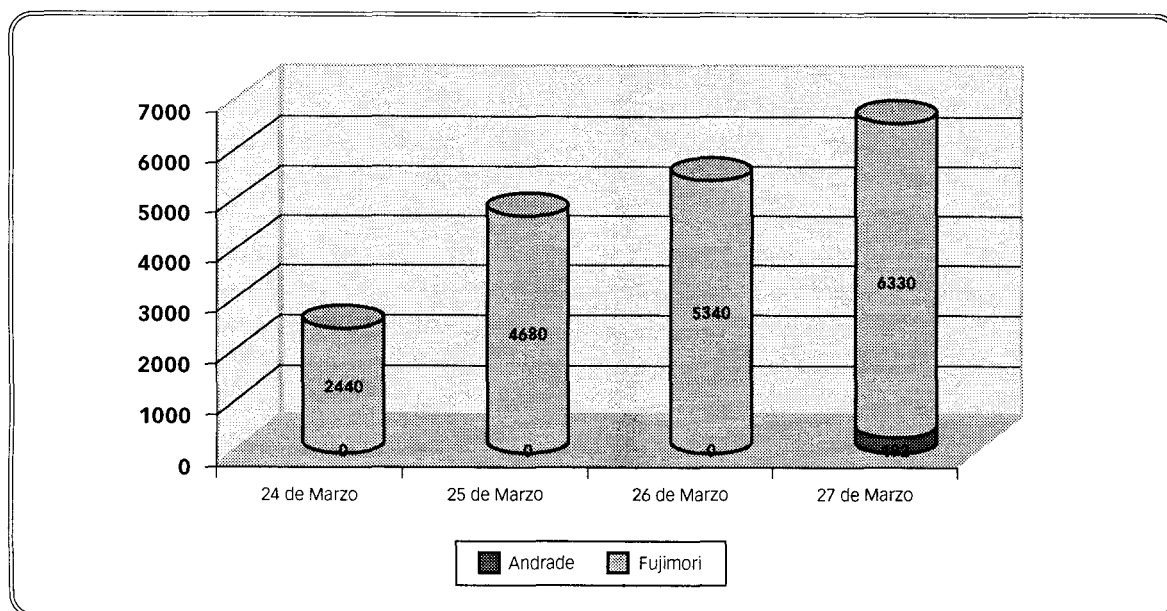
Como dijimos, la negativa de la televisión de pasar publicidad electoral fue desde un principio absoluta. Pero de un momento a otro, cuando las intenciones de voto a favor del Presidente venían en declive, se hizo la luz en la mente de los propietarios de los canales, permitiendo la publicidad política. Esto tomó a los candidatos (salvo a uno) por sorpresa: no habían preparado los *spots* para la televisión, el dinero que hubiesen podido destinar a ello ya había sido utilizado en otras formas de campaña publicitaria y el tiempo apremiaba (esto se produjo apenas a dos semanas antes de las elecciones).

Los siguientes cuadros y gráficas nos demostrarán la poca prevención de los candidatos opositores para presentar publicidades (sólo uno de ellos logró realizarla durante los primeros cuatro días) y la agresiva y majestuosa campaña realizada por Fujimori en pos de una segunda reelección.

#### Tiempo de publicidad electoral según fecha<sup>(38)</sup> (del 24 al 27 de marzo del 2000)

	24 de Marzo	25 de Marzo	26 de Marzo	27 de Marzo
<b>Andrade</b>	0s.	0s.	0s.	3m. 12s.
<b>Fujimori</b>	40m. 40s.	1h. 18m. 50s.	1h. 29m. 00s.	1h. 45m. 30s.

(38) FUENTE: Supervisoría de Medios y Publicidad S.A.C. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 29 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>



#### Tiempo de publicidad electoral por canal<sup>(39)</sup> (del 24 al 27 de marzo del 2000)

	Frecuencia Latina	América Televisión	Panamericana Televisión	Televisión Nacional (TNP)	Andina ATV	Canal A
Andrade	0s.	0s.	0s.	0s.	0s.	3m. 12s.
Fujimori	22m. 30s.	17m. 40s.	10m. 30s.	3h. 54m. 10s.	27m. 10s.	12m. 00s.

