



Medios de servicio público y transparencia

análisis y medición de su desempeño

Fidela Navarro Rodríguez
Ernesto Villanueva

Quito - Ecuador
2010

Medios de servicio público y transparencia: análisis y medición de su desempeño.

Segunda Edición

© Fidela Navarro Rodríguez
Ernesto Villanueva
1.000 ejemplares - Abril 2010

ISBN: 978-9978-55-079-3
Código de barras: 978-9978-55-079-3
Registro derecho autor: 033573

Portada y Diagramación
Diego Acevedo

Impresión
Editorial "Quipus", CIESPAL
Quito-Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Agradecimientos

Una investigación como ésta requiere un gran esfuerzo de documentación y sistematización de información, y no hubiera sido posible sin el apoyo, entusiasmo y contribución de una serie de personas a las que queremos mostrar nuestro reconocimiento y gratitud.

En primer lugar, a Marco Jair Quinta Guerrero, por el diseño de las numerosas bases de datos y por el cálculo de resultados numéricos.

En la gestión de solicitudes de información y en la documentación de la parte doctrinal de esta obra, a Vanessa Díaz, Gabriela Rodríguez Arguijo y Vanessa Jiménez Bautista, así como a Ulises Ramírez Gallardo y Alejandro Rosas Martínez por su constancia en el seguimiento y vaciado de las solicitudes de información.

A Wendy Aidé Godínez por su aportación en la parte de justificación metodológica.

A Francisco Barbosa y Carlos Sotelo, por su interés en la edición de este libro.

Y a Clara Luz y Carlos, por su inmensa y amorosa paciencia.

Índice

Introducción	9
Capítulo 1	13
Justificación y características de los medios de servicio público	13
Libertad de expresión y derecho a la información	13
Los medios de comunicación y la formación de la opinión pública	15
El derecho de acceso a los medios	17
Lineamientos internacionales para la radio y la televisión	20
La radio y la televisión de servicio público en el derecho comparado	29
Regulación de los medios públicos	34
Autorregulación de los medios públicos	36
Razones para la existencia y características de los medios de servicio público	44
Obligaciones específicas	55
Programación de calidad	57
Publicidad y patrocinios	61
Protección de menores	65
Derecho de réplica	67
Financiación	77
Organización	83
Mecanismos de control	87
Conversión digital	99

Capítulo 2	103
Medios de servicio público en el mundo e indicadores de calidad	103
Australia: Australian Broadcasting Corporation (ABC)	103
Azerbaiyán: Public Television and Radio Broadcasting Company (ITV)	133
Canadá: Canadian Broadcasting Corporation (CBC)	142
Chile: Televisión Nacional de Chile (TVN)	169
España: Radio Televisión Española (RTVE)	180
Estados Unidos: Public Broadcasting Service (PBS)	203
Francia: France Télévisions (FT)	221
Reino Unido: British Broadcasting Corporation (BBC)	251
Sudáfrica: South African Broadcasting Corporation (SABC)	295
Bibliohemerografía	317

Introducción

El estudio de los medios públicos desde la doble perspectiva jurídica y de análisis de desempeño constituye una iniciativa inédita y necesaria. Lo consideramos así porque no hay todavía distinciones conceptuales claras entre lo que son medios públicos, medios de servicio público y medios gubernamentales, ni entre interés público y servicio público, por poner algunos ejemplos. Ha faltado en este sentido una mirada rigurosa de los preceptos normativos que dan rostro y sentido a lo que deben ser los medios públicos, y a la vez un análisis basado en datos objetivos sobre el comportamiento de nuestros medios gubernamentales federales.

Ofrecer un panorama claro de su situación, que mostrara el deber ser con el ser de estos medios; el creer que son con lo que son y lo que pueden ser, es para nosotros como investigadores una obligación y una responsabilidad.

El primer capítulo plantea con detalle la justificación y las características de los medios de servicio público. La parte doctrinal de esta investigación ha abrevado de las fuentes documentales que ofrecen la experiencia comparada y los principales instrumentos internacionales -vinculantes o no- para identificar el común denominador de lo que debe ser un medio público en una sociedad democrática. Así, se abordan a fondo los conceptos de libertad de expresión y de derecho a la información; la relación entre los medios de comunicación y la formación de la opinión

pública; el derecho de acceso a los medios; los lineamientos internacionales para la radio y la televisión; la necesaria distinción entre la regulación y la autorregulación de los medios públicos y las características principales de este tipo de medios.

En el segundo capítulo se describen y analizan nueve medios de servicio público en el mundo, seleccionados por constituir modelos de estados democráticos, con el fin de conocer modelos, características y experiencias que puedan aportar ideas, críticas y puntos de referencia. Su estudio se realiza de manera dinámica, esquematizada y similar para todos, bajo diez rubros que luego serán desarrollados y aplicados como indicadores a los medios gubernamentales. De esta forma, se pretende tener un referente comparativo común y claro.

Esta obra no representa un puerto de llegada en el análisis de los medios públicos, sino un punto de partida. Transparencia, rendición de cuentas, calidad programática, producciones propias e incluso el escrutinio del ejercicio de los recursos públicos desempeñan un papel integrador de esta obra, con el fin de tener una mirada normativa y a la vez anclada -pero no únicamente- en los datos duros que arroja la investigación empírica.

Busca aportar, construir y dar a conocer una endoscopia de lo que se tiene en materia de reflexión doctrinal. Se desea aquí también poner a disposición de la comunidad la información que permita saber cómo están los medios gubernamentales, y qué partes deberán reforzarse para convertirse eventualmente en medios públicos, desde el punto de vista jurídico y profesional.

La apuesta de esta obra es también sumarse al requerimiento justificado de la sociedad latinoamericana de tener medios públicos con público y al servicio de todos. Agradecemos a Fernando Checa Montúfar, director general de CIESPAL su hospitalidad editorial

para que esta entrega salga a la luz. De igual modo, al editor de CIESPAL, Raúl Salvador, quien es un acucioso profesional de la edición y nos ha hecho ver distintos errores, por supuesto nosotros somos los responsables de la edición.

Fidela Navarro
Ernesto Villanueva
Mayo de 2010

Capítulo 1

Justificación y características de los medios de servicio público

Libertad de expresión y derecho a la información

El contenido de la libertad de expresión “puede consistir en reflexiones o comentarios sobre ideas generales, o referirse a comentarios sobre noticias relacionadas con acontecimientos concretos”,¹ o como bien señala el Tribunal Constitucional de España, “...la libertad de expresión tiene por objeto pensamientos, ideas y opiniones, concepto amplio dentro del que deben incluirse también las creencias y los juicios de valor”.²

La libertad de expresión es uno de los derechos fundamentales del hombre, porque representa la prolongación de la garantía individual de pensar, ejercicio sin el cual no es posible aventurar la posibilidad del desarrollo del hombre en sociedad. La lucha por la libertad de expresión constituye una larga batalla contra el dogma, el autoritarismo y las inercias contra el cambio y la innovación. Más aún, puede afirmarse que la conquista revolucionaria de la libertad de expresión se enmarca en los procesos de transición entre el tradicionalismo y el ascenso de la modernidad que tiene lugar en Europa entre los siglos XVII y XIX.

1 Artículo 5to. del *Código Europeo de Deontología del Periodismo*, aprobado por la Asamblea General del Consejo de Europa, el 1 de julio de 1993.

2 SCT 6/1988 del 21 de enero.

No es sino hasta la Declaración de los Derechos del Hombre de 1789, en Francia, cuando la libertad de expresión se codifica en términos del derecho positivo al establecer que nadie “debe ser molestado por sus opiniones, aun religiosas, con tal que su manifestación no trastorne el orden público establecido por la ley”³.

La incorporación del derecho a recibir información supone un paso más en el cumplimiento y desarrollo del Estado Constitucional⁴ Democrático⁵. Si bien la información es un bien indispensable para el funcionamiento de la democracia, los poderes públicos no solo deben garantizar que los ciudadanos reciban una información suficiente y adecuada -premisa fundamental para que exista una libre información de la opinión pública-, sino también una información que pueda ofrecerse tanto a través de medios de comunicación públicos como privados.

