



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

Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información

3

ISSN: 2301-1424

Principios y “buenas prácticas” para los medios públicos en América Latina

Martín Becerra
Silvio Waisbord

Publicado en 2015 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (7, place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia) y la Oficina Regional de Ciencias de la UNESCO para América Latina y el Caribe, Oficina de UNESCO en Montevideo, (Luis Piera 1992, Piso 2, 11200 Montevideo, Uruguay).

© UNESCO 2015

ISSN 2301-1424



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

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

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

Coordinación editorial:
Guilherme Canela Godoi

Diseño gráfico, de cubierta y maquetación: María Noel Pereyra
Gráfico de cubierta: Freepik.com

Principios y “buenas prácticas” para los medios públicos en América Latina

Martín Becerra
Silvio Waisbord

Una invitación al debate

Hace más de tres siglos, el pensador, poeta y político británico John Milton publicó uno de los textos más importantes y conocidos contra la censura: *Aeropagítica*. El mismo fue uno de los catalizadores de un importante debate sobre la protección de la libertad de expresión y de prensa.

Mucho siglos antes de él, los griegos produjeron sólidas discusiones sobre la importancia de la *doxa* (opinión) para la democracia.

Los debates sobre la centralidad de la libertad de expresión y del acceso a la información y al conocimiento para las democracias, para el desarrollo, la protección y promoción de otros derechos humanos no son para nada una novedad.

Sin embargo, no hay duda que el advenimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación e información, particularmente la expansión de la Internet, ofrecen una dimensión singular e inédita a estas discusiones.

Las repercusiones en el sistema de protección y promoción de los derechos humanos, la consolidación de las democracias, el desarrollo, la toma de decisiones, las políticas públicas y, al fin del día, en la vida cotidiana de cada ciudadano y ciudadana son sin precedentes.

El avance de las sociedades del conocimiento está íntimamente conectado a la profundización de las discusiones sobre el derecho a la libertad de expresión y al acceso universal a la información en mundo cada vez más conectado. Libertad de prensa, desarrollo de los medios, privacidad, el rol de las TIC en las políticas públicas, gobiernos abiertos, protección documental, alfabetización mediática e informacional, son algunos de los muchos temas que están sobre el tapete.

La Oficina de la UNESCO en Montevideo, buscando intensificar la función de laboratorio de ideas de la Organización, ofrece a sus stakeholders estos Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información.

Producidos por los principales expertos en cada tema, el objetivo central es ofrecer insumos para que tomadores de decisión y formuladores de políticas públicas puedan tener en cuenta distintos ángulos de los asuntos que están en el orden del día de la agenda internacional, siempre teniendo como eje conductor los estándares internacionales existentes.

No se pretende ofrecer la última palabra. Al contrario, lo que se desea es contribuir a un debate cada vez más informado y plural sobre cuestiones centrales de ayer, hoy y mañana.

¡Buena lectura!

Prólogo

Más medios, más diversidad, más calidad: una hoja de ruta para ampliar la libertad de expresión de todos y todas

La UNESCO, a lo largo de sus 70 años de existencia, ha subrayado de manera muy clara la centralidad de medios libres, independientes y plurales para la consolidación de las democracias y la promoción y protección de los derechos humanos de todos y todas.

¿Cómo, exactamente, alcanzamos un ecosistema mediático con estas características? Tenemos, acá, sin duda, un rompecabezas complejo. Sin embargo, hay algunos elementos que son fundamentales, entre ellos está la llamada pluralidad y diversidad de los medios de comunicación.

En los *Indicadores de Desarrollo Mediático* de UNESCO, está señalado que este ecosistema debe contar con **medios públicos, privados y comunitarios**. La publicación por ustedes tienen en sus manos propone interrogantes importantes respecto a los llamados medios públicos.

Al contrario de lo que ha pasado con otras regiones del mundo, en América Latina, los medios, en la mayoría de los casos, nacieron privados y, en gran medida, continúan siéndolo.

Hay, no obstante, a lo largo de los últimos años un robusto movimiento en muchos de los países de la región para cambiar este escenario. Nuevas institucionalidades fueron creadas y un conjunto de medios, llamados públicos, ocupan el espectro electromagnético por primera vez o de una manera mucho más fuerte comparada con lo que existía antes de estas transformaciones.

En este contexto, diferentes partes involucradas pasaron a preocuparse con una serie de nuevos interrogantes: ¿cómo apoyar este fenómeno?; ¿cómo garantizar que estos medios sean realmente públicos, en línea con los estándares internacionales?; ¿cómo garantizar la rendición de cuentas y transparencia de estos procesos y su sostenibilidad?

La UNESCO, como agencia líder del Sistema de Naciones Unidas en las discusiones sobre la protección y promoción del derecho a la libertad de expresión, ha desarrollado diferentes estrategias para contribuir a este debate.

La Organización ha propuesto, por ejemplo, en los años recientes, la discusión de Indicadores de Calidad de las Emisoras Públicas¹ y de Indicadores de Sostenibilidad de los Medios² y un estudio comparativo legal con los principales estándares internacionales en Medios Públicos³.

Este *Policy Paper*, escrito por dos de los más importantes expertos latino-americanos en estudios de políticas públicas de comunicación, Martín Becerra y Silvio Waisbord, forma parte de este esfuerzo de UNESCO de cooperar con los debates en curso en la región.

El texto analiza el contexto actual, discute buenas prácticas y propone un conjunto de recomendaciones.

1 <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/indicadores-de-qualidade-nas-emissoras-publicas-uma-avaliacao-contemporanea/> (también disponible en portugués, inglés y francés)

2 http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/IPDC/ipdc59_Media_viability_indicators.pdf

3 <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002147/214765por.pdf> (también disponible en inglés)

Como todos los demás textos de la Serie Debates el objetivo es nuevamente ofrecer insumos para las partes involucradas en esta discusión pública siempre con el horizonte de lograr políticas públicas que amplíen la libertad de expresión de todos los latinoamericanos.

¡Buena Lectura!

