

Medios públicos y derecho a la comunicación

Autor(es): **Mastrini, Guillermo**



Mastrini, Guillermo . Profesor y Director de la Maestría en Industrias Culturales en la Universidad Nacional de Quilmes. Profesor titular en la Universidad de Buenos Aires de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (Argentina). Ha publicado Los dueños de palabra (sobre América Latina) y Los monopolios de la Verdad (sobre Centroamérica) en colaboración con Martín Becerra (2009); Participación y democracia en la Sociedad de la Información, Actas del III Congreso Panamericano de Comunicación, en colaboración con Damián Loreti y Mariana Baranchuk, (2007), Sociedad de la Información en la Argentina. Políticas públicas y participación social, (2006), Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina, en colaboración con Martín Becerra (2006), y .Mucho ruido, pocas leyes. Economía y política en la comunicación en la Argentina (1920-2004) (2005), entre otros.

Es muy probable que al enfrentar una encuesta acerca de cuáles son los servicios públicos, los ciudadanos latinoamericanos respondan sin lugar a dudas: la luz, el agua, el gas y el teléfono. En Latinoamérica a diferencia de la mayor parte del resto del mundo, los medios de comunicación y en particular los servicios de comunicación audiovisual no aparecen, ni conceptual ni prácticamente, involucrados al derecho ciudadano de contar con medios públicos que representen al conjunto de la sociedad. Por otra parte, sí existen numerosos medios de propiedad estatal, que en la mayoría de los casos han quedado limitados a tornarse voceros de los intereses de los gobiernos. De esta forma no se ha sabido/podido construir un vínculo con la ciudadanía que permita que los medios públicos sean concebidos como una alternativa válida para la difusión de información de calidad, de programas que respondan a la diversidad cultural de nuestros países, y generen ficciones que se vinculen con las identidades presentes en nuestras regiones.

Por su parte en Europa, donde surge el concepto y desde donde se genera un modelo de radiodifusión pública que se exportó a gran parte del planeta, también los medios públicos deben enfrentar serios desafíos. Desde la década del 80 se asiste a una crisis del modelo de radiodifusión pública, luego que se aboliese el privilegio del monopolio del que disfrutaron los servicios públicos durante 60 años. Con la competencia de nuevos medios privados, la legitimidad del servicio público se vio amenazada en varios países. De todas formas la radiodifusión pública conserva, tanto por audiencia como por prestigio social un importante caudal de apoyo, que no siempre se ve reflejado en la solvencia económica necesaria para seguir cumpliendo su misión.

El objetivo del presente artículo es revisar la situación de los medios públicos desde la óptica del derecho a la comunicación. En palabras de Nicholas Garnham la radiodifusión pública constituye uno de los intentos más serios por llevar adelante una redistribución más igualitaria de los intercambios simbólicos: su justificación radica en su superioridad para ofrecer a todos los ciudadanos, cualquiera sea su localización geográfica, igual posibilidad de acceso a una amplia gama de entretenimiento, información y educación de alta calidad, y en la posibilidad que otorga al programador de satisfacer los diversos gustos de la audiencia y no sólo aquellos que proporcionan los mayores beneficios (Garnham, 1990).

Pero no resulta suficiente analizar el concepto de servicio público por sí mismo si no comprendemos como él marcó su influencia en Latinoamérica, y cuáles son las incertidumbres que enfrenta hoy. Uno de los mayores desafíos de la actualidad para quienes diseñen políticas de comunicación con un sentido democrático es cómo preservar los servicios públicos en el nuevo ecosistema comunicacional que presenta una creciente tendencia mercadocéntrica. Por otra parte, los procesos de digitalización han generado un entorno de sobreabundancia de recursos de comunicación en la que los medios públicos no siempre están contemplados y para el cual no en todos los casos tienen estrategia.

