

¿Por qué en el Perú no hay quejas por la programación de la radio y televisión?

Por Alexander Chiu Werner. Licenciado en Comunicación y Publicidad de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) con cursos de postgrado de radio para adolescentes y periodismo online en Alemania y de Comunicaciones Integradas de Marketing y Marketing Digital - Web 2.0 en Perú. Actualmente es responsable de Comunicaciones e Imagen del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) y catedrático en el curso de Introducción a los Medios Digitales en la UPC.

06 de julio de 2011

Empezaré diciendo que el título del artículo es un poco ambiguo. Por un lado, es de conocimiento público que los medios de comunicación reciben regularmente quejas, opiniones, críticas o sugerencias de sus consumidores o usuarios en mayor o menor medida. La situación es más notoria cuando se publican a través de los medios sociales digitales como los blogs, foros, redes sociales, entre otros, que al ser principalmente públicos pueden ser conocidos y difundidos entre todos.

Precisamente en dichos medios, donde su estructura entre descentralizada y caótica permite configurar una verdadera democracia de las ideas, es donde se pueden obtener la mayor variedad y calidad de quejas, sugerencias, opiniones y felicitaciones hacia los medios de comunicación. La Web 2.0 ha empoderado al usuario, lo ha convertido en un productor de información, y le ha dado herramientas de participación y colaboración que obligan a los medios a estar atentos, sentirse vigilados y pensar en mejorar constantemente.

Sin embargo, existe otro ámbito, el formal, en el cual tienen que seguirse ciertos procedimientos, plazos y requisitos de parte de ambos con el objetivo de que estos casos puedan ser evaluados, supervisados o que conlleven a una responsabilidad u obligación de solucionarlo o responderlo. El caso de la radio y televisión de señal abierta tiene una dinámica particular en tanto hacen uso de un bien público como es el espectro radioeléctrico; es decir, la señal otorgada por el Estado a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) para que lo utilicen como medio de transmisión de su programación.

Desde la aprobación del Reglamento de la Ley de Radio y Televisión en febrero de 2005, en el Perú solo existen tres quejas que conllevaron a procedimientos administrativos sancionadores en el MTC¹ –ente rector de la radio y televisión en el Perú– relacionadas a la programación de las emisoras de radio o canales de televisión. En definitiva algo sucede en nuestro medio para tener una situación de este tipo. Pero, ¿qué es?

Una regulación por subsanar

En el modelo de regulación de la radio y televisión peruana² se busca promover en primera instancia un mecanismo de autorregulación: los medios de comunicación cuentan con el derecho a las libertades de expresión y opinión autorregulados por sus respectivos códigos de ética; estos códigos tienen que ser presentados ante el MTC y deben contener como mínimo ciertos aspectos establecidos en el Reglamento de la Ley de Radio y Televisión.

¹ Cfr. MTC 2011.

² Al hablar de radio y televisión estaré refiriéndome exclusivamente a los de señal abierta, ya que en el Perú, por ejemplo, no existe una regulación de los contenidos y la programación aplicada a la televisión por suscripción (cable, satélite) o a la transmitida por Internet.

Una persona, asociación o institución puede presentar una queja o comunicación ante el medio radial y televisivo el cual podrá ser resuelto inicialmente por el propio medio siguiendo el mecanismo de solución de quejas especificado en su código de ética; si esta no prospera, la queja debe ser enviada por quien la presentó ante el MTC, quien pedirá opinión no vinculante al Consejo Consultivo de Radio y Televisión³ (CONCORTV) y comunicará finalmente su decisión.

En una primera impresión, el concepto de autorregulación recogido en la normatividad de la radio y televisión es esencial porque contribuye a que se den las condiciones laborales, profesionales y sociales que hagan posible contar con un medio de comunicación responsable con la sociedad.

La presentación de una queja o comunicación previamente a la empresa o entidad referida se da también en otros ámbitos, como en el sector financiero, de telecomunicaciones o en los servicios básicos como el agua y la electricidad.

En el sistema financiero, por ejemplo, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)⁴ establece que para presentar una denuncia ante ellos debe acreditarse que se haya recurrido previamente a la empresa supervisada denunciada⁵. Si luego de 30 días calendario la entidad no cumplió con responder o la respuesta recibida es considerada insatisfactoria, recién puede recurrirse a la SBS.