Lidia Brito,

Directora de la Oficina Regional de Ciencias
de la UNESCO para América Latina y el Caribe

Indice

Una invitación al debate.....	5
Prólogo	7
Resumen ejecutivo	10
Executive Summary	11
I. Objetivo	13
II. Contexto	13
III. Principios de los medios públicos	14
IV. Principios y realidad: ¿Medios públicos, medios estatales, medios gubernamentales	15
V. “Buenas prácticas” en los medios públicos.....	17
Programación.....	18
Gestión	18
Recomendaciones	20
Referencias	21
Sobre los autores	23

Resumen ejecutivo

Las recientes regulaciones adoptadas en América Latina y el cambio de orientación de las políticas de medios en algunos países de la región reposicionan la consideración de los medios de gestión estatal, los llamados medios públicos. El policy paper tiene como objetivo sintetizar las definiciones de medios públicos provistas en las regulaciones latinoamericanas así como los indicadores de desarrollo mediático elaborados por la UNESCO y otros organismos que colaboran para lograr una democratización del espacio público mediático.

El documento sintetiza debilidades y fortalezas de la gestión de medios estatales con el fin de proponer a futuro, dimensiones y “lecciones claves” demostradas por casos que se acercan al ideal de medios públicos.

La premisa del trabajo es que existen suficientes casos con experiencias interesantes en el sector (tanto a nivel estatal nacional, regional y local) que deben ser considerados para informar debates y análisis con la participación de tomadores de decisión, personal técnico de gobiernos, agencias y organizaciones no-gubernamentales, y académicos.

Executive Summary

New media regulations and changes in policy directions in some countries in Latin America drive new consideration of state owned and managed media, so-called public media. This policy paper aims to summarize definitions of public media in the legislation in the region and to offer indicators developed by UNESCO and other agencies to support the democratization of public media.

This document reviews weaknesses and strengths in the management of state media in order to propose dimensions and “key lessons” from particular experiences that come close to the ideal of public media.

The premise is that a sufficient number of interesting experiences at the municipal, state, and national levels must be considered to inform debates and analyses among decision-makers, state officials, international agencies, non-government organizations, and and scholars.

Principios y “buenas prácticas” para los medios públicos en América Latina

I. Objetivo

Este *policy paper* tiende a sintetizar la definición ideal de los medios públicos tal y como surge de las regulaciones del sector adoptadas en América Latina y los parámetros e indicadores de desarrollo mediático y de medios públicos elaborados por la UNESCO. Esta definición ideal será contrastada con las prácticas de políticas públicas en el sector de los medios públicos en los últimos años. De ese examen surgirá un contraste productivo sobre debilidades y fortalezas para proponer, en posteriores documentos, un examen empírico sobre experiencias sobresalientes de medios públicos en la región y proponer “lecciones claves” demostradas por casos que se acercan al ideal de medios públicos. Nuestra premisa es que existen suficientes casos con experiencias interesantes en el sector que deben ser considerados para informar debates y análisis con la participación de tomadores de decisión, personal técnico de gobiernos, agencias y organizaciones no-gubernamentales, y académicos.

Para desarrollar el análisis, se revisarán los indicadores de UNESCO sobre medios públicos y sobre políticas de comunicación. Esta revisión normativa se realiza en base a las regulaciones sobre medios públicos que han tenido lugar en el pasado en América Latina, pero también con especial consideración hacia las nuevas regulaciones adoptadas por algunos países de la región en los últimos años.

A continuación, el documento ofrece definiciones ideales sobre los medios de servicio público, presenta un resumen del contexto de medios públicos en América Latina, identifica principios claves para el funcionamiento de los medios públicos de acorde a valores democráticos en la región, y brinda recomendaciones para UNESCO y otros actores para fortalecer los medios públicos.

II. Contexto

La historia de los medios de comunicación de propiedad pública en América Latina muestra un desarrollo sinuoso, con una cantidad significativa de iniciativas con aspiraciones y resultados mixtos. A pesar de estar justificados en principios públicos y en postularse como alternativas a los medios anclados en la lógica privada de rédito económico, y de incluso brindar oportunidades para la expresión de una gama diferente de voces y perspectivas, los medios públicos principalmente funcionaron como prolongaciones del aparato comunicacional del Poder Ejecutivo en casi todos

los países de la región (más adelante se aludirá a algunas recientes experiencias de emisoras de otros poderes estatales). La débil autonomía institucional frente al poder político, la ausencia de mecanismos de gerenciamiento transparentes, y los problemas crónicos de financiamiento han sido cuestiones medulares que, en última instancia, debilitaron e imposibilitaron el logro de objetivos públicos a la vez que alejaron a estos medios de gestión estatal del arquetipo ideal de medio de servicio público tal y como ha sido definido en la literatura especializada. Asimismo, América Latina acusa la inestabilidad de órganos reguladores del sector audiovisual: cuando responden al Poder Ejecutivo, porque al producirse alternancia política se modifica la composición y las políticas del órgano regulador; cuando aspiran a márgenes de autonomía del Poder Ejecutivo, estos órganos son desfinanciados y sus facultades reducidas por el gobierno de turno. Aunque la consolidación democrática de las últimas décadas abrió una nueva oportunidad para corregir estos defectos, los problemas han persistido a lo largo de la región debido a las dificultades para corregir obstáculos.

Este documento de trabajo atenderá a sintetizar por un lado la definición ideal de los medios públicos tal y como surge de las regulaciones del sector adoptadas en América Latina y los parámetros e indicadores de desarrollo mediático y de medios públicos elaborados por la UNESCO. Esta definición ideal será contrastada con las prácticas de políticas públicas en el sector de los medios públicos en los últimos años. De ese examen surgirá un contraste productivo sobre debilidades y fortalezas para proponer, en posteriores documentos, un examen empírico sobre experiencias salientes de medios públicos en la región y proponer “lecciones claves” demostradas por casos que se acercan al ideal de medios públicos. Nuestra premisa es que existen suficientes casos con experiencias interesantes en el sector que deben ser considerados para informar debates y análisis con la participación de tomadores de decisión, personal técnico de gobiernos, agencias y organizaciones no-gubernamentales, y académicos.

Para desarrollar el análisis, se revisarán los indicadores de UNESCO sobre medios públicos y sobre políticas de comunicación. Esta revisión normativa se realiza en base a las regulaciones sobre medios públicos que han tenido lugar en el pasado en América Latina, pero también con especial consideración hacia las nuevas regulaciones adoptadas por algunos países de la región en los últimos años.