3 Artículo 10.

4 GARCÍA DE ENTERRÍA, Eduardo, *La Constitución como norma y el Tribunal Constitucional*, op. cit. supra, p. 43.

5 En el concepto de democracia moderna -a diferencia de los antiguos- se incorpora el tema de la división entre la titularidad y el ejercicio del poder, el principio de la mayoría, el constitucionalismo y la representación política. Se considera entonces de democracia representativa, régimen que acompaña la conformación de un Estado liberal-constitucional. Si bien el término liberalismo y su derivado liberal son de elaboración relativamente reciente, autores como Locke, Montesquieu, Madison, Hamilton y Tocqueville también ya plantearon un Estado controlado, liberal, constitucional. Tocqueville, por su parte, adiciona el concepto de democracia social al incorporar la idea de igualdad, del *ethos* igualitario. Equipara libertad e igualdad: con la democratización se supone una sociedad cuyo *ethos* implica que sus miembros son socialmente iguales; es decir, una sociedad caracterizada por la igualdad de condiciones.

Si bien existen diversos matices, según el tratamiento que de este tema hacen diferentes autores, podríamos decir que la concepción moderna de democracia -la “democracia liberal”- hace referencia a un sistema político basado en el poder popular, en el sentido que la titularidad del poder pertenece al *demos*, mientras que el ejercicio es confiado a representantes periódicamente elegidos por el pueblo. Por consiguiente, el ejercicio, el poder popular se resuelve en gran medida en el poder electoral. Por otra parte, la teoría clásica de la democracia liberal presupone que la existencia de un mercado y de libertades individuales en el aspecto económico es condición para que exista democracia política; esto es, que exista un país y un mercado con fronteras.

Como lo señala Carlos Nino: “todos aquellos que pueden ser afectados por una decisión han participado en la discusión y han tenido una oportunidad igual de expresar sus intereses y justificar una solución a un conflicto”. *La constitución de la democracia deliberativa*, Barcelona, Gedisa, 1997, p. 166. En este mismo sentido, Rafael del Águila señala que: “Tal participación sirve al mismo tiempo para: primero garantizar el autogobierno colectivo, y segundo, lograr crear una ciudadanía informada y comprometida con el bien público. La deliberación colectiva en la esfera de los asuntos públicos genera, pues, tanto autogobierno como civismo. “La Democracia”, en *Manual de Ciencia Política*, Editorial Trotta, p. 146.

El derecho a recibir información obliga a los poderes públicos y no a los particulares. Por lo anterior, la intervención de los poderes públicos en el ámbito de la radiodifusión debe situarse en un doble plano: por un lado, la regulación y fiscalización de la propiedad y actividad de los medios electrónicos privados, y por el otro, la existencia de medios de naturaleza pública susceptibles de generar otra oferta programática de asuntos relevantes para la formación de la opinión pública.

Los medios de comunicación y la formación de la opinión pública

La radio, la televisión y la Internet son los medios de comunicación que han dominado la historia de la humanidad desde mediados del siglo XX; de éstos debemos destacar a la televisión como medio hegemónico tradicional en audiencias, aunque actualmente le sigue muy de cerca la Internet. Tal es el grado de influencia social y política de la televisión, que tanto el poder público como el sector privado no han disimulado el interés que tienen por controlarla.

Ahora bien, por opinión pública⁶ debemos entender la reflexión sobre la necesaria publicidad de la actuación gubernamental; es decir, el conjunto de opiniones que se forman en la sociedad respecto de aquellos asuntos considerados de relevancia o trascendencia pública. Se ha afirmado -no sin razón- que el primer gran ejemplo de la trascendencia de la opinión pública lo representa el protestantismo, un movimiento apoyado sobre la diferente interpretación de un libro, lo que solo fue posible desde la difusión masiva del mismo. Este ejemplo hace visible la diferencia entre las manifestaciones previas de la opinión pública y la "opinión pública" en sentido estricto, estudiada por autores como Habermas.

Esta nueva esfera pública de la sociedad tiene como ingrediente esencial la publicidad entendida como difusión garantizadora de

6 La opinión pública ha sido objeto de permanente reflexión de Pedro de Vega, que ha quedado plasmada en diferentes publicaciones: VEGA GARCÍA, Pedro de, "El principio de publicidad parlamentaria y su proyección constitucional", *Revista de Estudios Políticos*, nueva época, núm. 43, enero-febrero de 1985, pp. 45-66; "Significado constitucional de la representación política", *Revista de Estudios Políticos*, nueva época, núm. 44, marzo-abril de 1985.

las decisiones políticas. Esta publicidad supone inicialmente una conquista frente a la política “secreta”, frente a los arcanos propios del poder absolutista; es decir, una discusión libre y racional sostenida en el seno de la sociedad. La opinión pública es un elemento inherente al sistema democrático.⁷

A lo largo de esta historia, varios son los modelos de democracia discutidos a partir de la conformación de sociedades complejas con economía de mercado, donde la democracia debe ser pensada en su forma representativa. Se trata de los modelos pluralista y de democracia participativa. Dahl⁸ -el autor más representativo de la teoría pluralista de la democracia- expone las características que deben presentarse en una democracia, entre ellas -las que interesan en este estudio- que los ciudadanos gocen del derecho de libertad de expresión y que tengan acceso a diversas fuentes de información.

Hoy en día el proceso de formación de la opinión pública es crucial. La prensa escrita⁹ en cierta etapa se convirtió en el principal instrumento para el ejercicio de las libertades de expresión e información y, por ende, en tribuna de la discusión política. Tiempo después, la radio complementó de manera importante ese espacio. Ahora la televisión es la nueva arena de la discusión pública. Como señala García Fajardo, “el foro público clásico que era el Parlamento se ha visto sustituido por el foro electrónico constituido por los medios audiovisuales. Una parte muy importante de la actividad política que antes se desarrollaba en el ámbito parlamentario, tiene ahora lugar en ese espacio electrónico.”¹⁰

7 La democracia es un procedimiento para adoptar decisiones mediante el cual resulta elegida la alternativa que cuenta con el apoyo de la mayoría de los electores. DIEGO FARREL, Martín, “La democracia y las condiciones económica”, *Utilitarismo, Liberalismo y Democracia*, México, Fontamara, p. 97

8 DAHL, Robert, *La poliarquía, Participación y oposición*, Ed. REI, BsAS, 1989.

9

10 GARCÍA FAJARDO, J.C., “lo que Mussolini, Hitler, Churchill, F.D. Roosevelt y de Gaulle hicieron con la radio, lo están haciendo, desde John Kennedy, los dirigentes políticos del mundo entero con la televisión”, *Comunicación de masas y pensamiento político*, 1986, p. 51, en HERREROS LÓPEZ, Juan Manuel, *El servicio público de televisión*, España, Fundación de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y Sociedad, 2004, p. 69.

La televisión en general basa gran parte de su éxito en el poder impactante de las imágenes e incluso en la explotación del sentimiento. El contenido de una información o de una opinión política con frecuencia pasa a segundo plano frente a la sugestión de las imágenes. El fondo de la discusión debe girar en torno al grado de veracidad de la información ofrecida y a si la información es relevante para el interés público.

El derecho de acceso a los medios¹¹

El derecho de acceso a los medios se encuentra reconocido genéricamente en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que establece: “todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye (...) y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”. Este punto de partida de naturaleza supranacional ha sido mejorado y retomado por el derecho de producción nacional en algunos países. Véanse algunos casos como ejemplos.

En Chile, la Constitución dispone en el artículo 19 numeral 12: “La ley en ningún caso podrá establecer monopolio estatal sobre los medios de comunicación social. (...) Toda persona natural o jurídica tiene el derecho de fundar, editar y mantener diarios, revistas y periódicos, en las condiciones que señale la ley. El Estado, aquellas universidades y demás personas o entidades que la ley determine, podrán establecer, operar y mantener estaciones de televisión. Habrá un Consejo Nacional de Televisión, autónomo y con personalidad jurídica, encargado de velar por el correcto funcionamiento de este medio de comunicación. (...)”

Por su parte la Constitución Política del Perú, en su artículo 2, numeral 4 prescribe: “A las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento algunos, bajo las responsabilidades de ley.

11 Término introducido por Jerome Barron, en su obra: *Freedom of the Press for Whom? The Right of Access to Mass Media*, United States, Indiana University Press, 1973.

(...) Es delito toda acción que suspende o clausura algún órgano de expresión o le impide circular libremente. Los derechos de informar y opinar comprenden los de fundar medios de comunicación.”

La Constitución Política de Colombia en su artículo 20 dispone: “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. (...)”

Lo cierto es que en la vida diaria solo una porción simbólica de los gobernados tiene posibilidades reales de acceder a la propiedad o al control de los medios de comunicación de masas. Y solo un pequeño sector decide qué opiniones e informaciones se comunican a la ciudadanía.