Finalmente, es preciso estudiar cómo la sociedad civil y especialmente los movimientos sociales han abordado la necesidad de contar con medios públicos. Al respecto, podemos adelantar la hipótesis que en América latina existió tempranamente una desconfianza hacia la capacidad del Estado de generar medios democráticos y se orientaron los mayores esfuerzos hacia la comunicación comunitaria y/o alternativa. De todas formas, la discusión del servicio público es de suma actualidad, dado que varios países de la región están revisando el concepto, en el marco de una redefinición de las políticas del Estado en el sector.

El concepto de servicio público

Si alguna característica común tienen los servicios públicos en el mundo, esta es la inexistencia de una definición única sobre qué implica exactamente el término servicio público. El concepto refiere a una serie de supuestos acerca de los objetivos, obligaciones y derechos que deberían mantener. En sí, el concepto de servicio público ha variado a lo largo de la historia y es muy diferente según los países.

En Europa, la noción de servicio público tuvo sus orígenes en la Revolución Francesa, que implicó no sólo un cambio en la concepción de la ciudadanía (a la que se le otorgó derechos políticos), sino también que el Estado asumió la tarea de garantizar el derecho de los habitantes a ciertos servicios considerados esenciales. La mayoría de los autores coinciden en que existieron tres principios organizadores de los servicios públicos: *Igualdad/Universalidad*; *Continuidad* y *Cambio*. El primero remite a que la política pública debe garantizar al conjunto de la ciudadanía la disponibilidad de los servicios, que debe ser ofrecido a todos en igualdad de condiciones. En algunos casos este principio ha sido consagrado como "universalidad". El segundo principio procura garantizar la continuidad: dado que es un servicio esencial, el Estado

debe garantizar la prestación en forma constante. Finalmente el principio de cambio se relaciona con la necesaria actualización del servicio, para que los ciudadanos puedan disponer del mejor servicio posible.

Existió un cuarto criterio para la regulación de los servicios públicos que actualmente se encuentra mucho más cuestionado: el principio de indivisibilidad establece el monopolio del prestador del servicio. Dicho concepto partía del supuesto, durante mucho tiempo, que debido a los muy altos costos fijos y la existencia de plazos largos para la obtención de rentabilidad, resultaba más eficiente la existencia de una única red de distribución que varias en competencia. Los economistas se refieren a esta situación como "monopolio natural". Los cambios políticos en los 80 y la digitalización de las redes erosionaron la vigencia de los monopolios en el sector telefónico e incipientemente en el sector eléctrico.

Aun cuando la mayoría de las veces los servicios públicos quedaron en manos del Estado (especialmente en Europa, en la tradición estadounidense no se siguió la misma lógica), el concepto de servicio público no implica la obligatoriedad de la propiedad estatal. Sí es el Estado el que debe garantizar la prestación de los servicios y el que fija las condiciones para que los mismos se desarrollen (inversiones y tarifas). Cuando el Estado no asume directamente la prestación de los servicios públicos, suele establecer una Oficina de Control que fija las condiciones, especialmente las tarifas y las metas a cumplir, en las que operarán los prestadores privados.

Si bien se insiste en la complejidad de brindar una definición universal, a modo de síntesis de los conceptos que se han vertido, puede rescatarse la propuesta del investigador canadiense Gaëtan Tremblay: "El servicio público es una actividad considerada de interés general para la comunidad y como tal reconocida por el Estado. Dicha actividad no puede abandonarse absolutamente a la actividad privada y las leyes del mercado y por lo tanto el Estado asume su responsabilidad y su control sometiéndolo si fuera necesario a un régimen jurídico especial" (Tremblay, 1988).

