

CULTURA EN TELEVISIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS REGULADORES:

Revisión bibliográfica de las principales legislaciones del mundo
acerca de la programación cultural

Texto: Camila Chambeaux, Universidad de Chile
Profesional guía: Regina Oyanedel
Responsable: María Dolores Souza

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
PLAN DE ESTUDIO	7
ESTRUCTURA DE ANÁLISIS.....	9
DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
• AMÉRICA LATINA	10
I) Argentina	10
a. Legislación.....	10
b. Institucionalidad	12
c. Canales de TV enfocados a la difusión de <i>contenidos culturales</i>	13
d. Primer Encuentro de la Televisión Pública de la Argentina.....	15
e. El Concepto de “Cultura”	16
II) Venezuela	16
b. Institucionalidad	19
c. Canales de TV enfocados casi en exclusivo a la difusión de <i>contenidos culturales</i>	20
d. Primer Congreso Internacional de Comunicación y Socialismo del siglo XXI.....	22
e. El concepto de “Cultura”	23
III) México	23
a. Legislación.....	23
b. Institucionalidad	25
c. Canales de TV enfocados a la difusión de <i>contenidos culturales</i>	26
d. Foro Canal Once - UNESCO <i>Redefiniendo la Televisión de Servicio Público</i>	28
e. El concepto de “Cultura”	30
IV) Colombia	30
a. Legislación.....	30
b. Institucionalidad.....	33
c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales.....	34
d. IV Muestra y Conferencia Internacional de Televisión de Calidad 2007	36
e. El concepto de “Cultura”	36
V) Brasil	37
a. Legislación.....	37
b. Institucionalidad	39
c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales.....	40
d. El Debate comienza: TV pública Estatal en Brasil. TV Brasil, Empresa Brasil de Comunicación EBC. 41	
e. El concepto de “Cultura”	42
<i>Cuadro Resumen</i>	43
• AMÉRICA ANGLOSAJONA	46
I) Canadá	46
a. Legislación.....	46
b. Institucionalidad	47
c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales.....	48
d. El “contenido canadiense”, las controversias de su regulación y definiciones.....	49
e. El concepto de “Cultura”	49
II) Estados Unidos	50
a. Legislación.....	50
b. Institucionalidad	51
c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales.....	52
e. El concepto de “Cultura”	53
<i>Cuadro Resumen</i>	54
• EUROPA	55
❖ Política Audiovisual de la Unión Europea	55
I) Gran Bretaña	56
a. Legislación.....	56
b. Institucionalidad	57
c. Canales de TV abierta en Gran Bretaña: programación de Servicio Público.....	58

d. A la llegada de la TV digital, el futuro es incierto.....	60
e. El concepto de "Cultura"	60
II) España.....	61
a. Legislación.....	61
b. Institucionalidad	63
c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales.....	66
d. El concepto de "Cultura"	66
III) Portugal.....	67
a. Legislación.....	67
b. Institucionalidad	68
c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales.....	69
d. Conferencia Internacional de la ERC "Por Una Cultura de Regulación"	70
e. El concepto de "Cultura"	71
IV) Francia	72
a. Legislación.....	72
b. Institucionalidad.....	75
c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales.....	76
d. El concepto de "Cultura"	76
<i>Cuadro Resumen.....</i>	<i>77</i>
• ASIA.....	79
I) Japón.....	79
a. Legislación.....	79
b. Institucionalidad	81
c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales.....	83
d. El concepto de "Cultura"	83
<i>Cuadro Resumen.....</i>	<i>84</i>
RESUMEN Y CONCLUSIONES: REGINA OYANEDEL	85
DOCUMENTOS EN LÍNEA.....	93
SITIOS WEB DE INSTITUCIONES	97
SITIOS WEB DE CANALES DE TLEVISIÓN.....	98
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	99

INTRODUCCIÓN

No hay duda de que la Televisión es el medio de comunicación masivo más popular para las sociedades contemporáneas. A través de esta se difunden contenidos de muy diversa índole que ayudan a configurar un imaginario colectivo que hoy traspasa las fronteras nacionales.

Las características particulares que posee: simultaneidad de las transmisiones en distancias kilométricas, unido a la conjugación de la imagen en movimiento y el sonido, que ofrecen al televidente una experiencia casi cenestésica de una verosimilitud muy convincente; la sitúan desde sus inicios, en el elemento articulador e integrador por excelencia de las macro "comunidades imaginadas"¹ denominadas Naciones.

La Televisión visibiliza lo que muestra a través de su pantalla, lo torna relevante porque es de conocimiento común, y en este sentido adopta diversos roles según el tipo de contenidos que transmite: entretiene y transmite diversas experiencias estéticas, informa sobre el acontecer nacional e internacional, y socializa diversos conocimientos que constituyen el acervo cultural de una sociedad particular. En definitiva, entrega herramientas al telespectador que le hablan de un "nosotros", incitándolo a articular sus prácticas de una manera determinada.

El problema surge cuando en las configuraciones sociales actuales el mercado empieza a regular todos los ámbitos de la vida social, introduciéndose incluso en el tipo de contenidos que se transmiten a través de los llamados *medios de comunicación de masas*; perdiéndose así el privilegio de un tipo de contenidos en favor de otros que llaman más la atención de los telespectadores, entendidos ahora como consumidores.

La preocupación por este problema surge en Chile hacia 1989 cuando en la Ley que crea al actual Consejo Nacional de Televisión (Ley n° 18.838), en su Artículo 1° señala que *"Corresponderá a este Consejo velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión"*, entendiendo por 'correcto funcionamiento' *"el permanente respeto, a través de su programación, a los valores morales y culturales propios de la Nación; a la dignidad de las personas [...]; y a la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud dentro de dicho marco valórico"*.

En dicha Ley se puntualiza además, como una de las atribuciones del Consejo, *"establecer que las concesionarias deberán transmitir una hora de programas culturales a la semana, entendiendo por tales los dedicados a las artes o a las ciencias"* debiendo ser transmitidos en horario de alta audiencia.

En 1998 se hace efectiva esta norma, señalándose que *"en el desarrollo del acervo cultural del país cabe a la televisión un papel de la más alta importancia"*, donde el objetivo de dictaminar dicha obligatoriedad programática tiene *"el fin de estimular el interés del público por las expresiones de la cultura"*.

En marzo del 2003 se complementa la anterior disposición, producto de que varios de los programas considerados 'culturales' estaban *"fuera de la letra y del espíritu del referido acuerdo"*, según lo cual se especifica y acota la definición de 'programa cultural'; se describe claramente además que programas no serán considerados como tales, y se extiende el anterior horario de 'alta audiencia' (que comprendía desde las 18:00 a las 23:00hrs), hasta las 24:00; Quedando establecida esta normativa de la siguiente manera:

"1° Sólo podrán ser considerados programas culturales aquellos que se dediquen a difundir las artes y las ciencias en cualquier género o formato."

¹ Valiéndonos del concepto acuñado por Anderson, B. en su texto *"Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo"*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000.

2° Por arte se entenderán todas las expresiones literarias, plásticas, audiovisuales, musicales y arquitectónicas, así como sus combinaciones.

3° Por ciencia se entenderán todos aquellos cuerpos de ideas y conocimientos contenidos en las llamadas ciencias exactas, naturales y sociales, incluyendo disciplinas como la historia, el derecho y la filosofía, tanto en sus expresiones propiamente científicas como tecnológicas [...];

5° No serán considerados programas culturales, en general, los eventos deportivos, las campañas de bien público, los concursos de preguntas y respuestas, las películas de ficción que no estén enmarcadas en un contexto crítico o histórico, las telenovelas ni los programas periodísticos que no agreguen elementos de reflexión artística o científica².

En el punto nº 7 de dicho 'Complemento' se establece además, que las concesionarias deben informar "cada dos meses al Consejo Nacional de Televisión sobre su programación cultural de los próximos sesenta días", normativa que sigue vigente hasta el día de hoy, al igual que las anteriores.

A través de lo señalado se puede observar que en Chile existe una preocupación legal por el rol sociocultural de la TV; preocupación que se actualiza en el día de hoy en debates sociales como el Seminario recientemente celebrado en Octubre de 2007 año titulado "Televisión chilena: un modelo para armar", convocado por el observatorio de medios FUCATEL, que tuvo por objeto debatir respecto a las nuevas perspectivas públicas y democráticas que se pueden desarrollar en el advenimiento de la TV digital en nuestro país.

Frente a este panorama general, surge la inquietud sobre qué ocurre respecto a esta materia en otros países del mundo. ¿Existen debates y legislaciones similares? O ¿de qué manera resguardan y/o potencian (si es que sucede), el rol social y cultural de la televisión? Y dentro de ese mismo marco se torna interesante preguntar por la definición que los diferentes países, sus legislaciones y políticas gubernamentales, o incluso iniciativas sociales escindidas de los gobiernos; dan al concepto de "cultura", cuando producen y/o fomentan los "contenidos culturales" en las parrillas programáticas.

El presente estudio tiene por objeto responder, de manera exploratoria, a estas inquietudes. Para ello se realizará un recorrido por diferentes países de cuatro 'espacios culturales' distintos, a saber: América Latina, América Anglosajona, Europa y Asia; dentro de los cuales se escogerán países al azar para introducirse en las políticas generales que estos desarrollan en torno a la materia que nos convoca.

² Consejo Nacional de Televisión, Normas Legales. Complementa Normas sobre Programación Cultural. Santiago, 24 de marzo de 2003. [En Línea]. <<http://www.cntv.cl/link.cgi/Consejo/Normas/408>> [consulta: 10/09/07].

PLAN DE ESTUDIO

En el presente estudio se pretende responder de manera exploratoria, a la pregunta por el tipo de regulación (si es que existe), que hay en “otros países”, respecto a la definición y emisión de “programación con contenidos culturales”, en los canales de televisión de libre recepción que operan en sus propios territorios.

Para el desarrollo de este trabajo se ha escogido investigar la materia reseñada, deteniéndose en el análisis de la situación particular de diferentes países; considerándolos a estos, dentro de un “espacio cultural” más amplio al cual pertenecen, y con el que comparten trayectorias históricas y por tanto similitudes en sus configuraciones societales.

Se considera aquí la noción de *Espacio Cultural*, como es abordado por Manuel Antonio Garretón en el texto *El Espacio Cultural Latinoamericano*; donde se señala que cuando se habla de “espacio cultural referido a una determinada colectividad [que en el presente trabajo la constituirán un conjunto de países], abarcamos instituciones y manifestaciones culturales, lo simbólico, lo que tiene que ver con conocimientos, con creatividad -no solo ligados a la producción de bienes materiales o a la resolución de problemas de poder- y también los valores y orientaciones culturales, formas de comportamiento, tradiciones y memorias históricas”³. Entendiendo, y teniendo siempre presente, que el espacio cultural *es un espacio de espacios*: es múltiple, porque hay muchos espacios territoriales, muchos campos o ámbitos (educación, ciencia, el patrimonio, etc.), y también muchos *circuitos* (relaciones internas en esos campos, e interacciones entre dichos campos)⁴.

Teniendo presente lo anterior, es que se han escogido los cuatro ‘espacios culturales’ señalados en la Introducción, a saber:

1. América Latina
2. América Anglosajona
3. Europa
4. Asia

Se han considerado estos ‘espacios culturales’ y no otros por varios motivos:

América Latina: Resulta evidente que los países pertenecientes a la región latinoamericana comparten un sustrato cultural muy similar a la realidad que se experimenta en nuestro país (producto de la historia que compartimos y las consiguientes similitudes que experimentaron las transformaciones sociales en la región); según lo cual le será posible al lector establecer comparaciones que clarifiquen la comprensión de los procesos investigados y aventurar, incluso, perspectivas futuras que estos puedan desarrollar.

América Anglosajona: La importancia de Norteamérica para el desarrollo de los procesos sociales a nivel mundial es evidente, por tanto resulta indispensable investigar qué pasa en esa región respecto a la relación entre la televisión (un medio potenciado desde sus inicios en la región, fundamentalmente en su rol comercial), y la “cultura” (un término que puede parecerle contradictorio); como un referente general del desarrollo de la problemática a nivel mundial.

Europa: Al igual que Norteamérica esta región ha sido y sigue siendo un referente muy importante en los diversos ámbitos de la vida de las sociedades de todo el planeta, por tanto dilucidar lo que ahí ocurre respecto las regulaciones de los contenidos que se transmiten a través de la Televisión, nos ayuda a imaginar las concepciones de sociedad que puedan tener influencia quizá, posteriormente, en otros países del globo.

³ Garretón, M. A. (coord.). *El Espacio Cultural Latinoamericano*. Santiago, 2003. Fondo de Cultura Económica, p.34

⁴ Garretón, M. A. (coord.) op. cit. p.35

Asia: Este territorio presenta una cultura muy diferente a la nuestra, y como tal, resulta interesante examinar el desarrollo de las políticas que se formulan respecto a la materia que nos convoca, a modo de poder observar en la diferencia nuestras propias particularidades. De este espacio se ha tomado solamente a Japón como representante de una región cultural más amplia (la región más oriental del planeta), aunque se tiene presente que "un espacio cultural es un espacio de espacios", y por tanto en este caso deben existir diferencias irreconciliables también en esta materia.

Se han dejado fuera a muchos otros espacios culturales, principalmente por motivos de extensión, tiempo y exhaustividad de la información que se pretende recabar. Pero se considera que abordando estas cuatro *regiones* de manera minuciosa y concienzuda se puede lograr configurar un mapa general de lo que ocurre en la actualidad en materia de políticas de *Televisión Cultural* a lo ancho y largo del planeta.

ESTRUCTURA DE ANÁLISIS

Para sistematizar la información recolectada respecto a los países escogidos dentro de cada Espacio Cultural, se ha decidido trabajar en torno al siguiente esquema:

- a) Una revisión de la legislación que se preocupa de regular los contenidos de la TV abierta,
- b) La identificación de la Institucionalidad que surge en torno a la regulación de la TV,
- c) La identificación y caracterización de los canales de TV enfocados a la difusión de *contenidos culturales*,
- d) La identificación de otras iniciativas que trabajen la problemática de la *TV cultural*, y
- e) La identificación del concepto de *programa cultural* que manejan estas diferentes iniciativas, y según lo cual consideran relevante su difusión en televisión.

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

- **AMÉRICA LATINA**

Para el estudio de esta región se ha decidido trabajar con los siguientes países: Argentina, Venezuela, México, Colombia y Brasil.

Los países que se exponen a continuación comparten situaciones políticas similares, en el sentido de que “recientemente” (algunos unos años más, otros menos, pero ninguno en el siglo pasado), han reformado y/o creado sus legislaciones en torno a la problemática de las transmisiones radioeléctricas; sin embargo, como veremos, las diferencias entre estos son tan importantes como las similitudes que presentan.

I) **Argentina**

a. Legislación

En Argentina la Ley que se preocupa del funcionamiento y los contenidos de las transmisiones radioeléctricas “cuyas emisiones sonoras, de televisión o de otro genero, estén destinadas a su recepción directa por el público en general”, es la **Ley de Radiodifusión 22.285**⁵.

En esta se declara que los servicios de radiodifusión son de interés público, según lo cual *“...deben colaborar con el enriquecimiento cultural de la población, según lo exigen los objetivos asignados por esta ley al contenido de las emisiones de radiodifusión, las que deberán propender a la elevación de la moral de la población, como así también al respeto de la libertad, la solidaridad social, la dignidad de las personas, los derechos humanos, el respeto por las instituciones de la República, el afianzamiento de la democracia y la preservación de la moral cristiana”.* (**Artículo 5° de la Ley Argentina 22.285**).

El Capítulo II de la Ley se dedica en extenso a la problemática del contenido de las emisiones, presentando en el Artículo 14° una disposición general respecto a los objetivos que estas deben propender a cumplir.

Dentro de estos destacan, para efectos de la presente investigación, los siguientes:

*“a) Contribuir al bien común, ya sea con relación a la vida y al progreso de las personas o con referencia al mejor desenvolvimiento de la comunidad; b) Contribuir al afianzamiento de la unidad nacional y al fortalecimiento de la fe y la esperanza en los destinos de la Nación Argentina. c) **Servir al enriquecimiento de la cultura y contribuir a la educación de la población**; [...] e) Promover la participación responsable de todos los habitantes y particularmente del hombre argentino, en el logro de los objetivos nacionales...”* (**Extracto del Artículo 14° de la Ley 22.285**) [El subrayado es nuestro].

Para el cumplimiento de los objetivos anteriores, la Ley de Radiodifusión Argentina establece una serie de Artículos destinados a sentar las bases de los contenidos que se han de transmitir en el espectro radioeléctrico nacional. Dentro de estas disposiciones se encuentran:

⁵ ©2004 Comité Federal de Radiodifusión COMFER. [En línea] <<http://www.comfer.gov.ar/leyderadiodifusion22285.php>> [consulta: 14/09/07].

Autores nacionales.

Artículo 19. - La programación deberá incluir, preferentemente, obras de autores nacionales e interpretaciones de artistas argentinos. Reg.: 8

Programas educativos.

Artículo 20. - Los programas educativos de carácter sistemático deberán responder a los lineamientos de la política educativa, respetando los derechos, principios y criterios establecidos en la Ley N° 24.195 y habrán de difundirse con lenguaje adecuado.

Cabe destacar que en los demás artículos no se desarrollan disposiciones que tengan una relación específica con los objetivos que se estipula que deben “propender a cumplir” los contenidos de las emisiones radioeléctricas:

“Artículo 24°: Está prohibida cualquier expresión que promueva o estimule la participación en Juegos de azar...; Artículo 25°: No podrán emitirse resultados de mediciones de audiencia, ni deberá hacerse uso del servicio telefónico para la promoción y difusión de programas...; Artículo 23°: Los anuncios publicitarios deberán ceñirse a los criterios establecidos por esta ley y su reglamentación...; Artículo 22°: No será permitida la participación de menores de doce años en programas que se emitan entre las 22 y las 8 horas...; [etc.]”. (Extracto del Capítulo II de la Ley 22.285).

Dejando abierta la posibilidad a los canales de TV de libre recepción, de escindirse fácilmente de los objetivos que se proponen en la Ley. Sin embargo, se puede observar, que la legislación argentina se preocupa de trabajar los objetivos antes dispuestos mediante otro mecanismo: el *Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR)*; al cual dedican un capítulo de la Ley para detallar sus características generales.

o *El Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR)*

Este Servicio, según indica la legislación vigente, es prestado por una red básica integrada en Capital Federal: *“por una estación de radiodifusión sonora y una de televisión”*; y *“en cada provincia y en el Territorio Nacional de la Tierra del Fuego, Antártida e Isla del Atlántico Sur; por una estación de radiodifusión sonora”*. Mientras que en *“las localizaciones que determine el Poder Ejecutivo Nacional, ubicadas en el interior del país”* el Servicio será prestado por *“repetidoras de la estación de televisión de la Capital Federal”* (Artículo 33° de la Ley 22.285).

Se sabe hoy, sin embargo, que “Canal 7”, el canal de TV Oficial, llega actualmente a todo el territorio nacional, aunque aún existen problemas con algunas repetidoras de la señal.

En el cometido que se plantea para el SOR se puede observar el grado de importancia que asigna el Estado argentino a este espacio de comunicación:

Cometido

a) Proporcionar a los destinatarios del servicio la programación orgánica que requiere el nivel cultural de la Nación; b) Difundir, en consecuencia, aquellas expresiones de elevada jerarquía estética que satisfagan las necesidades culturales de la población; c) Asegurar el intercambio cultural entre las distintas regiones del país; d) Informar a la población acerca de los actos de gobierno; e) Difundir la actividad nacional al exterior; f) Contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de la enseñanza primaria, media, técnica y superior y, asimismo, emitir programas especiales para discapacitados. (Artículo 35° de la Ley 22.285) [El subrayado es nuestro].

Planteando para su cumplimiento, como obligatoriedad, que *“las estaciones del Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR) ubicados en las provincias deberán destinar entre un quince y un sesenta por ciento (15 y 60%) de su horario de transmisión, a la difusión de los programas convenidos con el Ministerio de Cultura y Educación de la Nación y con los gobiernos provinciales”* (Artículo 36° de La Ley 22.285).

El Servicio Oficial de Radiodifusión se sustenta a través de diversos recursos; dentro de los que destacan *“los que le asigna el Presupuesto General de la Nación”* y los que le destina el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), como parte de la función de administración de los gravámenes, que le compete a dicho organismo. También obtiene financiamiento mediante la publicidad de sus programas, entre otras fuentes de recursos. (Artículo 38° de la Ley 22.285).

b. Institucionalidad

El Servicio Oficial de Radiodifusión depende de la **Secretaría de Medios de Comunicación**, organismo que se encarga de *“administrar y controlar los medios de difusión que se encuentran bajo la responsabilidad del PODER EJECUTIVO NACIONAL y aquellas empresas del sector en las que la SECRETARIA DE MEDIOS DE COMUNICACION sea accionista”*, según aparece especificado en el sitio Web de dicha entidad⁶.

Cuando se señala el hecho de que la Secretaría es “accionista” de ciertas empresas, hace referencia a aquellos organismos que se constituyen como “Sociedades del Estado” para conservar su funcionamiento autónomo. Dentro de estos se encuentra TELAM, una agencia de noticias que forma parte actualmente del **Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP)**, organismo que se crea el 2001, luego de diversas jornadas de reflexión a nivel gubernamental⁷ para fortalecer el SOR⁸.

Dentro de los objetivos del SNMP se debe destacar el de *“difundir las producciones artísticas, culturales y educativas que se generen en todo el ámbito nacional”*⁹; puesto que dicho propósito nos ofrece claras luces de la manera en que el Estado argentino aborda la problemática del rol social y cultural de los medios de comunicación de masas.

Por último, dentro de los organismos institucionales que interesan para este estudio, se encuentra el **Comité Federal de Radiodifusión (COMFER)**, organismo encargado de *“regular, controlar y fiscalizar la instalación y funcionamiento de las emisoras de radio y televisión en todo el país”*¹⁰.

⁶ 2007 Secretaría de Medios de Comunicación. [En Línea] <<http://www.medios.gov.ar/content/view/21/85>> [consulta: 14/09/07].

⁷ Para interiorizarse en la discusión, ver el documento publicado por la cámara de diputados hacia finales de los '90 en la siguiente página Web http://www1.hcdn.gov.ar/dependencias/cceinformatica/Jornadas%20SNMP/Ponencias/Ponencia_jerarquizados_canal7.html

⁸ Sistema Nacional de Medios Públicos SNMP S.E. [En Línea] <<http://www.snmp.gov.ar/historia/index.php>> [consulta: 18/09/07]

⁹ Sistema Nacional de Medios Públicos SNMP S.E. [En Línea] <<http://www.snmp.gov.ar/objetivos/index.php>> [consulta: 18/09/07]

¹⁰ Comité Federal de Radiodifusión COMFER. [En Línea] <<http://www.comfer.gov.ar/acercadelcomfer.php>> [consulta: 19/09/07]

Dentro de sus objetivos destacan:

- Regular los servicios de radiodifusión, interviniendo en la supervisión de la programación, la fiscalización de los contenidos y el establecimiento de normas específicas.
- Contribuir desde el Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER), a la formación, capacitación y habilitación de personal profesional y técnico de la radiodifusión¹¹.

Según lo cual ejercerá el control sobre la programación que elabore la Secretaría de Medios de Comunicación para el servicio ofrecido por el SOR, además de la programación general que se transmite por TV abierta, principalmente en los aspectos de lenguaje y horarios de la misma (puesto que la legislación, como se señaló más arriba, no hace referencia a la obligatoriedad de la transmisión de contenidos “culturales” y por tanto este organismo no tiene atribuciones para fiscalizar ese tema).

El Comité Federal de Radiodifusión está organizado en cuatro Direcciones¹² y un Instituto. Este último (el ISER), se preocupa de *“formar a profesionales y técnicos en las distintas especialidades radiofónicas, otorgando la habilitación correspondiente para su actuación en dichos medios”*¹³.

c. Canales de TV enfocados a la difusión de *contenidos culturales*

- Canal 7 *La televisión pública*

Si bien Canal 7 no está abocado de manera exclusiva a la transmisión de “programación cultural”, resulta necesario adentrarse en los contenidos que transmite, pues es parte del SOR y como tal es uno de los medios utilizados por el Estado argentino para *“Difundir... aquellas expresiones de elevada jerarquía estética que satisfagan las necesidades culturales de la población, Asegurar el intercambio cultural entre las distintas regiones del país, y Contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de la enseñanza primaria, media, técnica y superior”*; según lo cual resulta interesante observar cómo intenta cumplir esta tarea.

Canal 7, el canal público de Argentina; es uno de los cinco que transmiten en señal abierta en dicho país, pero el único que alcanza una cobertura nacional.

Este canal inicia sus transmisiones hacia principios de los años '80, periodo desde el cual operará con el nombre de Argentina Televisora Color (ATC) hasta 1999, cuando los intentos del Presidente de ese entonces, Carlos Menem, por privatizar la señal lo harán convertirse en una Sociedad Anónima adoptando la denominación de *ATeCé* por un corto periodo. Posteriormente en la gestión de Fernando de la Rúa, el canal adoptará el nombre de Canal 7, volviéndose a constituir como un canal del Estado. Finalmente durante la transición de Eduardo Duhalde el canal pasa a ser operado por el recientemente creado Sistema Nacional de Medios Públicos, con lo que se renueva y consolida su gestión, se extienden las repetidoras y adquiere fuerza como *televisión pública*¹⁴.

En el sitio Web de Canal 7 (www.canal7.com.ar), se pueden apreciar los distintos programas que posee su parrilla programática, agrupados estos en torno a diferentes conceptos tales como: **deportes, noticias, infantiles, películas, musicales, culturales, medios, educación, entretenimiento, interés general, magazines, investigaciones, especiales, loterías, religiones y ficción.**

¹¹ Comité Federal de Radiodifusión COMFER. [En Línea] <<http://www.comfer.gov.ar/acercadelcomfer.php>> [consulta: 19/09/07]

¹² 1) Dirección Nacional de Planeamiento y Desarrollo, 2) Dirección Nacional de Supervisión y Evaluación, 3) Dirección General de Administración, Finanzas y Relaciones Exteriores, y 4) Dirección General de Asuntos Legales y Normativos.

¹³ Comité Federal de Radiodifusión COMFER. [En Línea] <<http://www.comfer.gov.ar/iser.php>> [consulta: 18/09/07].

¹⁴ Este es el eslogan de Canal 7 en la actualidad.

El apartado "culturales" contiene siete programas que van desde una suerte de "cartelera cultural" donde se presentan publicaciones, estrenos, exposiciones, cine, revistas, etc. (denominado *El refugio de la Cultura*), que tiene por objeto "difundir y pensar muestras producciones culturales"; hasta programas como el denominado *Fiestas Populares*, que realiza un recorrido por las principales festividades y tradiciones de las distintas regiones argentinas, donde se busca conocer la cultura, historia, y formas de vida de los diferentes pueblos que conforman la República trasandina. Los demás programas que se encuentran clasificados bajo esta categoría hacen referencia a contenidos que desarrollan una reflexión en torno al "mundo de las ideas", la filosofía, la literatura y las artes (como es el caso de los programas *Los siete locos* y *La vida es arte*), y aquellos que se preocupan de ofrecer una mirada respecto a otras culturas que se encuentran actualmente radicadas en la Argentina, como es el caso del programa *Desde Aljibe* que se introduce en la cultura de los países árabes y *Amia Para Todos* que trabaja la actualidad de la comunidad judía de dicho país.

Bajo la categoría de "educación" por su parte, Canal 7 presenta un conjunto de programas que recorren diversas temáticas desde las destinadas al mejoramiento del trabajo en el aula (cómo es el programa *12entes*), o a la reflexión en torno al sistema educativo argentino (con el programa *Caminos de tiza*), ofrece además un recorrido por la actualidad del desarrollo científico del país (*Científicos Industria Arg.*), y una serie de documentales de material propio o proporcionados por la cadena de televisión BBC de Londres (en la sección *Encuentro*), entre muchos otros.

- o Canal Encuentro

El Canal Encuentro es un canal que se transmite actualmente por señal de cable por lo tanto llega a un público segmentado de la población, pero resulta interesante mencionarlo en el presente estudio puesto que, según señala Tristán Bauer director del canal, se "*está trabajando para transformar a la emisora dependiente del Ministerio de Educación en un canal de aire*"¹⁵, por lo que puede llegar a ser una iniciativa muy interesante de considerar como referente en el futuro.

Este canal fue creado en mayo del 2005 con el objeto de "*desarrollar una televisión pública, educativa y de calidad, y utilizar a favor de la enseñanza lo que los nuevos medios de comunicación pueden ofrecer*"¹⁶. Es así como se desarrolla una plataforma multimedial donde el sitio Web del canal, resulta ser un medio para complementar los contenidos televisivos para su uso en el aula. Así, quien quiera puede acceder al material didáctico (fotos, videos, etc.), que se pone a disposición en Internet.

Dentro de sus objetivos el canal declara que "*Encuentro es un canal dirigido a todo el público, pero a la vez constituye una herramienta importante para docentes, padres y alumnos*"¹⁷. Las principales temáticas que desarrolla su programación recorren tópicos como: una Serie de divulgación científica, historia y problemáticas de América Latina, diversos temas relacionados con el desarrollo infantil, debates con especialistas en torno a temas de educación, programas sobre el recorrido necesario para aprender diversos oficios, una serie de documentales y cine de ficción de América Latina, entre muchos otros.

El Canal Encuentro también forma parte del proyecto Educ.ar, el portal educativo del Ministerio de Educación, que, según señalan en su sitio Web, tiene como objetivo "*difundir el uso de la TIC en las escuelas de la Argentina*".

¹⁵ 2007 Secretaría de Medios de Comunicación. [En línea] <<http://www.medios.gov.ar/content/view/786/1/>> [consulta: 25/09/07].

¹⁶ Educ.ar ENCUESTRO. [En Línea] <www.encuentro.gov.ar> [consulta: 29/09/07]

¹⁷ Educ.arENCUESTRO. [En Línea] <www.encuentro.gov.ar> [consulta: 29/09/07]

d. Primer Encuentro de la Televisión Pública de la Argentina

“Comunicación para la integración social y cultural”. Con este eslogan se convocó al Encuentro que tuvo lugar en las dependencias de Canal 7 el pasado 13 y 14 de Septiembre, donde se invitó a diversos directores y representantes de más de 12 canales provinciales y de Universidades Nacionales¹⁸, a debatir en torno a las siguientes mesas de trabajo:

1) “Televisión para la construcción de ciudadanía”, 2) “Integración y consolidación de identidades regionales”, 3) “calidad informativa, integración periodística regional y latinoamericana”, y 4) “La televisión pública y la promoción educativa y cultural”.

De manera general, en el primer panel se desarrolló una discusión respecto a la importancia de la TV pública, donde destacaron reflexiones como las de Sergio Fernández Novoa, Coordinador general de COMFER; que señaló:

“Necesitamos medios públicos cada vez más fuertes que existan para el cambio social para reinventar producciones simbólicas para el reconocimiento social... El contenido de la televisión pública habla de la lucha por las identidades y el reconocimiento de los universos multiculturales. La televisión pública es conexión con la gente, en lugar de articulación, reflexión e imagen para la construcción de un proyecto de nación”¹⁹.

Respecto al segundo panel, las problemáticas tratadas se situaron en torno a la integración regional latinoamericana a través de proyectos televisivos comunes como teleSUR, iniciativa que se planteó como *“una herramienta de integración del MERCOSUR”*, organismo este último, que *“hoy se toma en un sentido más integral y no sólo en términos de caja, de mera conveniencia comercial. Hoy el MERCOSUR es nuestra manera de pensarnos en el mundo global”*, señaló Eduardo Sigal Subsecretario de Integración Económica de dicho organismo.

Finalmente, la Mesa que más interesa para los efectos del presente estudio (el cuarto panel de la Jornada: *La televisión pública y la promoción educativa y cultural*), contó con la participación de los expositores Daniel Filmus, Ministro de Educación; Carolina Scotto, Rectora Universidad de Córdoba; y Tristán Bauer, Director de Canal Encuentro.

El Ministro de Educación tuvo una participación no menos inquisitiva que la de sus compañeros de Mesa; entre algunos de sus dichos se puede destacar lo siguiente:

“...durante mucho tiempo, la Argentina no tuvo un proyecto cultural propio y cuando esto le sucede a un país, es porque está consumiendo el proyecto cultural de otro país, o bien el proyecto de sus clases dominantes... tenemos dos herramientas a nuestra disposición para transmitir valores culturales y de identidad cultural: el sistema educativo y los medios públicos de comunicación... para transmitir la propia identidad cultural y los valores propios de nuestra sociedad, es imprescindible y tan importante la tarea de los medios públicos”²⁰.

El Director de Canal Encuentro por su parte, realizó duras críticas a la TV Comercial y puso énfasis en la necesidad de modificar la actual Ley de Radiodifusión, aspecto este último que fue mencionado recurrentemente a lo largo de todo el Encuentro.

¹⁸ Además de la participación del Secretario de Medios de Comunicación, Enrique Albistur, del Ministro de Educación, Daniel Filmus; la Directora Ejecutiva de Canal 7, Rosario Lufrano; el Subsecretario de Integración Económica y MERCOSUR Eduardo Sigal, el Ministro de RR.EE. Luis Alberto Quevedo, el Director del Proyecto de Comunicación FLACSO, Sergio Fernández Novoa, y el Coordinador General del COMFER; Guillermo Mastrini, entre otras autoridades.

¹⁹ Fernández Novoa, S. citado en: Aguirre, F. y Ferretti, A. *Canal 7 realizó el Primer Encuentro de la Televisión Pública de la Argentina*. [En línea] Real TV News Online. 17 de Septiembre, 2007. <<http://www.realtvnews.com.ar/new/noticias.php?id=3173>> [consulta: 16/10/07].

²⁰ Filmus, D. citado en: Aguirre, F. y Ferretti, A. *Ibíd.*

"La televisión basura es un producto muy bien hecho para estupidizar a los espectadores y para predisponerlos a comprar la publicidad de las tandas... el espacio radioeléctrico le pertenece al pueblo argentino y la Ley de Radiodifusión que aún nos rige es una mancha de la cual me avergüenzo... Esa ley es funcional a los mezquinos intereses de la televisión privada, que está al servicio de la publicidad"²¹.

En la misma línea de crítica a la Ley 22.285, el Coordinador General de COMFER propone:

"Una ley que le diga no a los monopolios, que obligue a la producción propia de los medios, a la producción nacional, a la coproducción y a la producción independiente, poniendo énfasis en la defensa de los valores y la cultura. No sirve el avance tecnológico sino está puesto al servicio del desarrollo humano y social"²².

Al finalizar la jornada se acordó la realización de un nuevo Encuentro en abril del 2008 en la ciudad de Córdoba.

e. El Concepto de "Cultura"

Se puede apreciar a través, tanto de la legislación argentina, como de los diferentes canales de TV estatales, y la celebración recientemente del 1er Encuentro de televisión Pública en el país vecino, que la temática de la *televisión cultural* es de suma importancia para el Estado trasandino.

Si bien su legislación es bastante pobre respecto a la regulación de los contenidos que pueden y deben transmitir los canales privados que emiten sus señales por TV abierta; la preocupación que les suscita la *programación cultural* es canalizada por otros mecanismos (mediante el Servicio Oficial de Radiodifusión principalmente), además se avizora (según el nivel de discusión que se ha comenzado a producir en el país), una modificación de la Ley de Radiodifusión que posiblemente expanda los mecanismos de regulación para esta materia, a todos los canales de TV que transmitan en el sistema de libre recepción.

Por otra parte, de manera general y según lo revisado hasta aquí (no explicitado en su legislación pero sí a través de la clasificación que realiza el canal público), se debe señalar que el Estado argentino entiende la programación cultural como aquella que se preocupa de difundir contenidos enfocados, por un lado, a observar *al argentino* en su diversidad y riqueza: la diversidad de tradiciones, costumbres, y maneras de entender el mundo circundante, para así, mediante la socialización de estos tópicos poder producir una integración que considere la multiplicidad; y por otro: una idea de "cultura" y por tanto *contenidos culturales* que se abocan a trabajar problemáticas asociadas a los diversos saberes que ha logrado desarrollar la humanidad, pero para el caso argentino, principalmente los saberes que han logrado desarrollar sus conciudadanos. Dentro de esta clasificación se entiende la difusión de programas que hablan de los *científicos nacionales*, o programas de debates con grandes intelectuales del país, entre otros²³.

II) Venezuela

a. Legislación

En Venezuela existen dos Leyes diferentes y un Reglamento destinados a la regulación del funcionamiento de las Telecomunicaciones.

²¹ Bauer, T. citado en: Aguirre, F. y Ferretti, A. *Ibíd.*

²² Fernández Novoa, S. citado en: Aguirre, F. y Ferretti, A. *Ibíd.*

²³ A través de Canal 7 *la TV pública*.