Uno de los mecanismos que puede atenuar esta circunstancia es el principio de igualdad de oportunidades. Ello supone un régimen de licencias, concesiones o permisos que garanticen pluralidad y diversidad. Y es aquí precisamente donde países como Chile, Colombia, Paraguay, Perú, España y Portugal han marcado la tendencia de introducir en su sistema jurídico en esta materia este principio de igualdad de oportunidades.

Para lograr este propósito estos países han desarrollado a nivel constitucional “programas de acción positiva”, concebidos como el conjunto de medidas y mecanismos -generales o específicos- que implican un tratamiento favorable para superar las desigualdades existentes y llegar a la igualdad real del acceso a la radio y la televisión, garantizando el pluralismo informativo y la competencia.

En el mismo sentido, la Carta de la OEA, en sus artículos 33 y 44, establece:

“La igualdad de oportunidades, la distribución equitativa de la riqueza y el ingreso, así como la plena participación de sus pueblos en las decisiones relativas a su propio desarrollo son, entre otros, objetivos básicos del desarrollo integral (...y fomenta) la incorporación y creciente participación de los

sectores marginales de la población, tanto del campo como la ciudad, en la vida económica, social, cívica, cultural y política de la nación, a fin de lograr la plena integración de la comunidad nacional, el aceleramiento del proceso de movilidad social y la consolidación del sistema democrático.”

En esa misma tónica, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos emitió a finales del año 2000 la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión. El principio segundo establece la igualdad de oportunidades en el ejercicio del derecho de la información y expresión en estos términos:

“Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.”¹²

Sobre la base de lo anterior, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos señala que los Estados miembros deben eliminar las medidas que discriminen a los individuos de una participación plena en la vida política, económica, pública y social de su país. Además, la Convención Americana sobre Derechos Humanos consagra el derecho de las personas a la no-discriminación como pilares básicos en el fortalecimiento y funcionamiento de los sistemas democráticos del hemisferio.

La argumentación a favor de la pluralidad y la diversidad y la condena a los fenómenos de concentración han sido objeto también del principal órgano jurisdiccional hemisférico, la Corte Interamericana de Derechos Humanos, que sostiene lo siguiente:

Dentro de una sociedad democrática (es necesario que) se garanticen las mayores posibilidades de circulación de

12 <http://www.cidh.org/Basicos/Basicos13.htm>

noticias, ideas, opiniones, así como el más amplio acceso a la información por parte de la sociedad en su conjunto (...) Tal como está concebido en la Convención Americana, (es necesario) que se respete escrupulosamente el derecho de cada ser humano de expresarse libremente y el de la sociedad en su conjunto de recibir información.¹³

En este mismo contexto se debe garantizar el derecho de todas las personas de contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación, sin discriminación por ningún motivo.

Lineamientos internacionales para la radio y televisión

La Commonwealth Broadcasting Association y la UNESCO diseñaron una serie de lineamientos¹⁴ que sirven para diseñar un marco normativo en materia de radio y televisión aplicable en un Estado democrático de derecho.

El documento parte del reconocimiento universal del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos¹⁵ que establece: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir información y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". Este derecho es reconocido en el artículo 9 de la Carta Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos,¹⁶ en el artículo 10 de la Convención Europea para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales¹⁷ y el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos.¹⁸

13 Corte Interamericana de Derechos Humanos, Opinión Consultiva OC-5/85 Serie A, No. 5, párrafo 69.

14 Salomon, Eve, *Guidelines for Broadcasting Regulation*, Commonwealth Broadcasting Association and UNESCO, 2005, www.cba.org.uk

15 Adoptada por la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948, Resolución 271A(III).

16 Adoptada el 26 de junio de 1981.

17 Adoptada el 4 de noviembre de 1950.

18 Adoptada el 22 de noviembre de 1969.

El documento considera que la legislación de radio y televisión debe por lo menos partir de los siguientes principios democráticos:

- a. Vías de impugnación. Se debe establecer el procedimiento ante una corte para que las decisiones emitidas por el órgano regulador puedan ser apeladas. En Suecia no se puede aplicar ninguna sanción a menos que haya sido convenida por la Corte.
- b. Derecho a réplica. Los locutores deben tener la obligación de ser justos. Generalmente se considera apropiado ofrecer un derecho del aviso de la contestación a cualquier persona o a la organización que se haya tratado injustamente en un programa.
- c. Obligación de los noticieros a difundir información objetiva y veraz. Los estándares del buen periodismo requieren que las noticias sean exactas y precisas sin importar el medio de difusión.
- d. Obligaciones generales de imparcialidad. En el mismo sentido de cumplir con los estándares del buen periodismo se requiere que el trabajo periodístico se realice sin depender de intereses personales o políticos.
- e. Reglas para prevenir la discriminación. Es deseable aplicar y hacer cumplir reglas para asegurarse que los programas no difundan contenidos que discriminen contra la gente por razón de raza, nacionalidad, religión o sexo, entre otras.
- f. Autoridad reguladora independiente. El Consejo de Europa cree que para garantizar la existencia de una amplia gama de medios independientes y autónomos en el sector de la radiodifusión es esencial prever su regulación adecuada y equilibrada. Esto servirá para garantizar la libertad de los medios, así como un equilibrio entre la misma y los otros derechos e intereses legítimos.

- g. **Nombramiento transparente.** Es vital que los miembros de una autoridad reguladora estén al margen de cualquier interferencia o presión de fuerzas políticas o económicas. Por tanto, el procedimiento y los requisitos para su nombramiento o designación deben precisarse claramente en la ley y realizarse de una manera democrática y transparente.
- h. **Mandato de la autoridad reguladora independiente.** Las obligaciones y facultades de la autoridad independiente se deben precisar en la ley, así como las características, funciones y condiciones de sus miembros. Por ejemplo, si los miembros reciben un salario, deberá ser indicado. También su duración en el cargo y si es o no reelecto. Los miembros deben ser designados en términos escalonados, para asegurar la continuidad de su trabajo.
- i. **Destitución o terminación del mandato.** Para evitar la presión y la influencia política con respecto al despido o destitución de los miembros de la autoridad reguladora, la ley debe indicar claramente los factores que pueden conducir al despido; por ejemplo, la incapacidad física o mental.
- j. **Presupuesto o financiación.** La financiación se puede también utilizar como medio para ejercer la presión política; si la autoridad no actúa de acuerdo con los deseos del gobierno, la financiación podría ser retirada. Los términos de la financiación se deben precisar en la ley y, donde sea posible, se guarden aparte de cualquier interferencia política potencial.
- k. **Conflicto de intereses.** Los miembros de la autoridad reguladora deben estar libres de cualquier conflicto político, económico o de interés personal potencial con el sector que regulan.
- l. **Otorgamiento de licencias o permisos.** La convocatoria debe ser pública, transparente e impresa, precisando las condiciones básicas a las cuales todos los concesionarios deben adherirse. Los requisitos mínimos son: cobertura

geográfica, especificaciones técnicas (poder y dirección de la transmisión), término de la licencia, renovación de la licencia, tarifa, condiciones de los formatos de los programas, requisitos legales de conformidad con la legislación secundaria, sanciones aplicables en caso de incumplimiento, posibilidad de otorgar información cuando se requiera y casos de modificaciones de las licencias.

Por otro lado, en el foro *Del régimen de autoridad al régimen de opinión y de participación: aportes para la redefinición de la televisión de servicio público en América Latina*, celebrado el 12 y 13 de marzo de 2007 en la Ciudad de México, el Canal Once y la UNESCO elaboraron once principios para la promoción, organización y desarrollo del servicio público de televisión. Es el referente más reciente y cercano en México al respecto, que exponemos por su interés:

1. La razón de ser de la televisión pública es el servicio público auténtico

Es indispensable este punto de partida: los medios estatales y los medios de servicio público son conceptos muy diferentes. Los primeros sirven a los intereses del Estado, encarnado por el gobierno en turno, y los segundos sirven a los ciudadanos, con el Estado como garante obligado de dicho servicio público. Esta concepción implica una visión a largo plazo que busca el beneficio, no económico como en la lógica del mercado, ni de los gobiernos como en la lógica del modelo estatal, sino de la población en su conjunto. Citando a Abdul Waheed Khan, la misión de los medios de servicio público es parte fundamental del desarrollo sostenible, porque con ello se faculta a las personas a tomar decisiones vitales a su propio desarrollo.¹⁹

Esta formulación forma parte de una visión indispensable para los pueblos en su búsqueda de bienestar y de futuro,

¹⁹ Asistente del Director General de la UNESCO para Comunicación e Información, citado por Alejandro Alfonzo, en el prólogo de *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*, p. 7.

los cuales, es importante decirlo, no están garantizados y, si la dinámica global sigue su rumbo, tampoco son probables.