Los servicios públicos de radiodifusión

Todavía resulta más difícil consensuar la idea de servicio público en materia de radiodifusión. No hay dudas que los tres principios descritos con anterioridad (universalidad/ continuidad/ cambio) deben y pueden ser aplicados a la radiodifusión. Sin embargo, el principio de

indivisibilidad es claro que no se justifica, ya que la diversidad y el pluralismo son valores que han guiado la búsqueda del interés público. Sin embargo, durante muchos años la escasez de frecuencias sirvió para justificar los monopolios públicos en Europa. La mayoría de los estados europeos asumieron que ante la posibilidad de garantizar una amplia competencia (el mercado del audiovisual es naturalmente oligopólico, con competencia muy moderada), para alcanzar un interés público que fomentara el desarrollo económico del sector y la presencia de un balance informativo y cultural, era conveniente crear corporaciones públicas de radiodifusión de carácter monopolístico.

En un artículo del 2005, Van Cuilemburg y McQuail analizan los paradigmas de políticas de comunicación y distinguen claramente entre la tradición europea y norteamericana. Estas concepciones promueven dos criterios diferentes para estructurar la radiodifusión a nivel mundial: el modelo norteamericano, en el cual el Estado otorga licencias al sector privado para que éste las administre, y el modelo europeo, donde se planificaban colectivamente las políticas de las emisoras, que eran gestionadas públicamente y sin fines de lucro¹. Fenómeno propio del siglo XX, la radiodifusión latinoamericana no pudo escapar a la influencia que los Estados Unidos ejercieron sobre todas las políticas del continente. Sin embargo, América latina desarrolló, paralelamente al sistema comercial, un modelo que combina características de ambos: la televisión estatal, con altas dosis de influencia gubernamental y contenidos elaborados con criterio comercial.

En el modelo original europeo, la misión original de los servicios públicos tal como fueron concebidos tenía su base en tres tareas: informar, educar, entretener. Para ello, se crearon corporaciones públicas (más o menos ligadas a los gobiernos según los países) garantizadas por estructuras de regulación y control públicas, y que mantenían lazos formales entre la institución y el Estado. Con el fin que pudieran alcanzar sus objetivos se les otorgó un conjunto de privilegios y como contrapartida debían cumplir con ciertas obligaciones. En el capítulo de los privilegios, se les aseguró el monopolio de los servicios de radio y televisión, que alejaba el peligro de la competencia, especialmente en la primera etapa de formación del servicio y, se les brindó una fuente de financiamiento segura como el canon o licencia. Este sistema implica el pago de un monto anual de dinero por parte de los poseedores de aparatos receptores, no en concepto de derecho de recepción, sino con el criterio de sostenimiento del sistema público. El canon posibilitó además que los servicios públicos se mantuvieran ajenos a la influencia de la publicidad, ya que la misma no estaba permitida en la televisión de la mayoría de los países. A cambio de estos privilegios las corporaciones públicas debían llenar una serie de obligaciones determinadas por el Estado, con un interés social, político y cultural. Las corporaciones debían brindar al público un servicio universal que cubriera la totalidad del país. En segundo lugar, las corporaciones públicas debían brindar una programación balanceada, que atendiera a los gustos y necesidades de toda la población, y no sólo a los de la mayoría, con un especial interés en la protección de las minorías. Esta obligación se cumplió sustancialmente, debido a que al tener las corporaciones una fuente de financiamiento asegurado, no existía la presión del rating sobre la programación. Finalmente, en una tercera y polémica obligación los servicios públicos debían atender al interés y la cultura nacional. Por un lado debía ceder su antena cuando cuestiones de

Estado lo requirieran y por otro promover la cultura nacional. Este último ítem fue bastante cuestionado dado lo impreciso de la definición, que en muchos casos no supuso más que la asimilación de cultura nacional al concepto de cultura que poseían las clases dominantes.