A continuación, el documento define variables de análisis de experiencias concretas de gestión de medios públicos en América Latina y por último,

identifica casos a explorar en estudios posteriores a partir de su relevancia en función de las variables definidas con anterioridad.

III. Principios de los medios públicos

Los principios de los medios públicos resultan afectados por las prácticas que se desarrollan y condicionan su desempeño en la sociedad, por las regulaciones estatales que en varios países de América Latina revisan su misión y su función y por la convergencia tecnología y regulatoria de la mano de la explosión digital, que impacta sobre el conjunto del sistema de medios y convierte en obsoleto el concepto de “radiodifusión”.

En efecto, los principios de los medios públicos han cambiado durante su historia. A la luz de los cambios tecnológicos de las últimas décadas, fue necesario redefinir los principios en función de nuevos escenarios y necesidades de los sistemas de medios y las democracias. Mientras que algunos principios han cambiado, o no tiene la misma importancia que en el pasado, otros siguen permaneciendo como necesarios. Históricamente, como demuestra la experiencia europea, los principios básicos de los medios públicos fueron actuar como monopolio en función de las necesidades culturales y objetivos de llegar a la población con un servicio común con gran alcance geográfico y social, programación particularmente dedicada a representar la diversidad de culturas, preferencias y lenguajes y expectativas educacionales, financiamiento público ya sea a través de impuestos pagados por los ciudadanos directamente o partidas del presupuesto público dictado por el Congreso, y sistema público de rendición de cuentas y transparencia en la gestión en cuanto al funcionamiento. Mientras que el principio de monopolio ha sido superado por desarrollos tecnológicos (la ampliación del espectro “radioeléctrico” y la multiplicación de soportes de producción, edición y transporte de contenidos) y modificaciones regulatorias, los otros tres principios permanecen como importantes pero demandaron una profunda revisión en los últimos años.

La definición ideal de los medios públicos ha sido expresada a través de numerosos aportes en diferentes latitudes (ver referencias finales). La UNESCO ha subrayado la función que un sistema de medios públicos puede desempeñar como pilar de la convivencia democrática al sostener que “un aparato robusto de radiodifusión pública, acorde a las mejores prácticas internacionales, es el complemento ideal de los actores privados y comunitarios que conforman los ecosistemas mediáticos – lo que tiene máxima relevancia para la democracia” (Bucci, Chiaretti y Fiorini, 2012). La premisa central del ideario de los medios públicos es que deben estar en el corazón de la vida democrática y actuar como pilar comunicativo de las diferentes necesidades de la democracia – diálogo, diversidad de ideas, construcción de identidades, tolerancia, y libertad de expresión.

La existencia de diversas tradiciones de medios públicos se corresponde, en esencia, con las también distintas construcciones democráticas que se registran en diferentes países. Es decir, la esencia del sistema de medios públicos está vinculada con las prácticas sociales y políticas que definen la estructuración del espacio público democrático, por lo que es necesario atender a condicionamientos históricos que son específicos de cada sociedad.

No obstante, hay varias características que suelen ser invocadas cuando se definen las propiedades de los medios públicos a nivel normativo. Estas son:

1. La cobertura de sus servicios, que inicialmente comprendía una variante geográfica y socioeconómica, pero que a partir de la convergencia tecnológica comprende también la extensión de los servicios públicos a diferentes pantallas y dispositivos de uso de información y entretenimientos;
2. La independencia editorial y financiera no sujeta a revisión frecuentes (ej. anuales) que condicionan la autonomía del funcionamiento¹;
3. La autonomía de sus órganos de gobierno frente al poder político y mercantil;

1. En su análisis de la radiodifusión pública de catorce países democráticos, Benson y Powers (2011) observaron la existencia de cuatro características de importancia para el funcionamiento autónomo y adecuado de las emisoras públicas. No es casualidad que tres de ellas se relacionen con el financiamiento.
 - i. En muchos de estos países, el financiamiento se establece para un período de muchos años y no solamente para un año. Esto evita que el gobierno vincule directamente su aporte de recursos a la aprobación o reprobación de algún programa en particular.
 - ii. Las emisoras públicas se fortalecen cuando existe la percepción de que responden a la ciudadanía y no a los políticos o anunciantes. Tal efecto puede obtenerse por medio del tipo de financiamiento (tasas) o por medio de la existencia de organizaciones de vigilancia que incentiven la participación de la ciudadanía y la rendición de cuentas de las emisoras.
 - iii. El aparato jurídico que sustenta la existencia de las emisoras públicas de dichos países prioriza la importancia de ofrecer una programación de alta calidad e incluir diferentes opiniones. También se busca incluso cohibir la influencia gubernamental en la programación mediante la creación de criterios técnicos para la concesión de financiamiento.
 - iv. En todos los países existen agencias o consejos de supervisión o administración cuyo objetivo es separar a las emisoras públicas del gobierno de turno. A su vez, también es necesario garantizar que dichas agencias o consejos puedan actuar de forma independiente.

4. La pluralidad de su contenido y la diversidad e imparcialidad de su programación (“el servicio público de difusión tampoco debe promover una posición determinada o apoyar a un partido político determinado”);
5. El mandato de servicio público establecido por la regulación;
6. La rendición de cuentas (*accountability*) a la población y a órganos reguladores que tengan margen de autonomía respecto del gobierno;
7. La producción de contenidos regida por el interés público y no por estándares comerciales o expectativas partidarias;
8. La provisión de contenidos ausentes o de débil presencia debido a que no encajan con la lógica comercial o partidaria.

Estos principios definen la misión de los medios, particularmente a diferencia de los medios comerciales dominantes en América Latina. Ninguno de los principios mencionados (ciudadanía, representatividad, “*accountability*”, imparcialidad, pluralismo) son centrales a los criterios típicamente utilizados por los medios comerciales como ganancia, productividad, o competencia por audiencias y anunciantes.