La organización de radiodifusión que pertenece al público habla a todo el mundo como ciudadano; es decir, promueve el acceso y la participación en la vida pública; desarrolla el conocimiento, amplía horizontes y permite a las personas comprenderse mejor a través de un mayor entendimiento del mundo y de los otros.²⁰

- 2. La televisión de servicio público debe animar, buscar y obtener una manifestación clara y no vinculante por parte de la institucionalidad política del Estado, y la expresión plena y no circunstancial de tal voluntad como plataforma eficiente de apoyo, garantías de continuidad, sostenibilidad económica, independencia editorial y fortaleza para sus actuaciones financieras en los ámbitos nacionales e internacionales.**

El hecho de que los medios estatales necesiten de los mecanismos propios del Estado para convertirse en medios de servicio público podría parecer paradójico, pero el servicio público requiere de cierto soporte de conjunto, de una “ecología de medios públicos”, para sobrevivir. Esta ecología depende del diseño de una estructura de responsabilidad y regulación que permita a los medios de servicio público manejarse en forma satisfactoria para servir a las necesidades de la audiencia. Ello implica nuevos esquemas de financiamiento, administración, gestión, producción e intercambio.

- 3. La televisión de servicio público debe ganar el reconocimiento y la alta valoración de la población en virtud de la pertinencia, diversidad y alta calidad de los**

20 Del estudio preparado por World Radio and Television Council, (Montreal) Canadá y Centre d'études sur les médias Université Laval Sainte-Foy (Québec), *Public Broadcasting: Why? How?*, citado en *op. cit.*, p. 14.

contenidos que produce y difunde. Ello a través de la participación ciudadana en la construcción de la agenda de programación, incluyendo los espacios noticiosos, los cuales deberán guardar equilibrio y apertura, criterios profesionales y concebir a la información como un bien público.

Ante un panorama de creciente privatización de todos los órdenes de la vida en la mayoría de los países, incluyendo el nuestro, se impone la construcción de un espacio público desde los medios que involucre a todos los ciudadanos.

Según Jesús Martín-Barbero, citado por Alejandro Alfonzo, la televisión de servicio público debe constituirse en un lugar de encuentro, así sea cambiante y precario, para todos los públicos, que les ofrezca los siguientes servicios: a) reconocimiento y expresión de la diversidad cultural; b) representación de la pluralidad ideológico-política; c) información independiente, plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales; y d) debido a la fragmentación que introduce el mercado, es necesario que se dirija al conjunto de ciudadanos del país.²¹

4. La televisión de servicio público debe ser plural en su conducción, gozar de autonomía e independencia editorial.

Una de las diferencias centrales entre un medio estatal y uno de servicio público consiste en que los mecanismos de elección de públicos, de contenidos y de objetivos son, para el primero, elegidos por unos cuantos para la mayoría. En el caso que nos ocupa, deben gestarse de manera plural, autónoma e independiente, que responda a las auténticas necesidades de la población.

21 “Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”, en *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Omar Rincón, (comp.). Convenio Andrés Bello y Fundación Friedrich Ebert. Citado por Alejandro Alfonzo, *Ibidem*.

5. **La televisión de servicio público debe hacer énfasis en la calidad, el uso pertinente de las nuevas tecnologías de información que siempre deben estar subordinadas a los contenidos, y el estudio sistemático sobre las necesidades y aspiraciones de sus audiencias.**

El Consejo de la Comisión Europea de Televisión Independiente formuló un conjunto de requisitos para la televisión de servicio público, entre los que destacamos:

- una amplia cobertura de programas que satisfacen una variedad de preferencias e intereses;
- alta calidad técnica y niveles de producción, adecuado financiamiento e innovación y diferenciación, utilizando todos los modernos recursos televisivos;
- tomar en cuenta elementos culturales, lingüísticos y sociales de las distintas poblaciones;
- exhibir por primera vez gran cantidad de producciones originales;
- demostrar una verdadera voluntad de enfrentar riesgos creativos y formar telespectadores críticos.²²

6. **La televisión de servicio público deberá regirse por procesos internos de gestión de calidad, sin que ello interfiera en la consecución de sus objetivos y fines.**

El único camino para proteger y promover el interés público radica en el mejoramiento de la calidad. Ya existen modelos de auditoría para los sistemas de gestión de la calidad de los medios de servicio público, basados en las mejores prácticas en la industria mundial de la difusión, los cuales se enfocan en siete aspectos: satisfacción de los espectadores, calidad y precisión de la información, calidad y diversidad de otros

²² *Op.cit.*, p. 31.

tipos de programas, innovación y creatividad, independencia y transparencia de la administración, promoción y respeto por las normas éticas, representación de las minorías nacionales, acceso universal y relevancia social.²³

- 7. La televisión de servicio público debe estimular el desarrollo de la industria audiovisual, mediante el fomento de producciones propias así como de mecanismos de intercambio de programas y cooperación técnica y profesional a nivel local, nacional y regional.**

Entre los cuatro principios que definen a los medios de servicio público -universalidad, diversidad, independencia y diferenciación-, resalta este último, que revierte la marginación por el papel social estratégico de los medios de servicio público, que estriba en hacer las cosas de forma diferente, en innovar, crear nuevos espacios, nuevas producciones, marcar el rumbo en el mundo audiovisual y liderar nuevos caminos respecto a otras empresas de difusión.²⁴

- 8. La sociedad civil y la sociedad política deben promover un debate plural, amplio y democrático que genere, cumplidas las instancias constitucionales, un marco jurídico para el desarrollo de una radiotelevisión de servicio público, así como una política pública que guíe su desenvolvimiento y coadyuve a la consecución de sus objetivos.**

Luego de un estudio sobre las disposiciones constitucionales de ocho países de América Latina, entre ellos México, el jurista Alejandro Serrano concluye que no existen normas específicas para construir un sistema diferente a los modelos estatal o mercantil. Quedan fuera por completo disposiciones que constituyan verdaderas condiciones

23 *Estándar Internacional BC-9001. Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos para la radio, la televisión y los productores de contenidos para Internet.*

24 *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*, pp. 30-31.

jurídicas para que los medios de radiodifusión masiva funcionen como servicio público.²⁵ Por ello, Serrano señala la necesidad de leyes marco de rango constitucional sobre la radio y la televisión de servicio público.

- 9. La televisión de servicio público debe profundizar sus acciones para que la ética, la transparencia y la rendición de cuentas sean ejes fundamentales de su quehacer.**

Una sociedad participativa e informada requiere transparencia en la constitución y funcionamiento de las instituciones mediáticas de servicio público, en el procedimiento para los nombramientos de sus directivos, y sobre el proceso de propuestas o contratación para las compañías en el campo de la difusión.

- 10. La televisión de servicio público debe adaptarse a las realidades económicas, políticas, culturales y a las necesidades de la población del país.**

Por tanto, y aunque son indispensables el análisis comparativo y el contraste con otros modelos y con las mejores prácticas de radiodifusión de servicio público en el mundo, debemos encontrar nuevos esquemas y nuevas fórmulas para el trabajo de generación de contenidos y de relación con los públicos que respondan a los retos del México contemporáneo. La tarea requiere visión, valor y compromiso.

- 11. La televisión de servicio público debe reforzar su vocación a favor de la democracia, de la libertad de expresión, de la diversidad cultural, de la promoción de los derechos humanos y de la integración latinoamericana.**

A lo largo de los años, expertos y participantes convocados por la UNESCO han consensuado que la televisión

²⁵ *Marcos constitucionales y el servicio público de radiotelevisión en América Latina*. Pp. 203-214.

de servicio público deberá cumplir con siete acciones fundamentales: 1) atención a las capas desprotegidas de la sociedad, 2) estímulo al desarrollo de la industria audiovisual, 3) apoyo a la educación y la formación, 4) estímulo para la consolidación y la extensión de la democracia, 5) canalización del sistema cultural, 6) una programación distinta en singularidad y originalidad, 7) cooperación internacional e integración regional.²⁶

Este punto es de particular importancia, porque permitiría transformar y balancear los flujos actuales de información y comunicación, que tanto inciden en procesos de formación de identidad, de designación de los otros y de representación del mundo.