En el sector de las telecomunicaciones (telefonía fija y móvil, internet, entre otros), el Organismo Regulador de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL)⁶ establece que un usuario debe presentar su reclamo o queja previamente ante la propia operadora del servicio, la cual tiene la obligación de responder en un plazo máximo 40 días útiles.

En la radio y televisión

La legislación peruana⁷ establece que los titulares de radio y televisión están en la obligación de contar con un código de ética que debe ser presentado ante el MTC y que debe contener como mínimo, entre otros aspectos, un mecanismo para solucionar las quejas o comunicaciones del público relacionadas con la programación y la aplicación del código de ética. En las normas no se hace referencia a ningún plazo, procedimiento o requisitos que deben contener estos mecanismos para que puedan ser aprobados por el MTC.

En el Perú el panorama con respecto a los códigos de ética es el siguiente:

- A enero de 2011, el 55% de los titulares de radio y televisión no ha presentado su código de ética⁸ pese a que esto supone una infracción que puede ir desde una amonestación hasta el pago de una multa de 36 mil nuevos soles. Quien no ha presentado su código de ética se somete automáticamente al código aprobado por el MTC.
- Hasta enero de 2011, el CONCORTV evaluó los códigos de ética de 374 titulares de radio y televisión⁹ a solicitud del MTC, de los cuales solo el 15% contaba con un mecanismo de solución de quejas simple, eficiente y con plazos, procedimientos y responsables establecidos, acorde con la naturaleza de la autorregulación y el debido proceso.

³ El CONCORTV es un órgano autónomo, plural y consultivo adscrito al MTC que se encuentra integrado por diez representantes del sector de medios de comunicación comerciales y educativos, facultades de comunicación social, organizaciones no gubernamentales, asociaciones de consumidores, anunciantes, la prensa escrita, profesores, periodistas y el Estado (con voz pero sin voto).

⁴ Cfr. SBS 2011.

⁵ El 2003 se creó la Oficina del Defensor del Cliente Financiero como una instancia que busca prevenir y resolver los conflictos que puedan suscitarse entre clientes y entidades financieras. A la fecha tiene 19 entidades afiliadas.

⁶ Cfr. OSIPTEL 2011.

⁷ Artículo 98 del Decreto Supremo 005-2005-MTC (Aprueban Reglamento de la Ley de Radio y Televisión)

⁸ Cfr. CONCORTV 2011.

⁹ Fuente: elaboración propia a partir de información del CONCORTV.

- Existen 371 códigos de ética elaborados por los propios titulares de radio y televisión y aprobados por el MTC, mientras que 208 titulares han adoptado voluntariamente el Código aprobado por el MTC.

Basándonos en la información anterior, puede concluirse que en el Perú existen 372 (371 códigos propios más el aprobado por el MTC) mecanismos distintos de solución de quejas que el televidente o radioyente tendría que revisar para poder saber cómo ejercer su derecho a quejarse por un programa o contenido emitido. Este es uno de los puntos clave que limitan la participación ciudadana en la mejora de la radio y televisión peruana.

El único caso donde el MTC llegó a sancionar a un titular de radio y televisión por el incumplimiento del horario familiar y de su código de ética fue el de la empresa Radiodifusora Turbo Mix S.R.L de la ciudad de Cajamarca¹⁰. En este caso, el radioyente consideró que la respuesta brindada por el medio no le satisfacía, por lo que había quedado agotada la vía previa ante el medio de comunicación. La sanción fue de 7.100 nuevos soles con el beneficio de un descuento del 70% si la multa era cancelada dentro de los 30 días desde la notificación.

Como ejercicio, la SNRTV

Tomemos como ejercicio el mecanismo de solución de quejas de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión (SNRTV) que agrupa a importantes medios radiales y televisivos de alcance nacional¹¹.