El modelo europeo de radiodifusión pública desarrollado luego de la Segunda Guerra Mundial (aunque con orígenes en la radio en la década del 20) significó una ruptura con el modelo norteamericano que favorecía el desarrollo comercial del sistema de medios. Los gobiernos europeos consideraban que la radio y la televisión debían tener un rol vinculado a la cultura, más que a potenciar el desarrollo económico, aun cuando la gran economía se mantuviera en manos privadas. Más aun, puede considerarse que los servicios públicos de televisión representaron una desviación con el modelo "normal" de producción del sistema capitalista (Syvertsen, 1992: 34; Murdock y Golding 1977: 21) en el sentido que su intención fue priorizar su función social más que maximizar las ganancias, como un sistema de comunicación social más que como una mercancía. Syvertsen plantea además que la hegemonía del modelo del servicio público de radiodifusión en Europa, se debió a una alianza de sectores que procuraban defender sus intereses, más que a una orientación democrática de la organización de la comunicación. Nicholas Garnham (1991) agrega que la organización de los servicios públicos respondió a los intereses de las clases dominantes, tanto por su contribución a la reproducción ideológica y social, como por su contribución al desarrollo de la industria de aparatos receptores. Más allá de los motivos e intereses que determinaron el surgimiento de los servicios públicos de radiodifusión en Europa (y por resabios del colonialismo su diseminación por la mayoría de los países asiáticos y africanos), la consolidación de un modelo público de radiodifusión contribuyó a legitimar la idea de que los sistemas de medios de comunicación no sólo pueden estar regidos por criterios de mercado. Esta posición cobró mayor notoriedad cuando a partir de la Segunda Guerra Mundial un sistema de radiodifusión plural y con participación social fue considerado un elemento vital para un pleno ejercicio de la vida democrática. En palabras de Van Cuilemburg y McQuail (2005): "Con respecto a la radiodifusión, el espíritu de la reforma social, alentado por el 'reconstruccionismo' de posguerra, enfatizaba los beneficios sociales positivos de la radiodifusión guiada por objetivos de servicio público, así como también compensando el injusto equilibrio político de la prensa escrita capitalista. En el continente europeo, el fin de la Segunda Guerra Mundial otorgó la posibilidad, y en ciertos casos la necesidad, de reconstruir íntegramente el sistema de medios sobre líneas más democráticas luego de la guerra, la ocupación o la dictadura. Incluso la sagrada prensa gráfica pudo legítimamente ser conducida dentro del alcance de la política. El espíritu general de época estaba favorablemente predispuesto al cambio progresivo y al planeamiento social en todas las esferas de la vida".

Durante las décadas de los 60 y 70, se van a suceder numerosos estudios y debates académicos y políticos que van a promover una organización democrática de la comunicación comenzando a mencionar el concepto de derecho ciudadano a la comunicación, como noción superadora de los principios de libertad de expresión y libertad de prensa. Dichos debates tendrán alcance cuando en la Asamblea General de la UNESCO desarrollada en Belgrado en 1980 se apruebe por el conjunto de los países del planeta el informe *Un solo mundo, voces múltiples*, también conocido como informe MacBride. Dicho manifiesto continúa siendo hoy el principal documento oficial sobre la democratización de la información y los derechos ciudadanos a la comunicación. Lamentablemente, el informe MacBride no aborda específicamente el

concepto de servicio público de radiodifusión y se limita a describir los diferentes modelos de comunicación antes mencionados.

Probablemente esta situación se deba a que desde mediados de los 70, la noción de servicio público había comenzado a sufrir el desafío de los sectores políticos que cuestionan la intervención del Estado con criterio redistributivo. Desde los 80, se asiste en el mundo a una creciente reorientación de las políticas de comunicación, que desplazan su tradicional preocupación por el interés público y la garantía de pluralismo hacia medidas vinculadas con el estímulo económico a las grandes empresas de medios. Es así que los servicios públicos de radiodifusión deben enfrentar creciente competencia. De esta forma se superpone una crisis de legitimidad (los jóvenes prefieren las cadenas privadas) y económica (se produce una inflación de costos por competencia con el sector privado). Aún así la radiodifusión pública mantiene un importante lugar en Europa.