Se necesita mucho más que principios abstractos para lograr la presencia activa y transformadora de medios de servicio público en México. No obstante, siempre es necesario un primer paso que nos permita recordar que el camino debe estar normado por la ética, las nociones de espacio público, de bien común y de una democracia auténtica.

La radio y televisión de servicio público en el derecho comparado

Los primeros antecedentes de la existencia de medios de servicio público se pueden advertir en algunos textos constitucionales. Por ejemplo, en España, el artículo 20.3 de la Constitución dispone:

“La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.”²⁷

26 *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*, pp. 15-18.

27 <http://www.gva.es/cida/cas/c-normas/constitucion.pdf>

Es de señalarse también el artículo 75 de la Constitución colombiana, en donde se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso al uso del espectro electromagnético:

“El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. “Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.”

Asimismo, el artículo 38 de la Constitución de Portugal prescribe lo siguiente:²⁸

3. La ley asegura, con carácter general, la divulgación de la titularidad y de los medios de financiación de los órganos de comunicación social.
4. El Estado asegura la libertad y la independencia de los órganos de comunicación social ante el poder político y el poder económico, imponiendo el principio de la especialidad de las empresas titulares de órganos de información general, tratándolas y apoyándolas de forma no discriminatoria e impidiendo su concentración, especialmente en los casos de participaciones múltiples o cruzadas.
5. El Estado asegura la existencia y el funcionamiento de un servicio público de radio y de televisión.
6. La estructura y el funcionamiento de los medios de comunicación social del sector público deben salvaguardar su independencia ante el Gobierno, la Administración y los demás poderes públicos, así como asegurar la posibilidad de expresión y confrontación de las diversas corrientes de opinión.

28 http://www.parlamento.pt/espanhol/const_leg/crp_esp/index.html

7. Las emisoras de radiodifusión y de radiotelevisión solo pueden funcionar mediante licencia, que será concedida por concurso público, en los términos que establezca la ley.

En Europa, la televisión comenzó a emitir con regularidad bajo un régimen de monopolio público justificado por la limitación del espacio radioeléctrico. Este argumento -conocido como el de la escasez tecnológica- fue válido mientras todas las emisiones de televisión dirigidas al público se realizaban utilizando las ondas terrestres y la tecnología analógica. El argumento de la escasez tecnológica comenzó a perder solidez a medida que el cable, el satélite o la digitalización de las señales permitieron multiplicar el número de canales que los ciudadanos pueden recibir.²⁹ Por tanto, el avance tecnológico se convirtió en la mejor oportunidad para poner fin a un largo monopolio público de la televisión e inaugurar lo que se ha dado en llamar el “sistema dual” de televisión; es decir, la coexistencia de televisiones públicas y privadas.

Para Herreros López “la regulación de los sistemas de radiodifusión y televisión fue tradicionalmente una competencia propia de los Estados miembros de la Unión Europea. Sin embargo, la ruptura de los antiguos monopolios públicos de televisión y el desarrollo de múltiples tecnologías de emisión trajeron consigo una inevitable internacionalización (europeización a nuestros efectos) de los medios audiovisuales. Así, junto a la dimensión nacional de estos medios surgió desde ese momento una dimensión comunitaria que debía ser atendida por las autoridades comunitarias.”³⁰

Ninguna norma comunitaria establece expresamente que el servicio de televisión deba considerarse como un “derecho exclusivo especial”, en el sentido del artículo 86.1. del Tratado Consultivo de la Comunidad Europea (TCCE),³¹ o como un “servicio de interés

29 Cfr., HERREROS LÓPEZ, Juan Manuel, *El servicio público de televisión*, op. cit. supra, pp. 25-29.

30 Ibidem, p.77.

31 Artículo 86.

1. Los Estados miembros no adoptarán ni mantendrán, respecto de las empresas públicas y aquellas empresas a las que concedan derechos especiales o exclusivos, ninguna medida contraria a las normas del presente Tratado, especialmente las previstas en los artículos 12 y 81 a 89, ambos inclusive.

(...) Puede consultarse en http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/ttce.html

(económico) general”, en el sentido del artículo 86.2. TCCE.³² Por lo que, para el legislador europeo la televisión no es un servicio más. Al contrario, Europa ha prestado gran atención a este servicio, dictando normas que regulan aspectos esenciales del mismo; además, en tales normas existe una clara voluntad de concebir la televisión como un servicio público.³³

Durante la vigencia de los monopolios públicos de televisión, los Estados miembros concibieron este servicio como un derecho exclusivo otorgado a sociedades públicas, situándolo así dentro del apartado primero del artículo 86. Hoy, implantado el sistema dual de televisión pública y privada, y en plena liberalización de las telecomunicaciones, parece poco cuestionable que la televisión pueda ser incluida dentro del apartado segundo del mismo artículo; es decir, como un servicio de interés económico general.

Los Estados Unidos, a diferencia de Europa, no estuvo bajo un régimen de monopolio público. La televisión privada siempre ha existido y ejerce gran predominio sobre la televisión pública. En 1943, la Corte Suprema de los Estados Unidos declaró en el caso NBC vs. los Estados Unidos, que la limitación natural del espacio radioeléctrico justificaba el “carácter de público” de las frecuencias disponibles para emitir.³⁴

Para Herreros López “la figura del servicio público puede ser una fórmula válida sobre la que articular el régimen jurídico de la televisión. No se aboga por el tradicional servicio público subjetivo,

32 Artículo 86.

(...) 2. Las empresas encargadas de la gestión de servicios de interés económico general o que tengan el carácter de monopolio fiscal quedarán sometidas a las normas del presente Tratado, en especial a las normas sobre competencia, en la medida en que la aplicación de dichas normas no impida, de hecho o de derecho, el cumplimiento de la misión específica a ellas confiada. El desarrollo de los intercambios no deberá quedar afectado en forma tal que sea contraria al interés de la Comunidad.
(...) Puede consultarse en http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/ttce.html

33 Directiva 89/552/CEE del Consejo de las Comunidades Europeas, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, modificada por la Directiva 97/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de junio de 1997.

34 Cfr., BARENDT, E., *Broadcasting Law, A Comparative Study*, Oxford, Clarendon Press, 1993, p. 31.

caracterizado por la reserva de la actividad a la exclusiva titularidad y gestión del Estado.”³⁵

Los medios públicos no solo cumplen una función de servicio público cuando garantizan el derecho a la información de la ciudadanía. Lo hacen también cuando contribuyen a su formación cívica, cultural, social; a la educación entendida en sentido profundo y universal; cuando extienden pautas de conducta en campos como la sanidad, la prevención de accidentes, la atención a los sectores más vulnerables de la sociedad, la educación a distancia. En suma, cuando contribuyen a generar una conciencia crítica colectiva.

Sin lugar a dudas, es ahora un instrumento insustituible y omnipresente en el proceso de participación democrática de las sociedades avanzadas, algo que adquirirá una mayor entidad en el futuro, con la Televisión Digital Terrestre y con las posibilidades de calidad e interactividad que va a aportar.

En México se estableció el dominio directo de la Nación sobre el espacio territorial y el medio sobre el que se propagan las ondas electromagnéticas, por tratarse de un bien limitado al que no puede acceder todo ciudadano. De acuerdo con el artículo 27 constitucional, el espacio situado sobre el territorio pertenece originariamente a la Nación, y su uso o aprovechamiento solo es posible a través del otorgamiento de concesiones por parte del Poder Ejecutivo Federal. En este mismo sentido, la Ley Federal de Radio y Televisión le atribuye a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la facultad de otorgar concesiones y/o permisos para la instalación y operación de estaciones de radio y televisión por un periodo de 20 años³⁶, prorrogables con preferencia del concesionario actual sobre terceros. La Ley de la materia en su artículo 1 señala: “Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible”. Su artículo 2 establece: “El

35 HERREROS LÓPEZ, Juan Manuel, *El servicio público de televisión*, op. cit. supra, p. 29.

36 La Suprema Corte de Justicia de la Nación, al resolver la acción de inconstitucionalidad sobre la Ley Federal de Radio y Televisión y la Federal de Telecomunicaciones, declaró inconstitucional establecer un plazo fijo por afectar la rectoría del Estado.

uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y de expresión, solo podrá hacerse previa concesión o permiso que el ejecutivo federal otorgue en los términos de la presente ley”. Dicha Ley ofrece dos formas para el uso del espectro, la concesión o el permiso; en el caso de la primera cuando se tenga como finalidad comercializar, y en la segunda, cuando el fin sea cultural o educativo. Asimismo, se justifica la competencia federal en materia de radio y televisión por ser el espacio situado sobre el territorio nacional el medio por el que se propagan las ondas electromagnéticas.