1. Si un televidente o radioyente considera que se incumplió el horario familiar o el código de ética del medio (propagación de insultos, imágenes violentas, conductas antisociales), debe enviar una carta al Comité de Solución de Quejas de la SNRTV acompañada de pruebas como, por ejemplo, grabaciones de imagen o de sonido con su respectiva transcripción fidedigna.
2. El Comité informará al medio en un plazo de 5 días hábiles, teniendo dicho medio 15 días hábiles para formular sus descargos.
3. El presidente del Comité convocará a una audiencia única de conciliación como trámite previo (no se establecen los plazos).
4. En caso no exista conciliación, el Comité expedirá una Resolución (no se establecen los plazos).
5. En caso exista un recurso de apelación a la Resolución del Comité, éste lo elevará al Tribunal de Ética de la SNRTV (no se establecen plazos), quien deberá expedir una resolución en 15 días hábiles como máximo.
6. Luego de finalizado este proceso, el televidente o radioyente recién podrá presentar una denuncia ante el MTC en caso esté en desacuerdo con la resolución o no haya existido respuesta.

Es importante indicar que para efectos legales se está tomando como versión oficial el mecanismo de solución de quejas del código de ética publicado en la página Web del MTC¹² y el que será considerado por dicha entidad frente a un procedimiento administrativo sancionador.

De lo visto, una queja ante un programa de radio y televisión emitido por la SNRTV puede tomar hasta 35 días hábiles resolverlo, aunque al no haberse determinado plazos en varios procedimientos puede temerse que el medio denunciado –en contraposición al espíritu de la autorregulación– intente prolongar indefinidamente el proceso.

Como ejemplo tenemos el caso de una queja hecha por la Asociación Valores Humanos a Frecuencia Latina pidiendo el retiro del horario familiar (06:00 - 22:00 horas) de la serie Los Simpsons. La denuncia fue

¹⁰ Cfr. CONCORTV 2009a.

¹¹ Dicho mecanismo fue evaluado por el CONCORTV y no fue considerado como un mecanismo eficiente. La relación de titulares de radio y TV de señal abierta asociados a la SNRTV son: ATV, Frecuencia Latina, América TV, Red Global, Grupo RPP (Radio Capital, Studio92, Radio Oxígeno, Radio Felicidad, Radio La Mega) y Corporación Radial del Perú (Radio Ritmo Romántica, Radio La Inolvidable, Radio Moda, Radio Oasis, Radiomar Plus, Radio Nueva Q, Radio Planeta y Radio Inca)

¹² Cfr. MTC 2005.

recibida por la SNRTV el 8 de febrero de 2007, se convocó a una primera audiencia de conciliación el 14 de marzo de 2007, y luego a una segunda el 03 de mayo de 2007. Como la Asociación no recibió una respuesta pasados 80 días –y luego de 165 días de la primera carta enviada al medio–, ésta envía una carta al MTC solicitando que se dé por concluida la vía previa de queja ante el medio. Finalmente, el MTC inició un procedimiento administrativo sancionador.

Mientras que en este caso, el principio de autorregulación que intenta propiciar la Ley de Radio y Televisión quedó desvirtuado, también existen casos que se resolvieron directamente ante el propio medio de comunicación. Aunque no se cuenta con un registro oficial, la SNRTV tiene publicada en su página Web¹³ seis: dos casos resueltos en la vía previa ante el medio gracias a una audiencia de conciliación (de los programas “Caídos del Catre” y “Recargados de Risa”), un caso archivado por la inasistencia de la persona que presentó la queja (del programa “ATV Noticias Primer Reporte”), un caso no resuelto en la vía previa ante el medio (del programa “Los Simpsons”), un caso cuyo resultado no se ha publicado (del programa “Arriba los Fonos”), y un último caso que derivó en una resolución del Tribunal de Ética de la SNRTV (del personaje El Negro Mama del programa “El Especial del Humor”).

Un detalle por resaltar es que el 23 de junio de 2011, la SNRTV presentó públicamente un nuevo pacto de autorregulación bajo el cual establecen un nuevo mecanismo de solución de quejas, aunque no tiene validez legal hasta que sea presentado y aprobado por el MTC (no realizado hasta la fecha). El nuevo mecanismo se resume a continuación¹⁴:

Nuevo mecanismo propuesto por la SNRTV		Días hábiles máximos acumulados
Primera instancia: Conciliación con el medio.	Presentación de la queja a la Secretaría Técnica de la SNRTV por escrito, por e-mail o por teléfono.	-
	No es necesario presentar pruebas si la queja se presenta dentro de los 30 días calendario desde la fecha de emisión.	-
	La secretaría técnica verifica requisitos formales de la queja en 2 días hábiles y otorga como máximo 5 días hábiles al medio para formular sus descargos.	7
	En 2 días hábiles la secretaría técnica convocará a una audiencia de conciliación que deberá llevarse a cabo como máximo en 5 días hábiles.	14
Segunda instancia: Comité de Solución de Quejas.	En caso no exista conciliación, las partes podrán presentar sus descargos finales en un plazo máximo de 5 días hábiles desde la fecha de la audiencia de conciliación.	19
	Cumplido el plazo, la Secretaría Técnica pone en conocimiento del Comité de Solución de Quejas los antecedentes del caso en un plazo máximo de 5 días hábiles.	24
	El Comité emite su pronunciamiento en un plazo máximo de 3 días hábiles, salvo se cite a las partes a una Audiencia de Informe Oral (<i>no se establece un plazo máximo</i>), en cuyo caso se computarán los plazos desde llevada a cabo la misma. La resolución se notificará en un plazo máximo de 2 días hábiles.	29 (no se establece un plazo)

¹³ Cfr. SNRTV 2011a.

¹⁴ Cfr. SNRTV 2011b.

Tercera instancia: Tribunal de Ética	Las partes pueden interponer un recurso de apelación al Tribunal de Ética dentro de los 5 días hábiles desde la notificación, y que será notificada al referido Tribunal en 2 días hábiles.	36
	El Tribunal tiene 10 días hábiles para expedir su resolución, que será notificada 2 días hábiles a las partes.	48 días hábiles

En comparación con la anterior, este nuevo mecanismo elimina el requisito de que el televidente o radioyente presente pruebas que sustente su queja, reduce el tiempo de los procedimientos y subsana plazos no establecidos (aunque omite el plazo para la realización de la Audiencia de Informe Oral), pero incrementa el número de instancias y procedimientos que conducen a tener un mecanismo de solución de quejas que puede durar hasta 48 días hábiles (sin contar con el plazo no establecido).

El mecanismo de solución de quejas del código de ética aprobado por el MTC establece un plazo máximo total de 15 días hábiles¹⁵.

La agenda pendiente del MTC

Una segunda queja realizada por la Asociación Valores Humanos pidiendo el respeto al horario familiar y al cumplimiento de su código de ética por la difusión de un reportaje denominado "Ciudad Tres Equis" sobre la prostitución en Ámsterdam en el programa Panorama, fue recibida por Panamericana Televisión el 26 de junio de 2007. Al no recibir una respuesta, el 04 de setiembre de 2007 la Asociación envía una carta al MTC comunicando que se considera finalizada la vía previa ante el propio medio. El Ministerio inició el procedimiento administrativo sancionador el 9 de mayo de 2008 -248 días después- y pidió opinión una opinión no vinculante al CONCORTV el 4 de junio de 2010, 756 días después. El Consejo emitió su opinión el 25 de junio del mismo año y hasta la fecha -a casi 4 años de la denuncia inicial de la Asociación Valores Humanos- el procedimiento no se resuelve.

Ante la presencia de casos como el de la SNRTV y del MTC, se hace evidente la necesidad de modificar la normatividad aplicable y determinar un mecanismo único de solución de quejas que sea simple, eficiente y con plazos cortos, y que facilite sobre todo el ejercicio de los derechos de los ciudadanos por una comunicación ética y de calidad. Una de las propuestas recogidas por el CONCORTV y propuesta al MTC puede resumirse en lo siguiente:

- Los usuarios, sin necesidad de un abogado, pueden presentar una queja ante el CONCORTV quien en no más de 5 días hábiles la trasladará al titular de radio o televisión a nombre del usuario.
- El titular de radio y televisión tendrá hasta 15 días hábiles para pronunciarse sobre la queja presentada. La carga de la prueba (grabaciones audiovisuales o sonoras) recae en el propio titular.
- Vencido el plazo o si el usuario no se da por satisfecho, en un plazo de 30 días hábiles el usuario podrá presentar su denuncia al CONCORTV quien en no más de 5 días hábiles la trasladará al MTC.
- Iniciado el procedimiento administrativo sancionador, el MTC en no más de 5 días hábiles solicitará opinión al CONCORTV respecto de la denuncia presentada, teniendo el Consejo hasta 15 días hábiles para pronunciarse.
- Si no existe opinión del CONCORTV dentro del plazo señalado, el MTC decidirá el archivo del procedimiento o la sanción correspondiente.
- El CONCORTV facilitará a los usuarios un formulario para la presentación de quejas, adicionalmente a un número telefónico o dirección de correo electrónico.