#### Número de cuñas según canales<sup>(40)</sup> (del 24 al 27 de marzo del 2000)

	Frecuencia Latina	América Televisión	Panamericana Televisión	Televisión Nacional (TNP)	Andina ATV	Canal A
Andrade	0	0	0	0	0	6
Fujimori	23	19	9	201	17	12

Lamentablemente no tuvimos acceso a las cifras de la campaña final. Sin embargo, creemos que el panorama no varió en lo sustancial: uno contaba con publicidad superlativa y los demás la tenían a cuentagotas. Si bien la desigualdad en este tema dista mucho de la responsabilidad de los medios televisivos, era muy preocupante observar cómo, para muchos, el candidato oficialista utilizaba los recursos estatales para promocionar su candidatura. Si bien esto no está

comprobado creemos que no dista mucho de la realidad.

Así, en los diez días previos a las elecciones fuimos testigos de una ardua campaña publicitaria, muy bien dirigida y pegajosa, basada en un *spot* de más de dos minutos de duración emitido a toda hora (incluso en horarios estelares) cuyo contenido era un video clip del bien llamado El ritmo del chino, que lejos de presentarnos una propuesta electoral por parte del

(39) FUENTE: Supervisora de Medios y Publicidad S.A.C. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 29 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>

(40) FUENTE: Supervisora de Medios y Publicidad S.A.C. En: *Datos Electorales*. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 29 (mar. 2000). <http://www.transparencia.org.pe/>

presidente-candidato, lo único que mostraba era una habilidad de Fujimori para bailar la techno-cumbia, tan buena como su capacidad para gobernar al país.

Una conclusión muy simple podemos sacar de este punto: toda la banda televisiva ha favorecido abiertamente a Fujimori dentro de un marco electoral. Esta competencia desigual trajo consecuencias adversas a la mayoría de candidatos presidenciales, a la población entera y al fortalecimiento democrático del país, tal como lo revisaremos en el siguiente punto.

Sin embargo, esta actitud de los propietarios de los canales de televisión dista mucho de lo que se exige dentro de una democracia, y de lo que las normas (ya sean nacionales, internacionales o de Derecho Comparado) señalan.

Así, ante una situación como la actual, según la Ley de Telecomunicaciones, tras prohibirse la exclusividad de los servicios de difusión y contemplarse la libre competencia (artículo 21), y tomando como base a la Constitución señala que el Jurado Nacional de Elecciones, durante los procesos electorales, velará porque las empresas que prestan servicios de radiodifusión otorguen, en igualdad de condiciones comerciales sin discriminación de ninguna clase, espacios a los partidos políticos, agrupaciones políticas o candidatos debidamente inscritos (...) y que participen en la contienda electoral (artículo 26). Esto parece una ley muerta, nunca se dio cumplimiento en la realidad. Y es que, como decíamos, el gobierno controla aparte de los medios de comunicación también a los organismos electorales: ¿se podría creer que el gobierno se hubiese autocondenado? Este tema debe ser complementado por el Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones, Decreto Supremo No.06-94-Tribunal Constitucional, artículo 8: El acceso a la utilización y prestación de los servicios de telecomunicaciones está sujeto al principio de no discriminación; por lo tanto, las empresas prestadoras de dichos servicios, de acuerdo a la oferta disponible, no pueden negar el servicio a ninguna persona natural o jurídica que cumpla con las condiciones establecidas para dicho servicio.

Además, la Ley Orgánica de Elecciones agrega, respecto a la propaganda electoral, que los partidos, agrupaciones independientes y alianzas, sin necesidad

de permiso de autoridad política o municipal y sin pago de arbitrio alguno, pueden efectuar la propaganda del partido o de los candidatos, por estaciones radiodifusoras, canales de televisión (...) y he aquí lo más importante: Deben regir iguales condiciones para todos los partidos y candidatos (artículo 186.d). Otra norma fantasma de nuestro Ordenamiento. En la misma dirección se expresa la Declaración sobre los Criterios para las Elecciones libres y justas, al señalar que toda persona tiene derecho a realizar una campaña electoral en las mismas condiciones que los demás partidos políticos, incluido el partido que forma el gobierno existente (artículo 3.3).