Las legislaciones chilena, española y francesa, por ejemplo, ubican a la actividad de la radio y televisión dentro del servicio público mientras que el sistema jurídico mexicano la considera como de “interés público” -artículo 4 de la Ley Federal de Radio y Televisión-, por lo que, conforme a la doctrina, comprende un servicio público impropio o virtual, pues se satisfacen necesidades de carácter general, ya sea de información, difusión, esparcimiento u otras.

Regulación de los medios públicos

El punto de partida en este punto ha sido generalmente la participación del gobierno. ¿Debe intervenir el gobierno en los medios públicos? Si es así, ¿en qué medida o cómo? Estas son algunas de las interrogantes básicas que deberían ser despejadas. No existe una postura unívoca ni una solución uniforme sobre el tema, si bien puede decirse que en buena parte de los casos el Poder Legislativo tiene una participación efectiva. Con todo, la experiencia comparada arroja datos que ponen de relieve que en este aspecto cada país ha adoptado fórmulas ajustadas a su propia circunstancia cultural, política y jurídica. En todo caso, la participación gubernamental no debiera ser absoluta o mayoritaria de tal forma que impidiera pautas razonables de independencia.

En un estudio reciente del *Open Society Institute* se sostiene lo siguiente: “Los Gobiernos deben promulgar legislación donde se necesita, implementar la legislación existente como se requiera, para

asegurarse de que los medios públicos cuenten con procedimientos de nombramiento para los Directores Generales y para los miembros de los Consejos de Administración de manera que sean independientes, transparentes y justos.³⁷

Los medios públicos deben estar regulados de manera que sean realmente autónomos y libres; que garanticen el pluralismo realmente existente en nuestra sociedad; que informen con veracidad y profesionalidad; que tengan una programación de entretenimiento de calidad; que contribuyan al desarrollo de nuestra industria audiovisual; que sean de todos los ciudadanos, cuya máxima representación sea elegida por una mayoría parlamentaria y no por el gobierno, y cuyo Consejo de Administración tenga una vigencia por un plazo superior y no coincidente con alguna cámara de representación popular. Obviamente, los medios públicos deberían contar con un estatuto profesional de sus periodistas, con un reglamento de protección de los menores, con una gestión transparente y con una autoridad externa que vele por su cumplimiento, entre otros puntos.

Los gobiernos deben promulgar legislación que obligue a los medios públicos a que establezcan mecanismos para asegurar la transparencia de sus gastos y la utilización de los fondos públicos.³⁸

Los Consejos de Administración de los medios públicos deben estar obligados -y si lo están ya, estas obligaciones deben hacerse cumplir- a asegurar que su programación se cumpla de conformidad con sus mandatos. Esto es particularmente importante en vista de que los medios públicos suelen ceder a las presiones comerciales, ajustando su programación con miras a aumentar su audiencia como prioridad.³⁹

Sobre la base de lo anterior, el marco normativo de los medios públicos es el punto de partida para entender su misión. Si la designación y la remoción de las autoridades dependen directamente del Poder Ejecutivo, la conducta del medio tiende a ser compatible

37 Open Society Institute, *Television across Europe: regulation, policy and independence*, Hungría, EU Monitoring and Advocacy Program, Network Media Program, 2005.

38 Idem.

39 Idem.

con los criterios de ventaja política del gobierno de turno; se habla así de “medios gubernamentales”. Si por el contrario, en el proceso de generación, control y remoción de las autoridades intervienen órganos plurales y representativos del Estado, será posible referirse a medios públicos estrictamente.

Este conjunto de normas es una condición necesaria -pero no suficiente- para garantizar una perspectiva de Estado de alto consenso social. A ésta debe sumarse una opinión pública favorable y vigilante, el profesionalismo de los integrantes de los medios públicos y la autorregulación por parte de los mismos medios públicos.

Autorregulación de los medios públicos

En este estudio se ha preferido utilizar el vocablo “autorregulación” en lugar del término “autocontrol”, en virtud de las siguientes consideraciones:

1. La Real Academia Española de la Lengua no incluye en el *corpus* del Diccionario de la Lengua Española el vocablo “autocontrol”, aunque sí reconoce el término “autorregulación”, circunstancia que pone de relieve un primer criterio de selección lingüística de un cuerpo profesional dotado de reconocimiento público para emitir juicios sobre el correcto uso de la lengua española, como ciertamente lo es la Real Academia Española de la Lengua.
2. El Diccionario de la Lengua Española define el vocablo “control” como proveniente del francés *contrôle* y cuyo significado es “comprobación, inspección, fiscalización, intervención” o bien “dominio, mando, preponderancia”. El mismo Diccionario define también la noción de “regular” como proveniente del latín *regularis*, que significa “ajustado y conforme a regla” o también como una derivación de la acepción latina *regulare*, que quiere decir “medir, ajustar o computar una cosa por comparación o deducción”. Bajo esta misma noción, el Diccionario define “regular” como “ajustar, reglar o poner en orden una cosa”, “ajustar el funcionamiento de un sistema a determinados fines” y “determinar las reglas o normas a que debe ajustarse una persona o cosa”.

3. Como se puede advertir, el espíritu que anima la decisión de los medios de darse a sí mismos reglas de conducta se identifica más con las nociones de “regular” que de ejercer “control”, si bien la idea de ejercer control se encuentra relacionada con el propósito de acotar la libertad plena. Y esto es particularmente cierto, porque “regular” supone la expedición de un conjunto de normas o reglas a las que deben ajustarse los propios medios en su relación con el Estado y con la sociedad donde se establecen derechos y responsabilidades para los sujetos sistémicos. Por el contrario, la palabra “control” no parece admitir en su significado un sistema de reglas de conducta de naturaleza procedimental, sino que más bien apela al fin en sí mismo, en este caso, restringir o limitar la libertad. De ahí que resulte más apropiado utilizar el vocablo “autorregulación” que “autocontrol”. Existen diversas nociones sobre el alcance conceptual de autorregulación informativa. No hay, empero, una definición unívoca de alcance universal.⁴⁰

Una definición clásica es la que ofrece Löffler: “Los organismos de autocontrol de la prensa son instituciones creadas por y para la prensa, en el seno de las cuales periodistas y editores, adoptando libremente sus decisiones y siendo responsables únicamente ante su propia conciencia, cooperan a fin de preservar la existencia de relaciones equilibradas y leales entre la prensa de un lado, y el Estado y la sociedad de otro, por medio del mantenimiento en el interior de la prensa de una alta moralidad profesional y por la defensa en el exterior de ella de la libertad de prensa.”⁴¹

Sin embargo esta definición tiene dos insuficiencias. La primera radica en que Löffler subsume el espíritu de la autorregulación en el organismo de ejecución de las normas. Se deja de lado, por tanto, el verdadero sentido de esta institución. El valor de la autorregulación no reside únicamente en que haya un organismo que ejecute las convenciones

40 Ésta fue también una de las primeras conclusiones a que llegó un foro sobre el tema organizado el Consejo de Europa. Consejo de Europa, *Proceedings of the Information Seminal on Self-regulation by the Media*, Estrasburgo, 7 y 8 de octubre de 1998, p. 6.