1) La **Ley Orgánica de Telecomunicaciones N° 36.920** se preocupa de regular los aspectos técnicos de los servicios de radiodifusión, velar por el buen funcionamiento de las señales, defender los intereses de los usuarios, promover la investigación, el desarrollo y la transferencia tecnológica en materia de telecomunicaciones, entre otros aspectos.

2) La **Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión N° 38.081** (emitida en Diciembre del 2004), se preocupa tanto de la difusión como de la recepción de los mensajes, esto es, que la “responsabilidad social” (concepto central de la Ley), ha de ser considerada tanto para los prestadores de servicios, anunciantes, productores nacionales independientes, etc. como para los usuarios y usuarias de los mismos.

Las disposiciones de esta Ley se aplican “a toda imagen o sonido cuya difusión y recepción tengan lugar dentro del territorio de la República Bolivariana de Venezuela”²⁴, esto quiere decir que la Ley de Responsabilidad Social regula tanto los servicios de radio y los servicios de televisión de libre recepción, como los Servicios de difusión por suscripción.

El valor central que promueve la Ley (la responsabilidad social), tiene por objetivo:

*“fomentar el equilibrio democrático... [para] promover la justicia social y contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación” (Artículo 1° de la Ley 38.081)*²⁵.

Este valor da cuenta de la importancia que el Estado venezolano asigna a los medios de comunicación, según la cual se comprende la relevancia asignada a la regulación de sus contenidos.

Si bien el tipo de regulación que se explicita a través los diversos Artículos de esta Ley, guardan relación con elementos como: la utilización de un determinado idioma o lengua, la intensidad permitida para el audio, la utilización del himno nacional, los tipos de bloques de horarios y las restricciones de los mismos, los tiempos para la publicidad, propaganda y promociones, etc.; que según se observa no tienen estrecha relación con el fomento de “la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación” como se estipula en el espíritu de la Ley; esta se hace cargo, sin embargo, de la problemática de la difusión de “contenidos culturales y educativos” mediante la disposición que señala que el Estado tiene acceso a espacios gratuitos y obligatorios (de no más de 70 minutos semanales y 15 diarios), en Radio y Televisión para transmitir mensajes “culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público” (Artículo 10° apartado 2do)²⁶.

La Ley venezolana N° 38.081 define claramente lo que será considerado como *programa cultural y educativo* (asocia estos dos conceptos para la definición), señalando que un programa de estas características es:

“aquél dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado”. (Artículo 5° apartado 1ro de la Ley 38.081). [El subrayado es nuestro].

Dentro de otras disposiciones que declara la Ley, que caben destacar para los efectos de la presente investigación, se encuentran las siguientes prescripciones:

- Se plantea que los programas de *producción nacional* no deben ser menores al 70% de la programación del canal (Extracto del Artículo 13° de la Ley 38.081).

²⁴ Artículo 1° de la Ley 38.081 en: 2005 Ley Resorte, Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Ministerio de Comunicación e Información. [En Línea] <<http://www.leyresorte.gob.ve/index.asp>> [consulta: 21/09/07].

²⁵ 2005 Ley Resorte, Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Ministerio de Comunicación e Información. Ibid.

²⁶ 2005 Ley Resorte, Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Ministerio de Comunicación e Información. Ibid.

- Se plantea la obligatoriedad de transmitir un mínimo de 3 horas diarias de programas destinados a los niños, niñas o adolescentes: presentados con un enfoque pedagógico, donde se plantea además, que se ha de privilegiar la participación de adolescentes como “personal artístico” o en su creación o producción (Extracto del Artículo 14° de la Ley 38.081).
- Durante el horario de “todo usuario” (de 7am a 7pm) se deberá transmitir un mínimo de 7 horas de producción nacional de los cuales 4 deberán ser producidas por productoras nacionales independientes. (Extracto del Artículo 14° de la Ley 38.081).
- En estas 4 horas de producción nacional independiente, los prestadores deben dar prioridad a la transmisión de programas *culturales y educativos e informativos* (Extracto del Artículo 14° de la Ley 38.081).

Resulta evidente según las disposiciones reseñadas, que es muy importante para la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión* promover la producción nacional o los productos nacionales; aspecto que es reiterado en el siguiente precepto:

“Durante los horarios todo usuario y supervisado, los servicios de radio o televisión que difundan obras musicales, deberán destinar a la difusión de obras musicales venezolanas, al menos un cincuenta por ciento de su programación musical diaria”. (Extracto del Artículo 14° de la Ley 38.081)

Las anteriores prescripciones (más otras que no se mencionan aquí porque redundan en cuestiones similares, o no resultan relevantes para el presente estudio), han de ser fiscalizadas mediante un informe mensual que los prestadores de servicios de radio y televisión deben entregar a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, donde se detallen 1) los programas de producción nacional, 2) los de producción nacional independiente, y 3) tiempos y porcentajes de los elementos concurrentes.

Respecto al régimen de sanciones, resulta muy relevante señalar que uno de los “castigos” aplicados a los prestadores de servicios que incumplan la Ley es el de “*ceder un espacio para la difusión de mensajes culturales y educativos*”; sanción que se aplica cuando se transgrede una serie de requisitos que van desde la transmisión de contenidos de violencia, hasta el tiempo de publicidad que se emite entre los programas (Artículo 28° apartado 4to)²⁷.

3) El **Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro Decreto N° 1.521** (emitido en Noviembre del 2001 y presentado en la Gaceta Oficial N° 37.359 el 8 de enero de 2002), se preocupa de “*establecer el régimen general, los requisitos, las características, las limitaciones y las obligaciones de los servicios de radiodifusión sonora comunitaria y televisión abierta comunitaria, así como la forma y condiciones de otorgamiento de las habilitaciones administrativas y concesiones, a los fines de garantizar la comunicación libre y plural de las comunidades*” (Artículo 1° de la Ley 37.359)²⁸.

La Ley entiende por Comunidad a un “*conjunto de personas que residen o se encuentran domiciliadas en una localidad y que la Comisión Nacional de Telecomunicaciones determina que se encuentran estrechamente vinculadas en razón de su problemática común y de sus características históricas, geográficas, culturales y tradicionales*” (Artículo 2° de la Ley 37.359).

²⁷ Otras sanciones son de índole monetaria, y algunas poseen ambas penalidades: monetaria con un valor mayor a cancelar más la cesión de espacios para la transmisión de programas culturales y educativos.

²⁸ 2007 Comunicant. Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro. [En Línea] <<http://www.comunicant.info/spip.php?article46>> [consulta: 21/09/07].

Se prescribe como elemento clave el que los operadores comunitarios deben “garantizar la transmisión de programas de contenido educativo, cultural e informativo que beneficien el desarrollo de la comunidad, así como coadyuvar en la problemática de la comunidad”, “Garantizar la transmisión de mensajes dirigidos al servicio del público que procuren la solución de la problemática de la comunidad” y “Disponer de espacios destinados a asegurar la participación directa de los miembros de la comunidad, a fin de garantizar el derecho de las personas a la comunicación libre y plural”. (Artículo 26° de la Ley 37.359).

Se da gran relevancia a la producción comunitaria de los contenidos que se emitan, según lo cual se dispone que:

“Los operadores comunitarios deberán presentar anualmente a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, programas de capacitación y educación en materia de producción sonora o audiovisual que impartirán a la comunidad, con la finalidad de formar y acreditar productores comunitarios” (Artículo 27° de la Ley 37.359).

Se plantea así, dentro de este contexto, que el 70% de la programación ha de ser de producción comunitaria²⁹, y que de esta no puede sobrepasar el 20% la programación producida por un mismo productor, con el afán de mantener una pluralidad en la participación de la señal.

Cabe destacar que se plantea la existencia de una fiscalización periódica por parte de CONATEL (Comisión Nacional de Telecomunicaciones), para resguardar el cumplimiento de las disposiciones antes reseñadas, según lo cual esta entidad tiene la atribución de efectuar observaciones y recomendaciones que deben ser acatadas por el canal respectivo (Artículo 43° de la Ley 37.359).

b. Institucionalidad

La **Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)** es el organismo encargado de poner en práctica la regulación del sector de las Telecomunicaciones, según lo dispuesto en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones N° 36.970.

Esta Comisión es un instituto autónomo, adscrito administrativamente al **Ministerio de Infraestructura** y está dotada de personalidad jurídica y patrimonio propio e independiente del Fisco Nacional, con autonomía técnica, financiera, organizativa, normativa y administrativa.

Dentro de las competencias de CONATEL se pueden destacar:

- 1) Ejecutar políticas de regulación y promoción en materia de responsabilidad social en los servicios de radio y televisión,
- 2) Ejecutar políticas de fomento de las producciones nacionales y programas especialmente dirigidos a niños, niñas y adolescentes, en el ámbito de aplicación de la Ley,
- 3) Fomentar la capacitación y mejoramiento profesional de productores nacionales,
- 4) Fomentar la educación para la percepción crítica de los mensajes difundidos por los servicios de radio y televisión.
- 5) Ejecutar políticas de fomento para la investigación relacionada con la comunicación y difusión de mensajes a través de los servicios de radio y televisión
- 7) Administrar el fondo y hacer seguimiento y evaluación de los proyectos financiados de conformidad con la Ley,
- 11) Abrir de oficio o a instancia de parte, los procedimientos administrativos derivados de esta Ley, así como aplicar las sanciones y dictar los demás actos a que hubiere lugar de conformidad con lo previsto en esta Ley

²⁹ Se entiende por Producción Comunitaria aquella “producción sonora o audiovisual elaborada por una fundación comunitaria o un productor comunitario, incluyendo su participación en todas las fases de elaboración de la misma, tales como la escritura, preproducción, producción y post-producción de la obra”. (Artículo 2° apartado 8vo de la Ley 37.359).

12) *Requerir a los prestadores de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción, los anunciantes y terceros, información vinculada a los hechos objeto de los procedimientos a que hubiere lugar.*

(Extracto del Artículo 19 de la Ley 38.081)

Según el Artículo 20° de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, se decreta la creación de un **Directorio de Responsabilidad Social** el cual está compuesto por representantes de diversos ministerios, más representantes de organizaciones de usuarios, de la Iglesia y de Universidades de Comunicación Social.

Este organismo tiene el rol de imponer las sanciones derivadas de la Ley, aprobar los recursos derivados del **Fondo de Responsabilidad Social** y discutir las recomendaciones que se han de proponer al Ministerio de Infraestructura para renovar o revocar habilitaciones de concesiones.

Resulta de tal relevancia para la legislación venezolana la participación social en la regulación de la Radio y Televisión, que se decide crear el **Consejo de Responsabilidad Social**. Este se encuentra conformado por representantes de todos los sectores de la sociedad venezolana (organizaciones de indígenas, organizaciones de mujeres, organizaciones que trabajan en torno a los derechos del niño, psicólogos, etc.), a modo de que el Directorio de Responsabilidad Social pueda consultar democráticamente a dicho organismo respecto a alguna resolución que deba tomar.

Se conforma igualmente un **Fondo de Responsabilidad Social** con el fin de 1) fomentar la producción nacional, 2) capacitar a los Productores, 3) destinarlo a la educación de la recepción crítica de los mensajes, y 4) a la investigación relacionada con la comunicación y difusión de los mismos. (Artículo 24° de la Ley 38.081).

c. Canales de TV enfocados casi en exclusivo a la difusión de *contenidos culturales*

o Vale TV *Valores Educativos Televisión*

Vale TV es un canal que se plantea como "cultural y educativo" y que se organiza bajo la figura legal de una Asociación Civil sin fines de lucro, perteneciente al Arzobispado de Caracas. Este tiene cobertura solo para la ciudad de Caracas en TV abierta, pero que también emite (a todo el país) por cable.

Vale TV sale al aire por la señal que antiguamente era ocupada por uno de los dos canales públicos del país (*Televisora Nacional*, mejor conocida como Canal 5). El Presidente de Venezuela, Rafael Caldera, al final de su mandato (hacia 1999), cede la señal a la Iglesia católica, momento en el cual surge Vale TV administrada por la Organización Cisneros (del empresario Gustavo Cisneros, dueño de Venevisión), debido a que la Iglesia decide que estos se hagan cargo producto de la inexperiencia de dicha Institución en el mundo televisivo.

El canal es financiado por los canales privados RCTV (que recientemente se le negó la renovación de la concesión de su señal), Venevisión y Televen, junto con los aportes de otras instituciones públicas y privadas.

Vale TV se declara con la misión de "*Contribuir con el fortalecimiento de los valores morales y sociales a través de una programación de alta calidad, basada en contenidos culturales y educativos agrupados en cuatro áreas fundamentales del conocimiento: Arte, Historia, Geografía y Ciencia y Tecnología*"³⁰.

³⁰ Vale TV [En Línea] <<http://www.valetv.com/ligera/institucional.asp>> [consulta: 22/09/07]

La parrilla programática del canal, está conformada en su mayoría por documentales de productoras internacionales como BBC de Londres, Discovery Channel, National Geographic, ZDF y DW de Alemania, WGBH de Boston, Canal 11 de México, entre otras; y en menor medida por producciones nacionales que se preocupan de abordar temáticas de arte, ciencia, temas sociológicos, costumbres y tradiciones de Venezuela, entre otros³¹.

- o Vive TV *Televisora educativa, cultural e informativa*

Vive TV es uno de los tres canales iniciativas del Estado venezolano, y se plantea como un medio de comunicación *“educativo, cultural e informativo que impulsa la democracia participativa y protagónica”*³².

Este canal inicia sus transmisiones el 2003 bajo el postulado central de que los protagonistas de la programación deben ser los miembros de la comunidad *“el ciudadano común, los millones de venezolanos y latinoamericanos invisibles”*³³, según lo cual plantean que a través de su programación será posible *“conocer la realidad, vida y lucha de nuestros afrodescendientes, indígenas, campesinos, obreros, mujeres, hombres, jóvenes y niños... Sus experiencias, su forma de ver el mundo, son el punto de partida para la construcción de nuestra identidad como pueblo: el reflejo en la pantalla de sus vivencias cotidianas”*³⁴.

Según la propuesta que formula el canal, uno de los ejes centrales que llevarán a cabo para la concreción de sus objetivos, es el apoyo comprometido a la promoción de la Producción Nacional Independiente.

En el sitio Web de Vive TV se pueden apreciar los tres macroconceptos que utilizan para clasificar los programas que ofrece el canal, estos son: 1) Información, 2) Educación y 3) Cultura.

Los programas agrupados bajo la categoría de “cultura” abordan distintas temáticas que van desde un programa llamado “Espacio Musical” que según se indica en la descripción: *“nace para promover todas las disciplinas y expresiones musicales, mediante presentaciones y entrevistas en estudio, difundiendo conocimientos generales sobre la conformación de las agrupaciones, los aportes de éstas a las comunidades y a la identidad cultural nacional y latinoamericana”*. Mientras hay otros como “Sabor a Pueblo”, que se dedica al rescate y difusión de los saberes culinarios del pueblo venezolano. Dentro de esta misma perspectiva del “rescate cultural” se encuentran programas como “Historias Locales”: que se preocupa de las Historias de las comunidades, la relación que establecen con el espacio que ocupan, etc., o “Fuente Viva”: programa que apela a la difusión de la memoria cultural que se traspasa por generaciones.

- o teleSUR

El gobierno venezolano considera muy relevante la creación de medios de comunicación masivos a través de los cuales se pueda difundir “lo propio”. En este afán, se puede asumir, se observa a la Televisión como un medio muy importante a la hora de rescatar una suerte de identidad y fortalecerla. Esto es justamente lo que pretende lograr teleSUR a nivel “regional” latinoamericano.

³¹ Cabe señalar que el 70% de su programación es constituida por producciones extranjeras.

³² COVETEL S.A. 2005 VIVE [En Línea] <www.vive.gob.ve/vive.php> [consulta: 26/09/07]

³³ COVETEL S.A. 2005 VIVE Ibid.

³⁴ COVETEL S.A. 2005 VIVE Ibid.

TeleSUR opera bajo la figura de una sociedad multiestatal que tiene por objetivo “la integración de las naciones y pueblos de Latinoamérica y el caribe”³⁵.

Este canal transmite a Latinoamérica vía satélite y en varias ciudades de Venezuela por señal abierta.

Los primeros socios, con los que se inician las transmisiones del canal el 24 de Julio de 2005, fueron Argentina, Uruguay, Brasil y Cuba, a los que se sumaron posteriormente Bolivia (2006), Nicaragua y Ecuador (2007).

La cadena televisiva está organizada como una Sociedad Anónima donde varios países comparten los costos y la producción de los contenidos.

Este canal opera bajo tres ejes de programas: 1) Informativos, con corresponsales en diferentes países, 2) Formativos, que según se indica, pretenden dar cuenta tanto de los conocimientos ancestrales de los pueblos originarios de Latinoamérica, como de los conocimientos más avanzados alcanzados en la región del siglo XXI, y 3) Entretención, contenidos de carácter lúdico propios del patrimonio común de los latinoamericanos.

Los conceptos rectores que guían la programación del canal son: el fomento de la identidad latinoamericana (memoria histórica y expresión cultural) y la promoción de la Integración regional (mediante el debate de ideas y la programación pluralista del canal).

d. Primer Congreso Internacional de Comunicación y Socialismo del siglo XXI

A fines del año pasado (específicamente del 10 al 16 de Diciembre), se realizó en Venezuela el *Primer Congreso Internacional Comunicación hacia el Socialismo*, con el objetivo de “*Proponer la Creación del nuevo paradigma de la Comunicación Socialista con el fin de exponerla a los gobiernos progresistas*”³⁶.

Este Congreso fue organizado por el canal de televisión Vive TV y una serie de televisoras y radios comunitarias de Venezuela.

Los temas centrales del Congreso fueron los siguientes:

1. *Socialización de la Comunicación masiva y la Democratización del Espectro Radioeléctrico.*
2. *Apropiación y Control Popular de los Medios de Producción Comunicacional.*
3. *Regionalización y Apropiación Popular y Participativa de los Medios de Comunicación del Estado.*
4. *Integración Solidaria de los Pueblos a través de los Medios de Comunicación.*
5. *Liberación del Lenguaje y Participación de los trabajadores en los modos de producción comunicacional.*
6. *Forma y estética en la comunicación socialista.*

A partir de las conclusiones obtenidas en las diferentes mesas, se elaboraría el Plan de Trabajo y las Líneas de Acción del 2007.

Si bien no se pudo tener acceso a las conclusiones de los diferentes debates, ni a la propuesta final que resultó del Congreso, a través de los objetivos que se propusieron para este y el carácter general que tuvo la reunión; el lector igualmente se puede formar un panorama aproximado del nivel de las discusiones que se están desarrollando en Venezuela respecto a los medios de comunicación y su rol dentro de la sociedad.

³⁵ Telesur. [En línea] <<http://www.telesurtv.net/secciones/concepto/index.php>> [consulta: 28/09/07].

³⁶ COVETEL, S.A. 2005 Vive TV. Iniciado Primer Congreso Internacional Comunicación hacia el Socialismo. [En línea] <http://www.vive.gob.ve/inf_art.php?id_not=3209&id_s=6&id_ss=1&pag=97> [consulta: 15/10/07].

e. El concepto de "Cultura"

Según lo revisado respecto a la situación venezolana, se puede establecer que para dicho país resulta evidente y de real importancia la función que cumplen los medios de comunicación de masas en la construcción de un determinado tipo de sociedad.

Tanto en la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión* en general, como en la definición en particular que dan a los programas "educativos y culturales", se evidencia la preocupación por entender al televidente o radioescucha como un ciudadano, y como tal, como un sujeto que tiene el deber y el derecho de participar tanto de la fiscalización de los contenidos de los medios (a través de la creación del Consejo de Responsabilidad Social), como de la construcción de los mensajes (particularidad que se refleja claramente en los postulados del Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público).

Este aspecto "ciudadano" de la comunicación se reitera en la definición que hace la Ley respecto a la "programación educativa y cultural", donde se establece como uno de los tres pilares que la deben constituir³⁷ (en conjunto con la difusión de "los más altos valores del humanismo" y "la diversidad cultural").

Finalmente se puede apreciar una dicotomía de conceptos respecto a la "programación cultural", si se observan los dos canales que se presentan como "culturales" en el país: por una parte está Vale TV que, como se vio, se preocupa de transmitir contenidos referidos a las distintas áreas del conocimiento: Arte, Historia, Geografía y Ciencia y Tecnología (privilegiando las producciones extranjeras), y por otra, la propuesta de Vive TV que se centra en la transmisión de contenidos "educativos, culturales e informativos" dirigidos hacia "actores de lo social", según lo cual la preocupación del canal está en la difusión de de las miradas y experiencias de esos mismos Actores "como punto de partida para la construcción de identidad"³⁸.

III) México

a. Legislación

México regula la transmisión de los contenidos que se emiten a través de la radio y la televisión mediante la **Ley Federal de Radio y Televisión**, la cual, en el entendido de que estas "*constituyen una actividad de interés público*", plantea que el Estado debe protegerlas y vigilarlas para el debido cumplimiento de su función social (Artículo 4º de la Ley).

El Artículo 5º de la Ley señala que "*La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana*", según lo cual se plantea que para la transmisión de contenidos se deben procurar una serie de presupuestos, dentro de los que destacan "*Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana*".

³⁷ Recordar que la definición declara que la Programación Cultural es: Aquella dirigida "*a la formación integral de los usuarios y usuarias en... la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado*". (Artículo 5º apartado 1ro de la Ley 38.081).

³⁸ COVETEL S.A. 2005 VIVE. [En Línea] <www.vive.gob.ve/vive.php> [consulta: 26/09/07]

La Ley Federal de Radio y Televisión hace una distinción al momento de legislar en torno al otorgamiento de concesiones y permisos para las nuevas estaciones de televisión. La primera distinción que establece la fórmula respecto al propósito y naturaleza de la estación, esto es: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas “o de cualquier otra índole”; según lo cual a las primeras (a las comerciales), se les otorgará una concesión, mientras que las demás solo requerirán la figura legal del “permiso” para su funcionamiento.

La Secretaría de Gobernación otorgará permiso de “estaciones oficiales” a dependencias de la Administración Pública Federal Centralizada, a los gobiernos estatales y municipales, y a las Instituciones Educativas Públicas; para otorgar dichos permisos se requerirá que dentro de los fines de la estación se encuentre:

- *Difundir Información de Interés Público*
- *Fortalecer la Identidad Nacional*
- *Privilegiar en sus contenidos la programación de origen Nacional*
- *Fomentar los valores y creatividad artísticas locales a través de la difusión de la Producción Independiente.*

(Artículo 21-A de La Ley Federal de Radio y Televisión)

En el Artículo 59° de la Ley se plantea que *“Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión”*. Este último organismo tendrá la labor de conversar con los concesionarios o permisionarios, para fijar los horarios en que se transmitirá la programación señalada.

De los Tiempos Oficiales que se transmitieron en televisión para los meses de Enero a Junio del presente año, una gráfica proporcionada por la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, señala que solo el 8.52% de la programación fue destinada a “contenidos culturales”³⁹.

Existirá así mismo, un incentivo (no una obligatoriedad, como sucede en la ley venezolana), para aquellos concesionarios “que cubran con producción nacional independiente cuanto menos un 20% de su programación”, los cuales en retribución podrán incrementar el porcentaje de tiempo de publicidad permitido hasta en un 5%. (Artículo 72-A de la Ley Federal de Radio y Televisión).

Se plantea que “las difusoras deberán aprovechar y estimular los valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de arte mexicano” (Artículo 73° de la Ley).

También se prescribe que las concesionarias deben incluir en su programación diaria “información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo, y otros asuntos de interés nacional e internacional”; en el entendido de que “la radio y la televisión son medios de orientación para la población del país”. (Artículo 77° de la Ley).

³⁹ Mientras que los “Contenidos políticos” representaron un 7.06%, los “Sociales”, un: 46.59% y de los de “Interés Nacional general” un 37.83%. Ver gráfica en: Tiempos Oficiales, Gráficas 2007. Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía RTC [En Línea] <http://www.rtc.gob.mx/radiotv/tiempos_oficiales/graficas2007.pdf>.

b. Institucionalidad

La **Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL)** es un organismo perteneciente a la Secretaría de Comunicaciones y Transporte, que tiene como rol *“regular y promover el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones”*⁴⁰ (principalmente en el ámbito técnico y administrativo). Mientras que la **Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC)** está encargada de regular los contenidos de las emisiones.

La **RTC** depende de la **Secretaría de Gobernación** y destacan entre sus atribuciones:

*“Regular los contenidos de las transmisiones de radio y televisión”, “Resolver las categorías de clasificación para transmitir películas”, “Vigilar que los contenidos de las transmisiones cumplan con las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión”, “Promover la producción de materiales de radio y televisión para que se difundan a través de los Tiempos del Estado”*⁴¹.

Según se puede apreciar en el sitio Web de RTC, en concreto este se encarga de clasificar la programación de la TV abierta (según la concurrencia de factores de violencia, adicciones, sexualidad y lenguaje), de realizar informes respecto a los Tiempos Oficiales, y presentar plantillas concernientes al material grabado que saldrá por TV abierta.

Según unas modificatorias a la Ley Federal de Radio y Televisión, el 2003 se crea el **Consejo Nacional de Radio y Televisión**; el cual según el “Manual de Operaciones del Consejo Nacional de Radio y Televisión”, estaría conformado por un representante de la Secretaría de Gobernación (que será el presidente), un representante de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte, un representante de la Secretaría de Educación Pública, uno de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de Radio y Televisión y dos de los trabajadores; además de un invitado permanente con voz, pero sin voto, de la sociedad civil organizada.

Según la legislación entre las atribuciones que posee el Consejo se encuentran:

1) Coordinar las actividades de emisión de programación cultural, educativa y de orientación social, 2) Promover y Organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal, 3) Elevar el nivel moral, cultural y artístico y social de las transmisiones, 4) Realizar estudios, investigaciones y análisis que considere necesarios sobre los contenidos programáticos de la radio y televisión, y 5) Promover la autorregulación en materia de contenidos, con el propósito de lograr una programación de calidad y responsabilidad dentro de los parámetros legales.

Según el primer proyecto de Ley el Consejo habría tenido muchas más atribuciones de las que finalmente se le concretaron; y según se puede apreciar en diversas publicaciones de los años 2002 - 2003 la ciudadanía pedía modificaciones más radicales de las que finalmente se le efectuaron a la Ley Federal de Radio y Televisión.

Entre esas propuestas se puede destacar la creación de un “Consejo Ciudadano de Radio y Televisión”, en el entendido de que este debería velar por *“el respeto de estas garantías comunicativas básicas, [realizar] las labores de arbitraje y [asegurar] que tanto los medios, como el Estado cumplan con su responsabilidad ante la sociedad”*⁴², entre otras propuestas, que se asemejan a las atribuciones que presenta el Consejo de Responsabilidad Social en la legislación venezolana.

⁴⁰ Comisión Federal de Telecomunicaciones. [En Línea] <<http://www.cft.gob.mx/index.jsp>> [consulta: 27/09/07]

⁴¹ Comisión de Radio Televisión y Cinematografía. [En Línea] <www.comisionrtc.gob.mx/legislacion/reg_radio_tv.html> [consulta: 25/09/07].

⁴² Revista Electrónica Razón y Palabra, Octubre-Noviembre 2005. En Defensa del Consejo Ciudadano de Radio y Televisión N°47. [En Línea] <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n47/jesteinou.html>> [consulta: 23/09/07].

Según un artículo publicado en Noviembre del 2002 en un medio electrónico⁴³; “el Consejo nunca ha tenido un funcionamiento real”, e incluso un decreto (el 10 Octubre de 2002) le habría quitado la atribución de “elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones” dejándolo con funcionamientos meramente consultivos; y si se intenta buscar algún sitio Web donde aparezcan información respecto a su quehacer (misión, objetivos, etc.), se intentará en vano, aspecto que viene a incrementar la incertidumbre frente a la existencia real de dicho organismo.

Cabe señalar que la creación de nuevas leyes y sus modificatorias en el siglo XXI en México, se enmarcan dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2001 - 2006, según lo cual el escenario legal aun no se encuentra totalmente definido.

c. Canales de TV enfocados a la difusión de *contenidos culturales*

o Canal Once *te ve diferente*

Canal Once es un canal de Televisión Público perteneciente al Instituto Politécnico Nacional de México. Lleva 48 años transmitiendo su programación, según lo cual sostiene que es “la televisora de servicio público más antigua de América Latina”⁴⁴.

Esta televisora plantea que su preocupación está centrada en responder a los intereses de “una amplia gama de segmentos de la sociedad mexicana”, producto de que su motor guía es la función social que cumplen⁴⁵.

El canal utiliza el concepto de Responsabilidad Social para destacar la realización de programas de “servicio comunitario e información al público”⁴⁶, como el programa “Diálogos en Confianza”, que busca desarrollar temas de interés social relativos a distintos aspectos de la vida cotidiana, problemas familiares, de salud física y mental, etc. acercándole ayuda al público mediante la comunicación directa con los especialistas y/o “derivándolos a diversas asociaciones civiles e instituciones de apoyo”.

También se pueden encontrar programas destinados al conocimiento y exaltación de la historia y cultura mexicana; dentro de los cuales destacan “México, tierra de migrantes”, programa preocupado de abordar temáticas relacionadas con el problema de la cuantiosa migración que sufre el país, donde se desarrollan tópicos tales como: la familia, el mercado laboral, los motivos y redes sociales de la migración, integración y choque cultural, entre otros.

Otro programa que se organiza dentro de esta misma línea de lo que se puede denominar como el “autoconocimiento” del mexicano, es “Haciendas de México”; dicho programa se propone desarrollar diferentes temáticas del mundo de las haciendas en México: su estructura económica, el impacto social que tuvieron en su época de más auge y el lugar que ocuparon en el desarrollo del país, además de indagar en aspectos de la vida de los moradores que hoy las habitan.

⁴³ Mediocracia, los medios más allá de la visión de apocalípticos e integrados. [En Línea] <<http://raultrejo.tripod.com/>> [consulta: 09/10/07].

⁴⁴ DR (c) XEIPN Canal Once, México D. F. 2007. [En línea] <<http://oncetv-ipn.net/acercade/>> [consulta: 29/09/07].

⁴⁵ DR (c) XEIPN Canal Once, México D. F. 2007. Ibid.

⁴⁶ DR (c) XEIPN Canal Once, México D. F. 2007. [En Línea] <<http://www.oncetv.ipn.mx/>> [consulta: 04/10/07].

El Canal tiene además un espacio infantil denominado "Once Niños" que en palabras de sus productores: *"transmite una programación... que permite a los niños interactuar con los programas, obteniendo un estímulo intelectual y provecho educativo"*⁴⁷.

Lo anterior da cuenta de la mirada y objetivos que dirigen al canal, y que se pueden resumir en la "misión" que estos se encomiendan: *"Generar y transmitir contenidos que impulsen y fomenten el desarrollo humano"*.

Como la legislación mexicana en temas de telecomunicaciones de radio y televisión no se preocupa de regular acuciosamente la función y funcionamiento de la Televisión de Servicio Público, y más bien intenta fomentar su autorregulación (según aparece estipulado en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión); Canal Once decide realizar nueve Documentos de autorregulación, (hechos públicos recientemente, el pasado 17 de Julio del presente año), donde se pretende explicitar *"el marco de acción del quehacer televisivo e institucional"*, su perspectiva del Servicio Público y los valores y principios que guían su actividad⁴⁸.

Dentro de este mismo marco surge la iniciativa de realizar el Estatuto del Defensor de la Audiencia, regulación que tiene por objeto crear dicha figura con el fin de "conocer y responder las quejas y observaciones del público y para ser una vía de comunicación con este para un mejor conocimiento mutuo"⁴⁹.

Las anteriores iniciativas fueron muy bien evaluadas por los mexicanos, cuestión que se puede observar a través de un artículo que apareció pocos días después de decretada la medida en el periódico *El Universal* (con fecha el 21 de Julio 2007), donde se destacó el paso que dio Canal Once al sentar las bases para que de a poco "los periodistas se ajusten más al código de ética y cada vez menos a los avives de la política", "se crean vehículos para socializar la recepción crítica del televidente y se establece una diferencia entre el medio gubernamental y el público incitándose hacia una reforma de estos últimos"⁵⁰.

- o Canal 22 *La cultura también TV · te habla · te escucha*

El Canal 22 se crea en 1993 "a petición de la comunidad cultural y artística mexicana"⁵¹.

Esta emisora surge dependiente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y de la Secretaría de Educación Pública.

Canal 22 se propone como misión: *"la creación y difusión de actividades culturales"* donde entienden como pertenecientes a este concepto a las manifestaciones más diversas desde las artes plásticas, música, literatura, historia, danza, cine, animación, hasta programas informativos y de investigación periodística.

En los contenidos de las emisiones de Canal 22 se privilegia "la difusión del arte y la cultura del mundo" (destinando el 51% de sus programas a este cometido), aunque también se incita a la producción independiente de contenidos nacionales, según se puede observa en su sitio

⁴⁷ DR (c) XEIPN Canal Once, México D. F. 2007. Ibid.

⁴⁸ DR (c) XEIPN Canal Once, México D. F. 2007. [En Línea] <http://oncetv-ipn.net/acerca_canal_once/> [consulta: 04/10/07].

⁴⁹ DR (c) XEIPN Canal Once, México D. F. 2007. [En Línea] Ibid.

⁵⁰ Villanueva, Ernesto. Canal 11 ¿Medio público? En *El Universal*, México, Num. 32, 777, 21 de Julio 2007, Editoriales. Aparecido en la revista electrónica Mexicana de Comunicación Fundación Manuel Buendía A. C. [En Línea] <<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/v12.htm>> [consulta: 08/10/07].

⁵¹ Copyright © 2007 Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Canal 22 [En línea] <<http://www.canal22.org.mx/historia.html>> [consulta: 10/10/07].

Web donde aparece un link que convoca a participar en el Concurso de Apoyo a Productores Independientes.

Cabe destacar igualmente el interés que manifiesta el Canal por problematizar y difundir la discusión respecto a la temática de la Televisión Cultural, al realizar una cátedra en la Universidad Iberoamericana denominada: “Cátedra de TV Cultural Canal 22-Universidad Iberoamericana de México”.

Al igual que Canal Once, Canal 22 presenta recientemente un código de ética en su página Web, y crea la figura del “Defensor del Televidente” que también tendrá un programa donde “se tratarán puntos centrales de discusión en relación a la televisión y al televidente”⁵².

- o TV UNAM

TV UNAM es una televisora perteneciente a la Universidad Autónoma de México que tiene por objeto ser “una alternativa televisiva de calidad, con una amplia penetración pública que divulgue el pensamiento y la creación, y que fomente el desarrollo de los Universitarios y la sociedad”⁵³.

Esta Televisora tiene una cobertura que abarca todo el Distrito Federal y entre sus programas destaca la transmisión de diversos documentales, programas de conversación, películas clásicas y programas de cadenas audiovisuales internacionales de renombre como la BBC de Londres.

- o Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México

La Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México es una organización estructurada bajo la figura de *Asociación Civil*, fundada en 1994 y refundada (luego de varias reestructuraciones significativas) el 2005. Actualmente en torno a esta figura se encuentran asociados 51 sistemas de radio y televisión de servicio público (gubernamentales, regionales, locales, de Instituciones Educativas y Culturales y también de la Sociedad Civil).

Entre sus principales objetivos destacan:

- Promover el fortalecimiento de la Radio y Televisión públicas mediante la facilitación de la colaboración entre los diferentes medios y con instituciones afines nacionales e internacionales.
- “Fortalecer las relaciones con otros organismos, públicos o privados, de la comunicación y con ello mejorar el nivel de los servicios que brindan”.

Esta Red tiene presencia en todo el territorio mexicano⁵⁴.

d. Foro Canal Once - UNESCO *Redefiniendo la Televisión de Servicio Público*

El pasado 12 y 13 de Marzo del 2007 se realizó un Foro en Ciudad de México organizado por UNESCO y Canal Once con los auspicios del Instituto Politécnico Nacional y la Cátedra UNESCO *Telecomunicaciones y Sociedad*.

⁵² Copyright © 2007 Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Canal 22. [En Línea] <<http://www.defensor.canal22.org.mx/main.htm>> [consulta: 10/10/07].

⁵³ TV UNAM [En Línea] <<http://www.tvunam.unam.mx/>> [consulta: 18/10/07].

⁵⁴ Para ver una ilustración de su extensión y la cantidad de asociados por distrito dirigirse al sitio Web <http://www.lared.org.mx/presencia.html>

El objetivo de dicho encuentro en palabras de Julio Di-Bella, Director General de Canal Once fue: *“discutir la naturaleza y los objetivos de la televisión pública y que si bien en México no hay medios públicos como tales, sino medios de Estado, tanto el Instituto Politécnico Nacional como Canal Once son conscientes de que dichos medios tienen la obligación no sólo de concebir contenidos, sino de construir ciudadanía”*⁵⁵.