En todos los países latinoamericanos se ha contemplado la posibilidad de la publicidad de los procesos electorales, salvo los casos de Chile y Brasil en que ésta se encuentra prohibida (en este último caso sólo se permite hasta 45 días antes de las elecciones). Sin embargo, a veces lo más recomendable puede ser quizás la limitación en el tiempo en forma de techos, como sucede en Colombia (desde 30 días antes de las elecciones) o Costa Rica (no mayor a 10 minutos diarios), o de pisos, como en Paraguay (una hora diaria como mínimo) o Bolivia (en medios estatales el orden de presentación se sortea sobre la base de 10 minutos diarios).

Sin embargo, el tratamiento más rico está sobre todo relacionado con la posibilidad de controlar los excesos de los detentores del poder frente a los candidatos de oposición. Si bien, se parte de la premisa que no puede discriminarse mediante tarifas (como en el caso de Ecuador y Paraguay; en este último tampoco por espacios), a veces existe control sobre ellas (en Bolivia, estas tarifas son inscritas previamente en las Cortes Departamentales Electorales, y no podrán diferir con los precios de lista). En caso de que haya afectación a esta igualdad, en Venezuela se ha previsto que los perjudicados puedan solicitar al Consejo Nacional Electoral que determine si la propaganda rechazada cumple con los requisitos establecidos en esta Ley y su decisión será de obligatorio acatamiento, y es quien está directamente interesado en el cumplimiento por parte de los medios. Ejemplos como éstos deberíamos seguirlos y, lo principal, cumplirlos.

En el caso de la segregación basadas en la

características raciales en algunas discotecas limeñas, se hizo una interrogante si privilegiar a la libertad de empresa de ellas o el derecho a la no-discriminación de las personas. Las autoridades determinaron en este caso que la acción se encontraba tutelada por la segunda de las opciones. Ahora no entendemos por qué los representantes estatales no se han pronunciado en este mismo sentido.

Tomando como base este caso, señala Fernando De La Flor que lo sustantivo es que la autoridad competente intervenga y ponga fin a la controversia; en otras palabras, que diga derecho. El JNE, como entidad llamada a resguardar la legalidad y la equidad del proceso electoral; Indecopi, como institución responsable de evitar las prácticas restrictivas en el mercado; el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, como órgano rector de las telecomunicaciones en el país y como tal titular de la señal entregada en concesión o bajo licencia a las estaciones de televisión privadas de señal abierta; el Poder Judicial, ante una demanda de cualquier ciudadano que exija el respeto de su derecho a ser informado, alguno de ellos, o todos, según corresponda, están en la imperativa e ineludible obligación de intervenir y resolver la anormal situación presentada<sup>(41)</sup>. Sin embargo, esta esperada actuación no ocurrió adecuadamente en el país: sólo hubo actuaciones flojas y tímidas del Jurado Nacional de Elecciones y del propio gobierno, a través de la intervención del Premier Bustamante.

#### 4 El público y el Estado.

Tras haber realizado un estudio de las relaciones entre Estado y televisión, y televisión y público, es ahora importante revisar cómo el público se relaciona con el Estado. El triángulo se debió haber completado: la Estado promueve el derecho de los propietarios de los canales, éstos brindan información al público, y éste gracias a ella participa políticamente en el Estado. Sin embargo, este

marco ideal dista lo suficiente de la realidad como para preocuparnos sobre la legitimidad de las elecciones.

#### 4.1 La participación política.

Cada derecho fundamental posee una doble naturaleza: una subjetiva y otra objetiva. Ambas categorías se encuentran en un estado de relación, de co-implicación recíproca; por la primera entendemos el ámbito interno, propio de la protección del titular del derecho; por la segunda, el aspecto de realización que logra por sí mismo el derecho. De esta idea no escapa la información.