41 LÖFFLER, Martin y HÉBARRE, Jean Louis, *Form und Funktion der Presse-selbstkontrolle in Weltweiter sicht*, Munich, Verlag una Zeitschriften, 1976, p. 11.

previamente adoptadas por los sujetos sistémicos, sino en el hecho de que se establece un sistema de convivencia con la aquiescencia de los sujetos de la información, basado en un conjunto de normas que establecen las reglas del juego informativo, generando certeza⁴² sobre la actuación de los medios, credibilidad⁴³ sobre el tratamiento informativo y garantías para un mejor ejercicio del derecho colectivo a la información.⁴⁴ La segunda consiste en el uso extemporáneo del vocablo “libertad de prensa”, en desuso después de la Segunda Guerra Mundial y al que, con razón, Azurmendi se refiere como “vestigio de la arqueología jurídica que, muy sorprendentemente, hay quien lo sigue empleando para referirse, bien al sistema completo del derecho de la información, bien al derecho a la información, bien a la libertad de expresión.”⁴⁵

El tipo de regulación que ejercen estos organismos es de carácter ético, a través de una serie de normativas que los medios de comunicación se obligan a cumplir. Para Aznar, la autorregulación es el “conjunto de diferentes iniciativas, acuerdos, organismos, instituciones, etcétera que poseen dos rasgos comunes: el objetivo de hacer efectiva la deontología de una determinada actividad o de contribuir a ello; y que quienes los crean y dan continuidad son los mismos agentes que llevan a cabo dicha actividad.”⁴⁶

La autorregulación emana directamente del propio responsable de la información -reporteros, locutores, conductores de noticias, comentaristas, editores, directores, dueños de los medios, etcétera- sin que medie ningún organismo de por medio. La finalidad de la autorregulación es el establecimiento de un producto informativo no solo de gran calidad, sino con una gran relevancia social, cuyo contenido cumpla con entregar a la sociedad información suficiente,

42 La certeza se construye a la luz de los códigos deontológicos que sirven para que los ciudadanos puedan construir grupos de recepción crítica de informaciones y opiniones proporcionadas por los medios.

43 La credibilidad es la medida de confianza del público en que las informaciones y opiniones que ofrecen los medios están basadas en hechos verídicos y en un sentido de honestidad.

44 En el sentido de derecho a recibir datos, hechos y opiniones de interés público.

45 Azurmendi, Ana, *Derecho de la información. Guía jurídica para profesionales de la comunicación*, Pamplona, Eunsa, 1997, p. 29.

46 Aznar, Hugo, *Comunicación Responsable*, Barcelona, Paidós, 1999, p. 12.

veraz y oportuna, permitiendo así una adecuada participación de los ciudadanos en la toma de decisiones de la sociedad.

Por las razones anteriores se propone -como una definición provisional- que por autorregulación informativa pueda entenderse “el sistema de reglas de conducta adoptado por los medios en relación con el Estado, la sociedad y la propia comunidad periodística, el cual se encuentra dotado de un órgano de ejecución y/o creación de normas sustantivas y procedimentales y tiene como objetivos preservar las libertades informativas con responsabilidad social.”⁴⁷

El concepto de autorregulación informativa propuesto se compone de los siguientes elementos constitutivos:

- a) Es un sistema de organización basado en reglas de conducta que deben observar personas físicas -periodistas, público, etcétera- y personas jurídicas o morales -empresas informativas, anunciantes, etcétera- en relación con el fenómeno informativo y comunicativo;
- b) El sistema se basa en la adopción de un conjunto de normas que contiene imperativos hipotéticos con el propósito de fortalecer las libertades informativas -libertad de información y libertad de expresión- con responsabilidad social -normas deontológicas que protejan el derecho al honor, a la vida privada y a la propia imagen de las personas, el sistema democrático, la moral y la paz públicas y que coadyuven a optimizar el derecho a la información, etcétera- y,
- c) Este sistema cuenta con un organismo encargado de ejecutar -y regularmente de crear- normas procedimentales, de manera que exista un razonable equilibrio entre vigencia normativa y eficacia normativa.

Una de las formas de exteriorización del sistema de autorregulación informativa es precisamente a través de los organismos de ejecución

47 Villanueva, Ernesto, *Autorregulación de la Prensa*, México, Porrúa, Universidad Iberoamericana, 2002, pp. 24-25.

(y/o creación) de normas deontológicas, conocidos comúnmente como Consejos de Prensa o, más recientemente, como Consejos de Noticias, que no son en modo alguno entidades de autocensura como se ha llegado a pensar. Y es que una de las preocupaciones en el ámbito periodístico ha sido asociar autorregulación con autocensura.

Las diferencias entre la primera y la segunda las ha expuesto correctamente Desantes.⁴⁸ La autocensura es siempre por definición una acción *ex ante*, mientras la autorregulación, por el contrario, comporta una acción *a posteriori* de la publicación o difusión de la información. La autocensura es una acción precautoria para evitar reacciones legales o metalegales en una sociedad autoritaria; la autorregulación es, *a contrario sensu*, una respuesta de la propia comunidad periodística para mejorar la calidad de la información, que florece solo en una sociedad democrática. La autocensura es resultado de una iniciativa personal fundada en el temor y la represión; la autorregulación es, en cambio, producto de la razón objetiva y voluntaria de quienes intervienen de manera directa en las tareas informativas por la convicción compartida de que la labor de informar cumple una función social que le trasciende.

La autorregulación ha sido una de las fórmulas más acabadas para vincular libertad con responsabilidad que tiene en el centro de la discusión a la información. La información es, por su parte, un conjunto de datos y conocimientos puestos en forma, es decir, organizados para que puedan ser aprovechados de la mejor manera por los ciudadanos. Pero qué tipo de datos y conocimientos se requiere para oxigenar una sociedad democrática, y qué responsabilidades deben asumir los medios informativos con la sociedad, en la medida en que su presencia se explica solo en cuanto sirven a la propia comunidad, son interrogantes que deben ser examinadas con detenimiento. Hay que señalar en principio que el papel cada vez más determinante de los medios en los procesos de formación de opinión pública y en la materialización del derecho a la información ha puesto de relieve la necesidad de vincular el quehacer mediático a las necesidades

48 Desantes, José María, *El autocontrol de la actividad informativa*, Madrid, Edicusa, 1973, p. 19.

sociales. Lo que se da es un proceso más o menos subjetivo de selección de hechos que aspiran a convertirse en noticias. Cómo decidir qué hecho noticioso debe convertirse efectivamente en noticia es una interrogante que no admite una respuesta universal.

En todo caso, lo cierto es que en buena medida la decisión sobre qué informar depende de los periodistas, generalmente de los editores. Sin embargo, esta potestad no debe ser ilimitada; debe estar sujeta a criterios razonables de profesionalismo y, a final de cuentas, de responsabilidad social. La teoría de la responsabilidad social es el resultado de un replanteamiento del papel de los medios en la sociedad.

Las libertades informativas son la columna vertebral para la salud y la sana reproducción de un régimen democrático. Pero las libertades sin dirección o sin rumbo carecen de sentido para la comunidad, es decir, de utilidad social. En realidad, las libertades informativas solo se explican en el fondo si satisfacen un derecho fundamental: el derecho a la información del público. La libertad de expresión, es decir, el derecho a emitir ideas, opiniones y juicios de valor por cualquier medio, y la libertad de información -el derecho de buscar, procesar y difundir hechos de carácter noticioso- constituyen herramientas de intermediación entre el origen informativo, las fuentes públicas y privadas, y el destinatario final, el individuo. Más todavía, los medios de comunicación, por medio del ejercicio profesional de estas dos libertades, habilitan al individuo para ser ciudadano, para participar en la toma pública de decisiones, requisito *sine qua non* de la democracia y razón del derecho a la información.

Mientras las libertades de expresión e información son medios, el derecho a la información es un fin; se trata de conceptos correlacionados pero distintos. Y la información en este proceso de reforma adquiere una importancia capital. No tiene nada de sorprendente este fenómeno si se toma en cuenta el papel cada vez más significativo de los medios en la vida pública, en el ejercicio del poder, en la formación de opiniones y, en suma, en el propio proceso de acceso ciudadano a la información.

Libertad y responsabilidad son las dos caras de una misma moneda: el derecho a la información, en su más amplia expresión. Es necesario entonces ubicar las cosas en su justa esencia. Las libertades informativas tienen límites o fronteras derivadas de la posibilidad para ejercer otros derechos fundamentales. En el mundo entero, la dualidad libertad-responsabilidad constituye una premisa verificable en el derecho comparado. Tanto los ordenamientos jurídicos supranacionales como los sistemas jurídicos internos de cada país definen los límites al ejercicio de las libertades informativas. En efecto, al lado del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, que universaliza las libertades de expresión e información, se encuentra el artículo 29, que a la letra expresa:

1. (...)
2. En el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de sus libertades, toda persona estará solamente sujeta a las limitaciones establecidas por la ley con el único fin de asegurar el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás, y de satisfacer las justas exigencias de la moral, del orden público y del bienestar general en una sociedad democrática.
3. Estos derechos y libertades no podrán en ningún caso ser ejercidos en oposición a los propósitos y principios de las Naciones Unidas.