Estos principios deben ser pensados en función del rol de los medios públicos de remediar las deficiencias de mercados audiovisuales/informativos dominados por criterios mercantiles. Es decir, se debe pensar sus principios en relación a las “fallas del mercado” – aquellos contenidos que el mercado no provee o provee insuficientemente ya que persigue objetivos puramente comerciales y que son necesarios para la vida democrática y que tampoco son suplidos eficientemente por plataformas digitales en Internet. Por lo tanto, si el mercado no ofrece contenidos para “minorías” lingüísticas y educativos, o determinada información sobre asuntos públicos con perspectivas múltiples, contenidos que son necesarios para sociedades multiculturales cruzadas por diversos intereses y posiciones, los medios públicos deberían suplir estas carencias. Es decir, los medios públicos deberían corregir los desbalances del mercado de información y cultural que son propios cuando son dominados por medios comerciales que persiguen objetivos contrarios o diferentes a los ideales democráticos. Mientras que los medios comerciales tienen sesgos debido a los intereses propios de sus dueños y reglas de funcionamiento dentro del mercado, los medios públicos deben estar protegidos de tales expectativas y presiones. Por supuesto, al ser financiados con el erario público en la mayoría de los casos, los medios públicos tienen un mandato de exigencias de calidad en el respeto del interés público, transparencia de su gestión y pluralismo en sus contenidos mucho mayores que los medios comerciales.

Cada uno de los ocho principios encuentra justificación en la literatura dedicada a los sistemas de medios públicos y básicamente los argumentos se resumen en que para poder formar e informar a la ciudadanía en nombre de valores democráticos, sobre la base de los derechos humanos y sin discriminación por razones políticas, económicas, sociales, culturales o geográficas, las emisoras públicas deben contar con una línea editorial que sea plural y que estimule la diversidad de temas y perspectivas, con fuentes estables de financiamiento que prescindan de los condicionamientos que por un lado supone la publicidad comercial y, por el otro, la dependencia política de un gobierno, y con una rendición de cuentas que interpele a diferentes grupos sociales y políticos.

En palabras de la UNESCO, “si fueran una extensión de los intereses del gobierno, las emisoras públicas no podrían generar debates que critiquen a ese mismo poder. Si fueran seguidoras obedientes de las reglas del mercado anunciante, las emisoras públicas no podrían, ni sabrían, ni lograrían ofrecer programas que presenten un abordaje suficientemente crítico de las realidades del mercado.”

Ya en 1962, en uno de los estudios señeros sobre el tema, Antonio Pasquali postuló que el sistema radiotelevisivo puede denominarse “servicio público” cuando satisface los requisitos siguientes: no pertenece a privados; es mayoritariamente financiado por el Estado, es decir con dineros públicos; tiene autonomía política frente a Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y es independiente de los poderes económicos; es un servicio no-gubernamental y desgubernamentalizado; está bajo supervisión del Poder Legislativo o de una autoridad especial supra partes y aplica criterios de par condicio (paridad de tratamiento, ecuanimidad) en el tratamiento de la política interna; ofrece servicios diversificados, complementarios y universales (maximización de coberturas y atención a todos los estratos socioculturales); se impone a sí mismo elevados estándares cualitativos y de moral social” (en Safar y Pasquali, 2006: 74).

IV. Principios y realidad: ¿Medios públicos, medios estatales, medios gubernamentales?

Las anteriores definiciones de principios ideales poseen un valor orientador para reflexionar sobre las experiencias reales de desarrollo y gestión de medios públicos en América Latina. Huelga señalar que no hay un solo caso que cumpla en simultáneo con todos los requisitos mencionados, pero sí es posible citar ejemplos “virtuosos” tanto en términos de financiamiento, de diseño y control institucional, como de programación. Los escenarios sociales, políticos, culturales y económi-

cos específicos han dado lugar en la historia de América Latina a una serie de medios de gestión estatal con perfiles muy distintos ya que el tipo de estructuración del espacio público democrático ha tenido experiencias también diferentes.

Como sucede con otros ideales de políticas públicas, la concreción de avances para construir las emisoras de radiodifusión de servicio público puede significar un cambio copernicano si se parte de una historia alejada de los principios enunciados.

Esa es, justamente, la historia de los medios de propiedad pública en América Latina. Aún con las diferencias propias de desarrollos y estructuras sociodemográficas muy dispares, es posible identificar tendencias comunes a los diferentes países de la región. En primer lugar, la lógica comercial ha guiado casi en soledad el funcionamiento del sistema mediático en América Latina; en segundo lugar, y de modo complementario, se comprueba la ausencia de servicios de medios públicos no gubernamentales con audiencia real (en tamaño, con la excepción de Chile); en tercer lugar, se destaca el alto nivel de concentración de la propiedad del sistema de medios, liderado en general por unos pocos grupos; y en cuarto lugar, la centralización de la producción de contenidos en los principales centros urbanos, relegando así al resto de las zonas de cada país al rol de consumidores de contenidos producidos por otros (UNESCO, Fox & Waisbord 2002, Becerra & Mastrini).

La carencia de medios públicos en la región se vincula, de modo sobresaliente, con el tipo de configuración de un espacio público en el que la programación comercial de los medios audiovisuales se complementa con la existencia de emisoras que propagandizan la acción gubernamental y que concitan escasa audiencia.

Como sostienen Hallin y Mancini, “América Latina, hasta el momento, ha sido la única región del mundo, exceptuando a América del Norte, donde la radiodifusión se ha desarrollado como un proyecto fundamentalmente comercial” (2008: 93). En efecto, el servicio público audiovisual, gestionado por entes públicos no gubernamentales, se ha revelado durante décadas en otras latitudes (Europa, Canadá, Japón, Australia y, más recientemente, en Sudáfrica) como un virtuoso reaseguro de pluralidad ante la lógica puramente lucrativa de los operadores comerciales del sistema de medios (ver De Mateo y Bergès, 2009 y Fuenzalida, 2000). Por ejemplo la BBC cuenta con fines públicos asegurados por un acuerdo refrendado por el Parlamento, para sostener principios vinculados con la ciudadanía y la sociedad civil, promover la educación y el aprendizaje, estimular la creatividad y la excelencia cultural; representar al Reino Unido, sus naciones, regiones y comunidades, llevar el Reino Unido al mundo y del mundo para el Reino Unido, y librar al público el beneficio de las nuevas tecnologías y servicios de comunicaciones (BBC, 2013).

Pero en un modelo de patrimonialismo que expresa la confusión entre el interés público y el interés de una parte (política o económica), en el que las fronteras entre ambas dimensiones se tornan difusas (cuando no directamente inexistentes), la ausencia de servicio público audiovisual puede analizarse como una consecuencia y a la vez, como un activador que retroalimenta la lógica predominante.