Según la naturaleza subjetiva de la información, este derecho contribuye a la autorrealización, derivando, como lo señala Dworkin dentro de la teoría moral-jurídica, de la dignidad humana. Esto ha sido reconocido por la Jurisprudencia Nacional (Sentencia de la Sala Civil de la Corte Superior del Perú, Acción de Amparo, caso Genero Delgado Parker y otros c. Semanario El Confidencial). Pero, sin duda la base esencial del trabajo sobre la información se centra en su aspecto objetivo, al permitir la formación de una opinión pública consciente y responsable y al conceder al público la toma de conciencia de lo que nuestra actividad en el mundo de hoy demanda. La información es una válvula de seguridad del sistema social. Para Brandeis, desanimarla crea miedo, el miedo, represión, la represión, odio, y el odio, amenaza la estabilidad del gobierno. Por eso, este derecho ha de cumplir en el mundo de hoy una función social: contribuir a la educación de los integrantes de cada comunidad, permitiendo, como señala Bonet, que toda persona participe en la vida social y política de su país<sup>(42)</sup>.

Pero donde la información adquiere matices realmente importantes es en su acercamiento a la democracia. De ello habla Solozábal, Faúndez, Sánchez González<sup>(43)</sup> y la Jurisprudencia, ya sea Nacional (Sentencia de la Sala Penal de la Corte Suprema, Querrela por Difamación, del 18 de abril de

(41) Televisión, restricciones y elecciones. En: El Comercio. Lima, 01 de febrero del 2000. [www.elcomercio.com.pe](http://www.elcomercio.com.pe).

(42) DWORKIN, Ronald. *Los derechos en serio*. Op. cit. p. 295; en la misma línea, MORALES GODÓ. *El derecho a la vida privada y el conflicto con la libertad de información*. Op. cit. p. 172; BRANDEIS, Louis. Sentencia del caso Whitney v. California (274 US 357, 47 1927-) cit. por Pablo SALVADOR CODERCH (dir.) *El mercado de las ideas*. Op. cit. pp. 29 y ss.; BONET, Jordi. *El Derecho a la Información en el Convenio Europeo de los Derechos Humanos*. Op. cit. pp. 22 y ss.

(43) SOLOZÁBAL ECHAVARRÍA, Juan José. *La libertad de expresión desde la Teoría de los Derechos Fundamentales*. Op. cit. pp. 75 y ss.; FAÚNDEZ, Héctor. *La libertad de expresión*. Op. cit. p. 250; SÁNCHEZ GONZÁLEZ, Santiago. *La libertad de expresión*. Madrid: Marcial Pons, 1992. p. 30.

1994, caso Roberto Clemente Noel Moral c. César Hildebrant Pérez Treviño y Cecilia del Pilar Valenzuela Valencia) o Comparada (Sentencias de los Tribunales Constitucionales alemán, caso Nordrhein Westfalen, y español, en los fallos 6/1981, 12/1982, 104/1986, 159/9186 y 20/1990). Es por ello que debemos analizar el artículo 2.4 conjuntamente con los principios del artículo 3 de la Constitución: soberanía del pueblo, Estado democrático y forma republicana de gobierno. Este derecho simboliza la colaboración, complemento o suplencia de la representación política, y cuya práctica pertenece a la población en general.

La importancia de la información deviene básicamente en que una sociedad sin noticias no es plenamente libre. Entonces si tomamos en cuenta que la sociedad peruana es una en las que más difícilmente se ejerce el periodismo y puede manifestar un discurso básicamente político, podemos entender, en parte, el por qué de nuestro subdesarrollo y la ignorancia colectiva. Y es que este derecho permitirá que toda sociedad, según lo refiere Mario Vargas Llosa esté constantemente en una línea de superación y mejoramiento de sus deficiencias<sup>(44)</sup>. Por lo tanto no es ilógico llamar este derecho como un verdadero vehículo de las luces.

Dentro de este esquema, los *media* pueden ser una instancia más dinámica y actual que los propios partidos políticos para la configuración de gobiernos capaces e incorruptibles, formando de este modo la verdadera voluntad del pueblo. Este tema propuesta por Leibholz, ha de verse fortificado por diversas propuestas sobre cómo aprender las lecciones del discurso errado y el correcto (Mill), la vigencia del mercado de las ideas (Holmes) o la decisión correcta (Meiklejohn)<sup>(45)</sup>.