El Foro se organizó en torno a siete Conferencias, las cuales llevaron por título:

1) “Promoción, desarrollo y fortalecimiento del servicio público de televisión como mandato y vocación de la UNESCO”, 2) “La esfera pública hoy como escenario para la construcción de políticas públicas”, 3) “Los principios rectores jurídicos y políticos de la televisión pública en un Estado Democrático”, 4) “La televisión pública, entre el desarrollo y el crecimiento: ¿es posible su redefinición?”, 5) “El Estado ¿promotor, interventor o espectador de la televisión pública?: Estudios de caso”, 6) “La vinculación al Desarrollo y la Responsabilidad Social como misión de la televisión de servicio público” y 7) “Hacia una nueva cultura del servicio público de televisión en México”.

En el desarrollo del Foro participaron exponiendo representantes de diversos países de la región, dentro de los cuales se pueden destacar: Ana María Pulgarín, Coordinadora de Programación del Canal Público “Teleantioquía” de Colombia; Guillermo Orozco, Profesor e Investigador de la Universidad de Guadalajara en México; Elizabeth Sabor, Profesora e Investigadora del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de Venezuela; Valerio Fuenzalida Profesor e Investigador de la Pontificia Universidad Católica de Chile, entre muchos otros.

De manera general, se puede decir que como tópico central de la mayoría de las discusiones estuvo el tema de sentar las bases para una diferenciación taxativa entre la Televisión de Servicio Público del Estado y las “verdaderas” televisoras de Servicio Público. La discusión se dio principalmente, en torno a la influencia que podían ejercer los Estados en los medios de comunicación, coartándoles su carácter de “Públicos”.

En torno a este último tema y a la idea de “espacio público”, surgió una interesante reflexión que discutía la situación que juegan los telespectadores en la construcción de este espacio, y por tanto se preguntaba si realmente los medios de comunicación de masas constituían una herramienta para construir *lo público* (entendido como lo colectivo) desde esta perspectiva.

Se planteaba entender, según la reflexión de una expositora, al espectador como ciudadano participante y no como espectador; y tratar de mitigar el poder controlador que ejercen los medios sobre las audiencias.

Otras conferencias estuvieron enfocadas en contar las experiencias que se viven en los diferentes países de la región respecto a la consolidación o paulatino desaparecimiento de la televisión pública, y los debates que se dan en torno al rol que debían tomar estas en sus sociedades.

⁵⁵ D.R.© XEIPN Canal Once, 2006. Dirección de Comunicación. Informe de Relatoría Foro Canal Once – UNESCO Redefiniendo la Televisión de Servicio Público. [En Línea] <http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_345.htm> [consulta: 12/10/07].

e. El concepto de "Cultura"

En el espíritu de la legislación mexicana se encuentra como aspecto muy relevante la función social que cumplen (o deberían cumplir), los medios de comunicación: *"contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humanas"*, *"elevar el nivel cultural, conservar las características nacionales, costumbres, tradiciones..."*, pero en la práctica la Ley no ofrece los mecanismos reguladores necesarios para que estos cometidos se realicen efectivamente.

La legislación intenta zanjar el problema mediante la obligatoriedad de la cesión de 30 minutos para la transmisión de "contenidos culturales, educativos, informativos y sociales", pero estos 30 minutos, muchas veces se transmiten en horarios de baja audiencia (después de media noche o antes de las 16:00 horas), e incluso, según indica Raúl Trejo Delabre (investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM), *"muy recientemente se aprobó una reforma constitucional que entre otras cosas pondrá ese tiempo y el tiempo llamado fiscal (que obedece a otra historia y normatividad) al servicio de los partidos para que, en temporadas de campañas, lo utilicen para hacer campañas sin tener que pagar spots a las empresas privadas de televisión y radio"*⁵⁶. Según lo cual, se puede apreciar la poca importancia real que da el Estado mexicano al rol cultural de los medios.

Hay que entender, sin embargo, que la transición política que comienza a experimentar México una vez que sale el PRI del gobierno, hace que se empiecen a reformular algunos lineamientos que producirán por ejemplo, la reforma de la Ley Federal de Radio y Televisión (2003), y la aparición de algunos organismos como el Concejo Nacional de Radio y Televisión, que dan luces de un cambio bastante radical respecto a las anteriores disposiciones legislativas, aunque estas no puedan desarrollarse finalmente como era esperado.

Se puede decir, sin embargo, que el Estado intenta hacerse cargo del problema mediante la realización de iniciativas como "Canal 22", canal que en su slogan se plantea como eminentemente "cultural" (*La cultural también TV · te habla · te escucha*), pero que surge producto de *la solicitud de más de de 1.200 integrantes de la comunidad cultural y artística de México*⁵⁷, por tanto no es una política del Estado, sino respuesta a una demanda ciudadana.

Por último, cabe destacar que a nivel de la esfera civil, el problema sí resulta realmente trascendente, y es dentro de ese marco que se entienden iniciativas como "Canal Once", "TV UNAM", la "Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México", los Encuentros internacionales para discutir estas problemáticas y las iniciativas de promoción de marcos autorreguladores, entre otras.

IV) Colombia

a. Legislación

La legislación colombiana en materia de regulación de los servicios de radio y televisión es bastante fragmentada.

Hacia 1991 se efectúa en dicho país una Asamblea Constituyente mediante la cual se configura una nueva Carta Fundamental. En dicho año se crea la **Ley 14** que tiene por objeto

⁵⁶ Delabre Trejo, Raúl. Saludos Raúl, nuevamente desde Chile. [En línea] En: <camila.ch.r@gmail.com> 22 Octubre 2007 <trejoraul@gmail.com> [consulta: 23/10/07].

⁵⁷ Copyright © 2007 Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Canal 22. [En Línea] <<http://www.canal22.org.mx/historia.html>> [consulta: 10/10/07].

"dictar normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial". Cabe señalar que en Colombia no existirá la televisión privada sino sólo hacia 1996, cuando se promulga la Ley 335.

En la Ley 14 se reiteran los presupuestos básicos dictados en la Constitución, según los cuales se establece que *"toda persona es libre de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, de informar y recibir información veraz e imparcial..."*⁵⁸, así mismo como se dicta la creación de *"un organismo encargado de la dirección de la política que en materia de televisión determine la ley sin menoscabo de las libertades consagradas en esta Constitución"*⁵⁹. Organismo que, según se señalará posteriormente, llevará el nombre de Comisión Nacional de Televisión.

En 1995 se crea la **Ley 182** la cual tiene por fin *"reglamentar el servicio de televisión y formular políticas para su desarrollo"*, entre otras disposiciones.

En su Artículo 1º se señala la naturaleza jurídica, técnica y cultural de la televisión, aspecto, este último, que es descrito de la siguiente forma:

"Este servicio público está vinculado intrínsecamente a la opinión pública y a la cultura del país, como instrumento dinamizador de los procesos de información y comunicación audiovisuales". (Artículo 1º de la Ley 182)⁶⁰

La Ley 182 se propone, igualmente, definir los fines de este medio de comunicación, según lo cual señala:

"Los fines del servicio de televisión son: formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana..." [Donde se busca satisfacer con ello] *"las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local"*.

(Artículo 2º de la Ley 182)

Se preocupa, igualmente, de definir (según la orientación general de la programación), las características de la *Televisión comercial* y las de la *Televisión de interés público, social, educativo y cultural*; destacando para la primera, la propiedad de destinar su programación a la satisfacción *"de los hábitos y gustos de los televidentes, con ánimo de lucro"*, pero acentuando el hecho de que esta orientación no puede excluir *"el propósito educativo; recreativo y cultural que debe orientar a toda televisión colombiana"*⁶¹.

El Capítulo II del apartado III de la Ley 182 se titula *"Del contenido de la televisión"*. En este se reitera la *"libertad de operación, expresión y difusión"*, aunque se plantea que *"el servicio estará sujeto a la intervención, dirección, vigilancia y control de la Comisión Nacional de Televisión"*, para *"garantizar el cumplimiento de los fines y principios que rigen al servicio"*.

⁵⁸ Republica de Colombia Comisión Nacional de Televisión. Base Normativa y Jurisprudencial –compilación a julio de 2002- Bogotá D.C. [En Línea] < http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/base_normativa.pdf > [consulta: 25/10/07].

⁵⁹ Republica de Colombia Comisión Nacional de Televisión. Base Normativa y Jurisprudencial –compilación a julio de 2002- Bogotá D.C. Ibid.

⁶⁰ El Congreso de la República de Colombia. Ley Número 182 de 1995. [En Línea] <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/ley_182.pdf> [consulta: 24/10/07].

⁶¹ El Congreso de la República de Colombia. Ley Número 182 de 1995, Artículo 21º. [En Línea] <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/ley_182.pdf> [consulta: 24/10/07].

público de televisión, protegen a la familia, a los grupos vulnerables de la población [...], y fomentar la producción colombiana”⁶².

Este capítulo posee seis artículos, de los cuales sólo uno (destinado a regular la emisión de programación de producción nacional), se preocupa en concreto, aunque de manera vaga, del contenido específico de la programación; los demás hacen referencia a cuestiones como a) “el derecho de rectificación” de quien se considere afectado por algún contenido transmitido (Artículo 30), b) la regulación del tiempo estipulado para campañas políticas (Artículo 31), c) los tiempos que puede usar el Gobierno para la transmisión de mensajes públicos (Artículo 32), y d) la regulación de la Inversión extranjera en sociedades concesionarias de espacios o programas de televisión (Artículo 34).

El Artículo 33 del capítulo titulado “*Del contenido de la televisión*” se preocupa de prescribir los porcentajes mínimos de programación de producción nacional que deben transmitir tanto los canales nacionales y zonales, como los canales regionales y estaciones locales (todos operadores de TV abierta).

- a) *Canales nacionales y zonales: De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A), el 70% de la programación deberá ser de producción nacional. De las 00:00 horas a las 10:00 horas, el 100% será de programación libre. De las 10:00 horas a las 14:00 horas el 55% será de programación de producción nacional. De las 14:00 horas a las 19:00 horas el 40% será de programación de producción nacional. De las 22:30 horas a las 00:00 horas, el 55% será de programación de producción nacional. Sábados, domingos y festivos en el triple A será el 60% de programación de producción nacional, y*
- b) *Canales regionales y estaciones locales: En los canales regionales y estaciones locales, la emisión de programación de producción nacional deberá ser el 50% de la programación total.*

(Artículo 33° Ley 182)

Si bien, según este Artículo se puede observar una preocupación de la legislación colombiana respecto a preservar y fomentar la producción nacional de contenidos, en ninguna parte se señalan las características u orientaciones que estos deben tener (los tipos de programas, objetivos de los mismos, etc.), corriéndose el riesgo de poner mucho énfasis en la cantidad de producción nacional, sin preocuparse de la calidad de la misma.

En el Artículo 61° de la Ley 182 se mencionan algunas facultades de la compañía de informaciones audiovisuales, dentro de las cuales se encuentra la de “*explotar o producir conjuntamente con Inravisión*”⁶³ o *individualmente el servicio de televisión para la cadena tres*”⁶⁴ de Inravisión”, servicio que, se señala, será de carácter cultural; aspecto, este último, que fue modificado por el Artículo 15° de la Ley 335 en 1996, quedando sólo la mención al servicio prestado por la compañía, sin especificar su carácter.

Sin embargo lo anterior, igualmente se menciona la producción de programación cultural por parte de estas dos entidades (Inravisión y la compañía de informaciones audiovisuales), según lo cual la ley procede a definir lo que se entenderá por esta:

“La programación cultural de la compañía de informaciones audiovisuales e Inravisión, deberá fundamentarse en un concepto amplio de esta. En consecuencia no sólo serán culturales los programas producidos por dichas entidades que estén referidos a la difusión del conocimiento científico, filosófico, académico, artístico, o popular, sino también aquellos cuyo contenido tenga

⁶² El Congreso de la República de Colombia. Ley Número 182 de 1995, Artículo 29°. [En Línea] <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/ley_182.pdf> [consulta: 24/10/07].

⁶³ Inravisión es la sigla que representa al Instituto Nacional de Radio y Televisión, el cual será detallado más adelante en cuanto a sus funciones y atribuciones.

⁶⁴ Cadena Tres, posteriormente llamada Señal Colombia, es uno de los tres canales públicos que transmiten en Colombia con cobertura nacional, pero es el único que llena su parrilla programática con producciones propias, sin concesionar sus espacios como sí lo hacen los otros dos canales públicos.

como propósito elevar el desarrollo humano o social de los habitantes del territorio nacional o fortalecer su identidad cultural o propender por la conservación de la democracia y convivencia nacional.

Los programas deportivos, recreativos de concurso o los destinados a la audiencia infantil, serán considerados culturales si sus contenidos cumplen los requisitos establecidos en este párrafo”.

(Extracto del Artículo 15 de la Ley 335)

En 1996 se crea la **Ley 335** “por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones”⁶⁵.

En el Artículo 11° de esta Ley se declara que “los operadores privados del servicio de televisión deberán reservar el 5% del total de su programación para presentación de programas de interés público y social”, señalando además que uno de esos espacios debe ser destinado a la *defensoría del televidente*.

El Artículo 20° se preocupa de definir los lineamientos programáticos de la cadena tres y algunos espacios para la cadena Uno y A⁶⁶, según los cuales se señala:

“La cadena tres emitirá la televisión educativa, de acuerdo con la programación definida por Inravisión, de conformidad con los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional y las funciones establecidas para la Comisión Nacional de Televisión.

Incluirá programas de educación formal, no formal e informal, de educación laboral, de bachillerato [...], de atención educativa a poblaciones y de educación sobre el ambiente, dirigidos a niños, jóvenes y adultos, sin distinción de raza, religión y condición social.

De la misma manera las cadenas Uno y A cederán espacios a las instituciones gubernamentales para la emisión de programas encaminados a la educación de los ciudadanos, especialmente en áreas de salud, educación, servicios públicos, desarrollo cultural, derechos humanos y economía solidaria. Para ello la Comisión Nacional de Televisión oírás las propuestas del Gobierno Nacional y dará prioridad a estos programas”.

Por último, cabe destacar que la parte segunda de este mismo Artículo está dedicada a esclarecer la postura del Estado colombiano frente al uso de los medios de comunicación de masas por parte de los grupos étnicos de dicho país:

“El Estado garantizará a los grupos étnicos el acceso permanente al uso del espectro electromagnético y a los servicios públicos de telecomunicaciones y medios masivos de comunicación del Estado, la creación de sus propios medios de comunicación en sus diferentes modalidades y la realización del plan de desarrollo para los grupos étnicos [...] con el objeto de garantizar sus derechos étnicos, culturales y su desarrollo integral”.

(PAR. 2° del Artículo 20 de la Ley 335)

b. Institucionalidad

El **Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión)**, funciona como una entidad organizada como Empresa Industrial y Comercial del Estado, y tiene por objeto operar el servicio público de radio y televisión, y producir, coproducir y emitir la programación de la televisión cultural y educativa.

⁶⁵El Congreso de Colombia, LEY 335 de 1996. [En Línea] < http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/Ley_335.pdf > [consulta: 24/10/07].

⁶⁶ Los canales Uno y A (posteriormente llamado Señal Institucional), son los otros dos canales públicos de cobertura nacional en Colombia, pero el primero de estos opera en la forma de carácter mixto (privado – público), y el segundo concede gran parte de sus espacios.

Para que se entienda lo anteriormente señalado, hay que explicar que en Colombia existen tres canales nacionales (o cadenas), que pertenecen al Estado: Canal Uno, Canal A y Señal Colombia; y que a estas se agregaron los canales privados recién a partir de 1996, como se indicó en el apartado anterior.

Canal Uno y *Canal A* (llamado actualmente Señal Institucional), funcionan dando sus espacios en concesión a entidades particulares, por tanto el rol de Inravisión aquí es preocuparse solamente de la operación de la emisión y transmisión de la programación. *Señal Colombia* en cambio, opera como *canal de interés público cultural y educativo*, según lo cual toda su programación es producida, organizada y/o coproducida por Inravisión.

La **Comisión Nacional de Televisión (CNTV)** por su parte, es una entidad jurídica de derecho público “con autonomía administrativa, patrimonial y técnica”⁶⁷ que “planea, dirige y desarrolla las políticas en materia de televisión; regula el servicio; y gestiona, interviene y controla el uso del espectro electromagnético utilizado por el servicio de televisión”⁶⁸.

Dentro de sus funciones destacan la de fiscalizar el cumplimiento de la política general del servicio de televisión determinada por la ley; investigar y sancionar a los operadores que violen el régimen de protección de la competencia para evitar las prácticas monopolísticas, y la función que más interesa para efectos del presente estudio:

“Diseñar estrategias educativas con el fin de que los operadores, concesionarios de espacios de televisión y contratistas de televisión regional las divulguen y promuevan en el servicio, a efecto de que la teleaudiencia familiar e infantil pueda desarrollar la creatividad, la imaginación y el espíritu crítico respecto de los mensajes transmitidos a través de la televisión”.

(Artículo 5º apartado “m” de la Ley 182)

La junta directiva de la Comisión Nacional de Televisión está compuesta por cinco miembros, los cuales son elegidos por un periodo de dos años, donde participan: dos miembros designados por el Gobierno Nacional, un miembro escogido entre los representantes legales de los canales regionales de televisión, un miembro de las asociaciones profesionales y sindicales que participan en la realización de la televisión: actores, directores, libretistas, etc., y un miembro que representa a las asociaciones de padres, asociaciones de televidentes, facultades de educación y de comunicación social, elegido democráticamente por las organizaciones señaladas⁶⁹.

c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales

- o Señal Colombia *Todo lo que somos*

Señal Colombia es el canal público que se autodefine como educativo y cultural. Declarando que su programación es concebida desde el concepto amplio de cultura, plantean que está “diseñada para todos los públicos, comprometida con la construcción de nación, que acompaña en la formación y apropiación de valores, [y] explora en los elementos que nos distinguen y complementan...”⁷⁰.

Los contenidos programáticos se producen y definen según la figura de los “productores delegados en Señal Colombia”, figura que les permite el seguimiento y perfeccionamiento de

⁶⁷ El Congreso de la República de Colombia. Ley Número 182 de 1995, Artículo 3º. [En Línea] <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/ley_182.pdf> [consulta: 25/10/07].

⁶⁸ Comisión Nacional de Televisión, CNTV *Por una televisión bien vista*. [En Línea] <<http://www.cntv.org.co/cntv%5Fbop/quienes/>> [consulta: 25/10/07].

⁶⁹ El Congreso de Colombia, LEY 335 de 1996, Artículo 1º. [En Línea] <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/Ley_335.pdf> [consulta: 24/10/07].

⁷⁰ Señal Colombia. [En Línea]. <http://www.senalcolombia.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=7&Itemid=7> [consulta: 25/10/07].

“ideas originales, investigaciones exhaustivas, personajes ancla definidos y series articuladas en sus contenidos y propuestas audiovisuales”⁷¹. La producción de los programas y el desarrollo del canal en su conjunto se llevan a cabo de manera mancomunada por el trabajo entre RTVC⁷² y los Ministerios de Cultura y Educación.

Dentro de los tópicos que destacan como centrales para la producción de su parrilla programática se encuentran: 1. El Patrimonio: “lugares, costumbres y riquezas de nuestras regiones”, 2. La Música: “instrumentos, ritmos compositores e interpretes que hacen vivenciar al televidente las emociones que la música colombiana genera”; 3. El Cine: “una selección de películas nacionales y extranjeras que tienen por fin poner en evidencia los hilos que nos unen a los humanos como habitantes de un mismo planeta”; y 4. La Memoria: un recorrido a los hechos, escenarios y personajes clave del pasado, entre muchos otros⁷³.

o Canales Regionales

A los tres canales públicos que se emiten a nivel nacional, hay que agregar una serie de canales regionales que igualmente son de carácter público. Estos, en su gran mayoría, se orientan según un enfoque “educativo y cultural” para producir los contenidos de su parrilla programática; privilegiando principalmente la difusión y rescate de los valores culturales de las regiones en donde se emiten.

Ocho son los canales regionales públicos de Colombia, y a pesar de las diferencias geográficas y culturales que cubren, sus objetivos son bastante similares. A continuación se pueden apreciar los objetivos y orientaciones de algunos de ellos:

CANAL CAPITAL: “Una programación con énfasis en temas de origen regional, cuyo contenido esté orientado al desarrollo social y cultural de la región que cubre”.

TELECAFE: “Una programación de carácter educativo, cultural e informativo [detrás de lo cual] subyace una necesidad y un deseo de autonomía cultural e informativa de la comunidad frente a los modelos centralistas de información, que prácticamente excluían a la provincia de la difusión de las noticias y productos culturales, y en medio de ellos una búsqueda de mecanismos para impulsar el desarrollo social de esta región llamada por sus habitantes con el nombre de Eje Cafetero”.

TELEPACÍFICO: “Comprometido con el desarrollo social y cultural, dedicado a promover y fortalecer los valores que generen sentido de pertenencia con la región, tiene como misión producir, emitir y comercializar programas para educar, informar y entretener con una alta calidad”.

TELEVISIÓN REGIONAL DE ORIENTE - TRO: “fomenta el conocimiento e impulsa el desarrollo humano y social de los habitantes del Oriente colombiano, fortaleciendo y difundiendo su identidad cultural en el resto del país”.

*TELEISLAS: “La misión del canal es múltiple: fortalecer la protección identidad cultural de la comunidad raizal y la soberanía nacional; estimular la integración entre las comunidades isleñas y de residentes; educar y formar en la convivencia humana pacífica y en la solidaridad... [enfocada al] mejoramiento la calidad de vida de la población; dar prioridad a programación que contribuya a garantizar la protección de los recursos naturales y la biodiversidad de las islas y contribuir a la promoción de la industria turística del archipiélago teniendo a la cultura local como base”.*⁷⁴

⁷¹ Señal Colombia. [En Línea]. <http://www.senalcolombia.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=9> [consulta: 26/10/07].

⁷² RTCV es “radio televisión nacional Colombia”, una entidad descentralizada con carácter de sociedad entre entidades públicas, que tiene por fin programar, producir y transmitir los canales nacionales de televisión (Señal Colombia, Señal Institucional y Canal Uno), y las emisoras de Radio Publica Nacional.

Para mayor detalle dirigirse al sitio: <http://www.rtv.gov.co/index.php?option=com_content&task=view&id=176&Itemid=58>

⁷³ Señal Colombia. [En Línea].<http://www.senalcolombia.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=9> [consulta: 25/10/07].

⁷⁴ Comisión Nacional de Televisión, CNTV *Por una televisión bien vista*. [En Línea] <<http://www.cntv.org.co/cntv/%5Fbop/c/%5Fregionales/>> [consulta: 25/10/07].

d. IV Muestra y Conferencia Internacional de Televisión de Calidad 2007

Desde el pasado 30 de Agosto y hasta el 2 de Septiembre se realizó en la Universidad Externado de Colombia, Bogotá, la *IV Muestra y Conferencia Internacional de Televisión de Calidad 2007*.

Este evento surgió como iniciativa el año 2000, luego de la conformación de la “Alianza por una Televisión de Calidad” compuesta por la Fundación Imaginario, Citurna Producciones de Cine y Video, UNICEF Colombia, Goethe Institut y la Comisión Nacional de Televisión.

La presente edición de la reunión, contó con la participación de 16 invitados extranjeros de 11 países: Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Chile, Guatemala, Holanda, Israel, México, Suecia y Suiza; más diversos organismos de Colombia.

El encuentro se organizó en torno a la realización de una Muestra audiovisual, diversas Conferencias y Talleres, y un Seminario.

La Muestra incluyó los “mejores programas de televisión del mundo” según fueron clasificados por obtener los premios Input 2007, Prix Jeunesse y el Premio a la Excelencia de la Alianza para los niños y la televisión en Canadá; además de una selección de las mejores producciones colombianas de programación infantil.

Las Conferencias se organizaron en torno a temáticas como: *la televisión para promover la convivencia y la resolución de conflictos, la televisión para jóvenes, y estrategias de televisión para el cambio social*, entre otras.

El Seminario por su parte, se desarrolló en torno a la pregunta: *¿Qué tan pertinente y útil puede ser la investigación académica para la producción de televisión dirigida a los niños y adolescentes?*, con la cual se buscaba “propiciar un diálogo entre creativos e investigadores”⁷⁵. Como ejemplos de experiencias de investigación cualitativa en televisión infantil, se expusieron los trabajos realizados por el Consejo Nacional de Televisión de Chile y las investigaciones formuladas por Canal Futura de Brasil.

Por último, cabe señalar, que en este encuentro se realizaron dos talleres: el primero llevó por nombre *“Cómo incorporar la realidad de los niños a la televisión”*, mientras que el segundo se preocupó de detallar el *“Desarrollo y diseño de proyectos de televisión infantil”*.

e. El concepto de “Cultura”

Producto de la particular trayectoria que tuvo el desarrollo de la televisión en Colombia (la que la ha llevado a que en la actualidad existan alrededor de once canales públicos y sólo cuatro privados), el problema de la “televisión cultural” es una temática que ha estado posicionada en el debate público desde los inicios de las transmisiones y hasta el día de hoy aún, con mucha fuerza en las orientaciones de los contenidos de las diversas iniciativas televisivas.

Lo anterior se ve claramente reflejado en la legislación colombiana que se preocupa hacia 1995 (en la Ley 182) de definir claramente lo que será entendido como “cultura” para orientar el desarrollo de las producciones del canal “Educativo y Cultural” de Colombia (*Señal Colombia*).

⁷⁵ Según se indica en el sitio Web de la Corporación “Somos más” *Centro de Divulgación para las Organizaciones de la Sociedad Civil* de Colombia. Corporación Somos Más Copyleft© 2001- 2007. Eventos, Televisión de Calidad 2007 en la Universidad Externado de Colombia. [En Línea] <http://www.somosmas.org/210/news/3217/11//2f0608b9ee/?tx_ttnews%5Byear%5D=2007&tx_ttnews%5Bmonth%5D=08> [consulta: 26/10/07].

Sin embargo, si bien se puede apreciar en la legislación colombiana una preocupación clara por establecer los principios de la televisión, sea esta comercial o pública⁷⁶, no se percibe un régimen de fiscalización para el cumplimiento de esta materia; como si existe para otras prácticas ilícitas como la violación del régimen de protección de la competencia, por ejemplo, penado incluso con multas de “600 hasta 6.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha de la sanción”⁷⁷.

Finalmente, cabe destacar la preocupación general que existe por parte del Estado colombiano frente al desarrollo e incidencia social de la televisión para Colombia, cuestión que se puede apreciar claramente tanto en iniciativas como la de la formación de “alianzas para una televisión de calidad”, así como en las políticas a largo plazo que plantean los *Planes de Desarrollo de la Televisión*; documentos que se preocupan de “pensar” las posibilidades, marcos y perspectivas que puede proponer este medio de comunicación para el país⁷⁸.

V) Brasil

a. Legislación

El capítulo V de la **Constitución brasileña**⁷⁹ está dedicado a presentar los lineamientos generales que han de guiar la ‘Comunicación Social’ en Brasil. Este está organizado en cinco Artículos:

El primero (el Artículo nº 220), se refiere a la libertad de información y a las regulaciones respecto a los horarios de emisión, productos a los cuales no se les puede hacer propaganda y a la prescripción del establecimiento de los medios legales para que “*las personas y familias tengan la posibilidad de defenderse de programas o programaciones de radio y televisión que contraríen los principios dispuestos en el artículo 221*”⁸⁰.

El **Artículo nº 221** por su parte, se preocupa de definir los principios que deben guiar la producción y programación de las emisiones de radio y televisión, disponiendo que:

- I- *Se deben preferir las finalidades educativas, artísticas, culturales e informativas,*
- II- *la promoción de la cultura nacional y regional, y estimular la producción nacional independiente [mediante] la divulgación preferencial de estos contenidos.*
- III- *Regionalización de la producción cultural, artística e informativa conforme porcentajes establecidos en la Ley,*
- IV- *Respeto a los valores éticos y sociales de las personas y la familia.*

(Artículo 221 de la Constitución Federal de Brasil)

El siguiente Artículo (El **Artículo 222**), hace referencia a las restricciones de nacionalidad de los propietarios de los medios y los responsables editoriales, los cuales deben ser de nacionalidad brasileña por nacimiento o por vivir más de diez años en el país.

⁷⁶ Cabe recordar que en la Ley 182, Artículo 21º se señala: “*el propósito educativo; recreativo y cultural que debe orientar a toda televisión colombiana*”.

⁷⁷ El Congreso de la República de Colombia. Ley Número 182 de 1995, Artículo 5º apartado “d”. [En Línea] <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/ley_182.pdf> [consulta: 24/10/07].

⁷⁸ Para interiorizarse respecto a las reflexiones que están surgiendo en torno al *Plan de Desarrollo de la Televisión 2008 – 2011* ver: <http://www.cntv.org.co/cntv%5Fbop/plan_tv/propuesta.pdf>.

⁷⁹ La Constitución federal de Brasil data de 1988.

⁸⁰ Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Constituição Da República Federativa Do Brasil de 1988. [En Línea]. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm> [consulta: 29/10/07].

El Artículo 224 finalmente, instituye como órgano auxiliar al Consejo de Comunicación Social, para que oriente lo dispuesto en los artículos anteriores.

La Ley que se preocupa actualmente de la **Regulación de los Servicios de Radiodifusión** (Decreto nº 52.795) en Brasil (tanto de los aspectos técnicos como de los contenidos de las emisiones), data de 1963; por ello se debate hoy la propuesta de una nueva Ley de Comunicación Social, como se verá más adelante en este mismo apartado.

El Título VIII de la Ley Decreto nº 52.795 se denomina “De las emisiones”, y su capítulo II está dedicado a “La programación”, capítulo que fue modificado en 1983 quedando establecido como parte de otra sección en “el otorgamiento de las concesiones” apartado nº 12.

En este acápite se dictan diversas prescripciones que van desde “no transmitir contenidos que violen la moral y las buenas costumbres”, “destinar un mínimo de 5% de la programación diaria a la transmisión de servicios noticiosos”, “limitar el tiempo de publicidad al 25% de su programación diaria”, etc. hasta un aspecto que interesa de sobremanera para los efectos del presente estudio:

“... e) Destinar 5 (cinco) horas semanales para la transmisión de programas educativos”

(Artículo 28 de la Ley nº 52.795, apartado 12 - e)

No aparece estipulado, sin embargo, cómo se fiscalizará en concreto el cumplimiento de esas transmisiones, aunque como apartado nº 17 de este segmento se dicta: “[se debe] facilitar la fiscalización, por parte del Ministerio de las Comunicaciones, de las obligaciones contraídas prestando a aquel organismo todas las informaciones que les fueren solicitadas”⁸¹.

La antigüedad de la Ley de Regulación de los Servicios de Radiodifusión, y la falta de especificidad de cómo llevar a cabo los lineamientos generales dispuestos en la Constitución Federal respecto a la Comunicación Social, hicieron que el 26 de Abril de 2005 el gobierno promulgara un Decreto por medio del cual se creaba un “Grupo de Trabajo Interministerial con la finalidad de elaborar un anteproyecto de Ley para reglamentar los artículos 221 y 222 de la Constitución Federal y la organización y exploración de los Servicios de Comunicación Electrónica”⁸².

El anterior Decreto es modificado en Enero del 2006 dictándose la creación de una “Comisión Interministerial” que cumpliera las mismas finalidades que el Decreto anterior dictaba para el “Grupo Interministerial”, pero ahora entraban más actores a participar de la Comisión de trabajo (se agregaba el Ministerio de Planeamiento, Presupuesto y Gestión, y la Secretaría de Relaciones Institucionales), y el Comité Consultivo (que en el anterior Decreto era obligatorio), pasaba a ser optativo; quedando al arbitrio de los comisionados la participación o no, de la ciudadanía en las propuestas para configurar la nueva Ley.

Si bien dicha Comisión se constituyó a principios del 2006 y para esta fecha ya ha formulado el anteproyecto de la **Ley General de Comunicación Social Electrónica**⁸³, el debate sobre esta nueva Ley sigue en pie.

Según se indicó recientemente (el 16 de Octubre del presente año), en una revista electrónica de Brasil⁸⁴, ahora la Comisión de Educación del Senado en conjunto con la

⁸¹ Presidência da República, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Decreto No 52.795, De 31 De Outubro De 1963, Artículo nº 28 apartado 17. [En Línea] <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/decreto/Antigos/D52795.htm>> [consulta: 29/10/07].

⁸² Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Decreto 26 de Abril de 2005. [En Línea] <http://200.181.15.9/CCIVIL_03/_Ato2004-2006/2005/Dnn/Dnn10513.htm> [consulta: 29/10/07].

⁸³ Este es el nombre que llevará la nueva Ley, pues pretende abarcar tanto una regulación respecto a la Radiodifusión como a las Telecomunicaciones y Convergencias tecnológicas en comunicación, para introducir a TV digital y otras nuevas tecnologías.

Subcomisión Permanente de Cine, Teatro, Música y Comunicación Social, promueven una "2da Audiencia Pública para debatir la reglamentación de los Artículos 221 y 222 de la Constitución Federal y la propuesta de la Comisión Interministerial", para que, según indicó el Senador Cristovam Buarque, luego del ciclo de debates la Subcomisión pueda elaborar un proyecto de Ley.

Hoy no existe ningún documento completo disponible que de luces claras respecto a los lineamientos de la nueva Ley, pero sí se puede aventurar que esta se encargará de encausar los anteriores vacíos existentes respecto a los principios que han de regir los contenidos de las transmisiones de radiodifusión, que si bien eran desarrollados por la Constitución, en la actual legislación no tenían como ser llevados a la práctica.

b. Institucionalidad

El Congreso Nacional decreta en 1991 la creación del **Consejo de Comunicación Social**⁸⁵ (que ya estaba estipulada en la Constitución federal de 1988), pero que va a sesionar recién hacia el año 2002.

Este organismo tiene como atribuciones "la realización de estudios, pareceres, recomendaciones y otras solicitudes que le fueran formuladas por el Congreso Nacional"⁸⁶, respecto a temáticas como: la libertad de expresión, creación y manifestación de la información; de los principios que deben orientar la producción y programación de las emisoras de radio y televisión; de la propiedad de las empresas noticiosas o de radiodifusión, y del otorgamiento de renovación de concesiones, permisos y autorizaciones para los servicios de radiodifusión sonora y de sonido e imagen; como está estipulado en la Constitución Federal.

La Comisión está conformada por: un representante de las empresas de Radio, un representante de las empresas de televisión, un representante de las empresas de prensa escrita, un ingeniero con conocimientos en el área de comunicación social, un representante de los periodistas, un representante de los artistas, un representante de los realizadores de cine y video, y cinco representantes de la sociedad civil.

Actualmente la Comisión se organiza en cuatro comisiones de trabajo:

- Comisión de Regionalización y Calidad de la Programación en radio y televisión
- Comisión de Tecnología Digital en Comunicación Social
- Comisión de Radiodifusión Comunitaria
- Comisión para analizar la medida provisoria n° 70 de 2002- participación de capital extranjero en las empresas periodísticas y de radiodifusión.

Por otra parte se encuentra el **Ministerio de las Comunicaciones** que tiene dentro de sus funciones la de: otorgar y fiscalizar los servicios de Telecomunicaciones y de Radiodifusión⁸⁷.

Dentro de este Ministerio se encuentra la **Secretaría de Servicios de Comunicación Electrónica** que tiene por función "fiscalizar la explotación de los servicios de radiodifusión en los aspectos referentes al contenido de las programaciones de las emisoras"⁸⁸. Para esto, la Secretaría se organiza en dos Departamentos 1) Departamento de Acompañamiento y evaluación de Comunicación Electrónica y 2) el departamento de otorgamiento de los

⁸⁴ Abta em Ação. Quarta-feira - São Paulo, 24 de outubro de 2007 - EDIÇÃO N° 169. [En Línea]

<http://www.abta.org.br/newsVisualizar/news_20071024/> [consulta: 29/10/07].

⁸⁵ Congresso Nacional. Lei n° 8.389. 30 de Dezembro 1991 [En Línea]

<<http://www.cultura.gov.br/legislacao/leis/index.php?p=26&more=1&c=1&tb=1&pb=1>> [consulta: 29/10/07].

⁸⁶ Congresso Nacional. Lei n° 8.389. 30 de Dezembro 1991. Ibid.

⁸⁷ Comunicações, Ministério das Comunicações. [En Línea] <<http://www.mc.gov.br>> [Consulta: 20/10/07].

⁸⁸ Comunicações, Ministério das Comunicações. [En Línea] <http://www.mc.gov.br/005/00502001.asp?ttCD_CHAVE=7747> [consulta: 20/10/07].

Servicios de Comunicación Electrónica. Dentro de las competencias que tiene el primer Departamento se encuentra la de “elaborar y proponer reglamentos, normas, padrones, instrucciones y manuales referentes a los servicios de radiodifusión”.

c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales

o TV Cultura

TV Cultura es un canal de Televisión que se transmite en toda la región paulista de Brasil, sostenido por la Fundación Padre Anchieta.

El canal fue creado en 1969 por el gobierno de Estado de Sao Paulo, y desde entonces se declara como una “emisora pública cuyo principal objetivo es ofrecer a la sociedad brasileña información de interés público y promover el perfeccionamiento educativo y cultural de los telespectadores, buscando la transformación cualitativa de la sociedad”⁸⁹.