¹⁵ R.M. 801-2006-MTC/03 Aprueban códigos de ética para la prestación de los servicios de radiodifusión comercial, educativa y comunitaria.

Si bien el MTC viene evaluando las propuestas enviadas por el CONCORTV como lo mencionó el Ministro de Transportes y Comunicaciones, Enrique Cornejo¹⁶, en marzo de 2010, hasta junio de 2011 no se ha presentado ninguna modificatoria legal sobre el tema.

Denuncias ciudadanas en Chile¹⁷

En Chile, cualquier ciudadano puede presentar una queja ante el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) hasta 15 días hábiles después de transmitido el programa. La CNTV le responderá al ciudadano vía correo electrónico en no más de 48 horas hábiles si la denuncia ha sido acogida o desestimada (principalmente por cuestiones formales). La CNTV prepara un informe técnico y en caso la denuncia proceda, se formula cargos al canal correspondiente. Este tiene un plazo para presentar sus descargos que son revisados por el Consejo para decidir finalmente imponer una sanción o absolver al canal de los cargos formulados. Si bien no se establecen plazos para este proceso, la CNTV indica que el tiempo total promedio de la tramitación de una denuncia es de 70 días calendario.

El 2009, el CNTV pasó de haber tramitado 285 denuncias ciudadanas el 2008 a 1057, de las cuales el 55% (582 denuncias) derivaron en sanciones a los canales de televisión por haber vulnerado las normas. Los principales temas denunciados se relacionaron a la dignidad de las personas, audiencia infantil, violencia y erotismo. El incremento de denuncias se debió principalmente a que un solo programa (el *reality show* 1810) concentró el 47% del total de denuncias.

El 2010, el CNTV recibió 584 denuncias ciudadanas de las cuales 78 (13%) derivaron en una sanción al canal de televisión. Los principales temas denunciados fueron la dignidad de las personas, el sensacionalismo/pluralismo y la protección a los menores. Hasta mayo de 2011, el CNTV había tramitado 818 denuncias.

Denuncias ciudadanas en Argentina

En el 2009¹⁸, el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER, actualmente la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual [AFSCA]) recibió un promedio de 2.100 reclamos relacionados a los contenidos de la programación de radio y televisión. De estos, el 47% correspondía a temas relacionados al erotismo y el 40% a la protección al menor, seguido por el vocabulario (8%) y la violencia (5%).

Con la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual reglamentada en setiembre de 2010, se crea la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual cuya función será la de recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del usuario de radio y televisión pudiendo también actuar de oficio.

El denominador común de las experiencias internacionales vistas así como en las que se viene debatiendo una nueva legislación (como en México, Uruguay, Ecuador y Bolivia) es la existencia de un organismo con cierto nivel de autonomía con la capacidad de sancionar y supervisar el cumplimiento de las normas que protegen a la audiencia infantil y al uso ético de las comunicaciones audiovisuales. Asimismo, se le otorga todas las facilidades a los usuarios de los medios para que puedan formular su queja o sugerencia: presentar una queja por escrito, vía telefónica o vía Internet sin necesidad de presentar pruebas, sin acudir a audiencias de conciliación o sin la necesidad de realizar un seguimiento del cumplimiento de los plazos.

¹⁶ Cfr. CONCORTV 2010.

¹⁷ Cfr. CNTV 2011, CNTV 2010a, CNTV 2010b, CNTV 2009.

¹⁸ Fuente: elaboración propia a partir de datos aproximados recopilados en <http://www.afsca.gob.ar/web/informes-atencion-al-usuario.php>.

