

Minuta Mesa 2. Nuevos modelos de negocios y financiamiento de medios públicos

El presente documento contiene una síntesis de información relevante para la elaboración de ponencias en la Mesa 2 “Nuevos modelos de negocios y financiamiento de medios públicos”, que tendrá lugar en el VII Foro Internacional de Medios Públicos en América Latina.

El financiamiento es uno de los puntos más delicados respecto del funcionamiento de los medios públicos. Esto, debido a que la búsqueda de mecanismos de financiación puede impactar de manera directa en la programación de contenidos, afectando la independencia editorial de los medios de comunicación. En efecto, tanto el financiamiento estatal como el privado conllevan determinados riesgos que pueden eventualmente introducir sesgos en los contenidos emitidos. El primero, por la posibilidad de un escenario negativo en que el financiamiento se vea condicionado por intereses políticos y una agenda de propaganda gubernamental; y el segundo por la necesidad de adaptar y homogeneizar la programación a las tendencias mayoritarias del gusto de la audiencia con el fin de atraer el interés de la inversión publicitaria, afectando sus objetivos de servicio público¹. En relación a ello, UNESCO recuerda que una emisora pública financiada exclusivamente por el mercado publicitario se enfrentará a “(...) dificultades extremas para cumplir su función esencial” (2012: 31) sobre la base de los principios de calidad e independencia editorial.

En los casos en que los medios públicos poseen un financiamiento de tipo mixto, la coexistencia en un mismo medio de recursos públicos y privados ofrece desafíos relacionados con la construcción de complejos equilibrios entre los intereses de servicio público, de los Estados y los financistas privados. Al mismo tiempo, el financiamiento mixto ha sido objeto de un permanente debate relacionado con la igualdad de agentes en el mercado, contexto en el cual un medio público de financiamiento estatal y privado tendría ciertas ventajas comparativas con los medios comerciales. En cualquier caso, en estos escenarios el modelo de gobernanza de la emisora es de gran relevancia, pues es el que debe garantizar la no interferencia entre financiamiento y dirección editorial.

En este sentido, resulta de interés debatir sobre la definición misma de medios públicos, de modo de establecer con claridad sus propósitos y, en base a ello, justificar su financiamiento. A modo de ejemplo, UNESCO

¹ UNESCO (2013). *Indicadores de calidad de las emisoras públicas – Evaluación contemporánea*. Montevideo: UNESCO.



(2013) ha reconocido diversos modelos de funcionamiento de medios públicos, lo que exige la distinción entre emisoras gubernamentales, emisoras públicas, e incluso emisoras comunitarias, todas consideradas bajo el término general de medios públicos. Naturalmente, cada subcategoría tiene exigencias particulares tanto en relación a su funcionamiento como a su financiación. El elemento común que debiera ser resguardado es el objetivo de servicio público. Respecto de ello, durante 2001 UNESCO junto al Consejo Mundial de Radio y Televisión² definen el servicio público de los medios como una interpelación hacia la ciudadanía que promueva su participación en la vida pública, promoviendo programación bajo los principios de universalidad, diversidad, independencia y distinción con los otros tipos de medios, y difundiendo contenidos informativos, educativos y de entretenimiento (UNESCO & WRTC, 2001: 7-11). La radiodifusión de servicio público puede ser innovadora y asumir riesgos, generando altos estándares en materia de contenidos al no encontrarse sujeta a las exigencias del lucro y la rentabilidad.

En dicho escenario, la *Declaración Conjunta sobre la Diversidad en la Radiodifusión* de 2007³ (emitida por las y los Relatores Especiales sobre Libertad de Expresión de Naciones Unidas, OSCE, OEA y CADHP) recomienda la exploración de mecanismos innovadores para el financiamiento de los medios públicos, de modo que se garantice su permanencia en el tiempo, promueva la producción de contenidos de calidad sin intervención editorial de intereses políticos o económicos y cumpla el mandato de servicio público de estos medios.

Sobre la base de la discusión anterior, existen algunas iniciativas de interés para el financiamiento de medios públicos, además del financiamiento estatal directo y la inversión publicitaria. Dado el carácter experimental de estos modelos, mayormente son impulsados mediante fondos concursables administrados por fundaciones que apoyan los medios independientes. Un interesante ejemplo de estas iniciativas es INNnovation Fund del Institute for Nonprofit News, de Estados Unidos, que entrega recursos iniciales a medios independientes para que exploren nuevos modelos de financiamiento que garanticen su sustentabilidad en el tiempo⁴.

² UNESCO & World Radio and Television Council (2001). *Public Broadcasting. Why? How?*. París-Montreal: UNESCO/WRTC.

³ <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=719&>

⁴ <http://inn.org/project/innovation-fund/>



Asimismo, en el contexto de convergencia tecnológica, es de importancia considerar una posible ampliación del concepto de medios públicos para incorporar la participación de la ciudadanía, especialmente de las comunidades locales, en la creación y operación de medios públicos bajo plataformas de bajo costo como la transmisión por internet. Desde este punto de vista, y bajo distintas modalidades organizacionales, los medios públicos (sobre todo aquellos sin financiamiento estatal directo) también pueden recurrir a la donación por parte de la ciudadanía para proyectos o producciones específicas, a través de mecanismos tales como el *crowdfunding*.

Con el fin de estimular una reflexión respecto del tema, es posible formular las siguientes preguntas:

- ¿Qué desafíos en el corto y mediano plazo enfrentan los medios públicos en la región?
- ¿Qué experiencias innovadoras existen en el mundo respecto del financiamiento de medios?
- ¿Qué instancias de colaboración con el Estado, privados y la ciudadanía pueden impulsarse respecto de un sistema de financiamiento de los medios públicos?
- ¿Qué otros medios de comunicación no tradicionales o novedosos en la región pueden considerarse públicos?