Actualmente es una entidad de derecho privado que según señalan: “goza de autonomía intelectual, política y administrativa”.

En su parrilla programática destaca una programación muy diversa, que contiene programas como *Telecurso 2000*, una clase a distancia dirigida a estudiantes de nivel básico y medio, u otros como *Mobilização Brasil*, programa que muestra diversas iniciativas sociales “que ofrecen soluciones simples, efectivas y fáciles para transformar la vida cotidiana de la población”⁹⁰; pasando por programas artísticos, infantiles, y muchos otros.

o Canal Futura.

O Futura é mais que um canal de TV. É um aliado do brasileiro para construir uma vida melhor

Es un canal de TV que se transmite por antenas parabólicas, canal por suscripción y por TV abierta en la región de Passo Fundo y Rio Grande do Sul.

Fue creado en 1997 bajo un modelo de financiamiento muy particular: es resultado de “una sociedad entre organizaciones de iniciativas privadas líderes en sus segmentos, concientes de la importancia de participar activamente en la transformación de la realidad social”. Bajo este modelo, el canal ha logrado expandirse y llegar a más de 60 millones de personas en el país.

La misión del canal, según declaran, es la de “contribuir en la formación educacional de la población, desarrollando las capacidades básicas del niño, del joven, del trabajador y de toda su familia”⁹¹.

La programación de Futura, al igual que TV Cultura, es bastante extensa: hay programas en formato de clases a distancia, otros que fomentan mediante cuentos, la lectura de los niños; otros que introducen al espectador en el mundo de la ciencia, la naturaleza, el mundo de los oficios, las artes, etc.; su parrilla programática está conformada por más de 80 programas de realización nacional, financiados por diferentes entidades privadas.

⁸⁹© 1996-2007 Fundação Padre Anchieta, TV Cultura. [En Línea]

<http://www.tvcultura.com.br/detalhe_institucional.aspx?id=39> [consulta: 29/10/07].

⁹⁰ © 1996-2007 Fundação Padre Anchieta, TV Cultura. Mobilização Brasil [En Línea]

<<http://www.tvcultura.com.br/detalhe.aspx?id=166>> [consulta: 29/10/07].

⁹¹ Copyright 2006 Canal Futura. [En Línea] <<http://www.futura.org.br/data/Pages/LUMISB3C6873DPTBRIE.htm>> [consulta: 29/10/07].

- o TVE Brasil *Um canal entre você e o Brasil*

TVE Brasil pertenece a un complejo de emisoras de radio y TV pertenecientes a ACERP, una organización social de derecho privado "sin fines lucrativos y de intereses colectivos"⁹², que opera dos canales de TV convencionales (TVE Brasil y TVE do Maranhao), un canal de TV vía satélite (TVE Brasil), tres canales de radio convencionales, y una por satélite; también coordina una red propia de afiliadas que reúne emisoras educativas de todo el país⁹³.

La misión de esta organización es, según sus palabras: "*Desarrollar programas educativos, culturales e informativos, con el uso de sistemas integrados de radio, televisión y de nuevas tecnologías, movilizand o una red nacional de compañías calificadas y comprometidas con el acceso democrático a la información, con vistas a la ampliación de los conocimientos, la educación y el ejercicio pleno de la ciudadanía*"⁹⁴.

- o Sesc TV

Sesc TV es un canal que se transmite en TV abierta en Sao Paulo y se retransmite en todo el Brasil mediante TV por cable o por TV abierta retransmitiéndose por las operadoras de TV educativas independientes en algunos horarios.

El canal transmite 24 horas al día siendo el 94% de su programación de producción nacional.

Según señalan:

*"La programación de SESCTV contempla la diversidad cultural, la valoración de las identidades brasileñas, las manifestaciones regionales y la presencia de los valores universales. Al adoptar un concepto amplio de cultura, SESCTV incluye en sus programas temas como la tercera edad, la educación infantil, el medio ambiente y la ciencia, la salud, las actividades físicas y la calidad de vida"*⁹⁵.

Como estas iniciativas existen muchas otras que se rigen por principios similares a la hora de producir los contenidos que emiten. Algunas de estas (es el caso por ejemplo de TVE Brasil y TV Cultura), forman parte de la **Rede Pública de Televisão** (RPTV), asociación que fue creada en 1999 y a la cual pertenecen al rededor de 26 emisoras que se extienden a lo largo y ancho de todo el país.

La Red ha sufrido, sin embargo, una desarticulación constante entre sus miembros, principalmente por las disputas que se suceden constantemente entre los dos canales más importantes que pertenecen a ella, los ya mencionados: TVE Brasil y TV Cultura.

- d. El Debate comienza: TV pública Estatal en Brasil. TV Brasil, Empresa Brasil de Comunicación EBC.

El 10 de Octubre de este año el Ejecutivo presentó una Medida Provisoria por la cual se crea la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), e instituye los principios y objetivos de los servicios de radiodifusión pública, explotados por este u otorgados a entidades de su administración indirecta⁹⁶.

Se plantean, en esta Medida Provisoria, como principios básicos de la prestación de servicios de radiodifusión pública, entre otros:

⁹² Copyright©2007 TVE Brasil. [En Línea] <<http://www.tvebrasil.com.br/empresa/default.asp>> [consulta: 29/10/07].

⁹³ Copyright©2007 TVE Brasil. Ibid.

⁹⁴ Copyright©2007 TVE Brasil. [En Línea] <http://www.tvebrasil.com.br/empresa/quem_somos_missao.asp> [consulta: 29/10/07].

⁹⁵ SESCTV. [En Línea] <<http://www.redestv.com.br/quemsomos.cfm?id=5>> [consulta: 29/10/07].

⁹⁶ Medida Provisória Nº 398, De 10 De Outubro De 2007. [En Línea] <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/512847.doc>> [consulta: 29/10/07].

I- Complementariedad entre los sistemas privado, público y estatal... III- producción y programación con finalidades educativas, artísticas, culturales, científicas e informativas. IV- promoción de la cultura nacional, estímulo a la producción regional y a la producción independiente. V- autonomía en relación al Gobierno Federal para definir producción, programación y distribución de contenidos en el sistema público de radiodifusión; y VI- participación de la sociedad civil en el control de la aplicación de los principios del sistema público de radiodifusión, respetándose la pluralidad de la sociedad brasileña.

(Artículo 2º de la Medida Provisoria Nº 398)

Entre los objetivos que dispone esta Medida para los servicios de radiodifusión pública, destacan: *"ofrecer mecanismos para el debate público... desarrollar la conciencia crítica del ciudadano... cooperar con los procesos educativos y de formación de ciudadanía; apoyar los procesos de inclusión social y socialización de producción de conocimientos por medio del ofrecimiento de espacios para la exhibición de contenidos producidos por los diversos grupos sociales y regionales... [y] fomentar la producción nacional"⁹⁷* entre otros.

La EBC queda vinculada mediante esta disposición, a la Secretaría de Comunicación Social del Ministerio de Comunicaciones, y se le atribuye como principal finalidad la de prestar los servicios de comunicación pública y servicios conexos; destacando dentro de sus competencias: *"implantar y operar las emisoras y explotar los servicios de radiodifusión pública sonora y de sonido e imagen... establecer cooperación y colaboración con entidades públicas o privadas que exploten servicios de comunicación o radiodifusión pública, mediante convenios u otros ajustes con vistas a la formación de la Red Nacional de Comunicación Pública [y] producir y difundir programación informativa, educativa, cultural, artística científica y de ciudadanía y recreación"⁹⁸.*

Una particularidad interesante de esta iniciativa, es su organización interna; donde destaca la existencia de un Consejo Curador que estará formado por 20 miembros designados por el Presidente de la República pero que tiene en su composición gran representatividad de la sociedad civil⁹⁹.

Entre las competencias del Consejo Curador destacan: *"aprovar las directrices educativas, artísticas, culturales e informativas integrantes de la política de comunicación propuestas por la Directoría Ejecutiva de la EBC [y] aprovar la línea editorial de producción y programación propuesta por la Directoría Ejecutiva de la EBC, y manifestarse sobre su aplicación práctica".*

e. El concepto de "Cultura"

En la legislación brasileña no aparece estipulado explícitamente qué se entiende por *programación con contenidos culturales*, aunque si se explicita que "las emisoras de radio y televisión deben preferir las finalidades educativas, artísticas y culturales" en la producción de sus programas.

Como se vio, los principios estipulados en la Constitución Federal para la regulación de los contenidos de la programación, son bagamente trabajados en la Ley de Regulación de los Servicios de Radiodifusión de 1963; pero el Estado brasileño conciente de ello inició un debate (que lleva ya dos años aproximadamente), respecto a la nueva legislación que ha de hacerse cargo de estos asuntos, y de la nueva complejidad que apareja igualmente la convergencia tecnológica.

⁹⁷ Medida Provisória Nº 398, De 10 De Outubro De 2007, Artículo 3º. [En Línea] <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/512847.doc>> [consulta: 29/10/07].

⁹⁸ Medida Provisória Nº 398, De 10 De Outubro De 2007, Artículo 8º. [En Línea] <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/512847.doc>> [consulta: 29/10/07].

⁹⁹ De los 20 miembros del Consejo Curador, cuatro serán Ministros de Estado, uno, será representante de los funcionarios y los quince restantes serán representantes de la sociedad civil, escogidos según criterios de representación regional, diversidad cultural y pluralidad de experiencias profesionales. (Artículo 15º de la Medida Provisoria Nº 389).

El debate aún está en curso, por lo que no se puede anunciar con claridad cual es la postura de la normativa brasileña respecto a la promoción de la programación cultural, aunque sí se puede sostener desde ya, que el Estado asume que hay que potenciar el rol social de la televisión, hecho que se visualiza claramente en la reciente presentación de la Medida Provisoria N° 389 que crea Empresa Brasil de Comunicación.

Cuadro Resumen

A M É R I C A L A T I N A

	Cuenta con una legislación que identifica y reglamenta el rol social de la TV	Cuenta con una legislación que define y regula la emisión de "programación cultural"	Cuenta con Canales de TV abierta que se hacen cargo de la problemática de la "TV Cultural"	Existe actualmente un debate en torno al rol Social y Cultural de la Televisión en el país
A R G E N T I N A	<p>SI: La Ley 22.285 en su Artículo 14° plantea que las emisiones de radiodifusión en Argentina deben propender a:</p> <p><i>"a) Contribuir al bien común...; b) Contribuir al afianzamiento de la unidad nacional y al fortalecimiento de la fe y la esperanza en los destinos de la Nación Argentina; c) Servir al enriquecimiento de la cultura y contribuir a la educación de la población; [...] e) Promover la participación responsable de todos los habitantes..., en el logro de los objetivos nacionales..."</i>.</p>	<p>SI: Aunque no define que se entiende por este tipo de programación explícitamente, la Ley 22.285 crea el "Servicio Oficial de Radiodifusión" (SOR), con el objetivo de:</p> <p><i>"a) Proporcionar a los destinatarios del servicio la programación orgánica que requiere el nivel cultural de la Nación; b) Difundir, en consecuencia, aquellas expresiones de elevada jerarquía estética que satisfagan las necesidades culturales de la población; c) Asegurar el intercambio cultural entre las distintas regiones del país [...]; f) Contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de la enseñanza primaria, media, técnica y superior..."</i> (Extracto del Artículo 35°).</p>	<p>SI: <u>Canal 7 La TV Pública</u>: es el canal que forma parte del SOR, y el único de los cinco canales que transmiten en señal abierta en Argentina que logra abarcar una cobertura a nivel nacional. Su programación es muy variada, pero se evidencia un enfático interés por desarrollar los objetivos dictados por la Ley para el SOR.</p> <p><u>Canal Encuentro</u> por su parte, es un canal de TV que se transmite actualmente por cable, pero que en el futuro pretende sacar su señal también por TV de libre recepción. El principal objetivo de este canal es <i>"desarrollar una TV pública, educativa y de calidad..."</i>.</p>	<p>SI: Recientemente (en Septiembre del presente año), se realizó en las dependencias de Canal 7 el <i>"Primer Encuentro de la TV Pública de la Argentina"</i>, que tuvo como slogan: <i>Comunicación para la integración social y cultural</i>. Entre los tópicos que se abordaron en la reunión se encuentran: 1) "Televisión para la construcción de ciudadanía", 2) "Integración y consolidación de identidades regionales", 3) "calidad informativa, integración periodística regional y latinoamericana", y 4) "La televisión pública y la promoción educativa y cultural".</p>

	Cuenta con una legislación que identifica y reglamenta el rol social de la TV	Cuenta con una legislación que define y regula la emisión de "programación cultural"	Cuenta con Canales de TV abierta que se hacen cargo de la problemática de la "TV Cultural"	Existe actualmente un debate en torno al rol Social y Cultural de la Televisión en el país
V E N E Z U E L A	<p>SI: La Ley 38.081 define como valor central para la emisión y recepción de mensajes de radiodifusión, la "<u>Responsabilidad Social</u>"; este valor se promueve con el fin de: "<i>fomentar el equilibrio democrático... [para] promover la justicia social y contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación</i>" (Extracto del Artículo 1°).</p>	<p>SI: Según la Ley 38.081 un programa cultural y educativo es: "<i>aquél dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado</i>". Y su emisión se fiscaliza mediante disposiciones como:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El Estado tiene acceso a espacios en Radio y TV para transmitir este tipo de mensajes, y 2. Todos los canales deben transmitir un mínimo de 7 horas diarias de producción nacional (en horario "todo usuario"), de las cuales 4 deben ser de productores nacionales independientes, y en estas los prestadores deben dar prioridad a la transmisión de programas culturales y educativos e informativos. 	<p>SI: <u>Vale TV Valores Educativos Televisión</u>. Es un canal perteneciente al Arzobispado de Caracas, financiado por otros canales de televisión privadas e instituciones públicas. Entre su programación destacan los programas envasados pertenecientes a cadenas extranjeras como la BBC, National Geographic, Discovery Channel y Canal 11 de México, entre otros. Y <u>Vive TV Televisora educativa, cultural e informativa</u>. Es uno de los tres canales que surgen como iniciativas del Estado venezolano, y se plantea como un medio de comunicación "educativo, cultural e informativo que impulsa la democracia participativa y protagónica", privilegiando las producciones nacionales que rescatan las vivencias del ciudadano común.</p>	<p>SI: A finales del año pasado se realizó el "<i>Primer Congreso Internacional de Comunicación hacia el Socialismo</i>"; organizado por el canal Vive TV y otros canales de TV comunitarios. Este Congreso tuvo por objetivo pensar los lineamientos "del nuevo paradigma de la comunicación socialista". Entre los temas que se discutieron estaban:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La socialización de la comunicación masiva y la Democratización del espectro radioeléctrico, - Apropiación y control popular de los Medios de Producción comunicacional. - Regionalización y apropiación popular y participativa de los medios de comunicación del Estado, y - Liberación del lenguaje y participación de los trabajadores en los modos de producción comunicacional, entre otros.
M É X I C O	<p>SI: La Ley Federal de Radio y Televisión en su Artículo 5° sostiene que: "<i>La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana</i>", según lo cual se plantea que para la transmisión de los contenidos se debe procurar cumplir con una serie de cometidos, dentro de los cuales destaca: "Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana".</p>	<p>SI: Aunque no define explícitamente que se entienda por este tipo de programación, la Ley Federal de Radio y Televisión plantea que: "<i>Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión</i>". Existirá así mismo, un incentivo para aquellos concesionarios que "cubran con producción nacional independiente cuanto menos un 20% de su programación".</p>	<p>SI: <u>Canal Once Te ve diferente</u>. Es un canal público que Pertenece al Instituto Politécnico Nacional de México y se propone como misión: "<i>generar y transmitir contenidos que impulsen y fomenten el desarrollo humano</i>". <u>Canal 22 la cultura también TV · te habla · te escucha</u>. Es un canal público dependiente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes que tiene como misión: "la creación y difusión de actividades culturales". <u>Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México</u>. Es una organización que se estructura bajo la figura de una Asociación Civil, que reúne a 51 sistemas de radio y televisión de servicio público de diversa procedencia.</p>	<p>SI: En Marzo de este año se realizó en Ciudad de México un Foro titulado "Redefiniendo la Televisión de Servicio Público" organizado por UNESCO y Canal Once. Entre las temáticas de discusión que estuvieron presentes se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Promoción, desarrollo y fortalecimiento del servicio público de televisión como mandato de la UNESCO.</i> - <i>El Estado ;promotor, interventor o espectador de la TV pública?</i> - <i>La vinculación al Desarrollo y la Responsabilidad Social como misión de la TV de servicio público, y</i> - <i>Hacia una nueva cultura del servicio público de TV en México.</i> <p>Entre otras temáticas.</p>

	Cuenta con una legislación que identifica y reglamenta el rol social de la TV	Cuenta con una legislación que define y regula la emisión de "programación cultural"	Cuenta con Canales de TV abierta que se hacen cargo de la problemática de la "TV Cultural"	Existe actualmente un debate en torno al rol Social y Cultural de la Televisión en el país
C O L O M B I A	SI: La Ley 182 en su Artículo 2º plantea que: "Los fines del servicio de televisión son: formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana..." [Donde se busca satisfacer con ello] "las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local".	SI: La programación cultural es definida por la Ley 335 para referirse al tipo de programación que deben proporcionar dos Instituciones a un canal de TV pública: "La programación cultural [...], deberá fundamentarse en un concepto amplio de esta. En consecuencia no sólo serán culturales los programas producidos por dichas entidades que estén referidos a la difusión del conocimiento [...], sino también aquellos cuyo contenido tenga como propósito elevar el desarrollo humano o social de los habitantes del territorio nacional o fortalecer su identidad cultural o propender por la conservación de la democracia y convivencia nacional".	SI: Señal Colombia <u>todo lo que somos</u>. Es un canal público que depende de RTVC y los Ministerios de Cultura y Educación y que se autodefine como <i>educativo y cultural</i> ; donde su programación está "diseñada para todos los públicos, comprometida con la construcción de nación, que acompaña en la formación y apropiación de valores" explorando en los elementos que distinguen y complementan a los colombianos. <u>Canales Regionales.</u> Existen en Colombia una serie de canales regionales que se orientan principalmente según un enfoque "educativo y cultural" donde se privilegia la difusión y rescate de los valores culturales de la región en donde se emiten.	SI: Hacia el año 2000 se formó en Colombia la "Alianza por una TV de calidad" conformada por: Fundación Imaginario, Citurna Producciones de Cine y Video, UNICEF Colombia, Goethe Institut y la Comisión Nacional de Televisión. A partir de esta "Alianza" surgieron una serie de foros, encuentros y conferencias; y es así como a fines de Agosto de este año se realizó la "IV Muestra y Conferencia Internacional de Televisión de Calidad" donde se desarrollaron tópicos como: - <i>Estrategias de Televisión para el cambio social.</i> - Investigación académica y producción televisiva, y - La TV y la promoción de la convivencia y resolución de conflictos, entre otros.
B R A S I L	SI: La Constitución brasileña define en su Artículo 221º, los principios por los cuales se debe guiar la producción y programación de las emisiones de radio y TV en el país: " <i>Se deben preferir las finalidades educativas, artísticas, culturales e informativas, la promoción de la cultura nacional y regional, y estimular la producción nacional independiente [mediante] la divulgación preferencial de estos contenidos.</i> [Se debe] Regionalizar la producción cultural, artística e informativa conforme porcentajes establecidos en la Ley, [y resguardar el] Respeto a los valores éticos y sociales de las personas y la familia".	NO: En la actualidad la legislación brasileña está en proceso de revisión, justamente para regular de manera concreta aspectos como la emisión de programación cultural y otras problemáticas planteadas en el Artículo 221º de la Constitución. La única alusión que aparece en la actual <i>Ley de Regulación de los Servicios de Radiodifusión</i> respecto a una materia similar a la que nos convoca, es aquella que señala que se deben " <i>destinar cinco horas semanales para la transmisión de programas educativos</i> ", pero no se especifica la manera en que la emisión de este tipo de programación será fiscalizada.	SI: En Brasil existen muchos canales de TV preocupados de emitir programación cultural y educativa; muchos de estos son iniciativas privadas (pero que se postulan igualmente como canales de TV de servicio públicos puesto que no tienen como fin intereses lucrativos), mientras que otros pertenecen directamente al Estado brasileño. Entre estas iniciativas se puede destacar la existencia de diversas redes de canales, como: la Rede Pública de Televisão a la cual pertenecen <u>TV Cultura</u> y <u>TVE Brasil</u> . Más otros canales que funcionan de manera independiente como <u>Canal Futura</u> , o <u>Sesc TV</u> entre muchos otros.	SI: En Brasil recientemente el Ejecutivo promulgó una Medida Provisoria según la cual se pretende crear la "Empresa Brasil de Comunicación" con el objetivo de repensar la comunicación pública para que esta se aboque a " <i>ofrecer mecanismos para el debate público... desarrollar la conciencia crítica del ciudadano... cooperar con los procesos educativos y de formación de ciudadanía; apoyar los procesos de inclusión social y socialización de producción de conocimientos por medio del ofrecimiento de espacios para la exhibición de contenidos producidos por los diversos grupos sociales y regionales... [y] fomentar la producción nacional</i> " entre otros objetivos.

- **AMÉRICA ANGLOSAJONA**

Para estudiar la situación actual de las políticas concernientes a la radiodifusión en el espacio cultural denominado “América Anglosajona”, se trabajará con los siguientes países, a saber: Canadá y Estados Unidos.

Como se verá, estos dos países si bien comparten el mismo “espacio cultural” (entendido aquí como sus raíces anglosajonas principalmente), difieren de manera considerable en muchos ámbitos de su legislación y política administrativa; y la materia que convoca a este estudio no es la excepción en este sentido.

I) **Canadá**

a. **Legislación**

La legislación canadiense contempla diversas disposiciones legales organizadas bajo la figura del *decreto* y el *reglamento*, para regular el funcionamiento y emisión de las radiodifusiones en el país; entre estas se encuentran la **Televisión Broadcasting Regulations** de **1987**, y la **Broadcasting Act** de **1991**, más otras disposiciones que hacen referencia a aspectos técnicos de las mismas y de la TV pagada, satelital, de cable y otras.

La **Televisión Broadcasting Regulations** de **1987** hace una referencia muy vaga respecto a la regulación de los contenidos de las emisiones, destacando principalmente una alusión breve a la programación que no se puede emitir: *programación con lenguaje abusivo, representaciones obscenas* y cualquier tipo de *información engañosa*. Sin embargo, a través de esta ley queda de manifiesto el gran interés que existe respecto a la emisión de *contenidos de programación canadiense*; aspecto que se explicita en el tipo de requisitos que se les solicitan a las estaciones emisoras para otorgarles las licencias:

- Licencia Pública: Su parrilla programática no puede poseer menos de un 60% de programación con contenido canadiense.
- Licencia Privada: Su parrilla programática no puede poseer menos de un 50% de programación con contenido canadiense¹⁰⁰.

Aunque la definición de lo que se entiende por “programación canadiense” es muy amplia y no considera regulación alguna respecto a los contenidos específicos que debe presentar; igualmente resulta interesante considerar el énfasis puesto en este aspecto, y más aún cuando se reafirma en la **Broadcasting Act** de **1991**, e incluso aparece un link en el sitio Web de la *Canadian Radio-television and Telecommunications Commission* específicamente destinado a explicar lo que se entiende por “Contenidos Canadienses” y la importancia de su regulación en la legislación de dicho país:

Se define como “Contenido Canadiense” de manera simple, aquellos contenidos que trabajan con artistas canadienses e historias canadienses que tienen acceso a los medios de transmisión canadienses.

¿Porqué es importante?

- *Culturalmente; porque los programas canadienses y su música les dan voz a los canadienses, a su talento y a sus experiencias compartidas.*
- *Económicamente; porque significa trabajo para miles de canadienses sobre la creación, producción y distribución de las emisiones¹⁰¹.*

¹⁰⁰ Television Broadcasting Regulations, 1987. Programas Canadienses, Artículo 8 (a) y (b). [En Línea] <http://laws.justice.gc.ca/en/showdoc/cr/SOR-87-49/bo-ga:s_4/en#anchorbo-ga:s_4> [consulta: 05/11/07].

El énfasis puesto en la obligatoriedad de la transmisión de programas con “contenidos canadienses” se puede comprender de mejor manera a través de lo que señala el **Broadcasting Act de 1991**, respecto a los objetivos a los cuales debe apuntar toda emisión de radiodifusión canadiense:

El sistema de radiodifusión de Canadá debe:

- i. Salvaguardar, enriquecer y fortalecer el tejido cultural, político y social de Canadá*
- ii. Alentar el desarrollo de la expresión canadiense [...].*
- iii. A través de la programación y de oportunidades de empleo que surjan desde sus operaciones, servir a los intereses y necesidades de los hombres mujeres y niños canadienses, considerando la igualdad de derechos, dualidad lingüística y naturaleza multicultural y multirracial de la sociedad canadiense, y el especial lugar de la población aborigen dentro de la sociedad [...].¹⁰²*

b. Institucionalidad

El organismo que regula el sistema de emisiones de radiodifusión en Canadá, es la **Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)**, la cual fue creada en 1968.

Una de las principales preocupaciones de la Comisión es la de regular la transmisión de programación con contenidos canadienses, aspecto para el cual establece una serie de políticas y disposiciones que buscan “asegurar los objetivos del parlamento para el desarrollo y la presencia de contenido canadiense en los programas de emisión”¹⁰³.

Las políticas y regulaciones que establece la Comisión para esta materia, se relacionan con:

- La creación y producción de programas de contenido canadiense,
- Apoyo financiero para el sistema de emisiones para la producción de programas canadienses,
- Establecer cuanto contenido canadiense debe ser emitido en radio y televisión,
- La razón entre el contenido canadiense y no canadiense que tiene que estar emitido en las señales de cable, satélite y los sistemas de distribución múltiples,
- La propiedad y control de sitios de emisión por canadienses¹⁰⁴.

La Comisión debe entregar informes periódicos al parlamento a través del **Department of Canadian Heritage**. Esta Agencia del Estado tiene por objeto llevar a cabo la política cultural de Canadá, teniendo como principal misión “promover la creación, difusión e interés de las historias, trabajos y símbolos de Canadá; y el acceso y participación de las actividades culturales de Canadá”¹⁰⁵. Dentro de las variadas iniciativas que lleva a cabo para cumplir sus objetivos el Departamento de Herencia Canadiense crea un Fondo para la TV canadiense, que tiene por objetivo financiar la producción de programas canadienses de alta calidad.

¹⁰¹ Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. Canadian Content. [En Línea] <http://www.crtc.gc.ca/eng/INFO_SHT/b306.htm#top> [consulta: 05/11/07].

¹⁰² Broadcasting Act (1991, c. 11), BROADCASTING POLICY FOR CANADA. 3 (D). [EN LÍNEA] <http://laws.justice.gc.ca/en/showdoc/cs/B-9.01/bo-ga:l_l-gb:s_3/en#anchorbo-ga:l_l-gb:s_3> [consulta: 05/11/07].

¹⁰³ Canadian Radio-television and Telecommunications Commission Canadian Content. [En Línea] <http://www.crtc.gc.ca/eng/INFO_SHT/b306.htm#top> [consulta: 05/11/07].

¹⁰⁴ Canadian Radio-television and Telecommunications Commission Canadian Content. Ibid.

¹⁰⁵ Department of Canadian Heritage, Mission and Strategic Outcomes. [En Línea] <http://www.pch.gc.ca/pc-ch/org/mission/index_e.cfm> [consulta: 06/11/07].

c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales

o Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

La CBC es la emisora nacional pública de Canadá (tanto de radio como de televisión), y como tal se rige por las disposiciones legales que se aplican a las emisoras con licencia pública (“deben poseer no menos de un 60% de su programación con contenidos canadienses”).

Esta Corporación, según se señala en la *Broadcasting Act de 1991*, se establece con el propósito de proveer a la audiencia de un tipo de programación que se organiza entendiendo a la TV como un medio de comunicación que aporta al desarrollo de la Nación canadiense.

“(m) la programación que transmita la Corporación deberá:

- i) Ser predominantemente y distintivamente canadiense.*
- ii) Mostrar a Canadá y sus regiones a la audiencia nacional y regional, y servir a las especiales necesidades de esas regiones.*
- iii) Contribuir activamente al flujo e intercambio de expresiones culturales.*
- iv) [...]*
- v) Ser equivalente en la calidad de la programación en inglés y francés*
- vi) Contribuir al fortalecimiento de una identidad nacional y una conciencia nacional.*
- vii) [...]*
- viii) Reflejar la naturaleza multicultural y multirracial de Canadá”¹⁰⁶.*

o TV Ontario, Ontario Educational Communications Authority

TV Ontario, es una cadena de carácter público creada en 1970 por el Gobierno de Ontario con el apoyo del Gobierno Federal canadiense. Cuenta con dos canales: TVO, en inglés, y La Chaîne, en francés. Es la más importante de las televisiones educativas en Canadá y la primera cadena de televisión pública, provincial y bilingüe.

Se basa en el servicio a la comunidad y en una programación no comercial. Su objetivo principal es ofrecer a los ciudadanos de Ontario, de todas las edades, una programación que responda a sus necesidades específicas de aprendizaje y que les permita ampliar sus conocimientos.

El 70% de la programación de sus dos canales contiene programas para niños y de educación a distancia para adultos. Además, ofrece una programación prime time no comercial que supone una alternativa real a la programación comercial existente.

La mayoría de las fuentes de recursos de TV Ontario provienen del Gobierno regional, del Gobierno central y de industrias privadas. También se realizan campañas de suscripción, a través de las cuales los ciudadanos contribuyen al sostenimiento de la cadena

Dentro de sus principales objetivos se encuentran el ayudar a la educación y “apoyar el que los padres se involucren en la educación de sus hijos; además de fomentar la actividad ciudadana y el compromiso público”¹⁰⁷

¹⁰⁶ Broadcasting Act (1991, c. 11), BROADCASTING POLICY FOR CANADA. 3 (1) M. [EN LÍNEA] <http://laws.justice.gc.ca/en/showdoc/cs/B-9.01/bo-ga:l_l-gb:s_3/en#anchorbo-ga:l_l-gb:s_3> [consulta: 06/11/07].

¹⁰⁷ TVO. What is TVO?. [En Línea]. <http://www.tvo.org/cfmx/tvoorg/about/index.cfm?page_id=886> [consulta: 06/11/07].

d. El “contenido canadiense”, las controversias de su regulación y definiciones

El Ministerio de Herencia Canadiense decide el 2002 iniciar un debate que aun no concluye, respecto a la definición de lo que se entiende por “contenido canadiense” y su regulación; ello, debido a que observan que no se estaban cumpliendo los objetivos por los cuales se tornaba tan rigurosa su fiscalización en la producción audiovisual.

Para concretar el objetivo que se proponen, el Ministerio realiza un estudio¹⁰⁸ que revisa como se administra y define el contenido canadiense, y detalla los puntos centrales que se consideran para su análisis en ese momento.

Entre estos puntos destacan:

1. *el proyecto habla a los canadienses y refleja temas canadienses*
2. *el proyecto tiene el máximo puntaje que está determinado por la escala de puntos creativos y focales¹⁰⁹*
3. *los derechos de la producción son propiedad y además están desarrollados por canadienses*
4. *el proyecto es llevado a cabo primordialmente en Canadá.*

Luego de analizar las consideraciones principales por las cuales se identifica un contenido como canadiense, y consultar además la definición que existe en otros países respecto a la producción nacional, el estudio concluye que:

“La definición hoy día no presenta un foco cultural, ya que hay tres test principales respecto a esta (la nacionalidad del talento creativo principal, de los gastos de producción y de los gastos de postproducción), que desde nuestro punto de vista confunden lo que es cultural con lo que es económico; y más específicamente imparten cierta ambigüedad en los objetivos principales del gobierno federal para este respecto: cualquier definición tiene que contribuir a las políticas públicas del gobierno y sus objetivos en televisión, que son principalmente culturales, esto quiere decir que deben asegurar que los canadienses tengan acceso a una diversidad de opciones canadienses y conectar a los canadienses entre sí y con el mundo”.

El estudio destaca además que no hay una correlación entre los beneficios que debería obtener el sector público con la difusión de este tipo de contenidos, y los requerimientos que se solicitan para ser identificados como programación de *contenido canadiense*.

e. El concepto de “Cultura”

La legislación canadiense no hace referencia de manera explícita a la regulación de la transmisión de programación cultural, sin embargo el énfasis que se pone en la obligatoriedad de la transmisión de programación con “contenido canadiense”, puede ser entendida de cierta manera, como una preocupación especial por resguardar y promover una suerte de *identidad nacional* que puede ser entendida como el resguardo de la “cultura canadiense”.

Sin embargo la legislación carece, como se vio, de una rigurosa definición de la “programación con contenido canadiense”, según lo cual no se puede aventurar de manera alguna qué se entiende por cultura canadiense en específico, ni si es este aspecto el que se busca potenciar con dicha regulación; el debate aun está en curso y no se avizora el rumbo que puede llegar a tomar en este, la regulación real de dichos contenidos.

¹⁰⁸ El Canadian Content in the 21st Century in Film and Television Productions. [en Línea]. <http://www.pch.gc.ca/progs/ac-ca/progs/cc21c/2003-06/CanCon_e.pdf> [consulta: 11/11/07].

¹⁰⁹ Para revisar si un programa posee contenidos canadienses se ha creado una escala de puntajes que evalúa aspectos como la nacionalidad del productor, de los actores, de los dineros empleados en la producción, y otras consideraciones de esta misma índole.

II) Estados Unidos

a. Legislación

La **Communications Act** de **1934**, es la ley general que regula las comunicaciones en Estados Unidos. Esta se preocupa tanto de las telecomunicaciones como de la radiodifusión.

Esta ley fue revisada y aumentada en 1996 (en la Telecommunications Act de 1996), pero dicha revisión no tuvo otro objeto más que el de permitir que entrara prácticamente cualquier persona al mercado de las telecomunicaciones, dando mayor libertad al sistema¹¹⁰.

La Communications Act no hace mayor referencia a la regulación de los contenidos de los programas de la televisión de libre recepción, sin embargo, establece la creación de la *Corporation for Public Broadcasting* (CPB), señalando que:

*“(a). El Congreso declara que:
(1) es de interés público incentivar el crecimiento y el desarrollo de las emisiones de radio y TV pública incluyendo el uso de estos medios para propósitos instructivos, educacionales y culturales...
(10) una Corporación privada debería ser creada para facilitar el desarrollo de las telecomunicaciones públicas y para entregar máxima protección de interferencia y control extraño.. (SEC.396. [47. U.S.C.396]).*

...La Corporación está autorizada a facilitar el desarrollo de las comunicaciones públicas con programas de alta calidad, creatividad, excelencia e innovación”¹¹¹.

Dando así a entender que existe una preocupación por la emisión de contenidos culturales y educativos, aunque dichos contenidos no se regulan para todas las emisiones de libre recepción.

En 1999 se construye un documento que ofrece una visión ampliada de las regulaciones de las emisiones de radio y televisión; dicho documento es la última revisión que se ha hecho de la legislación, y si bien se plantea que aún está en revisión, resulta ser un manual guía para las nuevas estaciones. El documento lleva por título **The Public and Broadcasting 1999**.

De manera general, esta revisión trabaja tópicos como el rol de la FCC (Comisión Federal de Comunicaciones, organismo regulador para esta materia), los tipos de licencias que existen para radio y TV, y la política general que se presenta para las emisiones de ciertos tipos de programas y publicidad.

Respecto al rol de la FCC, el documento señala que:

“La FCC da licencias a nuevas estaciones basadas en las necesidades de la comunidad [...] se espera que las estaciones estén al tanto de los problemas de la comunidad y amparen el entendimiento común, a través de la transmisión de programas que traten la problemática local..., sin embargo son las propias emisoras las responsables de seleccionar el material que emiten ya que el Acta de Comunicaciones prohíbe la censura al material emitido, por lo tanto el rol de la FCC es simplemente supervisar el contenido de los programas y es bastante limitado”¹¹².

Los tipos de licencias que existen tanto para las emisoras de radio como para las de televisión, se basan en una diferencia principalmente de financiamiento: las Estaciones Comerciales se sustentan por las propagandas comerciales que emiten, y las Estaciones no comerciales-educativas, deben sustentarse por medio de contribuciones y fondos del gobierno y no pueden emitir comerciales que provengan de organismos con fines de lucro.

¹¹⁰ Telecommunications Act of 1996. [En Línea]. <www.fcc.gov/telecom.html> [consulta: 11/11/07].

¹¹¹ COMMUNICATIONS ACT OF 1934. [En Línea]. <<http://www.fcc.gov/Reports/1934new.pdf>> [consulta: 11/11/07].

¹¹² FCC Federal Communications Commission THE PUBLIC AND BROADCASTING June 1999. [En Línea]. <http://www.fcc.gov/mb/audio/decdoc/public_and_broadcasting.html> [consulta: 08/11/07].