Una ciudadanía por despertar

La Ley de Radio y Televisión –aprobada en julio de 2004– y en general las reglas aplicables al sector siguen siendo desconocidas por gran parte de la población así como por los propios titulares de radio y televisión y los sectores involucrados¹⁹. Esto conlleva a la siguiente problemática:

- Los titulares de radio y televisión –principalmente al interior del país–, son personas o empresas que al no conocer las normas que regulan su actividad se convierten en entidades frágiles y expuestas constantemente a que el MTC pueda intervenirlas y sancionarlas tanto por infracciones técnicas como éticas.
- La población no conoce sus derechos como televidentes y radioyentes, información que tampoco es proporcionada por el Estado o por los propios titulares de radio y televisión quienes están obligados a difundir el contenido de sus códigos de ética a través de su programación y a través de otro medio alternativo como una página Web.
- En una encuesta realizada el 2009²⁰, solo el 54% consideraba que había una entidad u organismo que regulaba la radio y televisión en el Perú.

De otro lado, desde la legislación peruana la radio y televisión son consideradas como servicios privados de interés público; es decir, servicios privados cuya administración y uso es considerado fundamental para la sociedad y donde debe primar el interés general. Recordemos que el espectro radioeléctrico no es una propiedad de los titulares de radio y TV, sino un bien público, un recurso natural y limitado otorgado por un periodo definido para satisfacer las necesidades de las personas en el campo de la información, el conocimiento, la cultura, la educación y el entretenimiento respetando los derechos y deberes fundamentales.

No obstante, la ciudadanía no considera tener derechos sobre un servicio por el que no paga y cuyo recurso natural no es tangible ni visible. A diferencia de la extracción de minerales cuya explotación es evidente y visible, y del servicio de telefonía cuyo costo mensual conlleva a la población a exigir un buen producto o servicio, en la radio y televisión de señal abierta se opta por apagar el aparato o cambiar de canal/emisora cuando recibimos un contenido inadecuado o un programa de baja calidad.

Por lo tanto, además de la desinformación que tenemos como televidentes y radioyentes sobre nuestros derechos, también es necesario tomar conciencia sobre nuestra responsabilidad como ciudadanos para exigir a los titulares de radio y televisión una programación de calidad y respetuosa de los valores de nuestra sociedad.

Hacia una radio y televisión con una actitud 2.0

En el lenguaje informático, la Web 2.0 involucró –más que un salto tecnológico– un cambio de actitud en la forma como se concebía Internet y que permitía que los usuarios sean algo más que receptores de información²¹. La filosofía Web 2.0 puede resumirse en tres conceptos esenciales: el enfoque hacia el usuario, la arquitectura basada en la participación y colaboración, y el beta perpetuo.

La radio y televisión deben enfocarse en su televidente o radioyente, quienes finalmente son sus usuarios/consumidores y por ende el sustento del éxito de su negocio. La programación y los contenidos deben orientarse hacia la satisfacción de esas necesidades pero tomando en consideración la responsabilidad que conlleva manejar un medio de comunicación con una capacidad de influir y formar a una sociedad.

¹⁹ Esto se ha observado en los más de 40 eventos públicos organizados por el CONCERTV desde el 2006 en 20 ciudades del Perú con el objetivo de informar a los titulares de radio y televisión, autoridades, catedráticos, estudiantes y público en general sobre los alcances de la Ley de Radio y Televisión.

²⁰ Cfr. CONCERTV 2009b. Estudio realizado por Ibope Time por encargo del CONCERTV a casi 6.000 personas en 12 ciudades del país.

²¹ Cfr. O'REILLY 2005.

Un mecanismo de solución de quejas eficiente, un código de ética difundido a través de la programación y una apertura al diálogo y la comunicación con los usuarios es sinónimo de construir una arquitectura de empresa basada en la participación y la colaboración. Las personas valoran cada vez más el rol participativo que pueden tener en los medios de comunicación y este debe ir más allá de las llamadas telefónicas en vivo o la participación en concursos o sorteos. Los televidentes y radioyentes pueden ser las mejores fuentes de información sobre lo que se puede mejorar o proponer en la programación.

La arquitectura de la participación y la colaboración también debe ser aplicada al MTC, manteniendo una comunicación constante con la sociedad a través de audiencias públicas y canales de comunicación ágiles y eficientes.