En América Latina los medios de propiedad estatal –salvo excepciones– no tuvieron ni misiones ni funciones de servicio público puesto que fueron gestionados exclusivamente por quien detenta el poder político con criterios de beneficio particular. La preocupación por garantizar la diversidad de contenidos y la equidistancia informativa no logró, hasta el presente, un consenso sólido y estable por parte de las diferentes fuerzas políticas y sociales en la cultura mediática latinoamericana.

Ahora bien, las nuevas condiciones tecnológicas de convergencia entre los medios audiovisuales, Internet y las telecomunicaciones, constituyen un desafío inédito para la provisión o la gestión de emisoras públicas. Como señala Mastrini, “históricamente los servicios públicos usaron como justificación de su existencia la escasez de frecuencias y la protección de la diversidad y la identidad cultural. Pero el nuevo entorno digital genera condiciones para la existencia de múltiples operadores en radiodifusión abierta e infinitos a través de Internet. Esto ha sido aprovechado por el sector privado, que ha procurado que en la transición del entorno analógico al digital se reconozca la supremacía de los servicios comerciales.” (Mastrini, 2011: 5).

En efecto, las fronteras al interior de los medios y entre éstos y otras industrias info-comunicacionales (telecomunicaciones, Internet) están siendo superadas por la convergencia tecnológica lo cual potencia el argumento de que la tradición regulatoria de los medios públicos debe cambiar. Este argumento es complementado por el ideario dominante de las últimas décadas que exalta el liderazgo de las fuerzas de mercado renegando (como indica McChesney, 2002) de las fuerzas compensatorias en materia de política de medios.

En Europa, según Mastrini, “también los medios públicos deben enfrentar serios desafíos. Desde la década del 80 se asiste a una crisis del modelo de radiodifusión pública, luego que se aboliese el privilegio del monopolio del que disfrutaron los servicios públicos durante 60 años. Con la competencia de nuevos medios privados, la legitimidad del servicio público se vio amenazada en varios países. De todas formas la radiodifusión pública conserva, tanto por audiencia como por prestigio social un importante caudal de apoyo, que no siempre se ve reflejado en la solvencia económica necesaria para seguir cumpliendo su misión” (Mastrini, 2011: 1).

En América Latina, en cambio, los medios de gestión estatal fueron signados por su impronta gubernamental y, con pocas excepciones como la Televisión Nacional (TVN) de Chile, por su escasa audiencia. Esta situación, que como se anticipó resulta funcional al predominio de los grandes grupos comerciales, no se ha alterado ni siquiera cuando, durante la última década, nuevos gobiernos en la región asumieron una agenda mucho más atenta a la regulación de la comunicación.

En la historia latinoamericana, la trayectoria de los medios de comunicación de gestión estatal ha tenido experiencias interesantes tanto en programación como en alcance social, pero al carecer de sostenibilidad a mediano y largo plazo, su desarrollo acusa los espasmos de los cambios de rumbo definidos por la alternancia al frente del gobierno de orientaciones políticas y culturales muy heterogéneas, e incluso a disputas internas en el marco de una misma administración. Estos espasmódicos cambios de rumbo debilitaron la función pública de los medios estatales, influyeron en su pérdida de credibilidad, deterioraron su audiencia y malograron su mensaje. Lejos de garantizar y estimular la participación social, los medios estatales como dispositivos de propaganda que cambian de registro, de contenidos y de protagonistas según se suceden los gobiernos finalmente quedan relegados a un rol secundario en el sistema mediático. Este rol secundario ha funcionado en muchos países de la región como subsidiario, es decir que se asumía que las audiencias eran satisfechas por la programación privada (por ejemplo en Brasil con Globo, o en México con Televisa), mientras que los medios de gestión estatal cubrían únicamente algunas de las franjas de contenidos que los operadores privados no exploraban.

Precisamente porque los medios estatales actuaban con un rol subsidiario y, en muchas ocasiones, en un marco de desprestigio, no representaban competencia ni molestia alguna al predominio que ejercieron (y en la mayoría de los países, ejercen) los medios comerciales privados. Hasta hace pocos años en América Latina los medios oficiales no aspiraban a disputar audiencia ni a mejorar su desempeño.

Pero en la última década varios países latinoamericanos han redescubierto la importancia de los medios públicos, paradójicamente en experiencias que se alejan de las definiciones ideales y que potencian la función política y en particular, enfatizan la línea editorial gubernamental de estas emisoras. En correspondencia con un cambio en el modo de intervención estatal en la regulación de los medios, se asiste a una inversión tecnológica y de programación en emisoras estatales que, en el segmento informativo y político, tributa una marcada orientación oficialista que llega, en algunos países, a confrontar abiertamente con otras ideas políticas. De manera que por un lado existen inversiones y mejoras en la producción de contenidos (ficción, deportes, segmento infantil,

por ejemplo) y a la vez ello resiente la labor de promoción de pluralismo que la teoría de los medios públicos indica como un componente esencial. La gubernamentalización de los medios públicos no sólo contraviene la tradición normativa del sector, sino que ofrece un escenario de inestabilidad en la línea editorial cuando existe alternancia en el ejercicio del poder político y, en consecuencia, puede deslegitimar la emisora frente a la sociedad que la sostiene con sus recursos. Asimismo, la gubernamentalización de las emisoras públicas expresa una visión de corto plazo y carente de perspectiva estratégica, toda vez que parte de la premisa de que las fuerzas gubernamentales ejercerán el poder político sin alternancia y que su impronta (su personal dirigente, sus directrices y su programación) no será afectada por eventuales recambios en el ejercicio de la Presidencia.

La reciente reforma constitucional de México en la que se impulsan medios de carácter público y alcance nacional (cuando en el país existen medios públicos en algunos de los principales centros urbanos), de la Empresa Brasil de Comunicaciones (EBC) creada en 2007 o de Señal Colombia en el caso colombiano, así como los intentos que se realizan en Uruguay para reconvertir la emisora estatal en pública y la ley sancionada por el Congreso uruguayo en diciembre de 2014, son ejemplos interesantes de una tendencia en la que no sólo los gobiernos (Poder Ejecutivo) tienen voz sino también otros poderes estatales, como es el caso de emisoras del Poder Legislativo (Senado TV en Brasil o Argentina) o del Poder Judicial. Pero además, incluso en países como la Argentina donde los medios estatales tienen una impronta gubernamental, el Poder Judicial ha emitido recomendaciones para que, tal como indica la norma audiovisual vigente en el país desde 2009, esas emisoras se transformen en espacios públicos y abandonen su carácter propagandístico en favor del oficialismo de turno.