Luego el documento se refiere a “las emisiones de programas: la política y lo básico de la Ley”, donde enfatiza principalmente el punto de la libertad de expresión para las emisiones, y por tanto la prohibición de censura para las mismas.

“Las radios y TV son responsables de seleccionar todo lo que emiten y de determinar como pueden servir mejor a la comunidad”¹¹³.

Luego cuando se revisan tipos específicos de programas, aparece nuevamente “lo que no puede regular la FCC”¹¹⁴, más una serie de tipos de programas específicos que si ha de regular, entre los cuales uno interesa particularmente para los efectos del presente estudio:

“Programas de televisión para niños. Durante su funcionamiento, toda estación debe servir a las necesidades educacionales y de información de los niños, a través de su programación general y también a través de los programas diseñados específicamente para ello”¹¹⁵.

Definiendo luego qué se entenderá por programación general para niños: “aquella destinada a niños menores de 16 años y que satisface sus necesidades intelectuales/cognitivas, sociales y emocionales”; y la programación específicamente diseñada para los fines educativos e informativos: “aquellos programas que tienen el propósito específico de ser educativos e informativos y que se transmiten entre las 7am y 10pm y duran al menos 30 minutos”.

Si bien la regulación no obliga a las emisoras a transmitir este tipo de programas, si lo hacen deben ceñirse a estos requisitos.

Este es el único apartado en todo el documento, que hace referencia a una regulación específica respecto a la emisión de programas con objetivos sociales, no haciéndose observación alguna respecto a los *contenidos culturales*, ni a un público más amplio para su recepción.

b. Institucionalidad

Si bien en la legislación general de Comunicaciones de Estados Unidos, no se hace mayor hincapié en el rol social de la televisión, más que en ciertos párrafos que dan cuenta del “espíritu de la ley” en esta materia sin hacer alusión específica a algún tipo de reglamentación particular; sí se puede apreciar una preocupación para este punto en dicho país, con la creación por Ley de la **Corporación para las Emisiones Públicas** (*Corporation for Public Broadcasting, CPB*), como se reseñó anteriormente.

La CPB, según su Acta de fundación (1978), fue creada “como una fuente de apoyo para el desarrollo de las comunicaciones públicas [...], y para reducir la sobreposición innecesaria de actividades con las de otras entidades”¹¹⁶. Es un organismo privado, sin fines de lucro que administra fondos del Estado destinados a promover los servicios de comunicación pública.

El modo de operar de la Corporación, es administrar el dinero que financiará a las emisoras públicas (principalmente asociadas en una organización llamada *Servicio de Emisiones Públicas*) para promover la creación de programas de alta calidad.

¹¹³ FCC Federal Communications Commission THE PUBLIC AND BROADCASTING June 1999, Broadcast Programming: Basic Law And Policy. [En Línea]. <http://www.fcc.gov/mb/audio/decdoc/public_and_broadcasting.html> [consulta: 08/11/07].

¹¹⁴ La FCC no puede interferir en el tipo de noticias que se emiten, ni puede prohibir opiniones de ningún tipo, tampoco puede revisar la calificación que pueda poseer una persona para editar, recopilar y comentar las noticias”. FCC Federal Communications Commission THE PUBLIC AND BROADCASTING June 1999. Op. Cit.

¹¹⁵ FCC Federal Communications Commission THE PUBLIC AND BROADCASTING June 1999, *Children's Television Programming*. Op. Cit.

¹¹⁶ Public Telecommunications Financing, Act of 1978. [En línea] <http://www.fcc.gov/Bureaus/OSEC/library/legislative_histories/1142.pdf> [consulta: 08/11/07].

*"La Corporación tiene que fomentar programas que sean educacionales, innovadores, relevantes localmente y que sean un reflejo de los valores comunes de los americanos y su diversidad cultural"*¹¹⁷.

Dentro de los objetivos de esta entidad destacan:

- Mejorar las capacidades de las estaciones para proveer servicios significativos en sus comunidades; para lo cual la corporación promueve la estabilidad financiera apoyando diversas iniciativas en ese sentido, y
- Fomentar una programación que se dirija a las necesidades locales de la comunidad, formulando para ello una serie de investigaciones, estudios de audiencia y análisis de los sistemas de valores de la programación.

La Corporación opera poniendo un énfasis particular en la programación infantil, la programación para audiencia "dejada de lado" y aquella que ayude a formar ciudadanos mejor informados¹¹⁸.

Otro organismo que resulta importante señalar aquí, es el ya mencionado **Servicio Público de Emisiones** (*Public Broadcasting Service, PBS*); pero es conveniente antes de ello, explicar brevemente el funcionamiento general de la TV en Estados Unidos, para que se entienda el contexto en el que opera.

En Estados Unidos los canales de TV de libre recepción emiten sus señales sólo por regiones, los de TV por cable son los únicos que tienen cobertura nacional. Hay tres canales importantes de TV abierta (la ABC, CBS y NBC), estos son privados y funcionan federalmente y con distinta programación. Dentro de cada Estado hay una serie de otros canales privados y también otros que son de carácter público.

La **PBS** es una corporación privada sin fines de lucro, que fue fundada por la Corporación (CPB) y que agrupa a más de 350 emisoras públicas que operan federalmente a través de todo el país. Este organismo distribuye la programación creada por las distintas emisoras hacia otras emisoras y estados asociadas al sistema. De manera general la PBS provee programas de entretenimiento, drama y documentales de alta calidad y además entrega contenido digital para educadores y una serie de servicios educacionales a través de TV abierta y servicio por Internet.

La mayoría de las estaciones son operadas por organizaciones sin fines de lucro, autoridades estatales, locales y universidades; y en horario *prime* la mayoría transmite los mismos programas que el resto de la red¹¹⁹.

El PBS posee además dos canales satelitales que transmiten a tiempo completo.

Este Servicio es financiado en gran parte por la Corporación y muchas veces se ha intentado reducir su presupuesto.

c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales

En general los canales asociados bajo la figura del *Public Broadcasting Service* no tienen una programación exclusivamente dedicada a los contenidos "culturales" o educativos, sino más bien, presentan una parrilla programática muy variada, pero donde el énfasis está puesto en

¹¹⁷ Corporation for Public Broadcasting CPB, About CPB. [En Línea]. <<http://www.cpb.org/aboutcpb/>> [consulta: 08/11/07].

¹¹⁸ Corporation for Public Broadcasting CPB. Mission Statement. [En Línea]. <<http://www.cpb.org/aboutcpb/goals/>> [consulta: 11/11/07].

¹¹⁹ Public Broadcasting Service PBS. About PBS Editorial Standards. [En Línea]. <http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_standards.html> [consulta: 08/11/07].

lo local, en relevar las particularidades de las comunidades, municipios o estados dentro de los cuales se emiten.

- o NYCTV

Como ejemplo de esta gran variedad de canales públicos, se encuentra el *New York City Televisión*, que es un canal perteneciente al Municipio de Nueva York, que se transmite por señal abierta a toda la ciudad y posee además 5 señales que se transmiten por TV por cable.

Este es uno de los más importantes canales de televisión municipales de la Red, puesto que produce varios programas originales (que se transmiten en otros canales), y ha ganado una serie de premios como televisora innovadora y de alta calidad.

La programación del canal es muy variada (programas para niños, documentales, entretenimiento en general, etc.); pero hay un gran énfasis en los programas que muestran la ciudad y cuentan “las historias ocultas” que esta posee.

d. El Sistema Público de Emisiones de Estados Unidos, un paliativo de las debilidades y las contradicciones del sistema privado y comercial dominante.

Es una tónica general del debate en torno al rol social de la televisión, el hecho de que en Estados Unidos no existe realmente una política enfática respecto a este problema.

En un estudio hecho para la UNESCO por un investigador Hindú (Abhilaksh Likhi), respecto a la televisión pública en Estados Unidos, el autor releva la postura de Raymond Williams quien señala:

“...el sistema público de emisiones de Estados Unidos se ha puesto solamente para ser un paliativo de las debilidades y las contradicciones de su sistema privado y comercial dominante”¹²⁰.

Esto lo afirma, a partir de una investigación que hace respecto a las políticas reales que se han llevado a cabo (a partir de la creación de la Corporación), para fomentar la producción de programación de interés socialmente relevante.

El estudio plantea que el argumento principal para dejar de lado la regulación y promoción de la programación cultural en la TV pública, se basa en el hecho de que este tipo de programas ha sido abordado de manera importante hoy, por la TV por cable, no asumiéndose así el rol del Estado en esta materia.

“A pesar de que eso es así” (que en TV por cable hoy se transmiten programas de alta calidad para niños, de drama, ciencia e historia), plantea, “estos canales de cable no tienen libre distribución y hay mucha gente que puede no tener acceso a ellos”¹²¹.

e. El concepto de “Cultura”

La legislación estadounidense no se preocupa mayormente de la programación con “contenidos culturales”; no la define y no regula su transmisión.

Sin embargo, aparece en la Ley una preocupación por el rol social de la televisión que se traduce en la creación de una entidad privada sin fines de lucro que opera con dineros del Estado para su promoción y fomento.

¹²⁰ Networks. Public Television in the United States of America: Evolution, Institutions, Issues and Relevance to India. [En Línea]. <http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=17953&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html> [consulta: 12/11/07].

¹²¹ Networks. Public Television in the United States of America: Evolution, Institutions, Issues and Relevance to India. Ibid.

Esta Corporación, como se vio, no es muy apoyada por el gobierno y muchas veces se le ha intentado reducir el presupuesto, tampoco existe una regulación clara para el tipo de programación que se ha de difundir a través del Servicio de Emisiones Públicas, entidad a la cual son destinados los dineros y esfuerzos para su promoción.

Cuadro Resumen

A M É R I C A A N G L O S A J O N A

	Cuenta con una legislación que identifica y reglamenta el rol social de la TV	Cuenta con una legislación que define y regula la emisión de "programación cultural"	Cuenta con Canales de TV abierta que se hacen cargo de la problemática de la "TV Cultural"	Existe actualmente un debate en torno al rol Social y Cultural de la Televisión en el país
CANADÁ	<p>SI: La Broadcasting Act de 1991 plantea que el sistema de radiodifusión de Canadá debe: <i>"Salvaguardar, enriquecer y fortalecer el tejido cultural, político y social de Canadá; [debe así mismo] alentar el desarrollo de la expresión canadiense [...]. A través de la programación y de oportunidades de empleo que surjan desde sus operaciones, [debe] servir a los intereses y necesidades de los hombres mujeres y niños canadienses, considerando la igualdad de derechos, dualidad lingüística y naturaleza multicultural y multirracial de la sociedad canadiense, y el especial lugar de la población aborígen dentro de la sociedad [...]"</i>.</p>	<p>NO: No existe alusión alguna, en la legislación canadiense, respecto a la "programación cultural" como tal, pero si se hace referencia (y con mucho énfasis), a la regulación de la programación con "contenido canadiense" (que de cierta forma, se puede considerar como una preocupación por preservar la "cultura" del país). Respecto a este tipo de programación la Ley señala que: para que se otorgue una Licencia Pública, la emisora debe cumplir con emitir al menos un 60% de su parrilla programática de "contenidos canadienses" y para que se otorgue una Licencia Privada, la estación debe cumplir con la emisión de no menos de un 50% de su programación con contenidos canadienses.</p>	<p>SI: La <u>CBC (Canadian Broadcasting Corporation)</u> es la emisora nacional pública de Canadá que se preocupa de transmitir contenidos que aporten al desarrollo de la Nación canadiense, según lo cual <i>"la programación que transmite la Corporación deberá: Contribuir activamente al flujo e intercambio de expresiones culturales. Contribuir al fortalecimiento de una identidad nacional y una conciencia nacional. Reflejar la naturaleza multicultural y multirracial de Canadá"</i>, entre otros aspectos.</p> <p><u>TV Ontario</u>, por su parte; Es la más importante de las televisoras educativas de Canadá.</p>	<p>SI: El Ministerio de Herencia canadiense inició hacia el año 2002 un debate respecto a la definición, regulación y beneficios que aportaba la obligatoriedad de la emisión de "contenidos canadienses". Para ello realizó un estudio que revisó como se administra y define el contenido canadiense, concluyendo que: <i>"La definición hoy día... confunde lo que es cultural con lo que es económico; y más específicamente imparten cierta ambigüedad en los objetivos principales del gobierno federal para este respecto"</i>; incitando así al poder legislativo, y a la ciudadanía en general a repensar el problema, preocupándose de que la programación busque <i>"conectar a los canadienses entre sí y con el mundo"</i></p>
ESTADOS UNIDOS	<p>NO: Solamente, y de manera muy vaga, la Communications Act señala que: <i>"(a). El Congreso declara que: (1) es de interés público incentivar el crecimiento y el desarrollo de las emisiones de radio y TV pública incluyendo el uso de estos medios para propósitos instructivos, educacionales y culturales..."</i>. Según lo cual plantean: <i>"(10) una Corporación privada debería ser creada para facilitar el desarrollo de las telecomunicaciones públicas y para entregar máxima protección de interferencia y control extraño..."</i>.</p>	<p>NO: Ni en la Communications Act de 1934, ni en su versión revisada de 1996, aparece referencia alguna a la definición y/o regulación de la programación con contenidos "culturales". Solamente en la revisión titulada The Public and Broadcasting 1999 aparece una breve referencia a la regulación de la programación para niños, la cual se señala que: <i>"debe servir a las necesidades educacionales y de información de los niños, a través de su programación general y también a través de los programas específicamente diseñados para ello"</i>.</p>	<p>SI y NO: Estados Unidos posee una red de emisoras de TV de servicio público asociadas bajo la figura de la PPublic Broadcasting Service, pero estas no desarrollan una programación exclusivamente dedicada a la emisión de "contenidos culturales" o educativos, sino que presentan más bien una parrilla programática muy variada, pero poniendo énfasis en la difusión de contenidos que exalten "lo local", aquellas preocupaciones y problemáticas de las comunidades, municipios o estados dentro de los cuales transmiten.</p>	<p>NO: En Estados Unidos impera la postura que sostiene el privilegio de la "libertad de expresión", y la libre competencia, según lo cual la Communications Act declara en uno de sus primeros Artículos la prohibición de toda censura, y muy pocas atribuciones para la FCC (Comisión Federal de Comunicaciones); y en la revisión que se hizo de esta en 1996 no se incluyen otros aspectos más que aquellos que corroboran esta perspectiva.</p>

- **EUROPA**

Para revisar la situación que acaece en Europa respecto a la regulación de la emisión de “programación cultural”, se ha escogido trabajar con los siguientes países: Gran Bretaña, España, Portugal y Francia.

La elección de los países fue azarosa y no pretende representar la política general que predomina en el continente respecto a esta materia; puesto que la situación en la región es muy diversa, y si bien existe una legislación unificada bajo la figura de la Unión Europea, dicha regulación es muy general y los diferentes países desarrollan sus propias directrices más allá del documento común estipulado.

- ❖ **Política Audiovisual de la Unión Europea**

En 1989 la Unión Europea acuerda una Directiva denominada “Televisión Sin Fronteras” (TSF), para asegurar algunos lineamientos básicos comunes en torno a la regulación de la radiodifusión televisiva en la región.

Los “objetivos estratégicos” rectores para la articulación de esta Directiva fueron:

- Protección de los menores,
- Diversidad cultural,
- Promoción de las obras europeas y las producciones audiovisuales independientes, y
- Derecho de réplica.

Para las materias que interesan en el presente estudio, cabe señalar que en el Artículo 4º de esta disposición (Directiva 89/552/CEE), se establece:

“Para fomentar la distribución y producción de programas televisivos europeos, los Estados miembros deben velar, siempre que sea posible, por que los organismos de radiodifusión televisiva reserven una proporción mayoritaria de su tiempo de difusión a obras europeas, con exclusión del tiempo dedicado a las informaciones, a manifestaciones deportivas, a juegos, a la publicidad, a los servicios de teletexto y a la televenta”¹²².

(Extracto del Artículo 4º de la Directiva 89/552/CEE. El subrayado es nuestro)

Y en el Artículo 5º se plantea que “los organismos de radiodifusión televisiva deben reservar, como mínimo, el 10 % de su tiempo de emisión o el 10 % de su presupuesto de programación, a obras europeas de productores independientes”.

Ambos artículos son fiscalizados mediante un informe bianual que debe entregar cada Estado miembro de la Unión Europea a la Comisión reguladora encargada de hacer valer esa Directiva.

Las demás disposiciones que establece la Directiva TSF hacen referencia a cuestiones como: la regulación de la publicidad (tiempo máximo de transmisión diaria, la modalidad de interrupción de los programas, etc.); la protección de menores (regulación respecto a la emisión de contenidos pornográficos o extremadamente violentos); o el derecho a réplica (para quien se vea perjudicado por un contenido particular de algún programa televisivo).

En 1997 se adopta una nueva Directiva de “TV sin Fronteras” para, según se señaló, “modernizar las disposiciones iniciales”. En esta se hace una revisión general y se establecen nuevos acuerdos en torno a la protección de los niños y la *Televenta*, entre otros aspectos.

¹²² Europa Actividades de la Unión Europea, Síntesis de la Legislación. Actividades de Radiodifusión televisiva: Directiva “Televisión Sin Fronteras” (TSF). [En Línea]. <<http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l24101.htm>> [consulta: 12/11/07].

A partir del 2001 se lleva a cabo una revisión que consta de varias fases que concluyen con la disposición del 2007 que busca considerar la evolución tecnológica del sector, considerando en la regulación al "vídeo a la carta", la televisión móvil, o los servicios audiovisuales a través de la televisión digital¹²³; ampliando así el concepto de "Televisión Sin Fronteras", a partir del nuevo concepto "Medios Audiovisuales Sin Fronteras", que se guía en su núcleo, por las mismas directrices que la disposición de 1989.

Según el último Comunicado de la Comisión¹²⁴:

"El tiempo de difusión medio dedicado a obras europeas por las empresas europeas de teledifusión fue ligeramente superior al 65 % en 2003 y del 63 % aproximadamente en 2004. Por tanto, se observa por primera vez un ligero descenso de la programación de obras europeas a escala comunitaria".

Sin embargo ello, la Comisión subraya que "la programación de obras europeas se ha estabilizado en la UE a un nivel superior al 60 % del tiempo de difusión total", mientras que las obras de productores independientes, han aumentado de manera significativa en su tiempo de difusión (para el mismo periodo de referencia), estando alrededor del 31,5 % según lo cual se puede observar que la Directiva habría surtido efectos considerables en los contenidos de las emisiones de los países miembros de la Comunidad, o por lo menos en el origen de las producciones.

El último dictamen de la Comisión enfatizó asimismo, que se garantizará la independencia de las autoridades nacionales de regulación de los medios de comunicación de los Estados miembros de la Comunidad Europea¹²⁵.

Como se puede ver la regulación no es muy rigurosa en cuanto a los contenidos puntuales de las transmisiones, pero sí busca ayudar a promover una suerte de "identidad" europea, facilitando y fomentando la libre distribución de los contenidos producidos en la región.

I) Gran Bretaña

a. Legislación

A través del **Acta de Emisiones de 1990**¹²⁶ (*Broadcasting Act of 1990*), se crea en el Reino Unido una comisión independiente que tiene por función "la regulación de la provisión de los servicios de televisión", donde entre sus mandatos principales se encuentra el poder de otorgar las licencias a las estaciones emisoras, y "de tiempo en tiempo dar a conocer un código guía para los programas", respecto a ciertos contenidos principalmente de violencia y otros aspectos similares.

El **Acta de Emisiones de 1996**¹²⁷ (la *Broadcasting Act of 1996*), por su parte, se refiere principalmente a la regulación de la TV digital en sus aspectos técnicos, y respecto a los contenidos mantiene la regulación de la emisión de ciertos hechos de violencia y similares.

¹²³ Press Relases. La Comisión abre la vía a la nueva Directiva sobre «medios audiovisuales sin fronteras» para impulsar la diversidad de la televisión europea y los servicios a la carta. [En Línea].

<<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/311&format=HTML&aged=1&language=ES&guiLanguage=en>> [consulta: 11/11/07].

¹²⁴ Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas 14/08/06. [En Línea]. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2006/com2006_0459es01.pdf> [consulta:12/11/07].

¹²⁵ Press Relases. La Comisión abre la vía a la nueva Directiva sobre «medios audiovisuales sin fronteras» para impulsar la diversidad de la televisión europea y los servicios a la carta. [En Línea]. Op. Cit.

¹²⁶ Office of Public Sector Information, Broadcasting Act 1990. [En Línea].

<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts1990/Ukpga_19900042_en_1.htm> [consulta: 11/11/07].

¹²⁷ Office of Public Sector Information, Broadcasting Act 1996. [En Línea].

<<http://www.opsi.gov.uk/ACTS/acts1996/1996055.htm>> [consulta: 11/11/07].

En el **Acta de Comunicaciones** (*Communications Act*, que su revisión más reciente data del 2003), se detallan los componentes del *Servicio de Emisiones Públicas del Reino Unido*, servicio que data de los comienzos de la TV en dicho territorio.

*"...los componentes de los servicios de transmisión pública del Reino Unido incluyen programas que deben desarrollar materias diversas, estar destinadas a una audiencia variada, deben tener altos estándares de calidad; informar, educar y entretener; reflejar, apoyar y estimular la actividad cultural del Reino Unido; contener una cantidad adecuada de material educativo; incluir la ciencia, la religión y los aspectos sociales relevantes; materias de importancia internacional y de interés específico, y poseer material de alta calidad para niños y jóvenes."*¹²⁸

A través de esta Acta se establecen también las funciones y atribuciones de la OFCOM (Oficina de Comunicaciones), nombre que pasa a tener la anterior Comisión reguladora, y a la cual se le encomienda que verifique el desempeño del servicio de emisiones públicas (por lo menos una vez cada cinco años), y que haga recomendaciones respecto a cómo fortalecer y mantener la calidad de ese sistema.

b. Institucionalidad

La **Oficina de Comunicaciones** (OFCOM) fue creada el 2002¹²⁹, con el cometido de ser el organismo regulador de la industria de las comunicaciones en el Reino Unido.

Entre las principales funciones que se le encomiendan en el Acta de Comunicaciones del 2003, destacan:

- Regular la competencia y la imparcialidad en las opiniones,
- **Formular los estándares de programación**,
- Preocuparse de los intereses de los ciudadanos en relación a los asuntos de comunicación,
- Preocuparse de los asuntos de los consumidores promoviendo la competencia cuando sea necesario.

Y entre los deberes más específicos, se encuentran¹³⁰:

- Asegurar el óptimo uso del espectro electromagnético,
- Asegurar un amplio rango de servicios electrónicos de comunicación, que esté disponible para toda economía,
- Asegurar servicios de alta calidad y atractivos,
- Mantener la pluralidad en la provisión de las transmisiones,
- Aplicar la protección adecuada en contra del material ofensivo y dañino, y
- Aplicar la protección adecuada a las audiencias de la injusticia y la privacidad.

El Acta de Comunicaciones del 2003 y el Acta de Emisiones de 1996 obliga a la OFCOM a formular un código para definir los estándares de la programación, y así regular los auspicios, justicia, privacidad, protección de los menores de edad, transmisión de programas religiosos, exposición de los crímenes, daños y ofensas, la imparcialidad y exactitud en las opiniones, etc.

Así mismo, en el Acta del 2003 se le solicitó a la Ofcom la tarea de hacer informes periódicos respecto a las transmisiones de la TV de servicio público, donde debe evaluar si estas transmisoras están cumpliendo su rol de educar, informar y entretener; proveyendo una cantidad sustancial de programación de alta calidad, destinados a diversos tipos de audiencia y a través de un amplio espectro de tipos de programas.

¹²⁸ Office of Public Sector Information, Communications Act 2003. [En Línea]. <<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/20030021.htm>> [consulta: 12/11/07].

¹²⁹ Fue establecida por medio del Acta de la Oficina de Comunicaciones 2002: Office of Public Sector Information, Office of Communications Act 2002. [En Línea]. <<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2002/20011--a.htm>> [consulta: 12/11/07].

¹³⁰ Ofcom, Office of Communications. About Ofcom. [En Línea]. <<http://www.ofcom.org.uk/about/>> [consulta: 12/11/07].

c. Canales de TV abierta en Gran Bretaña: programación de Servicio Público

La Corporación Británica de Emisiones (*British Broadcasting Corporation* BBC), es la primera emisora que se creó en el Reino Unido; y desde el comienzo con esta corporación, se entendió que este medio de comunicación podía tener un gran impacto social, según lo cual debía ser incitada a hacer un mayor bien público. El primer director general de la BBC fue quien sentó las bases de lo que luego definiría la misión central de todo el servicio de emisiones públicas en el Reino Unido: *informar, educar y entretener*.

En 1955 surge la primera transmisora comercial (ITV), y el gobierno le solicita cumplir con una obligación similar a la de la BBC (de servicio público), cubriendo un cierto tipo de programación: noticias locales, artes, y programación religiosa entre otras, a cambio de su derecho de transmisión.

Es así como finalmente todas las estaciones que transmiten en TV terrestre análoga (sean públicas o privadas), están obligadas a proveer programación de Servicio Público, puesto que acceden a un espacio de libre recepción que abarca prácticamente toda la nación¹³¹.

Las regulaciones para este tipo de transmisiones son detalladas y complejas; con indicaciones y sugerencias de cantidad horaria respecto a ciertos tipos de contenidos: educativos, documentales, para niños, religiosos, multiculturales, etc. y el cumplimiento de ciertas características, como: originalidad, imparcialidad y calidad; que sirvan a audiencias particulares como niños, ancianos y regiones, y aporten al sector productivo del Reino Unido¹³²; las cuales les son impuestas según las licencias que se le otorgan.

Es así como se configuró desde el comienzo en Gran Bretaña, un sistema de transmisiones de servicio público (PBS), que incluye tres corporaciones públicas: la BBC, Channel Four y Channel S4C de Wels; y dos redes comerciales: ITV y Channel Five.

Todos estos canales están sujetos además a los mismos requerimientos básicos que tiene cualquier otra emisora en el Reino Unido (según los códigos que establezca la Ofcom respecto a ciertos tipos de contenidos, como se señaló en el apartado anterior), pero que deben concentrarse de manera particular, en el cumplimiento de los objetivos que se decretan para el PBS en el Acta de Comunicaciones del 2003:

1. *Valores sociales: educación, identidad cultural, informar el proceso democrático, fomentar una sociedad tolerante e inclusiva.*
2. *Calidad: fomentar los valores, la calidad y la innovación en la producción.*
3. *Rango y balance: ofrecer una amplia gama de programas a través de distintos géneros y formatos.*
4. *Diversidad: suministrar una programación para distintas audiencias y las minorías*¹³³.

o British Broadcasting Corporation BBC

La BBC tiene una licencia de emisión (pública) que le entrega dineros para su financiamiento, por lo tanto no trasmite publicidad comercial y posee servicios de TV local, cable, radio e Internet.

¹³¹ Ofcom, Office of Communications. What do we mean by PBS?. [En Línea].

<<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb/psb/meaning/#content/intro/historic>> [consulta: 12/11/07].

¹³² A Channel 4 por ejemplo se le exige la transmisión de 7 horas a la semana de "programación educativa", y 3 horas de "programación multicultural"; mientras que a Channel Five, se le exige la transmisión de 2 horas a la semana de documentales, 30 minutos de arte, 3 horas de programas educativos, etc. Para ver mayor detalles de estas indicaciones ver las Figuras 2 y 3 del estudio de la Ofcom en el sitio Web:

<<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb/psb/meaning/#content/intro/historic>>

¹³³ Ver el estudio que hizo la Ofcom respecto al servicio público de emisiones, particularmente la Figura 5 en la página 26 que resulta bastante ilustrativa para este punto, en: <<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb/psb/psb.pdf>>

Su misión y valores son expresados de la siguiente forma:

*"Nos proponemos enriquecer la vida de las personas con programas que informen, eduquen y entretengan"*¹³⁴.

Señalando además, que buscan abordar valores públicos a través de 5 vías, que son descritas de la siguiente manera:

1. *Sosteniendo la ciudadanía y la sociedad civil: a través de las noticias de BBC1, del análisis, tres boletines nacionales e internacionales, 90 horas de programas de actualidad, etc.*
2. *Promoviendo la educación y el aprendizaje: tratar de hacer accesible la mayor cantidad de temas de especialidad. Continuar manteniendo la gran reputación en historia natural, áreas de conocimiento poco conocidas, etc. 650 horas de actualidad, ciencia, educación; 500 horas de programas para niños.*
3. *Fomentando la creatividad y la experiencia cultural: a través de un rango diverso de ideas en artes y talentos creativos del Reino Unido e internacionales.*
4. *Reflejando las regiones, naciones y comunidades del Reino Unido: mostrar momentos que unan a toda la nación del reino unido. Programas que reflejen su vida y experiencia. 80 horas de programas religiosos y eventos deportivos, y*
5. *Llevando el Reino Unido al mundo y trayendo el mundo al Reino Unido: a través de las noticias y cobertura deportiva*¹³⁵.

La BBC posee 6 canales enfocados cada uno de ellos, a abordar un tipo de audiencia específica:

BBC1, es el servicio de TV más popular del Reino Unido, este posee una parrilla programática muy variada, pero se centra en temas para la familia.

BBC2 es un canal que tiene temática mixta para audiencia mixta. Es la red que tiene la mayor cantidad de programación que fomenta el conocimiento, y está complementada con comedia, drama y arte.

BBC3 intenta atraer a las audiencias mas jóvenes a las transmisiones de servicio público proveyéndola de una programación interactiva a través de la TV digital.

BBC4 posee un amplio espectro de programación de *enriquecimiento cultural e innovación*; su programación contempla contenidos que van desde la filosofía hasta la ciencia, naturaleza, historia, artes y espectáculos.

CBBC es un canal exclusivo para niños de entre 6 y 12 años de edad.

Y por último CBeebies, que posee programación especialmente diseñada para niños menores de 6 años.

- o Channel Four

Channel Four fue creado en 1982 para entregar una programación destinada a segmentos de la audiencia cuyos gustos y necesidades no estuvieran siendo satisfechos por los servicios suministrados por otras transmisoras.

¹³⁴ bbc. co. uk. About de BBC. [En Línea]. <<http://www.bbc.co.uk/info/>> [consulta: 12/11/07].

¹³⁵ bbc. co. uk, About de BBC. Policies, guidelines and reports. [En Línea].

<<http://www.bbc.co.uk/info/statements2007/television/bbccone.shtml>> [consulta: 12/11/07].

Según se dictamina en el Acta de Comunicaciones del 2003, Channel Four debe entregar una programación de alta calidad y diversa que en particular:

- (a) Se muestre innovación y experimentación en la forma y contenido de los programas;
- (b) Sea atractiva a los gustos e intereses de una sociedad culturalmente diversa;
- (c) Haga una contribución significativa para cumplir las necesidades de los canales de servicio público para incluir programas de naturaleza educativa y otros programas que tengan un valor educativo; y
- (d) Que la programación tenga un carácter especial¹³⁶.

Este canal ha reformulado su estrategia de programación multicultural en los últimos años, para convertirse en un canal que entrega una programación destinada a una audiencia más amplia. Esto ha significado que se ha alejado de su anterior lugar de nicho que ofrecía programas para las minorías, y se ha acercado a un enfoque más generalista que busca representar a los grupos dentro de la sociedad.

Channel Four tiene también requerimientos adicionales que le exigen proveer a las escuelas umbrales mínimos de ciertos tipos de programas.

Este canal está primariamente regulado por la Ofcom, pero también está obligado a entregar un reporte anual a la Secretaría de Estado de las Comunicaciones, Cultura y Deporte.

Finalmente cabe mencionar las apreciaciones concluyentes de un estudio que hace la Ofcom el 2004 respecto al sistema público de emisiones del Reino Unido:

"Se pueden hacer dos tipos de análisis de este sistema de transmisiones: Uno desde el punto de vista de los valores sociales, desde el cual se entiende que el rol de la TV es tan importante que no puede ser dejado al mercado, por la importancia que genera respecto al acceso a la información, la identidad cultural, el fomento del conocimiento y el aprendizaje, y finalmente los valores compartidos. Por lo tanto este rol implica que los aspectos más importantes que debiera tener la TV son: acceso para todos y pluralidad en la programación. Por otro, lado se puede analizar este sistema de transmisor desde una perspectiva económica, donde se ve que si el mercado se deja funcionar por si solo qué proveería, y por lo tanto qué es lo que tiene que hacerse activamente para corregir lo que falta que el mercado no provee"¹³⁷.

d. A la llegada de la TV digital, el futuro es incierto.

Las licencias que se entregan a las emisoras que transmiten por el sistema digital, no obligan a las estaciones a mantener ningún tipo de cuotas de emisión de contenidos: educativos, documentales, para preescolares, artísticos, etc. por lo que canales como ITV han intentado reducir significativamente sus obligaciones de servicio público (programación poco rentable), atendiendo a la gran competencia que significan estas nuevas estaciones.

Por este motivo la Ofcom está llevando a cabo una serie de consultas y estudios para abordar el problema del futuro de la TV pública.

e. El concepto de "Cultura"

Para el Reino Unido el rol social de la televisión es evidente, según lo cual deciden abordar este aspecto instaurando una rigurosa regulación para todos los canales de TV que transmitan en señal abierta, además de financiar un canal nacional de forma exclusiva para el desarrollo de programación de alta calidad (la BBC).

¹³⁶ Sección 265 (3) de la *Communications Act 2003*. [En Línea]. <<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/20030021.htm>> [consulta: 12/11/07].

¹³⁷ Ofcom, Office of Communications. Historic analysis of PSB intervention: two broad conceptual approaches. [En Línea]. <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb/psb/sup_vol_1/concept/historic/#21> [consulta: 12/11/07].

En sus legislaciones generales el Reino Unido no reglamenta la obligatoriedad de emisión de ciertos tipos de contenidos programáticos, limitándose solamente a decretar la creación de ciertos estándares donde se señala que no se deben transgredir algunos postulados fundamentales (derecho a la libertad, veracidad, regulación de los contenidos de violencia, etc.); ello, porque reserva esta disposición (de servicio público), solamente para las emisoras análogas terrestres (de libre recepción).

La Ofcom estipula ciertas directrices por las cuales deben guiarse los canales pertenecientes al sistema público de emisiones: porcentajes de horas de ciertos contenidos programáticos; pero no define entre estos, un determinado tipo de “programación cultural” sino más bien, orienta estos contenidos bajo otras denominaciones como: programas educativos, multiculturales, documentales, artísticos, etc.¹³⁸, por lo que no aparece en ningún documento una definición concreta de lo que se entendería por “programación cultural” en específico, aunque sí se puede subentender la existencia del concepto.

II) España

a. Legislación

Como resultado de una promesa electoral, José Luis Rodríguez Zapatero impulsa (al asumir el mandato de su actual gobierno en el 2004), una Reforma del Sector Audiovisual; para la cual el Consejo de Ministros aprueba la formación de un “comité de sabios” con el fin de elaborar un informe general sobre el que se crearían las nuevas disposiciones reglamentarias.

En Febrero de 2005 este comité (compuesto por tres catedráticos, un filósofo y un periodista¹³⁹), entrega un informe desde el cual emanan tres anteproyectos de Ley:

- Anteproyecto de Ley de la Radio y Televisión de Titularidad Estatal
- Anteproyecto de la Ley General Audiovisual, y el
- Anteproyecto de Ley de creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales

De estos tres anteproyectos sólo el primero tiene actualmente un carácter legal definitivo; carácter que adquiere al ser promulgada como **LEY 17/2006, DE 5 DE JUNIO, DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN DE TITULARIDAD ESTATAL**¹⁴⁰. Los otros dos anteproyectos continúan aún en discusión en el Parlamento, y con vaticinadoras luces de fracasar como entes reguladores para el sector.

Como se subentiende de lo anterior, España no posee en la actualidad una legislación unificada que se preocupe de regular las emisiones de radiodifusión televisiva. Tampoco posee, en este mismo sentido, un organismo regulador independiente que tenga por objeto exclusivo preocuparse de la fiscalización del sector.

Mientras la Reforma no se lleve a cabo en todo su esplendor, las emisiones de radiodifusión televisiva en España seguirán siendo reguladas por las distintas leyes fragmentarias que se preocupan en la actualidad de disponer el reglamento: la *Ley 10/1988, de Televisión Privada*; la *Ley 34/1988, General de Publicidad*; la *Ley 35/1992, de la Televisión por Satélite* y la *Ley 31/1987, de Ordenamiento de las Telecomunicaciones*, entre otras.

¹³⁸ Ver la Figura 3 del estudio de la Ofcom *The evolution of public service television broadcasting (PSB)* en:

<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb/psb/meaning/#content/intro/historic>

¹³⁹ Emilio Lledó, Enrique Bustamante y Victoria Campos, el filósofo Fernando Savater y el periodista Fernando González Urbaneja, respectivamente.

¹⁴⁰ Ministerio de la Presidencia. LEY 17/2006, DE 5 DE JUNIO, DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN DE TITULARIDAD ESTATAL [En Línea].