En la informática, una fase beta es una etapa en la cual el producto tecnológico está disponible para que sea probado o testeado por los usuarios, a fin de identificar errores o mejorar detalles que hagan que el producto final sea exitoso y confiable. Encontrarse en una etapa de "beta perpetuo" implica mantenerse en un constante estado de prueba gracias a la participación de los usuarios, donde ningún procedimiento, norma o actividad se dé por finalizada o inamovible, sino que siempre podrá ser revisado y evaluado para mejorarlo continuamente.

A manera de conclusión, tratemos de responder la pregunta que dio pie a este artículo: ¿por qué en el Perú no hay quejas por la programación de la radio y televisión? Las principales razones se deben a la necesidad de actualizar una norma legal que impide una participación fluida de la ciudadanía a través de sus quejas y sugerencias, a la necesidad de impulsar el espíritu de la autorregulación en los titulares de radio y televisión que permitan beneficiarse de la retroalimentación de sus usuarios y garantizar el menor involucramiento del Estado, y al fomento de una participación activa de una sociedad que considere la programación de calidad como un derecho básico e imprescindible para la construcción de una sociedad moderna, inclusiva y formada en valores.

Documentación consultada

CONSEJO CONSULTIVO DE RADIO Y TELEVISIÓN (CONCORTV)

2011 Estadísticas de la radio y televisión en el Perú.

(<http://www.concortv.gob.pe/es/file/informacion/estudios/2011/concortv-estadisticas-rtv.php>) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

2010 Ministro Cornejo se comprometió a mejorar el horario familiar en la radio y TV.

(<http://www.concortv.gob.pe/index.php/informacion/noticias/626-ministro-cornejo-se-comprometio-a-mejorar-el-horario-familiar-en-la-radio-y-tv.html>) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

2009a Por primera vez se sanciona a un medio por incumplir su código de ética y el horario familiar

(<http://www.concortv.gob.pe/index.php/informacion/noticias/558-por-primera-vez-se-sanciona-a-un-medio-por-incumplir-su-codigo-de-etica-y-el-horario-familiar.html>) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

2009b Encuesta sobre las actitudes, hábitos, evaluación y opinión hacia la radio y televisión en el Perú

(<http://www.concortv.gob.pe/index.php/biblioteca-digital/estudios/613-2009-encuesta-sobre-las-actitudes-habitos-evaluacion-y-opinion-hacia-la-radio-y-television-en-el-peru.html>) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES (MTC)

2011 Presentación realizada por la Dirección de Control y Supervisión de Comunicaciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones en abril de 2011
(<http://www.concortv.gob.pe/file/participacion/eventos/2011/04-moquegua/MTC.pdf>) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

2005 Código de ética de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión
(http://www.mtc.gob.pe/portal/comunicacion/concesion/radiodifusion/codigo_etica/ANDINA%20DE%20RADIODIFUSION%20SAC.pdf) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN DE CHILE (CNTV)

2011 Misceláneos e informativos son los géneros más denunciados al CNTV
(http://www.cntv.cl/miscelaneos-e-informativos-son-los-generos-mas-denunciados-al-cntv/prontus_cntv/2011-06-06/172346.html) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

2010a Denuncia de programas
(http://www.cntv.cl/denuncias/prontus_cntv/2010-12-30/110536.html) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

2010b Balance denuncias ciudadanas 2010
(http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110606/pags/20110606120651.html) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

2009 Informe denuncias ciudadanas del año 2009
(http://www.cntv.cl/nforme-enuncias-iudadanas-del-a-o-2009/prontus_cntv/2011-04-11/134159.html) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

O'REILLY

2005 What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.
(<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

ORGANISMO REGULADOR DE INVERSIÓN PRIVADA EN TELECOMUNICACIONES (OSIPTEL)

2011 Procedimiento de reclamos
(http://www.osiptel.gob.pe/WebSiteAjax/WebFormGeneral/orientacion_usuarios/wfrm_procedimientos_reclamos.aspx) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

SOCIEDAD NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN (SNRTV)

2011a Audiencias únicas de conciliación (<http://www.snrtv.org.pe/audiencia.php>) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

2011b Solución de quejas (<http://www.snrtv.org.pe/solucion.php>) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)

SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP (SBS)

2011 Denuncias (http://www.sbs.gob.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0&PFL=1&JER=256) (Fecha de consulta: 06 de julio de 2011)