V. “Buenas prácticas” en los medios públicos

En vista de la distancia entre principios ideales y la situación concreta de los medios públicos, es preciso identificar “buenas prácticas” que puedan servir de guía para apoyar acciones a nivel nacional y regional. Las “buenas prácticas” para el funcionamiento de los medios públicos atañen a dos temas, programación y gerenciamiento, que orienten las acciones de un conjunto de actores: empresas de medios públicos, trabajadores de medios y otras industrias culturales, y partidos políticos y organizaciones de la sociedad civil. Las prácticas aquí sugeridas están basadas en lecturas de documentos de medios públicos, agencias regionales e internacionales, publicaciones académicas y experiencias observadas por los autores. De forma dispersa, estas prácticas pueden

hallarse en diferentes emisoras públicas locales (como Canal 22 del Distrito Federal en México, Telemedellín en Colombia) o nacionales (como la Empresa Brasil de Comunicaciones en Brasil, Teletica (Canal 7) de Costa Rica, el Canal 5, Televisión Nacional de Uruguay, la señal Encuentro de Argentina, la Señal Colombia o la Televisión Nacional de Chile) pero América Latina no ofrece hasta el presente un ejemplo integral de síntesis al respecto.

Programación

Para definir “buenas prácticas” referidas a la programación, el Consejo de la Comisión Europea de Televisión Independiente ofrece pautas importantes. Según el Consejo, un servicio público de radio y televisión debe:

- Proveer una amplia cobertura de programas que satisfacen una variedad de preferencias e intereses, que son considerados en los planes de producción.
- Brindar alta calidad técnica y niveles de producción, demostrando un adecuado financiamiento e innovación y diferenciación, utilizando todos los modernos recursos televisivos, para apoyar el rol en la televisión educacional.
- Tomar en consideración los elementos culturales, lingüísticos y sociales de las poblaciones minoritarias y otras necesidades e intereses especiales en particular en la educación, incluyendo programas para las escuelas y producciones para los discapacitados.
- Atender los intereses regionales y comunidades particulares y reflejando las regiones entre ellas.
- Brindar oportunidades para cultivar identidad nacional, constituyéndose en “la voz de la nación”, el lugar donde acude la gente durante eventos nacionales, que actúen como centros de congregación mediática para asuntos importantes en la vida de un país.
- Ofrecer porcentajes considerables de producciones originales exhibidas por primera vez ante el público masivo que no encuentren amplia cabida en el mercado comercial.
- Demostrar una verdadera voluntad al enfrentar riesgos creativos, tele-espectadores críticos, complementando otros canales de RSP y aquellos que solo tienen el mercado como objetivo.
- Tener un marcado sentido de independencia e imparcialidad, noticias con sólido respaldo, un foro para el debate público, garantizando la pluralidad de opiniones y un electorado bien informado.

- Dar cobertura universal llegando a sectores de la población con acceso limitado a la oferta informativa y cultural.
- Tener publicidad comercial limitada (un máximo de siete minutos a lo largo del día).
- Tener costos reducidos - ya sean programas gratuitos a la hora de su exhibición o a precios al alcance de la gran mayoría de la población.

Estas nociones ameritan una reflexión acerca de su pertinencia y su eventual aplicación a la realidad de los sistemas de medios comerciales de América Latina, donde es posible observar emisoras públicas que asumen parcialmente algunos de los puntos anteriores como objetivos explícitos o implícitos.

Gestión

Deben seguirse “buenas prácticas” de gestión que obren como soporte indispensable ya que es difícil pensar que los principios recomendables de programación puedan ser efectivamente implementados si no existen condiciones institucionales apropiadas.

- Gestión transparente tanto en temas gerenciales como financieros. Las decisiones no deben ser opacas o reservadas a un manojito de funcionarios, sino que deben ser responsables a actores diversos (desde productores culturales hasta públicos particulares).
- Decisiones basadas en consultas y amplia participación de actores relevantes.
- Toma de decisiones sobre la base de evidencia ya sea sobre necesidades del sistema de medios, y demandas y reacciones de los públicos.
- Es importante que los medios públicos sean entendidos dentro de la ecología cultural e informativa más allá de los medios de comunicación. En esta ecología es importante considerar museos, escuelas, universidades, y bibliotecas entre otras instituciones ya que, junto con los medios son parte de la infraestructura de información pública. Los medios públicos deberían formalizar sociedades y colaboraciones puntuales con otras instituciones para la producción, disseminación y consumo de contenidos. No son instituciones separadas, aisladas sin parte integral de tal infraestructura que, del mismo modo, apuntar a ofrecer recursos informativos y culturales necesarios.
- Garantizar fondos suficientes para alcanzar metas definidas y que no sean recortados

según intereses partidarios o comerciales o decisiones de ajustar presupuestos públicos.

- Manejo transparente de financiamiento y rendición de cuentas regular a legisladores y públicos.
- Utilización de mecanismos de evaluación de calidad y éxito que no sean los convencionales de los medios privados (“rating”), Aquí es importante definir y consensuar mecanismos entre actores involucrados para dirimir como se evalúa el funcionamiento de los medios públicos. El “test de valor público” utilizado por compañías como la *British Broadcasting Corporation* y otras empresas públicas en Europa es un ejemplo de mecanismos innovadores que, más allá de los problemas de aplicación, ofrecen ideas para evaluar el funcionamiento y justificar inversiones y propósito frente a diferentes actores (poder legislativo, entes reguladores, y otros).
- Comunicar con diferentes audiencias el funcionamiento de los medios públicos y resultados de gestión para corregir opiniones y consolidar la imagen de medios que efectivamente sean públicos.

Estas buenas prácticas de gestión deben complementarse con la creación de espacios de control de la gestión de los medios públicos que tengan una representación social y política diversa y que, en función de su composición, puedan evaluar el funcionamiento de los medios públicos y en qué medida alcanzan sus objetivos y desempeñan sus funciones.