<<http://www.mpr.es/NR/rdonlyres/D03898BE-21B8-4CB8-BBD1-D1450E6FD7AD/76207/leytelevision.pdf>> [consulta: 12/11/07].

Ley 10/1988, de 3 de Mayo, de Televisión Privada¹⁴¹

Esta Ley tiene como objeto central "regular la gestión indirecta del servicio público esencial de la televisión, cuya titularidad corresponde al Estado" (Artículo 1º de la Ley 10/1988); según lo cual se plantea que la gestión de las sociedades concesionarias han de guiarse por los principios dispuestos para los medios de comunicación social del Estado, entre los cuales se encuentran "el respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico", entre otros.

También se plantea que las concesionarias deberán estar sujetas, a los acuerdos internacionales suscritos por España en materia de Telecomunicaciones y comunicación social (Artículo 6º apartado 2º de la Ley).

A parte de estas dos disposiciones muy generales respecto a las directrices que deben guiar la producción de su programación, no hay ninguna otra referencia en toda la Ley, a alguna prescripción referente al tipo de contenidos que deben transmitir las emisoras privadas, y lo mismo sucede con la Ley que regula la Televisión por Satélite.

Ley 25/1994, de 12 de Julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de radiodifusión televisiva¹⁴²

Se crea esta Ley en 1994 con el fin de incorporar al Derecho español las normas contenidas en la Directiva 89/552/CEE de la Comunidad Europea; según lo cual se incorpora 1) la prescripción de la libre recepción en el territorio español, de las emisiones de televisión procedentes de otro Estado miembro de la Comunidad; 2) la reserva de un 50% del tiempo de emisión anual, de las entidades que presten el servicio público de televisión, a la difusión de obras europeas; 3) reservándose a su vez, la mitad de este tiempo de reserva a la emisión de obras europeas en expresión originaria española, y el 10% de aquel tiempo de reserva mayoritaria a la emisión de obras europeas de productores independientes, de las cuales la mayoría deberán corresponder a obras producidas en los últimos cinco años.

Ley 17/2006, de 5 de Junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal¹⁴³

La recientemente creada Ley de Radio y Televisión de Titularidad Estatal, deroga las anteriores disposiciones utilizadas para regular este tipo de emisoras; y en su disposición central, esta Ley plantea que:

*"El servicio público de radio y televisión de titularidad del Estado... [está destinado a] satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española; difundir su identidad y diversidad culturales; impulsar la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales"*¹⁴⁴.

Atribuyendo a la *Corporación de Radio y Televisión Española, S. A. (RTVE)*, la gestión de este servicio público; para el cual se dispone que deba cumplir con las siguientes funciones:

" a) Promover el conocimiento y difusión de los principios constitucionales y los valores cívicos [...]; e) Promover la cohesión territorial, la pluralidad y la diversidad lingüística y cultural de España; f) Impulsar el intercambio de la información y el conocimiento mutuo entre los ciudadanos de los

¹⁴¹ Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. [En Línea]. <<http://www.ccoortve.org/juridico/tvprivadas.html>> [consulta: 13/11/07].

¹⁴² Ministerio de la Presidencia. Ley 25/1994, De 12 De Julio, Por La Que Se Incorpora Al Ordenamiento Juridico Español La Directiva 89/552/Cee, Sobre La Coordinacion De Disposiciones Legales, Reglamentarias Y Administrativas De Los Estados Miembros Relativas Al Ejercicio De Actividades De Radiodifusion Televisiva. [En Línea]. <http://www.boe.es/g/es/bases_datos/doc.php?coleccion=iberlex&id=1994/16224> [consulta: 13/11/07].

¹⁴³ Ministerio de la Presidencia. Ley 17/2006, de 5 de Junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. [En Línea]. <<http://www.mpr.es/NR/ronlyres/D03898BE-21B8-4CB8-BBD1-D1450E6FD7AD/76207/leytelevision.pdf>> [consulta: 13/11/07].

¹⁴⁴ Extracto del Artículo 2º apartado 1º de la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. [En Línea]. <<http://www.mpr.es/NR/ronlyres/D03898BE-21B8-4CB8-BBD1-D1450E6FD7AD/76207/leytelevision.pdf>>

*Estados miembros de la Unión Europea como espacio común de convivencia; g) Editar y difundir canales radiofónicos y de televisión de cobertura internacional que coadyuven a la proyección hacia el exterior de las lenguas y culturas españolas y a la adecuada atención a los ciudadanos españoles residentes o desplazados en el extranjero [...]; i) Promover la difusión y conocimiento de las producciones culturales españolas, particularmente las audiovisuales; j) Apoyar la integración social de las minorías y atender a grupos sociales con necesidades específicas [...]; l) Promover el conocimiento de las artes, la ciencia, la historia y la cultura [...]; n) Fomentar la producción de contenidos audiovisuales europeos y en lenguas originarias españolas y promover la creación digital y multimedia, como contribución al desarrollo de las industrias culturales españolas y europeas; o) Velar por la conservación de los archivos históricos audiovisuales [...]*¹⁴⁵.

Planteando además que *“El conjunto de las producciones y emisiones de radio y televisión efectuadas por las sociedades prestadoras del servicio público de la Corporación RTVE deberán cumplir con las obligaciones integradas en la función de servicio público definida en la presente Ley”*.

Sin embargo lo anterior, la Ley plantea que en concreto la Corporación RTVE deberá guiar su función general de servicio público, según un “mandato-marco” aprobado por el Parlamento que tendrá una vigencia de 9 años, en el cual se especificarán los lineamientos concretos de las funciones generales que tiene encomendadas.

Desde la puesta en vigencia de esta Ley aún no se ha aprobado un mandato-marco para los próximos 9 años de RTVE.

b. Institucionalidad

Si bien no existe un “Consejo Estatal” para fiscalizar el funcionamiento de los medios de comunicación audiovisual para toda España, sí existen una serie de organismos reguladores que velan por el cumplimiento de las leyes audiovisuales de las diversas regiones autónomas que forman parte del territorio nacional.

Es así como se puede observar la existencia de un *Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC)*, un *Consejo Audiovisual de Andalucía (ca:A)*, o un *Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN)*, entre otros.

1. **El Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC)** fue creado en 1996 con el fin de *“velar por el respeto de los derechos y libertades, garantizar el cumplimiento de la normativa relativa al audiovisual, especialmente la que regula la programación y la publicidad..., y la observancia de la normativa europea y de los tratados internacionales”*¹⁴⁶.

La Ley a la cual hace referencia la cita anterior es la *Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña*¹⁴⁷; y para la materia que compete al presente estudio, interesa destacar de ese reglamento (y el rol del Consejo del Audiovisual de Cataluña en ese respecto), una disposición concerniente a la regulación de los contenidos audiovisuales que se relaciona estrechamente con la problemática de la “programación cultural”, y su asociación con la posibilidad de otorgar o no las licencias a las concesionarias que cumplan con este mandato:

“Artículo 52. Criterio de adjudicación de la licencia.

¹⁴⁵ Artículo 3º, apartado 2º de la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. [En Línea]. <<http://www.mpr.es/NR/rdonlyres/D03898BE-21B8-4CB8-BBD1-D1450E6FD7AD/76207/leytelevision.pdf>>

¹⁴⁶ Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). [En Línea]. <<http://www.audiovisualcat.net/box36esp.html>> [consulta: 13/11/07].

¹⁴⁷ Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña. [En Línea]. <<http://www.audiovisualcat.net/informacion/ley22.pdf>> [consulta: 13/11/07].

1. El Consejo del Audiovisual de Cataluña debe evaluar las ofertas presentadas de acuerdo con los siguientes criterios:

a. [...] el compromiso de contribuir al desarrollo de la industria audiovisual catalana y especialmente del ámbito de cobertura de la licencia [...].

b. El grado del uso del catalán y de fomento y difusión de la cultura catalana, y, si procede del aranés”.

(Extracto del Artículo 52º de la Ley 22/2005)

Esta Ley hace referencia también a la adherencia a la normativa de la Unión Europea respecto a la “Directiva de la Televisión sin Fronteras”, disponiendo que:

“Los prestadores de servicios de televisión a que se refiere el apartado 1 deben reservar como mínimo el 51% de su tiempo anual a la difusión de obras audiovisuales europeas. El 51% de dicho tiempo de reserva, como mínimo, deben dedicarlo a la difusión de obras audiovisuales europeas cuya expresión originaria sea en cualquier lengua oficial en Cataluña. Debe garantizarse que, como mínimo, el 50% de estas obras sea en catalán. El 10% del tiempo total de emisión, como mínimo, deben destinarlo a obras audiovisuales europeas suministradas por productores independientes y producidas en los últimos cinco años”¹⁴⁸.

2. El Consejo Audiovisual de Andalucía (ca:A):

El nuevo Estatuto de Autonomía para Andalucía (aprobado el 20 de diciembre del 2006 y publicado en el boletín oficial el 20 de marzo del 2007), concede un rol importante a la función social de los medios de comunicación, y reconoce al nuevo organismo “garante de derechos y libertades”, el Consejo Audiovisual de Andalucía, entre las *otras autoridades de autogobierno*; dedicando además un capítulo exclusivo (el Título VIII), a los “Medios de Comunicación Social”; sentando las bases ahí, del rol y función de los medios públicos de comunicación en la Comunidad Autónoma:

“Artículo 211. Medios de comunicación públicos: 1. Los medios de comunicación de gestión directa por la Junta de Andalucía y las Corporaciones locales, orientarán su actividad a la promoción de los valores educativos y culturales andaluces, respetando, en todo caso, los principios de independencia, pluralidad, objetividad, neutralidad informativa y veracidad”¹⁴⁹.

Mientras que en los Artículos 212 y 213, de la misma Ley Orgánica, se da relieve a prescripciones específicas respecto a la promoción de la cultura andaluza:

Artículo 212. *La cultura andaluza.*

Los medios de difusión públicos promoverán la cultura andaluza tanto en sus formas tradicionales como en las nuevas creaciones. Fomentarán el desarrollo audiovisual en Andalucía, así como su producción cinematográfica.

Artículo 213. *Reconocimiento y uso de la modalidad lingüística andaluza.*

Los medios audiovisuales públicos promoverán el reconocimiento y uso de la modalidad lingüística andaluza, en sus diferentes hablas¹⁵⁰.

¹⁴⁸ Artículo 87º, apartado 2º de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña.

¹⁴⁹ Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía de Andalucía. [En Línea].

<<http://www.juntadeandalucia.es/justiciayadministracionpublica/comunicacion/articulos/BOE.pdf>> [consulta: 13/11/07].

¹⁵⁰ Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía de Andalucía. [En Línea]. Op. Cit.

Sin embargo lo anterior, en la Ley que establece la creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, no se hace mayor énfasis en la regulación de estas materias; aunque sí aparecen referidas de manera tangencial en dos de las veintidós funciones que se le atribuyen a dicho organismo:

Artículo 4. Son funciones del Consejo Audiovisual de Andalucía:

8. Fomentar la defensa y promoción de las singularidades locales, así como del pluralismo de las tradiciones propias de los pueblos andaluces.

10. Propiciar que el espacio audiovisual andaluz favorezca la capacidad emprendedora de los andaluces para lograr una comunidad socialmente avanzada, justa y solidaria, que promueva el desarrollo y la innovación¹⁵¹.

3. El Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN):

La Ley por la que se regula la Actividad Audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra, data del 16 de Julio del 2001¹⁵²; y la importancia que esta presenta para efectos del presente trabajo, radica en la preocupación que expone respecto a la programación producida y financiada en Navarra, dedicando para ello un capítulo exclusivo de la Ley titulado: *Capítulo II. De la promoción, difusión y producción de determinados programas de radio y televisión*, donde se plantea:

Artículo 4. Obras navarras.

1. Los operadores de televisión deberán reservar el 10 por 100 de su tiempo de emisión anual a la difusión de obras audiovisuales navarras.

2. Tendrán la consideración de obras navarras las obras originarias de la Comunidad Foral de Navarra en las que un 51 por 100 del total de autores, intérpretes, técnicos u otros trabajadores que participen en ellas residan dentro del territorio de la Comunidad Foral.

Dichas obras deberán cumplir, además, alguna de las condiciones siguientes:

a) Estar realizadas por uno o más productores establecidos en la Comunidad Foral.

b) Tener una producción supervisada y controlada por uno o varios productores establecidos en la Comunidad Foral.

c) Financiar su coste total de producción mediante la contribución mayoritaria de productores establecidos en la Comunidad Foral, en supuestos de coproducción, siempre que ésta no sea controlada por uno o varios productores establecidos fuera de la Comunidad Foral.

Artículo 5. Obras navarras de productores independientes.

Los operadores de televisión, dentro del periodo de tiempo establecido en el apartado 1 del artículo anterior, reservarán un mínimo del 10 por 100 de su tiempo total de emisión a obras navarras de productores independientes respecto de las entidades de televisión, de las que más de la mitad deberán haber sido producidas en los últimos cinco años.

¹⁵¹ ca:A Consejo Audiovisual de Andalucía. LEY 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía. BOE número 12, viernes 14 de enero de 2005, página 1529. BOJA número 254 del 30 de Diciembre del 2004. [En Línea]. <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/opencms/sobreNosotros/Normativa_interna/?__locale=es> [consulta: 13/11/07].

¹⁵² Navarra.es, LexNavarra. Ley Foral 18/2001, De 5 De Julio, Por La Que Se Regula La Actividad Audiovisual En Navarra Y Se Crea El Consejo Audiovisual De Navarra. [En Línea]. <<http://www.lexnavarra.navarra.es/detalle.asp?r=2614>> [consulta:13/11/07].

Clasificándose como “infracción grave” su incumplimiento, llegando a ser sancionada con multas que van desde los 30.050,61 euros hasta los 90.151,81 euros, según se reincida en la infracción¹⁵³.

Lo anterior resulta relevante para comprender la importancia de la regulación del rol de la televisión para esta Comunidad Autónoma, pero la poca trascendencia que se da en la definición de “obras audiovisuales navarras”, a la especificación de los contenidos concretos que debieran expresar, da cuenta de una preocupación que no se puede definir si realmente es cultural o eminentemente económica en este respecto.

c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales

o TVE 2 “La dos”

TVE 2 es el segundo canal de televisión estatal de España de servicio público, comienza sus transmisiones en 1966, pero de manera ininterrumpida recién el año 2000.

Este canal tiene una programación muy variada, pero se caracteriza por tener una orientación más “cultural” que su par TVE 1 (*La Primera*); proporcionando entre su programación diversos documentales, películas clásicas y reportajes de investigación.

Sin embargo, prevalece en la parrilla programática del canal una programación “normal” predominando los programas deportivos, las seriales extranjeras y los programas de concurso, entre otros¹⁵⁴.

d. El concepto de “Cultura”

Como la Reforma del Sector Audiovisual en España aun está “a medio camino”, y no se ha aprobado todavía una *Ley General Audiovisual*, no se puede ser concluyente respecto a la importancia de la regulación de los contenidos “culturales” de la programación televisiva para dicho país, ni menos la definición concreta (si es que la posee), que plantea dicho Estado para este concepto.

Sin embargo, a través de la legislación recientemente aprobada de Radio y Televisión de Titularidad del Estado, se puede observar una preocupación importante por parte de España respecto al rol social de este medio de comunicación, al disponer como funciones centrales de RTVE la promoción cultural, cohesión territorial, conocimiento del resto de la región europea y difusión hacia el exterior de la propia diversidad cultural y lingüística del país; aunque no se pueda saber cómo se han de regular de manera concreta estas funciones puesto que el “mandato-marco” aun no ha sido aprobado.

Finalmente cabe señalar, que la regulación de la televisión juega un rol fundamental en las Comunidades Autónomas de España, puesto que, como se vio, ella (la regulación), está orientada a promover, difundir y preservar la lengua y cultura de estas regiones, como una manera de fortalecer (se puede aventurar), su identidad, distinción y autonomía.

¹⁵³ Artículo 19, apartado 3º y 5º de la *Ley Foral 18/2001, De 5 De Julio, Por La Que Se Regula La Actividad Audiovisual En Navarra Y Se Crea El Consejo Audiovisual De Navarra*.

¹⁵⁴ Programación de la 2. [En Línea]. <http://www.rtve.es/tve/programo/avan2/tv2_fr.htm> [consulta: 13/11/07].

III) Portugal

a. Legislación

La Ley nº 27/2007 de 30 de Julio, denominada **Lei da Televisão**¹⁵⁵, es la encargada de “regular el acceso y actividad de la televisión” en Portugal.

Esta Ley define en uno de sus primeros Artículos “los fines de la actividad televisiva” para el país dentro de los cuales se encuentran entre otros:

- “a) Contribuir en la información, formación y entretenimiento del público; b) [...] c) Promover la ciudadanía y la participación democrática y respetar el pluralismo político, social y cultural; d) Difundir y promover la cultura y la lengua portuguesas, los creadores, los artistas y los científicos portugueses y los valores que exaltan la identidad nacional”.*

(Artículo 9º, Apartado 1º de la Ley nº 27/2007)

Luego de tal descripción la Ley señala que dichas finalidades “*deben ser tenidas en cuenta en la selección y agregación de servicios de programas televisivos puestos a disposición del público por los operadores de distribución*”.

Respecto a la regulación del contenido específico de la programación de los canales de TV de libre recepción de cobertura nacional, la Ley determina solamente lineamientos generales, los cuales abarcan tópicos como: “respetar la dignidad de las personas”, “no incitar al odio racial, religioso, político, etc.”, “no obstruir la libre formación de la personalidad de los niños y adolescentes con programación de contenido pornográfico o extremadamente violento”, etc., señalando que:

“Salvo los casos previstos en la presente ley, el ejercicio de la actividad de televisión se asienta en la libertad de programación, no pudiendo la Administración Pública o cualquier órgano de soberanía, con excepción de los tribunales, impedir, condicionar o imponer la difusión de cualquier programa”¹⁵⁶.

Los únicos programas de divulgación obligatoria (y que son obligatorios sólo para el servicio público de televisión), son “los mensajes *cuya difusión sea solicitada por el Presidente de la República, por el Presidente de la Asamblea de la República y por el Primer Ministro*”.

Respecto a la regulación de los contenidos (en TV abierta de cobertura nacional), referidos a la problemática que convoca a este estudio, la Ley no los toca más que de manera tangencial, cuando señala:

“2.- Los servicios de programas televisivos de cobertura nacional, [...], deben dedicar por lo menos un 50 % de sus emisiones, con exclusión del tiempo consagrado a publicidad, teletexto y teletexto, a la difusión de programas originariamente en lengua portuguesa.

3.- Sin perjuicio de lo dispuesto en el número anterior, los servicios de programas en él referidos deben dedicar por lo menos un 20 % del tiempo de sus emisiones a la difusión de obras creativas de producción originaria en lengua portuguesa.

¹⁵⁵ ANACOM, Autoridade Nacional de Comunicações. Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho. [En Línea]. <<http://www.icp-anacom.pt/template20.jsp?categoryId=2566&contentId=506380>> [consulta 24/11/07].

¹⁵⁶ Capítulo IV, Sección I, Artículo 26º de la Ley nº 27/2007. [En Línea]. <<http://www.icp-anacom.pt/template20.jsp?categoryId=2566&contentId=506380>> [consulta 24/11/07].

4 - Los porcentajes previstos en los números 2 y 3 pueden ser rellenados, hasta un máximo de un 25 %, por programas originarios de otros países lusófonos diferentes a Portugal”.

(Artículo nº 44 de la Ley nº 27/2007)

Y en los Artículos 45º y 46º la Ley se remite a repetir las materias dictadas por la Directiva de la “Televisión sin Fronteras” de la Unión Europea¹⁵⁷.

Si bien pareciera hasta aquí, que la *Ley de la Televisión* no se preocupa de regular la programación con *contenidos culturales*, ello sólo es cierto en cuanto esta se refiere a la regulación de la TV de libre recepción de cobertura nacional en general; pero cuando la Ley desarrolla la problemática del “servicio público de televisión”, el lector se puede dar cuenta de la importancia real que tiene este tema en la legislación portuguesa.

“El Servicio público de televisión ha de ser garante de la observación de los principios de la universalidad y de la cohesión nacional, de la diversidad, de la calidad [...], del pluralismo y el rigor, imparcialidad e independencia de la información, bien como del principio de la innovación”.

(Artículo 50º, apartado 2º de la Ley nº 27/2007)

Según lo anterior, la Ley señala como obligación específica de la concesionaria del servicio público de televisión, que:

“...debe, [...] presentar una programación que promueva la formación cultural y cívica de los telespectadores, garantizando el acceso de todos a la información, la educación y el entretenimiento de calidad”.

(Artículo 51º, apartado 1º de la Ley nº 27/2007)

Es así como se plantea finalmente, que la TV de servicio público deberá en concreto:

“a) Proporcionar una programación variada y abarcadora, que promueva la diversidad cultural y tenga en cuenta los intereses de las minorías;

b) Promover el acceso del público a las manifestaciones culturales portuguesas, y garantizar una cobertura informativa adecuada [...];

d) Garantizar la producción y transmisión de programas educativos y de entretenimiento destinados al público joven e infantil, contribuyendo a su formación; [y]

e) Garantizar la transmisión de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos, incluyendo los que componen las diversas comunidades inmigrantes en Portugal [...].”.

(Artículo 51º, apartado 2º de la Ley nº 27/2007)

b. Institucionalidad

En Portugal existen dos entidades reguladoras encargadas de fiscalizar el funcionamiento de los medios de comunicación social; una, **ANACOM (Autoridade Nacional de Comunicações)**, es la autoridad reguladora de las comunicaciones postales y de las comunicaciones electrónicas, mientras que la **ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social)**, se encarga de “*la regulación y supervisión de todas las entidades que realicen actividades de*

¹⁵⁷ El Artículo 45º es dedicado a la regulación de la “producción europea”, mientras que el Artículo 46º se aboca a la descripción de la obligatoriedad de la emisión de programación de “producción independiente”.

*Comunicação Social em Portugal*¹⁵⁸, esto es: agencias noticiosas, personas individuales o colectivas que editen publicaciones periódicas, operadores de radio y televisión, entre otras.

La ERC se organiza bajo la figura de una *persona colectiva* de derecho público, con autonomía administrativa y financiera.

Dentro de los objetivos de su regulación se puede destacar, para los efectos del presente estudio:

"Promover y asegurar el pluralismo cultural y la diversidad de expresión de las diversas corrientes de pensamiento, a través de las entidades que realizan actividades de comunicación social sujetas a su regulación [...]".

(Artículo 7º de la Ley nº 53/2005 por la cual se crea la ERC)

La ERC está constituida por un Consejo Regulador (encargado de la definición e implementación de la acción reguladora), una Dirección Ejecutiva (que tiene por función la dirección de los servicios y la gestión administrativa y financiera), un Consejo Consultivo ("*órgano de consulta y de participación en la definición de las líneas generales de actuación de la ERC*"), y un Fiscal Único que vela por la legalidad y eficiencia de la gestión financiera y patrimonial de esta entidad¹⁵⁹.

c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales

Como se señaló anteriormente, en Portugal existe un énfasis importante en el servicio público de televisión, el cual es entregado en dicho país por una asociación denominada *Radio e Televisão de Portugal* RTP.

Este conglomerado está compuesto por ocho canales de TV más otros tantos de radio. Dentro de los primeros destacan: un servicio de programas generales (RTP 1), un segundo servicio de programas generales pero con un especial énfasis en los programas educativos, formativos y culturales (RTP 2), dos servicios especialmente destinados a las regiones (RTP Açores y RTP Madeira), y uno o más servicios dirigidos a los países de lengua oficial portuguesa "*que promuevan la afirmación, valoración y defensa de la imagen de Portugal en el mundo*" (RTP Internacional y RTP África), entre otros¹⁶⁰.

Según señala la Ley "el Estado asegura el financiamiento del servicio público de televisión y vela por su adecuada aplicación"¹⁶¹.

Actualmente en Portugal existen sólo cuatro canales que transmiten en TV de libre recepción, de los cuales dos (RTP 1 y RTP 2), son canales de servicio público.

¹⁵⁸ Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Sobre a ERC. [En Línea]. <<http://www.erc.pt/index.php?op=conteudo&lang=pt&id=12&mainLevel=12>> [consulta: 25/11/07].

¹⁵⁹ Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Sobre a ERC. [En Línea], Ibid.

¹⁶⁰ Artículo 52º, apartado 3º de la Ley nº 27/2007. [En Línea]. <<http://www.icp-anacom.pt/template20.jsp?categoryId=2566&contentId=506380>> [consulta 24/11/07].

¹⁶¹ Artículo 57º, apartado 1º de la Ley nº 27/2007. [En Línea]. <<http://www.icp-anacom.pt/template20.jsp?categoryId=2566&contentId=506380>> [consulta 24/11/07].

- o RTP 2 *Quem Vê, Quer Ver*.

A partir de octubre del 2003 RTP 2 comienza sus transmisiones con el objetivo de convertirse en el “Canal do Conhecimento”¹⁶². Este canal es un canal de libre recepción que tiene cobertura a nivel nacional.

Según dicta la *Ley da Televisão*, RTP 2:

“...comprende una programación de fuerte componente cultural y formativo, debiendo valorizar la educación, la ciencia, la investigación, las artes, la innovación, la acción social, la divulgación de causas humanitarias [...], las confesiones religiosas, la producción independiente de obras creativas, el cine portugués, el medio ambiente, la defensa del consumidor y la expresión audio-visual”.

(Artículo 54º, apartado primero de la Ley nº 27/2007)

En su sitio Web se puede observar claramente la intención del canal por diferenciarse del resto de las emisoras públicas, cuando señalan:

“La creación de una nueva imagen y de una nueva marca para o canal es, en si misma y antes que todo lo demás, un gesto creador. Un gesto creador que no pierde de vista lo mejor de nuestra tradición [...]. La elección es la de siempre... la opción por un lenguaje televisivo apostado en ofrecer el disfrute de la cultura e del conocimiento”¹⁶³.

d. Conferencia Internacional de la ERC “Por Una Cultura de Regulación”

Los días 24 y 25 de Octubre del presente año, se realizó en el Centro Cultural de Belén la *primera Conferência Internacional da ERC*, dedicada al tema “*Por Uma Cultura de Regulação*”.

En dicho encuentro participaron profesionales de la comunicación social, representantes de diversos organismos reguladores de países europeos, empresarios de distintos medios de comunicación y académicos de diversas Universidades.

El encargado de dar inicio a la jornada (el Presidente de la ERC, Azeredo Lopes), presentó el objetivo de dicha iniciativa señalando que: “estimular el diálogo franco y transparente entre regulador y regulados constituye una de las funciones más nobles de la entidad que presido”¹⁶⁴.

La Conferencia se organizó en torno a cuatro Paneles:

- Panel I, “Los Caminos de la Regulación - Dificultades y Desafíos Globales”
- Panel II, “Co-Regulación y Auto-Regulación”
- Panel III, “Regulación y Mercados”
- Panel IV, “Regulación y Ciudadanía”

En el primero, entidades reguladoras de distintos países (Italia, Francia, Gran Bretaña y Portugal), expusieron los objetivos principales de la regulación y la situación actual de sus organismos; dentro de estas exposiciones se puede destacar que la única entidad que

¹⁶² Organización de Estados Iberoamericanos OIE. Revista de Cultura, Pensar Iberoamérica, La cultura y los *media* en Portugal (un análisis interpretativo). [En Línea]. <<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric05a03.htm>> [consulta: 24/11/07].

¹⁶³ Radio e Televisão de Portugal, RTP 2 *Quem Vê, Quer Ver*. [En Línea]. <<http://www.rtp.pt/tv/rtp2/includes/rtp2.php>> [consulta: 25/11/07].

¹⁶⁴ Conferência Internacional da ERC, “Por Uma Cultura de Regulação”. [En Línea]. <<http://www.erc.pt/documentos/Conferencia%20ERC%20-%20S%EDntese%20Conclusiva.pdf>> [consulta:24/11/07].

presentaba una orientación más “culturalista” en la regulación de los contenidos fue el *Conseil Supérieur de L’ Audiovisuel* (CSA), de Francia; quien señalara como objetivo central del organismo regulador “la garantía del pluralismo y la protección de los niños”, señalando que “los medios deben reflejar la realidad de la Francia actual... [convirtiéndose en] un importante factor de integración y cohesión social”¹⁶⁵.

En el segundo panel participaron principalmente periodistas, directores de órganos de comunicación social, el Presidente del Sindicato de Periodistas y un representante de la Press Complaints Commissions (entidad de auto-regulación británica que actúa en exclusivo sobre los contenidos de la prensa en respuesta a las quejas de la ciudadanía); los exponentes presentaron opiniones muy variadas: los periodistas en general defendían la postura de la autorregulación, mientras que otros sostenían que esta instancia era muy frágil y poco consistente, promoviendo así el sistema de co-regulación; y un tercer sector señalaba que dicha figura (la de co-regulación), era difícil de llevar a la práctica por la complejidad que se experimentaba a la hora de acordar una plataforma de entendimiento entre las dos regulaciones.

Reseñar el panel III no resulta pertinente para los intereses de este estudio, y respecto al Panel IV se puede decir que la discusión se realizó al mando de los directores de los diferentes canales de TV de libre recepción del país, donde se evidenció una desigual postura frente a la regulación. Como es de suponer, el Director del canal privado TVI sostuvo una postura contraria y crítica frente al poder de la ERC, mientras que el Director de RTP defendió su existencia señalándola como una exigencia de “responsabilidad, transparencia y defensa de la equidad”.

La Conferencia sirvió finalmente, para expresar las diversas posturas frente al tema de la regulación y sentar las bases para un debate futuro.

e. El concepto de “Cultura”

Como se pudo apreciar, en Portugal no se expresa una preocupación por la regulación de los contenidos “culturales” en la TV de libre recepción en general más que cuando se refiere al mínimo obligatorio de programación “*originariamente en lengua portuguesa*”.

En la regulación que existe para el servicio público de TV en cambio, esta atención sí se manifiesta, aunque allí tampoco se evidencia una legislación muy rigurosa (que llegue a marcar cuotas obligatorias para la *programación con contenido cultural* por ejemplo).

Se puede observar sin embargo, que el Estado portugués se preocupa de abordar el problema de manera consciente y profunda, cuando sienta las bases legislativas para que exista un canal (RTP 2), que se encargue particularmente del tema; buscando forjar una alternativa programática de calidad y llamativa para el público.

¹⁶⁵ Conferência Internacional da ERC, “Por Uma Cultura de Regulação”. [En Línea].

IV) Francia

Para revisar la situación de la regulación de la TV, y más en específico, la regulación de los “contenidos culturales” de la programación que opera en Francia, se ha decidido seguir un estudio realizado por EUMAP¹⁶⁶, en el 2005, denominado “*La Televisión por Europa: Regulación, Políticas e Independencia. Reportes, Prensa y Cobertura de Medios*”¹⁶⁷.

Lo anterior tiene dos objetivos; primero: exponer la importante y decidora información que este estudio entrega respecto a la situación francesa en lo que respecta a los intereses de la presente investigación; y segundo: incitar con ello al lector a dirigirse al documento completo, que revisa la situación de los ocho principales países de Europa Central¹⁶⁸ y diez de Europa del Este¹⁶⁹, más cuatro países miembros antiguos de la UE¹⁷⁰; dentro de los cuales se encuentra el país que se propone detallar a continuación.

La estructura de la presentación de la información seguirá los mismos cánones utilizados en la revisión de los anteriores países.

a. Legislación

Según indica el estudio en uno de sus primeros párrafos, Francia se distingue de los otros países que componen la Unión Europea, en cuanto este dispone restricciones y cuotas de programación más rigurosas que sus pares de la región; además de que posee un fuerte programa de apoyo a la producción audiovisual nacional (tanto de películas para el cine, como de material audiovisual destinado a la televisión).

El estudio señala que si bien en este país está consagrada la libertad de comunicación (por ser considerada un requisito básico de la democracia), también entiende que el establecimiento de algunas restricciones son necesarias para amparar valores como la justicia y la dignidad humana, así como “defender la identidad francesa y la diversidad cultural”¹⁷¹.

En Francia existe un sistema de regulación que se compone de tres partes; por un lado se encuentra la **Ley de la Libertad de Comunicación** (la cual tiene origen en 1986, pero ha sido revisada y reformulada, estando vigente actualmente la Ley del año 2000); que se preocupa de dictar los lineamientos generales que han de guiar el accionar de las emisoras tanto públicas como privadas. Por otro lado las emisoras privadas adoptan otra serie de obligaciones y requisitos según lo estipulado en el contrato de licencia que establecen; y finalmente, las emisoras públicas también tienen sus obligaciones particulares, dispuestas estas en los “términos de referencias” que las constituyen.

➤ Obligaciones Generales

Las obligaciones generales, según lo estipula la *Ley de la Libertad de Comunicación* (Ley nº 2000-719), tienen por objeto asegurar el pluralismo, la diversidad de opiniones, proteger a los telespectadores jóvenes, y limitar los anuncios comerciales.

¹⁶⁶ EUMAP es un programa del Instituto Sociedad Abierta (*Open Society Institute*, OSI), orientado a monitorear el desarrollo de los derechos humanos y estándares de reglas legales y políticas, en los países miembros de la Unión Europea y sus candidatos o potenciales nuevos miembros.

¹⁶⁷ eumap.org. Monitoring human rights and the rule of law in Europe, *Television across Europe: Regulation, Policy and Independence (2005) - Reports, press releases, media coverage*. [En Línea].

<http://www.eumap.org/topics/media/television_europe> [consulta: 25/11/07].

¹⁶⁸ Albania, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Croacia, República Checa, Hungría, Polonia y Macedonia.

¹⁶⁹ Lituania, Bulgaria, Ucrania, Estonia, Letonia, Serbia, Eslovaquia, Eslovenia, Turquía y Rumania.

¹⁷⁰ Gran Bretaña, Francia, Alemania e Italia.

¹⁷¹ *Television across Europe: regulation, policy and independence, France.* [En Línea]

<http://www.eumap.org/topics/media/television_europe/national/france/media_fra1.pdf> Pág. 690.

El estudio que se revisa para realizar este apartado, organiza estas “obligaciones” en cuatro directrices que estarían presentes en la Ley para este respecto, a saber: 1- *Pluralismo y la información equitativa*, 2- *Defensa de la diversidad cultural*, 3- *Protección a los menores*, y 4- *Publicidad y Patrocinio*¹⁷².

Para revisar la materia que convoca al presente trabajo, se hará referencia solamente al “título” 2º de las “obligaciones generales” estipuladas en la Ley.

Defensa de la diversidad cultural:

Según señala EUMAP en su estudio, la defensa y promoción de la cultura francesa es pieza clave del sistema de regulación de las transmisiones en Francia; a lo que agregan:

“Los Gobiernos de distintas corrientes han mantenido la visión de que los productos culturales y de comunicaciones son distintos de otras formas de mercadeo, ya que estos encapsulan parte de la identidad del país; como resultado, Francia y otros países como Canadá, ha sido un exponente líder de la valoración de la “excepción cultural”. Ante los principios del comercio libre, este país apoyó el derecho de proteger y fomentar el desarrollo de una vida cultural local creativa y pluralista”¹⁷³.

Esto se refleja, a su parecer, en obligaciones de programación y restricciones, así como en el fomento de la producción audiovisual nacional.

En cuanto a las obligaciones de programación en forma de cuotas, estas amplían el porcentaje exigido por la Directiva de la “Televisión sin Fronteras”, señalando que el 60% de la programación emitida en los canales de TV abierta debe ser de origen europeo, y agregan que un 40% debe ser producida por países de habla francesa (que incluye a los países no europeos como Canadá).

Respecto a las restricciones de programación, la legislación francesa, con el fin de proteger la industria del cine frente a la competencia que implica la televisión, dictamina que, por una parte: se debe esperar un cierto periodo de tiempo antes de emitir películas recientemente estrenadas en el cine; y por otra: señala que las emisoras de TV no pueden emitir más de 192 películas al año, con un máximo de 144 en horas punta, agregando además que no se pueden transmitir películas ni los miércoles ni los viernes en la tarde, ni tampoco durante todo el sábado, ni antes de las 20:30 horas los domingos. El estudio señala que todas las transmisoras cumplen con estas limitaciones e incluso que se emiten menos películas de lo exigido.

➤ Regulación del Servicio de Emisiones Públicas

Los “términos de referencia” que guían el accionar de las emisoras públicas se pueden organizar bajo tres categorías: la misión de servicio público, la expresión de fuerzas políticas, sociales y religiosas; y los requerimientos de programas culturales.

Los términos de referencia dictaminan que las emisoras públicas deben emitir mensajes de interés general (el estado de las carreteras, información sobre los derechos de los ciudadanos, etc.) específicamente 10 minutos a la semana en horario punta *France 2*, y 4 minutos a la semana en horario punta *France 3*¹⁷⁴. Además de transmitir programas que estén dirigidos a integrar a los residentes extranjeros.