Justamente este último propuso que las personas no pueden tomar una decisión correcta en unas elecciones sino cuentan con suficiente información. Según explica Sánchez González, retomando los postulados de Meiklejohn, el sufragio es, sin duda, una

decisión que hay que materializar mediante el ejercicio individualizado del derecho al voto, lo cual requiere, a su vez, un conocimiento previo del asunto sobre el que hay que pronunciarse y, a ser posible, un entendimiento (siquiera mínimo) del mismo<sup>(46)</sup>.

Por lo expresado, se ha llegado a considerar a la información (pero no debemos olvidar en este extremo a la expresión) como la piedra angular de los principios de la democracia, como un verdadero sustentáculo de ella. A ello se han dedicado tanto en nuestro hemisferio (Corte Interamericana. La Colegiación Obligatoria de los Periodistas. Opinión Consultiva OC-5/85. párrafo 70) como en otras latitudes (Tribunal Europeo. Casos Handyside (1976), Glasenapp y Lingens (1986)).

Pero, donde este impulso democrático y participación política se hace más evidente es con la recepción de la información. El público, con un conocimiento real de los problemas sociales, acude a las urnas a expresar su voluntad política. Se debe de esta manera completar de manera satisfactoria el triángulo presentado al inicio de este trabajo.

A eso aspiramos todos, inclusive la Constitución, por lo que afirma que debe asegurarse que las votaciones traduzcan la expresión auténtica, libre y espontánea de los ciudadanos y que los escrutinios sean reflejo exacto y oportuno de la voluntad del elector expresada en las urnas por votaciones directas (artículo 176 de la Constitución). Entonces, para que un voto sea realizado con conciencia ciudadana y cívica es necesario conocer la realidad y tomar una determinación electoral correcta (caso contrario, existirá una falta de la autenticidad, libertad o espontaneidad reclamada).

Respecto a este derecho al voto, se puede decir retomando a Aguirre que la posibilidad de que unos derechos subjetivos y formales se hagan efectivos en un conjunto social -es decir pasen de su carácter virtual al realizativo- depende de las condiciones de acceso y

(44) VARGAS LLOSA, Mario. *Una batalla cultural*. Op. cit. p. 44.

(45) LEIBHOLZ, G. *Das Wesen der Repräsentation*, cit. por Juan José SOLOZÁBAL ECHAVARRÍA. *La libertad de expresión desde la Teoría de los Derechos Fundamentales*. Op. cit. p. 76; MILL, John Stuart. *On liberty* (versión en castellano, *Sobre la libertad*). 4ª reimpression. Madrid: Alianza Editorial, 1970 (1859); HOLMES, Oliver Wendell. *Voto particular dentro del proceso Abrams v. United States (250 US 616, 630, 640, 1919)*, cit. por SALVADOR CODERCH, Pablo (dir.) *El mercado de las ideas*. Op. cit. p. 27; MEIKLEJOHN, Alexander. *The first amendment is an absolute*. En: *Supreme Court Review*. 1961. p. 255.

(46) SANCHEZ GONZÁLEZ. *La libertad de expresión*. Op. cit. p. 26.



participación que se establezcan entre los actores<sup>(47)</sup>.

Además podemos concluir que la actividad política requiere de la información para ser un acto humano ya que desenvuelve un proceso de acciones de los que resulta un orden vinculante de la convivencia<sup>(48)</sup>.

#### 4.2 ¿?

En este punto la cadena de la información, en el triángulo de la realidad formado por el Estado, la televisión y el público se ha roto: la participación política desaparece dentro de los cánones democráticos. Se encuentra tan desfigurada en la realidad que es casi inexistente. Por ello consideramos oportuno no considerarla: ¿se ha despedazado el rol de la información!