Bardoel y d'Haenens (2008) destacan que en los 90 el servicio público se "comercializó", y adoptó prácticas de los canales privados forzados por la competencia, pero ganó independencia editorial forzada por la competencia privada. Para estos autores los medios públicos han tenido éxito en elegir un camino medio entre la adaptación a la competencia comercial y la purificación llamada "estrategia compensatoria", en la que se limitarían a los ghettos que no brinda el mercado.

El nuevo contexto, de acuerdo a Enrique Bustamante (2008), debe analizarse desde tres perspectivas:

- a) el mantenimiento de una radiodifusión pública estrechamente vinculada a la concepción del Estado de Bienestar nacido en la posguerra, centrado efectivamente en la protección pública frente a las contingencias materiales (la salud, el empleo o la edad) que ocupaban la primera fila de la escena pero que, complementariamente, desarrolló la legitimidad estatal para asegurar condiciones de acceso equitativo a la educación, la cultura o la información (desde las escuelas, las bibliotecas o los museos hasta la propia radiotelevisión pública) como elemento capital de la igualdad de oportunidades y de la participación democrática;
- b) el surgimiento de un sistema mixto a partir de la emergencia de canales privados, en el que el modelo de televisión pública ejerce influencia sobre la privada. Esta es considerada un régimen especial y debe aceptar regulación especial de interés público.
- c) la aparición de organismos de regulación de carácter crecientemente independiente de los organismos del Estado.

El servicio público en América Latina

En América Latina el concepto de servicio público de radiodifusión no tuvo la misma importancia que en otros lugares del mundo. Como se ha señalado, desde los inicios de la radiodifusión en casi todos los países de la región (con la excepción de Colombia y Chile) predominó un sistema netamente privado de carácter comercial. Paralelamente se desarrollaron sistemas de medios estatales que fueron puestos bajo la órbita de los gobiernos quienes los usaron mayoritariamente para difundir sus políticas y discursos. Este uso de los medios estatales no

contribuyó a fomentar el prestigio de los servicios públicos de radiodifusión en la ciudadanía latinoamericana.

Si a este hecho le sumamos que durante muchos años se sucedieran en América Latina dictaduras y golpes militares, la desconfianza respecto al manejo de los medios de comunicación por parte del Estado fue creciente. No es de extrañar que muchos académicos y organizaciones de la sociedad civil abandonaran su defensa, y promovieran medios de comunicación alternativa, por afuera de la legalidad estatal. Esta posición fue tempranamente definida por los investigadores brasileños Luis Gonzaga Motta y Ubirajara da Silva (1982), quienes rechazaban la idea de políticas de comunicación que incluían al servicio público: "En un debate sobre el problema de la estatización versus la desestatización, se observó que los sectores progresistas debían hacer el esfuerzo de procurar una tercera posición frente a la contradicción dominante entre estatización autoritaria y democracia liberal; pensar en los intereses que tienen las propias clases populares, y la forma de introducirse en esta lucha con una participación independiente". En la misma época, otros investigadores no sólo defendieron la necesidad de existencia de servicios públicos de radiodifusión en América Latina, sino que además fundamentaron su constitución de manera democrática. En esta tarea descolló el venezolano Antonio Pasquali. Al pensar cuáles deberían ser las características concretas de los servicios públicos de radiodifusión, Pasquali (1991 a y b) propone que deberían basarse en una doble independencia: económica y política. La independencia económica remite a que los criterios de programación no queden sometidos a una lógica puramente comercial, como ocurre en la mayoría de las televisiones latinoamericanas que basan sus ingresos en la publicidad. Esto no supone olvidar que hay una economía de la radiodifusión, pero sí que no puede ser el único criterio organizativo. La independencia política refiere a que el servicio público no debe depender del gobierno, para que el servicio público no termine siendo radiodifusión oficialista. Desde la óptica de Pasquali resulta fundamental que haya una fuerte identidad entre la sociedad y las emisoras de servicio público, y para ello es fundamental que no quede absorbida por la esfera gubernamental.