Respecto al mandato de “servir a la expresión de fuerzas políticas, sociales y religiosas”; los términos de referencia señalan que *France 2* y *France 3* tienen que entregar espacios

¹⁷² Television across Europe: regulation, policy and independence, France. [En Línea]. Op. Cit. Pp. 690-699

¹⁷³ Television across Europe: regulation, policy and independence, France. [En Línea]. Op. Cit. Pág. 692

¹⁷⁴ *France 2* y *France 3* son dos de los canales que componen *France Télévisions*, la corporación de las emisiones públicas de Francia. Se detallará más sobre el funcionamiento de estos canales más adelante.

gratuitos a los partidos políticos representados en el parlamento y a las asociaciones de profesionales y sindicatos, considerados representativos a nivel nacional. Además *France 2* debe entregar espacio para la programación religiosa.

Ahora bien, respecto a la materia específica que interesa en este estudio (la programación cultural), se señala que *France 2* y *France 3* tienen que emitir al menos 15 espectáculos al año, ya sea de música, danza o teatro, y que También *France 2* debe emitir programas de música 2 horas al mes y *France 3* tres horas; mientras que 16 horas al año deben estar dedicadas a conciertos. Finalmente, *France 2*, *France 3* y sobre todo *France 5* deben emitir regularmente programas sobre ciencia y tecnología y ciencias sociales; aunque esto último no está especificado en términos cuantitativos.

El estudio de la EUMAP señala que la programación cultural en *France 2* y *France 3* representa entre un 9 y 12 % de su programación total; y en *France 5* (que tiene un especial enfoque en el conocimiento y programas de educación, como se detallará posteriormente), representa casi un 50%.

Finalmente, respecto a los estándares editoriales del servicio de emisoras públicas cabe señalar que existe un “Contrato de Objetivos e Intenciones” firmado por el Estado y *France Télévisions* que dictamina, principalmente, que “*la audiencia debe estar en el corazón del sistema de transmisiones públicas*” ya que “*a diferencia de los canales privados, el servicio público no busca una audiencia que sea atractiva económicamente sino una audiencia que sea socialmente legítima*”¹⁷⁵. En este “contrato” no hay referencia a ningún elemento cuantitativo que exija términos de *rating*.

➤ Regulación del sistema de emisoras comerciales

Además de las reglas generales reseñadas anteriormente, las emisoras comerciales tienen unas pocas obligaciones específicas.

En términos de la programación, las emisoras comerciales deben cumplir con una regulación específica estipulada en el contrato de licencia que se le otorga, dentro de esta se estipulan requerimientos como un tiempo específico para la transmisión de noticias, programas para jóvenes, programas animados y programas musicales. En la práctica, las obligaciones legales permiten una gran flexibilidad en las estrategias de programas.

Finalmente, cabe hacer mención a un aspecto muy importante tratado en el estudio de EUMAP, referido a las regulaciones que comenzaron a surgir (hacia el año 2000), respecto a la preocupación por la *representación de la diversidad cultural de la sociedad francesa* en televisión.

El estudio señala que en el 2001 se sumó una obligación a los términos de referencia de *France 2* y *France 3*, donde se señalaba que estas emisoras públicas debían promover “las diferencias culturales constitutivas de la sociedad francesa, sin ningún tipo de discriminación”¹⁷⁶. Y ese mismo año el CSA (Conseil Supérieur de l’Audiovisual), introduce un cambio en los contratos de tres canales privados (TF1, M6 y Canal +), para asegurar que estas emisoras reflejaran en su programación la diversidad de orígenes y culturas que constituyen la comunidad nacional.

¹⁷⁵ France Télévisions “Contrato de objetivos e intenciones” Objetivo II (b), citado en: Television across Europe: regulation, policy and independence, France. [En Línea] Op. Cit. Pág 680.

¹⁷⁶ Artículo 2º de los términos de referencia de *France 2* y *France 3*, citado en Television across Europe: regulation, policy and independence, France. [En Línea] Op. Cit. Pág 696.

Desde el 2001 además, *France 3* tiene una semana especial en la que promueve la “*integración y lucha contra la discriminación*”, durante la cual orienta su programación a tratar temas referidos a la población extranjera residente en el país, y a franceses que tienen antepasados inmigrantes.

Dentro de este mismo contexto, el estudio de EUMAP señala que los encargados de *France Télévisions* mandaron una carta a los productores de programas de ficción y actualidad, solicitándoles que tomaran en cuenta la representación de los extranjeros en Francia.

Por último, cabe mencionar que en un informe (de marzo del 2005), el *Gran Consejo para la Integración* (Haut Conseil à l’Intégration - HCI), y la comisión del mismo nombre, recomendaron a las emisoras:

- *Entregar una imagen “más realista y balanceada de la sociedad francesa, la diversidad social de Francia y su pluralidad”*
- *No mencionar el origen de los individuos en las noticias, cuando esto no sea necesario para la información; y*
- *Asegurar que los distintos componentes de la sociedad francesa estén representados en sus staff*¹⁷⁷.

b. Institucionalidad

El **Conseil Supérieur de l’Audiovisuel (CSA)** es una autoridad administrativa independiente, encargada de fiscalizar el buen funcionamiento del sistema de emisiones de Francia, tanto público como privado.

Entre sus responsabilidades destacan: entregar licencias a las estaciones de radio y TV privadas; designar los cargos altos de las emisoras públicas (de radio y TV); y monitorear la programación de las diferentes emisoras.

Esta última tarea, la CSA la lleva a cabo realizando un monitoreo diario de todas las emisoras de TV terrestres, además de que las distintas estaciones deben entregar un informe anual señalando cómo han cumplido sus obligaciones.

El Consejo puede implementar un rango de sanciones cuando las obligaciones de las emisoras no sean cumplidas.

Finalmente, dentro de sus tareas se encuentra también, la realización de diversas investigaciones en torno a la problemática de los medios de comunicación.

Otra institución importante, en los términos del tema que convoca a este trabajo, es el **Fondo para la Industria del Apoyo de los Programas** (*Compte de Soutien aux Industries de programmes* - COSIP).

El **COSIP** está encargado de entregar becas y subsidios a películas francesas y producciones de material audiovisual para TV; y se constituye principalmente, con dineros que todos los canales de TV, ya sean terrestres o distribuidos por cable o satélite, deben entregarle anualmente¹⁷⁸. El COSIP obtiene dineros, igualmente, de los impuestos a la venta de entradas al cine y del arriendo de videos.

¹⁷⁷ *Diversité Culturelle et Culture commune dans l’audiovisuel. Avis à Monsieur Le Premier Ministre*. Citado en: Television across Europe: regulation, policy and independence, France. [En Línea] Op. Cit. Pág 696.

¹⁷⁸ Los canales deben entregar el 5% de sus ganancias del año anterior.

El EUMAP señala que el COSIP opera así, como un mecanismo de subsidio cruzado entre los avisadores y los productores; y también entre los productores franceses y extranjeros.

c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales

El Servicio Público de transmisiones de Francia está conformado por la corporación *France Télévisions*, el canal franco-alemán ARTE y Radio France. Y EUMAP señala que, con excepción del canal France 5/ARTE, las transmisoras públicas no tienen una programación muy distinta que la de sus pares comerciales.

o *France Télévisions*

La estación de emisiones públicas *France Télévisions* fue establecida por la *Ley de Libertad de Comunicación* del 2000, y ahí se señala que operará con tres canales, a saber: *France 2*, *France 3* y *France 5*.

France 2 es un canal de interés general, su programación está compuesta por noticias, seriales, películas, actualidad, deporte y entretenimiento diverso; y es el canal público que más compete con el popular canal comercial TF1.

France 3 se enfoca en tratar asuntos nacionales y regionales principalmente.

France 5, por último, es un canal educativo dedicado a la "educación, el entrenamiento y el empleo", y emite programas educativos y culturales y documentales. Este canal comparte señal con *canal ARTE*; transmitiendo entonces desde las 6 de la mañana hasta las 7 de la tarde (horario en que empieza a transmitir el otro canal). Su objetivo principal es transmitir una programación atrayente para los jóvenes y los escolares.

o ARTE

ARTE es un canal franco-germano y como es binacional no se le aplica la jurisdicción del CSA, no teniendo por lo tanto, obligaciones de programación.

Este canal transmite desde las 7 de la tarde hasta las 3 de la mañana, y según se señala en el estudio de la EUMAP, opera con un claro "*enfoque cultural*". Su programación se constituye principalmente de "*programas culturales*", documentales y noticias.

d. El concepto de "Cultura"

Se puede observar a través del estudio que realizó la UEMAP, que Francia observa a la televisión como un importante medio de comunicación social, y que según ello les resulta interesante utilizarlo para resguardar y propiciar una "identidad francesa", que en los últimos años tuvo que abrirse a mostrar (y con ello forjar), una "identidad multicultural".

Lo anterior se puede constatar (como se vio), en las restricciones dictadas por ley, para la emisión de algunos programas (como la emisión de películas ciertos días de la semana), y en la imposición de cuotas obligatorias para otros (un 60% de programas europeos, por ejemplo), además de los "contratos" y "términos de referencia" que planteaban temáticas en esta misma perspectiva.

Finalmente, respecto al tema específico de la "programación con contenido cultural", la Ley no hace referencia explícita a este aspecto (utilizando definiciones o denominaciones que trabajen estos conceptos), pero sí se subentiende la existencia de una preocupación en lo reseñado anteriormente; según lo cual *la cultura* es entendida como el acervo "identitario" del país. Pero además este concepto toma otra forma, y muy importante también al parecer;

cuando se ve el énfasis que pone *el servicio de emisiones públicas*, en transmitir programas como conciertos, obras de teatro u otros; donde “la cultura” es entendida como un acervo de conocimientos y expresiones que requieren una alta sensibilidad estética para ser apprehendidos.

Cuadro Resumen

E U R O P A

	Cuenta con una legislación que identifica y reglamenta el rol social de la TV	Cuenta con una legislación que define y regula la emisión de “programación cultural”	Cuenta con Canales de TV abierta que se hacen cargo de la problemática de la “TV Cultural”	Existe actualmente un debate en torno al rol Social y Cultural de la Televisión en el país
G R A N B R E T A Ñ A	SI: En la Communications Act de 2003, se sientan las bases del servicio público de emisiones donde se señala: <i>“los componentes de los servicios de transmisión pública del Reino Unido incluyen programas que deben... estar destinadas a una audiencia variada; informar, educar y entretener; reflejar, apoyar y estimular la actividad cultural del Reino Unido; contener una cantidad adecuada de material educativo; incluir la ciencia, la religión y los aspectos sociales relevantes; materias de importancia internacional y de interés específico, y poseer material de alta calidad para niños y jóvenes”.</i>	NO: En ninguna de las leyes generales que el Reino Unido dispuso para la regulación de las emisiones de TV, aparecen referencias respecto a la “programación cultural”. Sin embargo en la Communications Act del 2003 se señalan los “objetivos” que deben guiar al sistema público de emisiones, dentro de los cuales se estipula: <i>“Valores sociales: educación, identidad cultural, informar el proceso democrático, fomentar una sociedad tolerante e inclusiva”.</i> Y en los dictámenes que realiza la Ofcom, de manera particular a cada emisora, aparecen una serie de cuotas horarias obligatorias para la emisión de programas educativos, de arte, y documentales, entre otros.	SI: El Sistema Público de Emisiones de Gran Bretaña, posee una diversidad de emisoras que ofrecen programación para diversos tipos de públicos. Dentro de estas se encuentran canales como <u>BBC 2</u> que posee una programación mixta, orientada a “fomentar el conocimiento”, complementada con programas de drama, documentales y arte. Por otra parte dentro de esta misma categoría se puede situar a <u>Channel 4</u> , que además de orientar su programación a un público “multicultural”, dentro de sus mandatos se le exige que provea a diversas entidades educativas, de un material de valioso contenido y calidad.	SI: Actualmente existe una preocupación en el Reino Unido por el futuro de la televisión pública en el territorio. Esto, puesto que con la llegada de la televisión digital ha comenzado a tambalear el anterior sistema, en el entendido de que las licencias que se entregan a las emisoras que transmiten por TV digital, no son obligadas a mantener ningún tipo de cuotas de emisión de contenidos, por lo que las cadenas de TV analoga intentan reducir al máximo sus cuotas obligatorias para poder competir de mejor manera con la TV digital. La Ofcom ha comenzado por esta razón, a realizar una serie de estudios y consultas para abordar el problema del futuro de la TV pública.
E S P A Ñ A	SI: En el estado actual de la legislación española, de manera general se puede decir que sí existe una Ley que “identifica y reglamenta el rol social de la TV”, pero sólo de la TV de Servicio Público, puesto que aun no se aprueba una Ley General del Audiovisual en dicho país. En la Ley de Radio y Televisión de Titularidad Estatal, se señala: <i>“ El servicio público de radio y televisión... [está destinado a] satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española; difundir su identidad y diversidad culturales; impulsar la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales”.</i>	NO: En las leyes que rigen para todo el Estado español, no existe una definición específica de lo que se entiende por “programación cultural”, ni tampoco un dictamen particular que exija su emisión. Sin embargo cuando se revisan las diferentes legislaciones que operan en las Comunidades Autónomas del país, sí se puede apreciar una preocupación Legal respecto a esta problemática, como por ejemplo en el siguiente Artículo de la legislación andaluza: <i>“Los medios de difusión públicos promoverán la cultura andaluza tanto en sus formas tradicionales como en las nuevas creaciones...”.</i> Donde el concepto de “cultura” adopta un sentido identitario principalmente	SI: El segundo canal público de España: <u>TVE 2</u> tiene una orientación más “cultural” que su par TVE 1; privilegiando así la transmisión de programas como: documentales, películas clásicas, o reportajes de investigación. Sin embargo, este canal tampoco se aboca de manera exclusiva a la “programación cultural”, por lo que muchas veces prevalece en su parrilla programática una programación “normal” donde predominan los programas deportivos, las series extranjeras y los programas de concursos.	SI: Desde que el presidente José Luis Rodríguez Zapatero inició la Reforma al sector audiovisual, al asumir su mandato el 2004; se ha producido un debate en torno al rol de la TV en el país. Ello se evidencia tanto en las dificultades que se han manifestado para la creación de un Consejo Estatal que regule el sector, como en la falta de acuerdos para aprobar el anteproyecto de la Ley General Audiovisual. Según señala la prensa que se refiere al debate, al parecer las posturas encontradas se afirman en diferencias políticas y empresariales.

	Cuenta con una legislación que identifica y reglamenta el rol social de la TV	Cuenta con una legislación que define y regula la emisión de "programación cultural"	Cuenta con Canales de TV abierta que se hacen cargo de la problemática de la "TV Cultural"	Existe actualmente un debate en torno al rol Social y Cultural de la Televisión en el país
P O R T U G A L	<p>SI: La Lei da Televisao del 2007 señala claramente los "fines de la actividad televisiva" en el país, dentro de los cuales se encuentran entre otros:</p> <p><i>"a) Contribuir en la información, formación y entretenimiento del público;</i> <i>b) [...]</i> <i>c) Promover la ciudadanía y la participación democrática y respetar el pluralismo político, social y cultural;</i> <i>d) Difundir y promover la cultura y la lengua portuguesas, los creadores, los artistas y los científicos portugueses y los valores que exaltan la identidad nacional".</i></p>	<p>SI: La ley portuguesa se preocupa de situar el tema de la "programación cultural" en una posición relevante; pero la reglamenta de manera explícita sólo para la televisión de servicio público.</p> <p>Es así como dentro de otras prescripciones, la legislación plantea que: La TV de servicio público debe: <i>"Garantizar la transmisión de programas de carácter cultural, educativo e informativo para públicos específicos, incluyendo los que componen las diversas comunidades inmigrantes en Portugal [...]"</i>.</p> <p>No define, sin embargo, que se va a entender por "programas de carácter cultural"; ni tampoco dictamina cuotas obligatorias concretas que han de ser llenadas con este tipo de programas.</p>	<p>SI: La emisora pública RTP (Radio e Televisão de Portugal) posee un canal <u>RTP 2</u>, que, según dictamina la Ley:</p> <p><i>"...comprende una programación de fuerte componente cultural y formativo, debiendo valorizar la educación, la ciencia, la investigación, las artes, la innovación, la acción social, la divulgación de causas humanitarias [...], las confesiones religiosas, la producción independiente de obras creativas, el cine portugués, el medio ambiente, la defensa del consumidor y la expresión audio-visual".</i></p> <p>Teniendo por eslogan ser el "Canal do Conhecimento" de Portugal.</p>	<p>SI: Los días 24 y 25 de Octubre del 2007, se realizó en Portugal la <i>primera Conferência Internacional da ERC</i> (Entidad Reguladora para la Comunicación Social), dedicada al tema "Por Uma Cultura de Regulação". Dicha conferencia tuvo el objetivo de "estimular el diálogo franco y transparente entre regulador y regulados", para promover una discusión entorno a los diferentes mecanismos de regulación (regulación externa, autorregulación y co-regulación), y sus implicancias para el desarrollo de la TV en el país. Al Encuentro asistieron académicos, empresarios de distintos medios de comunicación, representantes de diversas entidades reguladoras de países europeos, y profesionales de la comunicación social.</p>
F R A N C I A	<p>SI: La Ley de la Libertad de Comunicación plantea para el servicio público de emisiones en el Artículo 43-11 lo siguiente:</p> <p><i>"[el sector público de la comunicación audiovisual debe] fortalecer el debate democrático, el intercambio entre las diferentes partes de la población así como la inserción social y ciudadana... este debe asegurar así mismo, la promoción de la lengua francesa promoviendo y manteniendo los valores patrimoniales, culturales y lingüísticos dentro de la diversidad regional y local".</i></p>	<p>NO: La Ley de la Libertad de Comunicación no se refiere específicamente a la "programación cultural" utilizando esos términos, sin embargo señala que el sector público de la comunicación audiovisual debe: <i>"desarrollar y difundir la creación intelectual y artística y de los conocimientos cívicos, económicos y sociales científicos y técnicos, así como la educación en lo audiovisual y en los medios"</i>. Según lo cual se puede establecer que existe una preocupación concreta en esta materia, pero que no utilizan, ni menos definen el concepto.</p> <p>Las prescripciones concretas respecto a los puntos señalados, aparecen en los "términos de referencias" de las emisoras públicas, donde se señalan obligaciones de cuotas horarias para programas como: conciertos y espectáculos o una regularidad para los científicos.</p>	<p>SI: La corporación de emisiones públicas France Télévisions opera con tres canales, y uno de ellos <u>France 5</u> está orientado de manera casi exclusiva a la "educación, el entrenamiento y el empleo". Este canal se concentra en ofrecer una programación compuesta por "programas culturales", educativos y documentales.</p> <p>Por otra parte se encuentra el canal <u>ARTE</u>, que es un canal Franco-germano que comparte la señal con France 5 emitiendo su programación desde las 7 de la tarde hasta las 3 de la mañana. Su programación se constituye principalmente de "programas culturales", documentales y noticias.</p>	<p>XX: No se puede inferir con claridad, del estudio que se revisó para extraer la información concerniente a este país; si en la actualidad existe algún tipo de debate en torno al rol social y/o cultural de la TV, aunque sí se puede presuponer de lo hasta aquí señalado. Pero una apreciación más certera debe ser materia de un estudio más acucioso y particular de este tema.</p>

- **ASIA**

Para introducirse en la situación particular que acaece en Asia respecto a la regulación de los contenidos “culturales” que se emiten en televisión; se ha escogido analizar la disposición que presenta Japón en esta materia. Ello, no con el fin de considerar a este país como “representante” de todo el continente asiático, sino más bien; tomarlo como un ejemplo particular de una expresión en general muy diversa.

Es así como a continuación se revisará “el estado de la cuestión” en Japón, con el fin de observar el fenómeno que nos convoca, en una de las culturas más disímiles a la nuestra, de las examinadas en este estudio.

I) Japón

a. Legislación

La **Ley de Transmisiones** (Ley nº 132, de 2 Mayo de 1950, revisada y aumentada en la Ley nº 107, 2 de Noviembre 2005), es la encargada de “regular el sistema de transmisiones para el bienestar del público” en Japón. De acuerdo con ese propósito, la Ley plantea como objetivos principales:

- i. Asegurar la máxima disponibilidad y beneficios a las personas;*
- ii. Asegurar la libertad de transmisión, a través de la imparcialidad y autonomía de las transmisiones, y*
- iii. Contribuir a construir una democracia saludable a través de promover la responsabilidad de las personas involucradas en las transmisiones.*

(Artículo 1º de la Ley nº 107, Ley de Transmisiones)

Entre las muchas definiciones que la Ley presenta en su Artículo 2º (para que se haga una adecuada interpretación de la reglamentación); hace referencia en el apartado V a los “programas educativos”, y en el VI a los “programas culturales”, señalando que:

V) Un “programa educativo” se refiere a un programa que tenga por objeto la educación escolar o la educación social.

VI) Un “programa cultural” se refiere a un programa que no sea educativo, pero que su objetivo directamente sea mejorar la cultura general de la nación.

En general la Ley de Transmisiones aborda los temas de manera muy amplia, pues dictamina que:

“Cada emisora va a establecer los Standard de realización de sus programas, de acuerdo al tipo de programa y el tipo de audiencia al cual esté dirigido; luego de diseñar esos Standard deben hacerlos públicos, así como cualquier cambio que se le haga a esos estándares”¹⁷⁹.

Según lo anterior, la Ley se refiere en un único Artículo a la regulación específica de los contenidos de la programación, bajo el título “*Compilación de las emisiones de la programación*”; donde se puede destacar, para los intereses de este estudio, los siguientes apartados:

¹⁷⁹ Artículo 3-3, apartado 1º de la Ley de Transmisiones nº 132, del 2 de Mayo de 1950; aumentada en la Ley nº 107 de 2 de Noviembre del 2005. [En Línea].
<http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/eng/Resources/Legislation/BroadcastLaw/BroadcastLaw.pdf> [consulta: 25/11/07].

Art. 3-2 "Compilación de las emisiones de la programación"

(2) Las emisoras deben mantener la armonía entre los programas transmitidos a través de proveer programas culturales y educativos, así como noticias y entretenimiento.

(3) Las emisoras al realizar un programa educativo que se emita en forma doméstica [esto es, dentro del país], deben indicar claramente a la audiencia, hacia quien está dirigido ese programa; y que los contenidos del programa sean sistemáticos y continuados, así como instructivos para ese tipo determinado de audiencia. Si el programa está preferentemente dirigido a escuelas, entonces los contenidos del programa tienen que estar en conformidad con las leyes y regulaciones que se refieren a la educación escolar.

El Capítulo II de la Ley de Transmisiones está dedicado a explicar los propósitos y funcionamiento de la *Corporación de Emisiones de Japón (Nipón Hoso Kyokai, NHK)*; Corporación que constituye el sistema público de emisiones de dicho país¹⁸⁰.

Artículo 7 Propósito.

El propósito de la NHK es realizar las transmisiones domésticas, que los programas sean abundantes y de alta calidad para el bienestar público, de manera que todas estas condiciones sean recibidas por todo Japón, y hacer negocios que lleven al desarrollo de las transmisiones nacionales e internacionales.

En el apartado "c" de este capítulo se trabajan con mayor detalle sus características y atribuciones.

Como se mencionó más arriba, la Ley dictamina la autorregulación de las emisoras, señalando que estas deben "establecer los *Standard de realización de sus programas*"; según lo cual la *Asociación Nacional de Emisoras Comerciales de Japón (NAB)*, realizó un **documento que detalla los Estándares de las Emisiones** de todas las emisoras asociadas a dicha entidad¹⁸¹.

Dentro de los tópicos que se trabajan en ese documento, se pueden destacar para los intereses del presente estudio, consideraciones como las que se plantean sobre la juventud; donde se señala que "se le dará una consideración especial a la formación de la juventud para el desarrollo de modales, del sentido de la responsabilidad y el coraje".

Y respecto al tema específico que compete a este trabajo, se debe destacar la alusión concreta, en el apartado V del documento, de la "*Mejora de la Educación y la Cultura*"; donde se señala que:

27. *Programas educativos ya sea, orientados a la escuela o a la sociedad, consisten en una presentación sistemática de materiales que sean productivos y que conduzcan a ser un miembro de la sociedad.*

28. *Programa educativo orientado a las escuelas; se hará un esfuerzo a estar abierto a una amplia gama de opiniones para cooperar con las escuelas y hacer un buen uso del material audiovisual, para mejorar la educación.*

29. *En los programas educacionales orientados a la sociedad, los temas especiales como los estudios de las artes, las temáticas sobre tecnología, la economía, etc.; serán presentados de manera que la audiencia pueda aprender con interés.*

30. *La planificación del contenido del programa educativo es tratado en las leyes relacionadas con la educación y será publicitada a la audiencia objetivo, antes de que se emitan.*

31. *La programación cultural deberá ayudar a la audiencia a profundizar su conocimiento sobre la vida diaria, cultivar una balanceada conciencia social, y refinar las sensibilidades sin importancia el tipo o método de la presentación.*

¹⁸⁰ La atribuciones y deberes de esta Corporación serán detallados más adelante en el apartado "c" *Canales de TV enfocados en la transmisión de contenidos culturales*.

¹⁸¹ Ver documento completo en: *The National Association of Commercial Broadcasters in Japan, Broadcasting standards*. [En línea] <<http://nab.or.jp/index.php?plugin=attach&refer=Broadcasting%20ETHICS&openfile=nabstd99.pdf>>.

b. Institucionalidad

El sistema de regulación de las emisoras en Japón es muy complejo. La Ley de Transmisiones dictamina que *"todas las transmisoras, con el propósito de mantener la adecuación de los programas, tienen que tener una organización consultiva"*¹⁸² que examine los asuntos necesarios para estos objetivos; estas organizaciones consultivas deben por tanto "expresar un punto de vista sobre los programas a la emisora".

Como ejemplo, para que se entienda la función de este organismo; se pueden mencionar las Recomendaciones que hace la **Organización Consultiva** de la NAB a sus miembros, respecto a un tema específico:

Basado en los estándares de la Asociación y sobre los resultados de un estudio que hicieron respecto a la TV y los niños, la Asociación ha pedido a sus miembros que tomen las siguientes iniciativas:

1. Ser cuidadoso en la producción de programas animados porque los ven una gran cantidad de niños.
2. Tratar de poner temas tan importantes como el respeto por la individualidad de otras personas en los programas vistos por niños para formar en ellos un carácter sano.
3. Asegurarse de no abordar temas como "el matonaje" de manera positiva o favorable en programas de variedades o programas que tengan que ver con la vida escolar.
4. Ser cuidadosos respecto al lenguaje y comportamiento de personajes populares en los programas, ya que esto es muy copiado por los niños¹⁸³.

Dentro de las atribuciones que le asigna la Ley de Transmisiones a dichas organizaciones, se encuentran:

(3) Cuando el transmisor requiera cambiar algunos de los estándares de programación, tiene que consultar esto con la Organización Consultiva.

(4) Todas las emisoras deben responder respecto a las propuestas o puntos de vista que le aporte la Organización Consultiva.

(5) Además tienen que reportarse a esta organización en lo que respecta a los siguientes ítems :

- i) Las acciones tomadas respecto a lo que comunique la Organización
- ii) La situación respecto a transmisiones que hayan sido cambiadas o canceladas [...]¹⁸⁴

Respecto al caso particular de la NHK la Ley señala:

"La NHK tendrá un comité consultivo central sobre los programas transmitidos, y también tendrá comités regionales. Los dos se relacionarán con las transmisiones domésticas [dentro del país], y otro comité se encargará de las transmisiones internacionales... El comité estará nominado por el Presidente".

(Artículo 44-2, apartado 1º de la Ley nº 107, Ley de Transmisiones)

Existe otra institución, abordada en la Ley, que resulta muy importante para entender el sistema de emisiones del Japón, a saber: el **"Centro de Programación de las Transmisiones"** (BPCJ es su sigla en inglés).

Según se señala en el sitio Web del organismo, esta entidad es una organización sin fines de lucro *"establecida en 1968 que opera de manera conjunta con todas las emisoras de Japón"*, y su propósito es *"asegurar el desarrollo saludable de las transmisiones japonesas"*¹⁸⁵.

¹⁸² Artículo 3-4, apartado 1º de la Ley de Transmisiones nº 132, del 2 de Mayo de 1950; aumentada en la Ley nº 107 de 2 de Noviembre del 2005. [En Línea]. Op. Cit.

¹⁸³ *Tomar acciones en el asunto de los "niños y los medios".* [En Línea]

<<http://nab.or.jp/index.php?plugin=attach&refer=Broadcasting%20ETHICS&openfile=actionCB.pdf>> [consulta: 25/11/07].

¹⁸⁴ Artículo 3-4, apartados 3, 4, y 5 de la Ley de Transmisiones nº 132, del 2 de Mayo de 1950; aumentada en la Ley nº 107 de 2 de Noviembre del 2005. [En Línea]. Op. Cit.

¹⁸⁵ Broadcast Programming Center of Japan. [En Línea] <<http://www.bpcj.or.jp/english/>> [consulta: 25/11/07].

Las principales actividades del Centro son:

1. *Asegurar el derecho de transmitir programas de alta calidad educativos y culturales y proveer estos programas a las compañías miembros de la Asociación Nacional de Transmisoras Comerciales de Japón, por bajo costo.*

2. *Operar la Biblioteca de transmisiones, que colecciona y mantiene los programas, y ofrece estos programas al público para que sean vistos sin costo (solamente dentro de la biblioteca), cumpliendo con el artículo 53 de la Ley de transmisiones.*

Otras actividades del BPCJ incluyen auspiciar exhibiciones y emitir ellos mismos, programas de televisión que resuman la historia y el rol de las transmisiones en relación a la vida diaria, presentación de seminarios y foros que afecten a la programación y otro tipo de eventos que contribuyan al desarrollo de la cultura de transmisión¹⁸⁶.

Según se puede observar, este es un organismo muy importante para la preservación y compilación del material audiovisual producido en Japón; y según se señala en la cita siguiente, este tiene un rol fundamental respecto al fomento del rol social de la TV en el país:

El Centro tiene los derechos de transmisión de por lo menos 3.500 programas educativos y culturales de todos los tiempos. De estos por lo menos 1.300 son arrendados a transmisoras privadas y por lo tanto, en promedio por lo menos 40 programas diarios están siendo transmitidos por privados en algún lugar de Japón.

Cerca del 70% de las emisoras privadas de Japón usan los servicios de este centro¹⁸⁷.

El Centro de Programación de las Transmisiones se financia a través de donaciones de los privados, de NHK y organizaciones sin fines de lucro, además de las "donaciones" que se realizan a cambio de los derechos de transmitir los programas.

Finalmente, a modo de referencia, ya que se ha mencionado varias veces en este apartado, cabe reseñar qué es y cuales son los objetivos de la **Asociación Nacional de Emisoras Comerciales de Japón**.

Esta Asociación se estructura con el fin de "*mejorar los estándares éticos de transmisión; promover el bienestar público a través de las transmisiones; propiciar el progreso y el desarrollo; y buscar acuerdos en común dentro de las emisoras asociadas*"¹⁸⁸.

Para la consecución de dichos objetivos, la Asociación se propone una serie de diez actividades, dentro de las cuales se pueden destacar:

1. *Establecer y mejorar las éticas de transmisión*
2. *Compartir información respecto a los miembros y resolver aspectos en común*
3. *realizar estudios respecto a los programas emitidos, tecnología y manejo*
4. *publicar diarios, revistas y otros materiales*
5. *proveer los servicios necesarios para mejorar el bienestar, las buenas relaciones y la armonía entre las emisoras comerciales¹⁸⁹*

¹⁸⁶ Broadcast Programming Center of Japan. [En Línea]. Ibid.

¹⁸⁷ Broadcast Programming Center of Japan. [En Línea]. Ibid.

¹⁸⁸ What in NAB?. [En Línea]. <<http://www.nab.or.jp/index.php?What%20is%20NAB%3F#w052a509>> [consulta: 25/11/07].

¹⁸⁹ What in NAB?. [En Línea].

c. Canales de Televisión enfocados en la difusión de contenidos culturales

- o NHK *Nippon Hoso Kyokai*

Como se mencionó anteriormente, la NHK es la emisora pública del Japón. Se financia mediante el pago de una cuota que efectúan los televidentes por el derecho de ver televisión.

La NHK tiene transmisiones en AM, FM, cinco canales de TV nacionales, y otros internacionales.

Para los intereses de este estudio, cabe destacar la existencia de un canal denominado *TV Educativa*, que transmite en TV abierta para todo el país y que ofrece una variada programación para todas las edades. Este canal tiene también programas destinados a las escuelas, los cuales son usados en cerca del 75% de las escuelas japonesas.

Según dicta la Ley de Transmisiones, la NHK al definir la programación para los canales dentro del Japón debe:

- Hacer todo lo posible para satisfacer los deseos de las personas, así como contribuir a la elevación del nivel de civilización a través de las emisiones, o a través de entregar los suficientes programas a las emisoras.*
- Debe mantener programas locales además de programas nacionales*
- Debe conducir al desarrollo y popularización de una nueva civilización, así como la preservación de la excelencia de las civilizaciones pasadas.*

(Artículo 44, apartado 1º de la Ley nº 107, Ley de Transmisiones)

Finalmente, cabe señalar que *“la NHK trabaja también para compartir la cultura japonesa con el mundo, y presentar una perspectiva japonesa de los problemas globales”*¹⁹⁰. Por esta razón muchos de los programas creados por esta corporación se ponen a disposición de MICO (Midia International Corporation), para que esta los venda hacia fuera.

*“La NHK entrega programas a transmisoras internacionales a través de una corporación internacional para promover el entendimiento entre Japón y otros países, y contribuir al desarrollo, cultura y educación de los países que reciben la Asistencia Oficial al Desarrollo del Japón”*¹⁹¹.

d. El concepto de “Cultura”

En Japón existe, según se puede apreciar en su legislación, una preocupación evidente por el rol social de la televisión.

En la Ley de Transmisiones se sientan las bases para el funcionamiento del sistema de emisiones, pero es a través del mecanismo de “autorregulación”¹⁹², que el Estado japonés pretende llevar a buen término los presupuestos que se dictaminan en la Ley.

Así mismo, el Estado se preocupa de crear un canal (que al parecer es muy relevante en Japón), que se aboque en exclusivo a la consecución del rol social de la TV, preocupándose incluso de producir programas destinados al mejoramiento del nivel escolar en el país.

¹⁹⁰ NHK Online. [En Línea] <<http://www.nhk.or.jp/pr/koho-e.htm>> [consulta: 25/11/07].

¹⁹¹ NHK Online. [En Línea]. Ibid.

¹⁹² No es un mecanismo de *autorregulación* como tal, porque se crea la figura de un organismo externo (el Organismo Consultivo), pero esta figura opera (al dar “*recomendaciones*”), “como si” fuese parte constituyente de la emisora.

También es posible darse cuenta, finalmente, de la importancia que da Japón a la difusión de su cultura hacia el exterior, según lo cual utiliza la implementación de políticas concretas en los medios de comunicación para este respecto.

Cuadro Resumen

J A P Ó N

Cuenta con una legislación que identifica y reglamenta el rol social de la TV	Cuenta con una legislación que define y regula la emisión de "programación cultural"	Cuenta con Canales de TV abierta que se hacen cargo de la problemática de la "TV Cultural"	Existe actualmente un debate en torno al rol Social y Cultural de la Televisión en el país
<p>SI: La Ley de Transmisiones de Japón señala como uno de los objetivos principales de la regulación del sector audiovisual:</p> <p><i>"Contribuir a construir una democracia saludable a través de promover la responsabilidad de las personas involucradas en las transmisiones".</i></p>	<p>SI y NO: La Ley de Transmisiones entre las muchas definiciones que presenta en su Artículo 2º describe lo que entiende por "programa cultural" señalando que: <i>"un 'programa cultural' se refiere a un programa que no sea educativo, pero que su objetivo directamente sea mejorar la cultura general de la nación";</i> mientras que define "programa educativo" como un programa <i>"que tenga por objeto la educación escolar o la educación social"</i>. Sin embargo no regula la emisión de estos tipos de programas, pues en el Artículo 3º de la Ley se señala que <i>"cada emisora va a establecer los Standard de realización de sus programas"</i> fiscalizados mediante la figura del organismo consultivo.</p>	<p>SI: La Corporación de Emisiones del Japón (NHK), posee un canal denominado <u>TV Educativa</u> que transmite en señal abierta hacia todo el país, y que ofrece una variada programación para todas las edades, además de realizar programas destinados en exclusivo a las Escuelas. Según dicta la Ley de transmisiones, esta corporación debe definir su programación considerando el siguiente principio (entre otros):</p> <p><i>"Debe conducir al desarrollo y popularización de una nueva civilización, así como la preservación de la excelencia de las civilizaciones pasadas".</i></p>	<p>XX: No se puede hacer una inferencia responsable respecto a este tema, producto de la poca información que se pudo recabar para tales efectos.</p>

RESUMEN Y CONCLUSIONES: Regina Oyanedel

De manera general, se puede observar que la mayoría de los países revisados, muestran interés de una u otra forma, por resguardar y/o promover una televisión que se haga partícipe de manera responsable en el desarrollo social y cultural del país.