#### 4.3 El voto inconsciente.

Tomando en cuenta los condicionamientos estudiados, estamos obligados a concluir que las personas, en las últimas elecciones, no han podido realizar un voto consciente y libre, tal como nuestra Constitución requiere. La televisión en este punto ha cumplido un cometido encomiable pero no para el público sino para el gobierno fujimorista.

Si partimos de la premisa, ampliamente aceptada, que el sistema educativo nacional hace tiempo ha colapsado, veremos sin mucho ejercicio intelectual, que los más afectados (como siempre) es la gente de menores recursos económicos. Entonces relacionamos, gente con poco (casi nulo) poder adquisitivo con personas cuyo razonamiento es menor al medio: básicamente se han acostumbrado a memorizar y no a razonar. Esta deficiencia pedagógica debe ser revertida, en la medida de lo posible, por la televisión, sobre todo si tomamos en cuenta el rol que se le ha asignado constitucionalmente (artículo 14). Sin embargo, este papel social ha sido dejado de lado para regirse por imposiciones económicas y políticas.

En vez de procurar fuentes de empleo para que

estas personas puedan mejorar su situación económica, el Estado se preocupó por tener una actitud paternalista para con ellos, con un fin eminentemente electoral: como ejemplo, a través del PRONAA y los Comedores Populares, les permitió comer (según estudios sociológicos, en un cierto grado de pobreza la gente sólo se preocupa por sobrevivir y el tema estructural del país pasa a un segundo plano, si es que no desaparece). En vez de darles pescado, debió enseñarles a pescar. Ante esta actitud, estas personas sólo veían reforzada su simpatía hacia el candidato presidente, puesto que en la televisión se le veía todos los días trabajando. Pongámonos en el supuesto contrario: si a algunas personas no les gustaba la postura de Fujimori, ¿podrían encontrar otra alternativa? Basta recordar las campañas montadas con el aparato gubernamental para mellar la credibilidad de los principales contendores (Andrade, Castañeda y Toledo). Ante un candidato que les permitía comer y otros que buscaban eliminar los comedores populares (esta fue una de las campañas dentro de la guerra sucia), su voto estaba decidido. Un voto inconsciente y manipulado era el resultado de toda esta actividad: la televisión sirvió entonces para moldear la mente de las personas, aprovechándose de su poca cultura y burlándose del pueblo.

Con una actitud como ésta, la televisión ha claudicado a su función social: Por medio de la prensa el país colabora y concurre a la gestión de su gobierno, junto con sus mandatarios; es tan esencial al gobierno del país por el país, que abdicarla es lo mismo que abdicar su soberanía y renunciar al rango de país libre<sup>(49)</sup>. Además si como afirma, Saavedra<sup>(50)</sup>, con la televisión se puede controlar socialmente al Estado gracias a la discusión en asuntos con relevancia política, realizándose la soberanía popular, ésta última ha desaparecido. Es cierta la conclusión a la que llega PecesBarba: sólo una opinión pública informada puede elegir bien, y sólo eligiendo bien se puede mantener una opinión pública informada. Sólo si hay opiniones

(47) AGUIRRE. *Derecho a las comunicaciones y compromiso ético de las comunicaciones*. En: *Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas. Nº 101, 1998. p. 34.

(48) OSORIO MELÉNDEZ, Hugo. *Políticas de información y Derecho*. Op. cit. p. 116.

(49) ALBERDI, Juan. *América y su revolución*, cit. por ZANNONI, Eduardo A. y Beatriz R. BÍSCARO. *Responsabilidad de los medios de prensa*. Op. cit. p. 14

(50) SAAVEDRA. *La libertad de expresión en el Estado de Derecho. Entre la utopía y la realidad*. Op. cit. p. 68

libres, hay elecciones libres<sup>(51)</sup>.

Un derecho fundamental como la información, lejos de salvaguardar a un individuo, ha debido proteger abstractamente a una entera generación futura, a personas entendidas como una unidad todavía indiferenciada, según nos lo recuerda Häberle. Sin embargo, luego de observar la vigencia de este derecho en la realidad, lo único que se ha logrado ha sido su afectación. Se ha perdido, en términos de Hernández Valle, el principio legitimador de la Constitución, cual es la democracia, pues ésta permitía su validez y efectividad<sup>(52)</sup>.