Pasquali agrega la necesidad que los fondos que sostienen la radiodifusión deben provenir principalmente de la población, y garantizar un vínculo entre el que financia y el que emite. El objetivo es que los programas que se divulguen no dependan exclusivamente de la recaudación publicitaria. Con esto se busca generar alternativas, porque si el único criterio de financiamiento es el publicitario se genera una gama muy acotada de contenidos. Otras características son la idea de alcance nacional y el federalismo.

Posiblemente uno de los mayores avances en materia de defensa de una radiodifusión pública haya sido la creación a partir de una iniciativa de la UNESCO de la Unión Latinoamericana y del Caribe de Radiodifusión

(ULCRA) en 1985. Su objetivo es estimular el intercambio y la cooperación entre los servicios públicos de la región.

Ya entrados en el siglo XXI asistimos a posiciones similares a los de la década del 80. Rafael Roncagliolo (1996) señala que:

La rentabilidad socio-cultural, el ideal europeo de servicio público, en América Latina ha sido desarrollada no por el Estado sino por Organizaciones No Gubernamentales sin intereses comerciales, a través de las cuales la sociedad civil se organiza y se expresa por sí misma [...]. Ante la falta de tradición de servicio público, la comunicación pública ha sido generada por la radio y la televisión comunitaria [...]. Los medios estatales son instrumentos políticos antes que estar orientados por criterios de servicio público, y han fallado en tener impacto socio-cultural.

Estos pensamientos de Roncagliolo lo sitúan muy cerca de las ideas de Gonzaga Motta y Ubirjara da Silva.

Por otra parte, autores como Valerio Fuenzalida y Omar Rincón han insistido en la necesidad de reformular los servicios públicos latinoamericanos para que los mismos sean reconocidos socialmente. Fuenzalida (2000) se muestra preocupado por procurar un modelo latinoamericano de televisión pública, que encuentre un equilibrio entre tener audiencias masivas, alcance una economía industrial sustentable, y comprenda las lógicas lúdicas del mensaje televisivo. Por su parte Rincón (2001), desde una perspectiva mucho más vinculada con los problemas de la identidad y las representaciones de las minorías, retoma las ideas de Pasquali, de una televisión pública que mantenga un vínculo estrecho con la ciudadanía.

En términos generales, desde nuestra perspectiva en América Latina los servicios públicos de radiodifusión deben enfrentar un desafío: incrementar su legitimidad en tiempos que desde algunos sectores políticos se menoscaba la importancia del conjunto de los servicios públicos². Para ello, es fundamental que consigan ocupar un lugar importante en el nuevo entorno digital. En términos generales se aprecia que el escaso desarrollo de los medios públicos en América Latina es acompañado por una baja incidencia de la sociedad en el tema. Sin embargo, ante un panorama de predominio de medios comerciales y concentración de la propiedad, las organizaciones de la sociedad civil deberían contribuir al proceso de dotar de mayor legitimidad la existencia de medios públicos no gubernamentales en la región.

Palabras finales

El servicio público de radiodifusión constituye una organización fundamental para proveer a las sociedades modernas de una herramienta comunicacional que garantice el ejercicio del derecho a la comunicación de los pueblos. Si el comienzo del siglo XXI está marcado por la transición de la radiodifusión analógica a la digital y una tendencia mercadocéntrica en las políticas de comunicación, es de suma importancia contar con una activa participación de la sociedad civil en la tarea de legitimar los servicios públicos y en dotarlos de la arquitectura institucional que los transforme en representantes de las inquietudes y necesidades del conjunto de la población, con independencia política de los gobiernos e independencia económica del mercado.