Para cotejar estas “buenas prácticas” identificadas de experiencias en otras regiones y argumentos de profesionales y académicos de la comunicación, se sugiere investigar casos “virtuosos” que muestran posibilidades de lograr que sirvan a una variedad de públicos y se acerquen al ideal de ser medios que no dupliquen los contenidos de los medios privados y no sean meras extensiones del poder político. Estos casos de medios públicos sugieren varias preguntas: ¿Cómo explicar su “virtuosidad” dentro de las difíciles condiciones existentes del poder político que intente sujetar los medios públicos a sus agendas? ¿Cuáles son sus estructuras de funcionamiento y financiación como así también sus procesos administrativos-gerenciales? ¿Cuál es su contenido? ¿Cómo se toman decisiones sobre contenidos pensando en el interés público? ¿Es más factible que haya medios públicos “virtuosos” a nivel municipal que a nivel provincial o nacional? De ser así, ¿a qué se debe?

Analizar estas preguntas es propósito de una investigación de largo alcance, con el objeto de entender casos “virtuosos” de medios públicos para entender por qué motivos se apartan de la norma de uso de medios de gestión estatal en la región, innovando así con un “desvío” de carácter virtuoso, sino también para comprender el presente de los medios públicos considerando la revolución digital contemporánea y la multiplicación de plataformas para la producción de información y contenidos audiovisuales en Internet. Estas condiciones han motivado que el futuro de la radiodifusión pública sea un tema central en debates actuales en “viejas” y “nuevas” democracias.

Recomendaciones

En el contexto actual de ambiciosas transformaciones de los sistemas de medios y demandas por reformas en América Latina, es importante que UNESCO y otras organizaciones interesadas en medios públicos y temas vinculados a la libertad de expresión impulsen acciones que promuevan las “buenas prácticas” señaladas a nivel nacional y regional.

Estas recomendaciones deben ser consideradas en función de los objetivos y misión de diferentes organizaciones y no están ofrecidas en orden prioritario. Puesto que las condiciones y debates sobre medios públicos son diferentes a lo largo de la región, no existen acciones idénticas ni objetivos similares ya que deben considerar el estado de la situación en cada país. Las recomendaciones deberían estar integradas en un plan estratégico de acción con secuencias claras y ajustadas a realidades particulares.

Nuestra visión es que UNESCO y otras organizaciones (bilaterales y multilaterales, donantes, técnicas) deben apoyar actividades de incidencia pública en cooperación con instituciones locales y regionales. Se recomiendan las siguientes acciones:

- Promover debates con la participación de gobiernos, partidos políticos, organizaciones de la sociedad civil para identificar acuerdos que sirvan de apoyo institucional para el (re) diseño de medios públicos a nivel nacional y regional.
- Apoyar iniciativas destinadas a evaluar el funcionamiento de medios públicos existentes según criterios e indicadores de acuerdo a los principios enunciados. Esto incluye el desarrollo de indicadores apropiado a los medios públicos que permitan producir información y evidencia para demostrar las contribuciones y el “valor agregado”. Al res-

pecto, los indicadores construidos ya por la UNESCO constituyen un punto de partida fundamental (ver referencias).

- Fomentar intercambios de “buenas prácticas” de programación, disseminación, consumo, gerenciamiento y financiamiento entre medios públicos de América Latina que apunten a identificar lecciones para consolidar la autonomía necesaria de los medios frente al poder partidario y comercial.
- Dar apoyo técnico a iniciativas locales y regionales para el fortalecimiento de medios públicos, con asesoría y capacitación sobre incidencia pública, estrategias de programación, y financiamiento.
- Documentar experiencias municipales y nacionales que muestran logros y obstáculos para el fortalecimiento de medios públicos de acuerdo a los principios indicados. Estos documentos podrán ser utilizados como insumos para analizar y discutir “buenas prácticas” en diversos medios públicos a partir de casos “virtuosos”.
- Identificar donantes y agencias técnicas interesados en ofrecer fondos “semilla” para el desarrollo distribución y promoción de programación y prácticas de gestión que ilustren los principios de medios públicos indicados.
- Promover/fortalecer iniciativas/redes/movimientos sociales que tengan por objetivo promover los principios establecidos. Sin una coalición que sostenga estos principios y busque apoyo político de fuerzas parlamentarias, es imposible pensar la transformación de los medios públicos.
- Proveer oportunidades para la capacitación de personal de organismos de regulación de la comunicación acorde con las ideas establecidas de “buenas prácticas” de medios públicos.