#### 4.4 El desprecio hacia la democracia.

Ha sido casi unánime el rechazo de la gente aún libre en el país, hacia la poca seriedad con que se ha tratado las elecciones presidenciales en el Perú. Conduciendo a la población a realizar un voto inconsciente no se ha hecho nada más que burlarse de la democracia.

Es casi unánime por parte de los participantes del proceso electoral (Instituto de Defensa Legal, Electoral Reform International Service o Transparencia) que éste se ha encontrado viciado. Independientemente de los resultados y del supuesto fraude ocurrido en el escrutinio, la voluntad del pueblo se ha visto trastocada, tal como hemos tratado de demostrar a lo largo del presente trabajo.

Según el Instituto de Defensa Legal<sup>(53)</sup>, existe un reconocimiento por parte de observadores y supervisores de que la falta de condiciones para elecciones limpias, se debe en buena parte a la irregular actividad de la televisión nacional. Entre ellos, el Instituto Nacional Demócrata y el Centro Carter (en la televisión no hay debate político y, en cambio, hay una abierta parcialidad y hostilidad en contra de los candidatos de oposición), el Instituto Nacional Republicano (ha existido intimidación de los medios de comunicación y el acceso no equitativo a los medios

para todos los candidatos y movimientos, entre otros problemas”), la Asociación Civil Transparencia (se reconoce la existencia de un crecimiento desmesurado de la publicidad estatal), la Defensoría del Pueblo (respecto a la propanganda electoral, ha existido reiterada interferencia) y la Federación Internacional de los Derechos Humanos (el proceso electoral no parece ser una competencia libre y democrática, en la que los ciudadanos pueden optar por los candidatos y propuestas de sus preferencias, sino más bien un procedimiento que busca justificar o disfrazar lo que en realidad es la perpetuación de un régimen autoritario con fuerte presencia militar).

Para el prestigioso Electoral Reform International Services de Gran Bretaña, el derecho de la población a acceder a la información y las ideas está limitado. (...) El gobierno controla el flujo de la información al público amplio vía los medios masivos de comunicación, usando para ello el poder de ofrecer o retirar gastos publicitarios colosales por parte del Estado. Esa situación, sumada a la falta de regulaciones legales, ha derivado en un casi pleno dominio de parte del Estado de los medios masivos de comunicación. Los candidatos de oposición están paralizados: virtualmente no tienen acceso a la televisión de señal abierta, la más importante o única forma en que la mayoría de la población recibe información; reciben poca cobertura de los noticiarios, no pueden difundir publicidad pagada ni tampoco tienen acceso a espacios libres significativos. Sin embargo, los candidatos de oposición y los periodistas independientes si aparecen de manera sistemática en los tabloides para ser denigrados, en campañas que muchos sospechan son orquestadas por los servicios de inteligencia<sup>(54)</sup>.

En el mismo sentido, dentro del Seminario Internacional Elecciones Libres y Limpias(En: Datos Electorales. Boletín de coyuntura electoral preparado por la Dirección de Informaciones de la Asociación Transparencia. N° 22 -feb. 2000- <http://>

(51) PECES BARBA. *La crisis de la libertad de expresión*. Op. cit. p. 181.

(52) HÄBERLE, Peter. *La libertad fundamental en el Estado Constitucional*. Op. cit. p. 298; HERNÁNDEZ VALLE, Rubén. *El principio democrático como límite de la jurisdicción constitucional*. En: *Boletín Mexicano de Derecho Comparado. Nueva Serie*. México. Año XXX, n° 88 (ene. abr. 1997). p. 226.