Para trabajar esta materia los países examinados utilizan estrategias muy disímiles, poniendo énfasis también en aspectos muy distintos. Esto se debe a muchos factores según se puede inferir: factores que guardan relación con las diferentes trayectorias sociopolíticas que se han forjado a través de configuraciones históricas y consiguientemente, diferencias en los proyectos de sociedad actuales, donde se da importancia y profundidad a aspectos muy diversos.

Sin embargo, a pesar de las diferencias, también existen bastantes similitudes, las cuales, como se señaló al comienzo de este estudio, guardan relación con el hecho de que los países se encuentran insertos en 'espacios culturales' más amplios, de los cuales emergen y por tanto comparten semejanzas.

Chile, dentro de este contexto, quizás debiera presentar más concordancias con sus pares de la región latinoamericana en cuanto a sus políticas regulatorias: sin embargo, dadas las aceleradas interacciones e influencias de un mundo globalizado, parece pertinente detenerse a analizar lo que sucede en cada una de las regiones revisadas de manera particular, para poder aventurar posteriormente la posición de Chile en este contexto global respecto al tema de la cultura en la televisión.

- *Latinoamérica, políticas en construcción y otras bien consolidadas*

La trayectoria socio- histórica vivida de manera similar en los diversos países de Latinoamérica, sentó las bases, en cierto sentido, de los procesos legislativos que ocurrieron en torno a la regulación de la televisión en la región.

En un mismo periodo de tiempo surgieron gobiernos militares en todo el continente. Estos gobiernos promulgaron, en la mayoría de los países, nuevas Cartas Fundamentales que regirían *los nuevos destinos de las naciones*, y en conjunto con esas nuevas Constituciones surgirían las nuevas leyes que regularían la televisión, medio de comunicación que por ese tiempo ya se había consolidado y que comenzaba a adquirir mayor relevancia dentro de los países del continente.

Colombia, si bien sigue los lineamientos políticos señalados anteriormente, presenta un caso particular respecto al de sus pares de la región; esto, porque con la aparición de la nueva Constitución colombiana y la creación de la Ley 14, que es la que regirá hasta 1996 la regulación del servicio televisivo; se va a configurar un fuerte sentido de servicio público de este medio, no existiendo la TV privada sino sólo hacia 1996. Según lo anterior, los mismos propósitos establecidos por las leyes anteriores para la TV de servicio público (*el propósito educativo, recreativo y cultural*), seguirían rigiendo para el nuevo tipo de servicio que se creó con la aparición de la televisión con fines de lucro tardíamente en el país.

En este mismo sentido, Colombia presenta una importante definición de lo que será considerado como "programación cultural", considerando tópicos como: "elevar el desarrollo humano o social", "fortalecer su identidad cultural" o "propender por la conservación de la democracia y

convivencia nacional"; pero sin normar la obligatoriedad de la emisión de este tipo de programas de manera específica.

Por último, cabe destacar respecto a este país, que es el único de todos los países revisados, que posee una política referente a la relación entre los medios de comunicación y los grupos étnicos; señalando que: *"el Estado garantizará a los grupos étnicos el acceso permanente al uso del espectro electromagnético [...] y medios masivos de comunicación del Estado, la creación de sus propios medios de comunicación en sus diferentes modalidades y la realización del plan de desarrollo para los grupos étnicos"*, con el fin de *"garantizar sus derechos étnicos, culturales y desarrollo integral"*.

Respecto a los demás países de la región, se puede destacar que tanto México como Brasil aun no han concluido sus procesos de reformas legales luego de los procesos políticos particulares que les tocó vivir, según lo cual las leyes que tienen actualmente para la regulación de la televisión, están todavía en camino de ser especificadas.

En **Brasil** por ejemplo, la Constitución de 1988 define claramente los principios que deben guiar la producción y programación de las emisiones de radio y televisión, señalándose entre ellos que *"se deben preferir las finalidades educativas, artísticas, culturales e informativas"* y que se debe velar por *"la promoción de la cultura nacional y regional"*.

Sin embargo la Ley de Regulación de los Servicios de Radiodifusión (1963), es más antigua que la Carta Fundamental, con lo cual no se aclara la forma en que estos principios han de ser llevados a la práctica.

Producto de lo anterior, Brasil vive actualmente un proceso de reforma legislativa que busca justamente hacerse cargo de la regulación de los principios reseñados, y además recientemente (en octubre de 2007), el Ejecutivo presentó una Medida Provisoria por la cual se pretende crear la Empresa Brasil de Comunicación (EBC), e instituir los principios y objetivos de los servicios de radiodifusión pública; entre los cuales se encuentra la promoción de la cultura nacional.

México por su parte, también sufre un proceso de transformación legislativa que comienza con el inicio del siglo XXI, cuando el PRI (Partido Revolucionario Institucional) deja el gobierno del país luego de 71 años de mandato ininterrumpido.

Es así como hacia el año 2000 se le realizan algunos cambios a la Ley Federal de Radio y Televisión y se crea el Consejo Nacional de Radio y Televisión; organismo que tiene por objeto: *"Coordinar las actividades de emisión de programación cultural, educativa y de orientación social"*; *"Elevar el nivel moral, cultural y artístico y social de las transmisiones"*; y *"Realizar estudios, investigaciones y análisis que considere necesarios sobre los contenidos programáticos de la radio y televisión"*, entre otras atribuciones.

La creación de este organismo responde a la necesidad de poder llevar a la práctica lo dispuesto en la Ley Federal, cuando se señala por ejemplo como uno de los presupuestos con los que tiene que operar la radio y televisión en el país: *"Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana"*.

Sin embargo, estas intenciones de cambio y preocupación por un rol más "cultural" de la televisión no han llegado a su término y no se sabe incluso cuáles son las directrices orientadoras. Esto, porque, por ejemplo, mediante un Decreto de Octubre del 2002, se le quita al Consejo la atribución de *"elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones"*, además de que no se sabe con exactitud el nivel de funcionamiento real que está teniendo dicho organismo. Es decir, al parecer, los cambios permanecen en proceso de discusión.

Venezuela sigue un proceso particular. Luego de la asunción de Hugo Chávez Frías a la Presidencia de la República y la creación de una nueva Constitución en 1999, la orientación que toman las nuevas leyes promulgadas se perfilan con un claro énfasis en lo social. Es así como en el 2005 entra en vigencia la *Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión*, que tiene como principio rector promover la "responsabilidad social" para *"fomentar el equilibrio democrático... [para] promover la justicia social y contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación"*.

Esta Ley define claramente, en uno de sus apartados, lo que se va a considerar como un "programa cultural y educativo" señalando que es *"aquél dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado"*; aunque no existe un dictamen que obligue a la emisión de este tipo de programas.

La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión pone énfasis (en cuanto a la regulación de cuotas de programas), en la obligatoriedad de la emisión de programas de producción nacional; señalándose que este tipo de programas no puede ser menor al 70% del total de la programación del canal. Así mismo, se enfatiza que por lo menos 7 horas del horario "todo usuario" (de 7am a 7pm) deberán ser de producción nacional, de las cuales 4 deberán ser de "programación nacional independiente", donde se debe dar prioridad a la transmisión de programas culturales y educativos e informativos.

Por último cabe destacar que el énfasis en el desarrollo humano y social que caracteriza al nuevo proceso político que se vive en el país, se refleja igualmente en el *Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitaria de Servicio Público, sin fines de lucro*; que se promulga hacia el año 2002. Para este tipo de servicio se prescribe como elemento clave el hecho de que deben *"garantizar la transmisión de programas de contenido educativo, cultural e informativo que beneficien el desarrollo de la comunidad, así como coadyuvar en la problemática de la comunidad"*, y garantizar que el 70% de la programación emitida sea de producción comunitaria.

Argentina por su parte, si bien es el país que más se asemeja a Chile en cuanto a su historia política y cultural, presenta diferencias importantes en su historia económica y otros aspectos que han hecho quizás que los desarrollos legislativos sean también disímiles en materia de televisión y cultura.

La Ley que regula los contenidos de las emisiones radioeléctricas en Argentina (La Ley de Radiodifusión), data de 1980 y plantea como objetivo central que las emisiones de radiodifusión deben *"Contribuir al bien común, ya sea con relación a la vida y al progreso de las personas o con referencia al mejor desenvolvimiento de la comunidad"*, *"Contribuir al afianzamiento de la unidad nacional y al fortalecimiento de la fe y la esperanza en los destinos de la Nación Argentina"* y, *"Servir al enriquecimiento de la cultura y contribuir a la educación de la población"*, entre otras disposiciones.

Estas prescripciones, sin embargo, no son fiscalizadas de manera alguna para la televisión de libre recepción en general, por lo que el Estado promueve otra manera en que estos objetivos sean cumplidos, a saber: mediante el Servicio Oficial de Radiodifusión (SOR). Este Servicio es ofrecido por un canal de televisión más otros tantos de radio y tiene por cometido: *"Proporcionar... la programación orgánica que requiere el nivel cultural de la Nación; difundir, en consecuencia, aquellas expresiones de elevada jerarquía estética que satisfagan las necesidades culturales de la población; y Asegurar el intercambio cultural entre las distintas regiones del país"*; entre otras instrucciones.

El tema de la televisión pública en Argentina está tomando cada vez mayor fuerza, y ello fue recientemente reforzado con el *1er Encuentro de la TV Pública de la Argentina* celebrado en Septiembre del 2007 donde es importante destacar que uno de los temas trabajados fue el Foro titulado "La televisión pública y la promoción educativa y cultural".

Como se puede observar, si bien todos estos países presentan una preocupación frente al problema de la cultura en televisión, denotan grandes diferencias en cuanto al modo de abordarlo; diferencias que se manifiestan tanto en las políticas concretas que se proponen, como en las definiciones, cuando existen, de la problemática en cuestión.

- *América Anglosajona, un espacio dicotómico*

América Anglosajona, como se pudo apreciar, es un espacio cultural que si bien comparte las mismas raíces "anglo", a nivel político, legislativo y consiguientemente también a nivel cultural, presenta una dicotomía irreconciliable.

Respecto al tema específico de la regulación de los contenidos de las emisiones radioeléctricas, cabe señalar que en esta región, a diferencia de lo que ocurre en Latinoamérica, no aparece manifestación alguna en la legislación respecto a la regulación, ni menos definición, de la "programación cultural" en televisión.

A pesar de lo anterior, se puede apreciar que en **Canadá** existe preocupación por el rol particular que puede jugar la televisión en el desarrollo y unidad de la Nación. Ello, puesto que en la *Television Broadcasting Regulation* (que data de 1987), se destaca la importancia que tiene para dicho país, la regulación de la "programación con contenido canadiense"; dictándose como norma que por lo menos un 60% de la programación de una emisora pública debe ser de contenido canadiense, mientras que el mínimo de este tipo de programación en una emisora privada ha de ser del 50%.

En **Estados Unidos** en cambio, no se percibe mayor preocupación -por lo menos a nivel legislativo- respecto del resguardo del rol social de la televisión, observándose en contraste un marcado énfasis en la *libertad de comunicación*, y de competencia en las comunicaciones.

- *Europa, en busca de la unidad en la diversidad*

A partir de la conformación de la Unión Europea (en 1993), como organismo sucesor de la anterior Comunidad Económica Europea CEE (establecida en 1957), se pudo apreciar más claramente las intenciones de esta organización internacional que se venían perfilando ya con anterioridad, a saber: la intención de consolidarse como un bloque más allá de los intereses exclusivamente económicos, buscando conformar un 'espacio cultural' real, con bases legislativas comunes orientadas en esa misma perspectiva.

Dentro de este marco, en 1989 se crea la Directiva "Televisión sin Fronteras", la cual establece como uno de los puntos centrales del acuerdo, "reservar una proporción mayoritaria" del tiempo de transmisión, a la emisión de obras europeas. Y dentro de ese tiempo se acuerda además, reservar como mínimo, el 10 % (de su tiempo de emisión o el 10 % de su presupuesto de programación), a obras europeas de productores independientes.

Esta resolución da cuenta de una preocupación particular por promover y consolidar una suerte de "identidad europea"; una identidad en la diversidad, pero que logre configurar una unidad tal, que los diferencie del resto del mundo. La televisión, en ese contexto, pasa a ser una herramienta fundamental para ese cometido.

Aparte de esta política conjunta (compartida por todos los países examinados), existen varias e importantes diferencias entre los países europeos respecto al rol asignado a la televisión, y según eso, a la regulación de los contenidos transmitidos por la misma; debido, claro está, a los propios y particulares procesos de desarrollo político, social y económico de cada país.

Gran Bretaña, por ejemplo, es un caso muy especial en cuanto a normativa televisiva se refiere. Esto, porque todos los canales de televisión de libre recepción en dicho país (sean públicos o privados), pertenecen al *Servicio Público de Emisiones del Reino Unido*, y por tanto están obligados a cumplir un rol de "servicio público" en el territorio.

Que los canales de TV abierta tengan que cumplir un rol de "servicio público" significa, según el Acta de Comunicaciones 2003, que deben: *"informar, educar y entretener; reflejar, apoyar y estimular la actividad cultural del Reino Unido; contener una cantidad adecuada de material educativo; [e] incluir la ciencia, la religión y los aspectos sociales relevantes"*.

Lo anterior es fiscalizado por medio de la *Oficina de Comunicaciones Ofcom*. Este organismo está encargado de hacer informes periódicos que evalúen si estas transmisoras están cumpliendo su rol de servicio público, además de establecer tipos de licencias que las obligan a transmitir cuotas de ciertas clases de programas. Por ejemplo a Channel 4 (canal público) se le exige la transmisión de 7 horas a la semana de "programación educativa" y 3 horas de "programación multicultural"; y a Channel Five (canal privado, pero que pertenece al Servicio de Emisiones públicas, porque transmite en señal análoga de libre recepción), se le exige la transmisión de 2 horas a la semana de documentales, 30 minutos de arte y 3 horas de programas educativos, entre otros; según el tipo de licencia (contrato) que convengan al momento de acceder al permiso de transmisión.

Este sistema nos habla de que el Reino Unido es conciente de la relevancia de la televisión dentro de la sociedad, aspecto según el cual considera muy importante atribuirle un rol de servicio público específico.

La situación que ocurre en **España**, por su parte, puede ser colocada en el otro extremo de la balanza.

Este país actualmente carece de una Ley unificada que regule las emisiones radioeléctricas y carece además de un Consejo Estatal que se preocupe en exclusivo de la fiscalización del sector. Es por esto, que al asumir la presidencia José Luis Rodríguez Zapatero el año 2004, se impulsa una Reforma del Sector Audiovisual pero que aun no tiene fecha para su resolución.

De ese impulso inicial, lo único que se ha sacado en limpio hasta la fecha, fue la promulgación, en Junio del 2006, de la *Ley de la Radio y Televisión de Titularidad Estatal* que dispone como núcleo central de RTVE (corporación encargada de llevar a cabo la realización de este servicio público), *"satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española; difundir su identidad y diversidad culturales; impulsar la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales"*.

Hay actualmente otras dos leyes que se discuten en el Parlamento y que apuntarían a consideraciones más generales del sector en una Ley General del Audiovisual y la creación de un Consejo para fiscalizar las emisiones -en una Ley de creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales- pero ambas no tienen perspectivas concretas de ser aprobadas, ni tampoco se visualizan los lineamientos que las guiarían si la discusión se llevara a buen termino.

La legislación **portuguesa**, al igual de lo que sucede en España, promueve el rol social y cultural de la TV sólo a través del servicio público de emisiones, que en el caso de Portugal es realizado por *Radio e Televisão de Portugal, RTP*.

Es así como la *Lei da Televisão* dispone que el servicio público de emisiones debe “*presentar una programación que promueva la formación cultural y cívica de los telespectadores, garantizando el acceso de todos a la información, la educación y el entretenimiento de calidad*”; pero sin proponer cuotas obligatorias para determinados tipos de programas. Lo interesante en este sentido, es que en Portugal existen actualmente solo cuatro canales de TV abierta, de los cuales dos pertenecen a RTP, y uno de ellos, RTP 2, se plantea como el “*Canal do Conhecimento*”.

En **Francia**, finalmente, se puede apreciar que el rol social que se le asigna a la televisión está orientado a crear, fortalecer y promover una suerte de “*identidad francesa*”.

Lo anterior se ve reflejado en la regulación general que rige tanto para los canales públicos como privados, cuando establece que las emisoras no pueden emitir más de 192 películas al año, con un máximo de 144 en horas punta, y donde se agrega además, que no se pueden transmitir películas ni los miércoles ni los viernes en la tarde, ni tampoco durante todo el sábado, ni antes de las 20:30 horas los domingos. Esta disposición habla del fomento de la industria del cine, en el entendido que este arte ayuda a configurar un “*espacio social*” a través de las historias que recrea e inventa.

Por otra parte están las disposiciones particulares para los canales del servicio público, las cuales dan cuenta en este caso, de una noción de “*cultura*” entendida como expresión artística y conocimiento científico, según las obligaciones de cuotas de programas referidos a espectáculos, música o conciertos; o la obligación de “*emitir regularmente programas sobre ciencia y tecnología y ciencias sociales*”.

Lo más importante de destacar de la regulación francesa es, sin embargo, su preocupación por la *representación de la diversidad cultural de la sociedad* en televisión.

Los problemas de integración de la población inmigrante en Francia hicieron que se tomara conciencia del rol que podía jugar la televisión para ayudar a revertir la situación de conflictos en el país, según lo cual, a partir del año 2000, se comenzaron a aplicar diversas políticas en los medios que apuntaran a fortalecer la cohesión social, a través de fomentar el entendimiento y promover “*las diferencias culturales constitutivas de la sociedad francesa*”. Lo anterior es de suma importancia, puesto que da cuenta de la conciencia del Estado Francés del rol que juega la televisión en el país, y consiguientemente, opera regulando su funcionamiento a favor de una contribución para la solución de los problemas y para el fortalecimiento de la Nación.

A diferencia de lo que ocurría en Latinoamérica, no todos los países revisados de Europa presentan una clara preocupación por la regulación de un tipo de programación que podríamos considerar con “*contenido cultural*”; sin embargo, se observa de manera general que la televisión constituye un elemento fundamental en la política de integración que sostiene la Unión Europea desde el momento de su creación, y que ha tenido aparentemente muy buenos resultados.

Si no se considera la “*programación europea*” como “*cultural*”, se puede decir que en ninguna de las legislaciones revisadas para trabajar este ‘*espacio cultural*’ se encontraron definiciones de lo que se entendería por ésta, ni en ninguna tampoco (aparte de lo que ocurre en Francia aunque sin mencionar el concepto), aparece una regulación de cuotas para este tipo de emisiones.

- *Japón, distinto en formas de regulación y conceptos*

Japón es, de todos los revisados, el país más distinto en cuanto al sistema de regulación de las emisiones.

La legislación japonesa demuestra la importancia social que posee la televisión en el país; y crea un sistema muy particular para su resguardo y regulación. La Ley de Transmisiones expresa claramente en su artículo 3-3 que cada emisora debe establecer los estándares de realización de sus programas, y que deberá recurrir a una Organización Consultiva para que fiscalice su cumplimiento. Lo anterior puede parecer extraño pero funciona. La Ley "general" no hace mayor referencia a la regulación concreta de los contenidos de las emisiones y sólo señala que "*Las emisoras deben mantener la armonía entre los programas transmitidos a través de proveer programas culturales y educativos, así como noticias y entretenimiento*". Según lo cual en los estándares particulares establecidos por las emisoras deberá aparecer la definición en específico de este tipo de programas, aunque en la Ley "general" también se los defina.

En referencia específica al tema de la cultura en la televisión, cabe señalar que Japón muestra una preocupación especial -como se ha visto- por el rol social de la televisión, donde la programación cultural juega un papel muy importante. Lo anterior se ve reflejado en la definición de ésta, tanto en la Ley de Transmisiones como en los estándares establecidos por la Asociación Nacional de Emisoras Comerciales, apareciendo en esta última, tópicos tales como "*ayudar a la audiencia a profundizar su conocimiento sobre la vida diaria*", o "*cultivar una balanceada conciencia social, y refinar las sensibilidades sin importancia del tipo o método de la presentación*"; aunque no se especifique una obligación de cuotas para la emisión de dichos programas.

Como se pudo apreciar a través del recorrido de las legislaciones, instituciones y políticas que se aplican en cuatro 'espacios culturales' distintos del planeta, la regulación de los contenidos de la televisión guarda estrecha relación con un proyecto de sociedad determinado.

Sin embargo, Chile en este contexto mundial (al igual que los otros países), puede inspirarse en otras regulaciones igualmente importantes para su propio contexto y desarrollo social.

Es así como puede ser muy beneficioso para nuestro país, por ejemplo, considerar otros elementos en la definición que se propone para la "programación cultural"; elementos que trabajan otras definiciones como: la de "*eleva el desarrollo humano o social de los habitantes del territorio nacional o fortalecer su identidad cultural o propender por la conservación de la democracia y convivencia nacional*" (Colombia); o "*aquel dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado*" (Venezuela); y por último, la propuesta que plantea que un "programa cultural" "*deberá ayudar a la audiencia a profundizar su conocimiento sobre la vida diaria, cultivar una balanceada conciencia social, y refinar las sensibilidades sin importancia del tipo o método de la presentación*" (Japón); todos los cuales enriquecen el concepto, dando un rol más relevante a este tipo de programación tanto para el desarrollo humano y social como nacional.

Finalmente, cabe señalar que también sería interesante considerar la relevancia que dan en sus regulaciones los países europeos, Canadá, e incluso algunos países latinoamericanos a la promoción y obligación de la emisión de cuotas de "programación con contenido nacional". Los objetivos con los que defienden este reglamento los canadienses son los siguientes: "*¿Por qué es importante? Culturalmente, porque los programas canadienses y su música le dan voz a los canadienses, a su talento y a sus experiencias compartidas. Económicamente, porque significa trabajo para miles de canadienses sobre la creación, producción y distribución de las emisiones*". Dichos argumentos también resultan muy pertinentes para el desarrollo de un país como el nuestro.

Como conclusión final e intentando esbozar una nueva definición de programación cultural para nuestro país, se podría señalar que parece haber una tendencia general en el mundo a asumir el tema de la cultura en televisión como un objetivo transversal pero que, sin embargo, constituye un valor que no logra operacionalizarse de manera muy concreta. Los conceptos son vagos respecto de la definición de programación cultural quedando ésta más ligada a aspectos relacionados con las identidades nacionales y a la educación en la mayoría de los casos.

Los países desarrollados han solucionado en su mayoría este problema apoyados en la existencia de una televisión pública que se dedica al fomento de la cultura. La legislación británica va amarrada a una cierta institucionalidad y financiamientos muy diferentes al nuestro, en tanto en España como en Canadá se observa que la legislación y políticas en comunicaciones están determinadas por la diferenciación cultural-territorial, lo que puede explicarse por la existencia de comunidades autónomas. Otro aporte interesante surge en la legislación francesa la cual cuenta con una definición más antropológica de la cultura, asociada al concepto de diversidad.

Chile no cuenta con este soporte institucional, por lo que el tema en el país se ha resuelto instando legalmente a los canales de televisión abierta a transmitir programación cultural, sin embargo esta no ha sido definida de manera clara, lo que muchas veces ha generado no sólo confusión al interior de los canales sino también controversia pública respecto de los programas informados y su consideración como culturales.

De esta manera, con la idea de avanzar en un concepto más claro de programación cultural en nuestro país, se presenta el siguiente esquema con los ejes o áreas más importantes al momento de construir un nuevo concepto de programación cultural y que recoge los principales elementos que determinan lo que es cultura en las legislaciones del mundo.

RECONOCER EN LA TV UNA HERRAMIENTA DE SERVICIO PUBLICO CADA VEZ MÁS RELEVANTE EN TRES PLANOS: SOCIEDAD, CULTURA E IDENTIDAD Y EDUCACIÓN	
AREAS	Funciones (contribuciones)
SOCIEDAD	<p>Desarrollo humano y social, Desarrollo de la comunidad, Mejor desarrollo de la comunidad, Bien común</p> <p>Política de Integración, cohesión social, Unidad nacional</p> <p>Promover justicia social Fomentar democracia Formación de ciudadanía</p>
CULTURA E IDENTIDAD	<p>Construcción del espacio cultural, identidad; identidad en la diversidad, Respetar la diversidad cultural; preservar, reproducir y fortalecer el núcleo duro de identidades culturales como principal soporte de inclusión en un mundo globalizado</p>
EDUCACIÓN	<p>Elevar el nivel cultural - educacional de la población; formación integral de los y las televidentes en arte, ciencia y tecnología y ciencias sociales</p>
PARA OPTIMIZAR Y DAR MAYOR DIRECCIONALDAD A ESTAS FUNCIONES SE NECESITAN POLÍTICAS CLARAS Y REALISTAS DE REGULACIÓN DE PARTE DE LOS ESTADOS NACIONALES	

DOCUMENTOS EN LÍNEA

- Legislaciones

❖ Venezuela

- Ley Resorte 2005, Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Ley nº 38.081.

Disponible en: <<http://www.leyresorte.gob.ve/index.asp>>

- 2007 Comunicant. Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro. Disponible en:

<<http://www.comunicant.info/spip.php?article46>>

❖ Colombia

- Republica de Colombia, Comisión Nacional de Televisión. Base Normativa y Jurisprudencial - compilación a julio de 2002-Bogotá D.C.

Disponible en: <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/base_normativa.pdf>

- Ley 182 de 1995. El Congreso de la República de Colombia.

Disponible en: <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/ley_182.pdf>

- Ley 335 de 1996. El Congreso la República de Colombia.

Disponible en: <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/Ley_335.pdf>

❖ Brasil

- Constituição Da República Federativa Do Brasil de 1988. Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos.

Disponible en: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm>

- Decreto No 52.795, De 31 De Outubro De 1963. Presidência da República, Subchefia para Assuntos Jurídicos.

Disponible en: <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/decreto/Antigos/D52795.htm>>

- Decreto 26 de Abril de 2005. Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos.

Disponible en:

<http://200.181.15.9/CCIVIL_03/_Ato2004-2006/2005/Dnn/Dnn10513.htm>

- Lei nº 8.389. 30 de Dezembro 1991. Congresso Nacional.

Disponible en:

<<http://www.cultura.gov.br/legislacao/leis/index.php?p=26&more=1&c=1&tb=1&pb=1>>

- Medida Provisória Nº 398, De 10 De Outubro De 2007.

Disponible en: <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/512847.doc>>

❖ Canadá

- Television Broadcasting Regulations, 1987. Programas Canadienses.

Disponible en: <http://laws.justice.gc.ca/en/showdoc/cr/SOR-87-49/bo-ga:s_4//en#anchorbo-ga:s_4>

- Broadcasting Act (1991, c. 11), BROADCASTING POLICY FOR CANADA.

DISPONIBLE EN: <http://laws.justice.gc.ca/en/showdoc/cs/B-9.01/bo-ga:l_l-gb:s_3//en#anchorbo-ga:l_l-gb:s_3>

❖ Estados Unidos

- Telecommunications Act of 1996.

Disponible en: <www.fcc.gov/telecom.html>

- COMMUNICATIONS ACT OF 1934.

Disponible en: <<http://www.fcc.gov/Reports/1934new.pdf>>

- THE PUBLIC AND BROADCASTING June 1999. FCC Federal Communications Commission.

Disponible en: <http://www.fcc.gov/mb/audio/decdoc/public_and_broadcasting.html>

- Act of 1978. Public Telecommunications Financing.

Disponible en: <http://www.fcc.gov/Bureaus/OSEC/library/legislative_histories/1142.pdf>

❖ Unión Europea

- Directiva "Televisión Sin Fronteras" (TSF). Europa Actividades de la Unión Europea, Síntesis de la Legislación. Actividades de Radiodifusión televisiva.

Disponible en: <<http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l24101.htm>>

❖ Gran Bretaña

- Broadcasting Act 1990. Office of Public Sector Information.

Disponible en:

<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts1990/Ukpga_19900042_en_1.htm>

- Communications Act 2003. Office of Public Sector Information.

Disponible en:

<<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/20030021.htm>>

- Office of Communications Act 2002. Office of Public Sector Information.

Disponible en:

<<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2002/20011--a.htm>>

- Communications Act 2003.

Disponible en:

<<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/20030021.htm>>

❖ España

- Ley 17/2006, De 5 De Junio, De La Radio Y La Televisión De Titularidad Estatal. Ministerio de la Presidencia.

Disponible en:

<<http://www.mpr.es/NR/rdonlyres/D03898BE-21B8-4CB8-BBD1-D1450E6FD7AD/76207/leytelevision.pdf>>

- Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada.

Disponible en: <<http://www.ccoortve.org/juridico/tvprivadas.html>>

- Ley 25/1994, De 12 De Julio, Por La Que Se Incorpora Al Ordenamiento Jurídico Español La Directiva 89/552/Cee, Sobre La Coordinación De Disposiciones Legales, Reglamentarias Y Administrativas De Los Estados Miembros Relativas Al Ejercicio De Actividades De Radiodifusión Televisiva. Ministerio de la Presidencia].

Disponible en:

<http://www.boe.es/g/es/bases_datos/doc.php?coleccion=iberlex&id=1994/16224>

- Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña. Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Disponible en: <<http://www.audiovisualcat.net/informacion/ley22.pdf>>

- Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía de Andalucía.
Disponible en:
<<http://www.juntadeandalucia.es/justiciayadministracionpublica/comunicacion/articulos/BOE.pdf>>

- LEY 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía. ca:A
Consejo Audiovisual de Andalucía.
Disponible en:
<http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/opencms/sobreNosotros/Normativa_interna/?__locale=es>

- Ley Foral 18/2001, De 5 De Julio, Por La Que Se Regula La Actividad Audiovisual En Navarra Y Se Crea El Consejo Audiovisual De Navarra. Navarra.es, LexNavarra. Disponible en:
<<http://www.lexnavarra.navarra.es/detalle.asp?r=2614>>

❖ Portugal

- Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho. ANACOM, Autoridade Nacional de Comunicações.
Disponible en:
<<http://www.icp-anacom.pt/template20.jsp?categoryId=2566&contentId=506380>>

❖ Japón

- Ley de Transmisiones nº 132, del 2 de Mayo de 1950; aumentada en la Ley nº 107 de 2 de Noviembre del 2005.
Disponible en:
<http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/eng/Resources/Legislation/BroadcastLaw/BroadcastLaw.pdf>

- Broadcasting standards. The National Association of Commercial Broadcasters in Japan.
Disponible en:
<<http://nab.or.jp/index.php?plugin=attach&refer=Broadcasting%20ETHICS&openfile=nabstd99.pdf>>.

• Revistas Electrónicas

- Revista Electrónica Razón y Palabra, Octubre-Noviembre 2005. En Defensa del Consejo Ciudadano de Radio y Televisión N°47. Disponible en:
<<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n47/jesteinou.html>>

- Mediocracia, los medios más allá de la visión de apocalípticos e integrados. Disponible en:
<<http://raultrejo.tripod.com/>>

- Villanueva, Ernesto. Canal 11 ¿Medio público? En *El Universal*, México, Num. 32, 777, 21 de Julio 2007, Editoriales. Aparecido en la revista electrónica Mexicana de Comunicación Fundación Manuel Buendía A. C.
Disponible en: <<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/v12.htm>>

- Abta em Aço. Quarta-feira - São Paulo, 24 de outubro de 2007 - EDIÇÃO N° 169. Disponible en:
<http://www.abta.org.br/newsVisualizar/news_20071024/>

- Press Releases. La Comisión abre la vía a la nueva Directiva sobre «medios audiovisuales sin fronteras» para impulsar la diversidad de la televisión europea y los servicios a la carta.
Disponible en:
<<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/311&format=HTML&aged=1&language=ES&guiLanguage=en>>

- Organización de Estados Iberoamericanos OIE. Revista de Cultura, Pensar Iberoamérica, La cultura y los *media* en Portugal (un análisis interpretativo). Disponible en: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ri05a03.htm>

- Estudios

- El Canadian Content in the 21st Century in Film and Television Productions.
Disponible en: http://www.pch.gc.ca/progs/ac-ca/progs/cc21c/2003-06/CanCon_e.pdf

- Networks. Public Television in the United States of America: Evolution, Institutions, Issues and Relevance to India.

Disponible en: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=17953&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

- Conferência Internacional da ERC, "Por Uma Cultura de Regulação".

Disponible en: <http://www.erc.pt/documentos/Conferencia%20ERC%20-%20S%EDntese%20Conclusiva.pdf>

- eumap.org. Monitoring human rights and the rule of law in Europe, *Television across Europe: Regulation, Policy and Independence (2005) - Reports, press releases, media coverage*.

Disponible en: http://www.eumap.org/topics/media/television_europe

- Television across Europe: regulation, policy and independence, France.

Disponible en:

http://www.eumap.org/topics/media/television_europe/national/france/media_fra1.pdf

- Tomar acciones en el asunto de los "niños y los medios". Organización Consultiva de The National Association of Commercial Broadcasters.

Disponible en:

<http://nab.or.jp/index.php?plugin=attach&refer=Broadcasting%20ETHICS&openfile=actionCB.pdf>

SITIOS Web DE INSTITUCIONES

- Consejo Nacional de Televisión CNTV, Normas Legales. Complementa Normas sobre Programación Cultural. Santiago, 24 de marzo de 2003.
Disponible en:
<<http://www.cntv.cl/link.cgi/Consejo/Normas/408>>
- Comité Federal de Radiodifusión, COMFER.
<<http://www.comfer.gov.ar/leyderadiodifusion22285.php>>
- Secretaría de Medios de Comunicación. <<http://www.medios.gov.ar/content/view/21/85>>
- Sistema Nacional de Medios Públicos SNMP S.E. <<http://www.snmp.gov.ar/historia/index.php>>
- Educ.ar ENCuentro.
<www.encuentro.gov.ar>
- Comisión Federal de Telecomunicaciones, COMFETEL.
<<http://www.cft.gob.mx/index.jsp>>
- Comisión de Radio Televisión y Cinematografía.
<www.comisionrtc.gob.mx/legislacion/reg_radio_tv.html>
- Comisión Nacional de Televisión, CNTV *Por una televisión bien vista*.
<<http://www.cntv.org.co/cntv%5Fbop/quienes/>>
- Comunicações, Ministério das Comunicações.
<<http://www.mc.gov.br>>
- Department of Canadian Heritage.
<http://www.pch.gc.ca/pc-ch/org/mission/index_e.cfm>
- Corporation for Public Broadcasting CPB, About CPB. <<http://www.cpb.org/aboutcpb/>>
- Public Broadcasting Service PBS. About PBS Editorial Standards.
<http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_standards.html>
- Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas 14/08/06.
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2006/com2006_0459es01.pdf>
- Ofcom, Office of Communications. About Ofcom.
<<http://www.ofcom.org.uk/about/>>
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). <<http://www.audiovisualcat.net/box36esp.html>>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Sobre a ERC.
<<http://www.erc.pt/index.php?op=conteudo&lang=pt&id=12&mainLevel=12>>
- Broadcast Programming Center of Japan.
<<http://www.bpcj.or.jp/english/>>
- What in NAB? <<http://www.nab.or.jp/index.php?What%20is%20NAB%3F#w052a509>>
- NHK Online.
<<http://www.nhk.or.jp/pr/koho-e.htm>>
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. Canadian Content.
<http://www.crtc.gc.ca/eng/INFO_SHT/b306.htm#top>

SITIOS Web DE CANALES DE TELEVISIÓN

- Vale TV
<<http://www.valetv.com/ligera/institucional.asp>>
- COVETEL S.A. 2005 VIVE.
<www.vive.gob.ve/vive.php>
- Telesur.
<<http://www.telesurtv.net/secciones/concepto/index.php>>
- DR (c) XEIPN Canal Once, México D. F. 2007.
<<http://oncetv-ipn.net/acercade/>>
- Copyright © 2007 Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Canal 22
<<http://www.canal22.org.mx/historia.html>>
- TV UNAM
<<http://www.tvunam.unam.mx/>>
- Señal Colombia.
<http://www.senalcolombia.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=7&Itemid=7>
- TV Cultura. 1996-2007 Fundação Padre Anchieta.
<http://www.tvcultura.com.br/detalhe_institucional.aspx?id=39>
- Copyright 2006 Canal Futura.
<<http://www.futura.org.br/data/Pages/LUMISB3C6873DPTBRIE.htm>>
- Copyright©2007 TVE Brasil.
<<http://www.tvebrasil.com.br/empresa/default.asp>>
- SESCTV.
<<http://www.redestv.com.br/quemsomos.cfm?id=5>>
- TVO. What is TVO?. <http://www.tvo.org/cfm/tvoorg/about/index.cfm?page_id=886>
- bbc. co. uk. About de BBC.
<<http://www.bbc.co.uk/info/>>
- Radio e Televisão de Portugal, RTP 2 *Quem Vê, Quer Ver*.
<<http://www.rtp.pt/tv/rtp2/includes/rtp2.php>>

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Anderson, B. *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000.
- Garretón, M. A. *El Espacio Cultural Latinoamericano*. Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2003.