Referencias

- Arroyo, L., M. Becerra, A. García Castillejo y O. Santamaría (2013) *Cajas mágicas: el renacimiento de la tv pública en América Latina*, Tecnos Ed., Madrid, 182 p. ISBN: 978-84-309-5729-3.
- Atkinson, D. y M. Raboy (1998), *La radio y la televisión de servicio público: el desafío del siglo XXI*, UNESCO, París.
- Avery, R. (1993), *Public service broadcasting in a multichannel environment*, Longman, New York.
- BBC (2013), *Public and private broadcasters across the world. The race to the top*, disponible en <http://www.bbc.co.uk/blogs/aboutthebbc/posts/Public-and-Private-Broadcasters-across-the-world-The-race-to-the-top>
- Becerra, M. y G. Mastrini (2009), *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires.
- Benson, Rod y Matthew Powers (2011) *Public Media and Political Independence: Lessons for the Future of Journalism*. Nueva York: Free Press/ Open Society Institute.
- Bucci, E., M. Chiaretti y A.M. Fiorini (2012), *Indicadores de calidad de las emisoras públicas – Evaluación Contemporánea*, UNESCO, Brasilia.
- Bustamante, Enrique (2006), “Hacia un servicio público democrático”, en *Tendencias*, Fundación Telefónica. Disponible en <http://www.infoamerica.org/TENDENCIAS/tendencias/tendencias06/pdfs/26.pdf>
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) (2004), Informe de la Oficina del Relator Especial para la Libertad de Expresión 2003. Disponible en <http://www.cidh.org/relatoria/showarticle.asp?artID=139&IID=2> .
- De Mateo, R. y L. Bergès (2009), *Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado*, Comunicación Social ediciones, Sevilla.
- Fox, E. y S. Waisbord (eds.) (2002), *Latin politics, global media*, University of Texas Press, Austin.
- Fuenzalida, Valerio (2000), *La televisión pública en América Latina, reforma o privatización*, Fondo de Cultura Económica, México DF.
- Fuenzalida, Valerio (2006), “La reforma de TVN en Chile: logros y problemas”, en UNESCO, *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*, Oficina de UNESCO para América Central, San José de Costa Rica, 287 p. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf>
- Fuenzalida, Valerio (2010), “TVN Digital”, en *El Mercurio* 2/11/2010, Santiago de Chile, p.2.
- Hallin, D. & P. Mancini (2004), *Comparing media systems*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Humphreys, Peter (2008), “Subvenciones a la prensa en Europa. Una visión histórica”, en *Telos: cuadernos de comunicación y cultura* n°75 (abril-junio), Fundación Telefónica, Madrid.
- Mastrini, Guillermo (2011), “Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina”, en *Lecciones del Portal InCom*, Instituto de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona, disponible en http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/65_esp.pdf
- McChesney, R. (2002), “Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado”, en Vidal Beneyto, José (director), *La ventana global*, Taurus, Madrid.
- Mendel, Toby (2011), *Serviço Público de Radiodifusão: um estudo de direito comparado*, EBC y UNESCO, Brasilia.
- Pasquali, Antonio (1991), *El orden reina: escritos sobre comunicaciones*, Monte Avila, Caracas.
- Rincón, Omar (2010), “La obsesión porque nos amen: crisis del periodismo/éxitos de los telepresidentes”, Prólogo de Amado Suárez, Adriana (ed.), *La palabra empeñada*, Friedrich Ebert Stiftung, Buenos Aires, p. 13-16.
- Ruiz, Fernando (2010), “Fronteras móviles: caos y control en la relación entre medios y políticos en América Latina”, en Sorj, Bernardo (comp.), *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show*, Siglo XXI y Plataforma Democrática editores, Buenos Aires, p. 15-58.
- Safar, Elizabeth y Antonio Pasquali (2006), “La radiotelevisión pública en Venezuela”, en UNESCO, *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*, Oficina de UNESCO para América Central, San José de Costa Rica, 287 p. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf>
- Sinclair, John (1999) *Latin American television. A global view*, Oxford, Nueva York.
- Trejo Delarbre, Raúl (2010), “Patrimonialismo electrónico”, publicado en *Mediocracia*, blog del autor, en enero de 2010, México DF. Disponible en <http://mediocracia.wordpress.com/2010/03/10/patrimonialismo-electronico/>

- Van Cuilenburg, J. y D. McQuail (2003), "Media policy paradigm shifts: towards a new communications policy paradigm", *European Journal of Communication* vol. 18, n°2, Sage,, p. 181-207.
- Van der Wurff, R. y Van Cuilenburg, J. (2001). "Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch Television Market", *Journal of Media Economics*, 14(4), 213-229.
- Waisbord, S. (2003), "Media populism: neo-populism in Latin America", en Mazzoleni, Gianpietro et al., *The media and neo-populism: a contemporary comparative analysis*, Greenwood Publishing Group, p.197-216.

Sobre los autores:



Martín Becerra

Es Profesor Titular de las Universidades nacionales de Quilmes y Buenos Aires (Argentina) e Investigador independiente en el CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas, Argentina). Es profesor de posgrado en diferentes Universidades de América Latina y España.

Es Doctor y Magister en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona (España), donde fue Catedrático UNESCO en Comunicación en 2005.

Autor de numerosos libros y artículos sobre políticas de comunicación: *Cajas mágicas: el nacimiento de la tv pública en América Latina*, en coautoría con Ángel García Castillejo, Óscar Santamaría y Luis Arroyo (Tecnos, Madrid, 2013); *WikiMediaLeaks: la relación entre medios y gobiernos en América Latina bajo el prisma de WikiLeaks* con Sebastián Lacunza (Ediciones B, Buenos Aires, 2012); *Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI*, con Guillermo Mastrini (Prometeo, Buenos Aires, 2009); *Los monopolios de la verdad: descifrando la estructura de los medios en Centroamérica y República Dominicana*, con Guillermo Mastrini (Prometeo, Buenos Aires, 2009); *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, con Guillermo Mastrini (Prometeo, Buenos Aires, 2006); *La educación superior en entornos virtuales: el caso del Programa Universidad Virtual de Quilmes*, con Jorge Flores (Editorial Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 2005), y *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*, (Norma, Buenos Aires, 2003). Edita el blog *Quiipu*, <http://martinbecerra.wordpress.com/> donde publica sus frecuentes colaboraciones periodísticas sobre temas de medios y tecnologías de la comunicación. En Twitter es @aracalacana.



Silvio Waisbord

Es Profesor y Director de Estudios de Posgrado en la Escuela de Medios y Asuntos Públicos en George Washington University, Washington, Estados Unidos. Es editor jefe del *Journal of Communication* y desempeñó el mismo cargo en la revista *International Journal of Press/Politics*. Es autor o editor de 10 libros y más de 100 artículos académicos y periodísticos sobre comunicación, democracia, periodismo, salud, y cambio social. Sus libros más recientes son *Vox Populista* (Gedisa), *Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective* (Polity) y *Media Sociology* (Polity). Es Licenciado en Sociología de la Universidad de Buenos Aires y doctor en Sociología de la Universidad de California, San Diego.



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

Este policy paper tiende a sintetizar la definición ideal de los medios públicos tal y como surge de las regulaciones del sector adoptadas en América Latina y los parámetros e indicadores de desarrollo mediático y de medios públicos elaborados por la UNESCO.

Esta definición ideal será contrastada con las prácticas de políticas públicas en el sector de los medios públicos en los últimos años. De ese examen surgirá un contraste productivo sobre debilidades y fortalezas para proponer, en posteriores documentos, un examen empírico sobre experiencias sobresalientes de medios públicos en la región y proponer “lecciones claves” demostradas por casos que se acercan al ideal de medios públicos. Nuestra premisa es que existen suficientes casos con experiencias interesantes en el sector que deben ser considerados para informar debates y análisis con la participación de tomadores de decisión, personal técnico de gobiernos, agencias y organizaciones no-gubernamentales y académicos.

Oficina de la UNESCO en Montevideo
Sector Comunicación e Información
Luis Piera 1992, Piso 2
Montevideo 11200, Uruguay

www.unesco.org.uy
montevideo@unesco.org
tel. (598) 2413 2075
fax (598) 2 413 2094