Bibliografía

- Arriaza Ibarra, Karen / Nord, Lars, "What is public service on the Internet? Digital challenges for media policy in Europe", ponencia presentada a la Conferencia ECREA, Barcelona, noviembre de 2008.
- Achille, Y., *Les télévisions publiques en quête d'avenir*. Presses Universitaires de Grenoble: Grenoble, 1994.
- Bustamante, E (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital*. Gedisa: Barcelona. 2003.
- Ferrell Lowe, Gregory / Jauert, Per (eds.), *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Nordicom: Gotemburgo, 2005.
- Fuenzalida, Valerio, *La televisión pública en América latina. Reforma o privatización*. FCE: Santiago de Chile, 2000.
- Garnham, Nicholas "Public service versus the market". En: *Capitalism and communication. Global culture and the economics of information*. Sage: Londres, 1990.
- Garnham, Nicholas, "La economía política de la comunicación. El caso de la televisión". En: *Telos* 28 (diciembre-febrero de 1991), págs. 68-75.
- Hamelink, Cees, "The civil society challenge to global media policy". En: Marc Raboy (ed.), *Global Media Policy in the new millenium*. University of Luton Press: Luton, 2002.
- Hargreaves Heap, Shaun, "Television in a digital age: what role for public service broadcasting?". En: *Economic Policy* 41 (enero de 2005), págs. 111-157.
- Miguel, Juan Carlos / Garitaonandía, Carmelo "La televisión pública: el motor de la TDT". En: Moreno, E. y otros (eds.) *Los desafíos de la televisión pública en Europa*. EUNSA: Pamplona, 2007, págs. 729-741.
- Murdock, Graham, "Building the digital commons. Public Broadcasting in the age of internet". En: Ferrell Lowe, Gregory / Jauert, Per (eds.), *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Nordicom, Gotemburgo, 2005.
- Murdock, Graham / Golding, Peter, "Capitalism,, Communication and Class Relations". En: Curran, J. / Gurevitch, M. / Woolacott, J (eds.), *Mass Communication and society*. Edward Arnold, Londres, 1977.
- Pasquali, Antonio, "¿Qué es una radiodifusión de servicio público?". En: *El Orden Reina*. Monte Ávila: Caracas, 1991 [1991a].
- , "Reinventar los servicios públicos". En: *El Orden Reina*, 1991 [1991b].
- Raboy, Marc, (ed.) *Global Media Policy in the new millenium*. University of Luton Press: Luton, 2002.
- Rincon, Omar (comp.), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. CAB-FES, Bogotá, 2001.
- Roncagliolo, Rafael, "Latin America: community broadcasting as public broadcasting". En: Raboy, Marc (ed.) *Public Broadcasting for the 21st. Century*. University of Luton Press: Luton, 1996.
- Siune, Karen / Hultén, Olof, "Does Public Broadcasting have a future?". En: McQuail, D. / Siune, K (eds.), *Media Policy*. Sage: Londres, 1998, págs. 23-37.
- Tremblay, Gaëtan "La noción de servicio público". En: *Telos* 14 (junio-agosto de 1988), págs. 57-63.

Van Cuilenburg, Jan / McQuail, Denis, "Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación". En: *European Journal of Communication* 18/ 2 (2005) págs. 181-207.

Syvertsen, Trine, "Public television in transition". En: *Kults skriftserie* 10 (1992).

Páginas web visitadas

Article XIX www.article19.org

Asociación por los Derechos Civiles www.adc.org.ar

Calandria www.calandria.org.pe

Campaña Cris www.crisinfo.org

Carta Ciudadana de la Comunicación www.pccharter.net

Foro Nacional para la Democratización de la Comunicación www.fndc.org.br

Fucatel www.observatoriofucatel.cl

Intervozes www.intervozes.org.br

Telesur www.telesurtv.net

Artículo reformulado por el autor para ser publicado en este número de *Herramienta*.

1 El modelo europeo de carácter monopolístico desde sus inicios hasta la década del 80, ha dado paso a un sistema mixto a partir de la entrada al mercado de actores privados. Desde entonces, los sistemas públicos han debido enfrentar sucesivas crisis.

2 De hecho, la década del noventa ha sido pródiga en privatizaciones.