(53) INSTITUTO DE DEFENSA LEGAL. *¿Y la oposición?* En: *Alerta*. N° 3 (feb. 2000). [www.elcomercio.com.pe](http://www.elcomercio.com.pe)

(54) Citado por el INSTITUTO DE DEFENSA LEGAL. *Hora de definiciones*. En: *Alerta*, número 4, 25 de febrero del 2000. [www.ideele.com.pe](http://www.ideele.com.pe).

www.transparencia.org.pe/), realizado en Lima del 03 al 04 de febrero de este año y organizado por Transparencia, los participantes realizaron un pronunciamiento en el que consideran como un estándar mínimo para la realización de elecciones imparciales, una equidad en las condiciones de competencia entre todos los candidatos. Ésta, sin embargo, se ha visto perjudicada con acciones directamente atribuibles a los medios de comunicación social, en especial a la televisión: campañas de descrédito personal de candidatos de oposición y organizaciones observadoras y de transparencia, falta de acceso a los medios, y el uso de recursos del Estado a favor del partido oficialista.

En vez de que la televisión haya servido para la robustez democrática y social, lo que se ha hecho ha sido desquebrajar el sistema, tal como presiente la Defensoría del Pueblo. Un medio de comunicación social debe fortalecer la unidad nacional, tal como lo rescata la Constitución de Arabia (artículo X)

Ya prevenía la Defensoría del Pueblo de que lo que se trataba era de ampliar el acceso de información y de difusión de las ofertas electorales para favorecer la libre decisión del votante y la competitividad de los participantes teniendo como norte contribuir a la legitimidad de los resultados finales<sup>(55)</sup>. Como el gobierno no tomó en cuenta estas recomendaciones, el proceso podría ser calificado, entonces, como ilegítimo.

No es ilógico, por lo tanto, concluir que el daño en el derecho fundamental a la información dentro del pasado proceso electoral así como este mismo, ha sido irreparable. Y esperemos que en las próximas experiencias en que se involucre la actividad de un candidato a la reelección, no se manipule la conciencia cívica de la población, sobre todo de la menor formación educativa.

## 5 Reflexiones finales.

Si bien los resultados electorales nos han presentado a un candidato opositor, como es Toledo,

con un amplísimo margen de aceptación de la población, ello no desvirtúa nuestras conclusiones. El control de la televisión ha impedido que todos los candidatos puedan presentar sus propuestas a la población y ha permitido la guerra sucia contra ellos. Si bien el mercado electoral ha decidido al representante de Perú Posible como el defensor de la democracia, hubiese podido ser cualquiera de los otros (sobre todo, Andrade y Castañeda, quizás Salas), pero las condiciones no lo han consentido. Aparte la gran aceptación hacia Fujimori, en caso de la existencia de una televisión independiente, creemos que hubiese variado considerablemente; es innegable que existe gente que conscientemente lo apoya (aquellos que justifican el fin sobre los medios, y cuyo conformismo es más que evidente), pero lo preocupante ha sido lo que hemos tratado de demostrar a lo largo del presente trabajo: la base del apoyo al candidato oficialista ha estado en la realización de la votación con irreflexión y ligereza, básicamente debido a la inducción y la maniobra política. He aquí la responsabilidad de la televisión.

Así, este medio ha desaprovechado una brillante oportunidad de hacer patria, de hacer Perú, puesto que más allá de considerarse como el Cuarto Poder, y creerse autosuficientes, deben ser conscientes del rol que deben cumplir, y lejos de jactarse de ser paladines de la democracia deberían preocuparse de serlos, realmente. Lo único que ha procurado la televisión nacional (específicamente en el caso de la de señal abierta) ha sido asegurarse un futuro: subvenciones estatales y un paternalismo ineficiente para el país.

Por esa falta de responsabilidad social de la televisión, hemos sido testigos a lo largo del proceso electoral pasado (sobre todo en la primera vuelta) que el derecho del público se ha de limitar a escoger el medio de comunicación social que desee ver, leer u oír, y no a recibir un mensaje que lo ayude a formar su conciencia.

A todos nosotros se nos han tapado los ojos ante la realidad y no hemos podido ver la luz de la verdad. La mayoría de peruanos nos hemos convertido, en palabras de Saramago, en ciegos que, viendo, no ven. <sup>AS</sup>

(55) DEFENSORIA DEL PUEBLO. *Propaganda, elecciones e igualdad de oportunidad*. En: *Supervisión Electoral 2000. Boletín informativo de la Defensoría del Pueblo*. año I, número 2, febrero 2000, p.2.