En el mismo tenor, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos dispone en el artículo 19 lo siguiente:

1. (...)
2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

3. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:
 - a) Asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás;
 - b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

Finalmente, la Convención Americana sobre Derechos Humanos también regula las limitaciones a las libertades informativas, en los términos del artículo 13 que establece:

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:
 - a. el respeto a los derechos o a la reputación de los demás,
o
 - b. la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.
- (...)
5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra

acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

Asimismo, no existe una sola Constitución en el mundo que reconozca en forma ilimitada el ejercicio de las libertades de expresión e información. Incluso en los Estados Unidos, junto a la conocida primera enmienda que representa para muchos el paradigma de las libertades informativas, existe la quinta enmienda que reivindica los derechos de terceros.

Así pues, los límites a las libertades informativas son una práctica democrática que maximiza el papel de los medios en la perfección de las instituciones de los Estados de derecho, pero que en casos excepcionales tiene la posibilidad legítima de utilizar el orden jurídico para impedir que se socave el acuerdo en lo fundamental que distingue un país de leyes de un Estado sin derecho.

Razones para la existencia y características de los medios de servicio público

El sistema dual de medios de comunicación debe situar a las televisoras y radiodifusoras públicas como principales depositarios y garantes del servicio público, pero no como los únicos. La titularidad y/o gestión privadas de algunos medios justifica, al amparo de las libertades reconocidas en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, un régimen más flexible que el previsto para los medios públicos, pero no una completa liberalización. De no ser así, los medios públicos, con su programación de servicio público, ocuparían una posición residual y minoritaria.⁴⁹

Los informes emitidos por las Direcciones Generales de la Comisión Europea carecen de vinculación jurídica. Sin embargo, la experiencia demuestra que dichos informes tienen una repercusión real tanto en

49 Cfr. Fernández Rodríguez, José Julio, "Comunicación y servicio público (una aproximación interdisciplinaria)", *Revista de Estudios Políticos*, núm. 114, 2001, pp. 180-181.

el Derecho comunitario como en los respectivos Derechos internos.⁵⁰ Es por esta razón que resulta atendible lo apuntado en el informe de la Dirección General del 26 de octubre de 1998, en el que se contienen interesantes reflexiones sobre el servicio público de la radiotelevisión y su sistema financiero.

El informe señala que una sociedad democrática no puede existir sin medios de comunicación de masas que sean ampliamente accesibles, reflejen el pluralismo social, informen suficientemente sobre los asuntos públicos y promuevan un debate público. Deben, además, desempeñar un papel informativo y no de naturaleza formativa y cultural.⁵¹

La Comisión Europea sostiene que, con el propósito de asegurar un equilibrio entre el libre mercado y la satisfacción de los intereses generales, es necesario un servicio público de radiotelevisión caracterizado por la calidad y la diversidad.⁵² Este servicio público supone realizar las siguientes tareas:

- a) promover la educación y la cultura;
- b) suministrar información veraz a los ciudadanos;
- c) garantizar el pluralismo; y,
- d) ofrecer una programación de entretenimiento con calidad.⁵³

Se apuesta por un sistema dual en el que los sectores público y privado se complementen. La Dirección General se apoya en los artículos 86 y 87 del Tratado de la Comunidad Europea, interpretados en concordancia con lo establecido en el Protocolo número 32 sobre el sistema de radiotelevisión pública que incorpora el Tratado de Ámsterdam.⁵⁴

50 Cfr. Herreros López, Juan Manuel, *El servicio público de televisión*, op. cit. supra, p. 95-98.

51 Cfr. High Level Group on Audiovisual Policy, Dirección General X de la Comisión Europea, 26/10/1998, p.1.

52 Un servicio público que cada Estado podrá encomendar, para su cumplimiento, tanto al sector público como al sector privado. *Ibidem*, p. 3.

53 *Ibidem*, pp. 1-3.

54 *Ibidem*, p. 2.

Para la UNESCO la existencia de los medios públicos se justifica en el reconocimiento del importante papel que juegan en el ejercicio de la participación en la vida pública: (...) los medios públicos son instrumentos para promover el acceso a la educación, cultura, conocimiento y fomento de interacciones entre los ciudadanos. (...).⁵⁵

La UNESCO ha utilizado como estrategia realzar el papel de la difusión del medio público como servicio único que proporciona el acceso universal a la información y conocimiento con la calidad y contenido diverso que reflejan las necesidades, las preocupaciones y las expectativas de las variadas audiencias.⁵⁶

Un argumento adicional para justificar su existencia es la propia finalidad de los medios electrónicos, sin importar si son privados o públicos: satisfacer el derecho a la información del público. Con la particularidad de que deben ampliar los horizontes culturales mediante una programación que informe y entretenga y cuyos contenidos respondan a criterios de diversidad cultural, pluralismo ideológico y libertad de expresión, fortaleciendo la democracia y el ejercicio de la ciudadanía.

Otro argumento es el proceso creciente de des-reglamentación de la radio y la televisión comerciales, que tiene como contrapartida proporcional la eliminación de funciones mínimas de servicio público, tarea que debe ser confiada a los medios de servicio público. Es aquí donde reside precisamente uno de los puntos fuertes a favor de la existencia de medios de buen hacer periodístico, educativo y cultural en su más amplia expresión. De ahí que en la experiencia comparada los medios públicos no sean solo opciones alternativas o marginales, sino verdaderas opciones para el público.⁵⁷

La apuesta de la sociedad en los medios públicos en diversos países pone de manifiesto que la combinación que hace de lo importante

55 Banerjee, Indrajit and Seneviratne, Kalinga (edit.), *Public Service Broadcasting, A Best Practices Sourcebook*, UNESCO, 2005, p. 12.

56 Cfr. Idem.

57 Cfr. Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, *Public service broadcasting in South Asia: Legal, financial and administrative issues*. Kuala Lumpur, Malaysia: Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, 2000.

algo interesante resulta una fórmula de éxito, que además tiene un impacto en el mejoramiento de los medios en general ante la fuerte competencia que logra un público receptor crítico y demandante de productos de calidad.

La tarea no es fácil, antes bien se aprecia sinuosa y complicada. A veces parece que los medios públicos se encuentran atrapados entre el servicio público y las demandas de eficacia empresarial; y si buscan la lucha por ganar grandes audiencias no tendría mayor diferencia de la televisión o de la radio comercial. En este caso, ¿para qué tener una televisión o una radio pública que no marca la diferencia? Y si, por el contrario, asumen una función ortodoxa de servicio público parecen convertirse en medios marginales y destinados a las minorías. ¿Debe la sociedad destinar recursos para lo que ella no consume en forma mayoritaria? ¿Debe haber medios de servicio público sin público? ¿Debería preservarse el modelo de radio y televisión públicas o este servicio público podría ofrecerlo la empresa privada?

El problema de fondo es que los propios medios públicos han seguido parámetros de conducta que no son los suyos. Han perdido progresivamente un discurso y una terminología propios que los legitime de cara a la opinión pública, y voltean la mirada a la empresa privada como paradigma de éxito y reconocimiento social.

En síntesis, las versiones gubernamentales han sostenido -palabras más palabras menos- que el titular del Poder Ejecutivo encarna la representación popular al ser electo en las urnas, razón por la cual no hay necesidad alguna de representación adicional en los medios con cargo al erario. De esta suerte, según este argumento basta y sobra con que los medios sean administrados y operados por el gobierno para ser considerados con toda legitimidad medios públicos. Se trata, por supuesto, de una afirmación que no resiste un análisis con el mínimo de profundidad por lo siguiente:

- a) El Ejecutivo no es el gobierno ni mucho menos el Estado. El gobierno está compuesto también por el poder legislativo y el judicial.

- b) Los medios públicos son herramientas para satisfacer el derecho a la vinformación del público.

Para la UNESCO⁵⁸, los rasgos distintivos de los medios públicos son:

- a) Universalidad:** Los medios públicos deben ser accesibles a cada uno de los ciudadanos a través del país. Esta es una meta profundamente igualitaria y democrática hasta el punto que coloque a todos por igual, sin importar el estatus social o económico. Esto obliga a los medios públicos a dirigirse a la población entera y a buscar ser vistos por el mayor número posible.
- b) Diversidad:** Los servicios ofrecidos por los medios públicos deben diversificarse por lo menos de tres formas: por el género de los programas ofrecidos, por el grupo objetivo de audiencias y por los temas de coyuntura o interés. Los medios públicos deben reflejar la diversidad de los intereses del público ofreciendo diversos tipos de programación, desde noticieros a programas ligeros. Algunos programas van dirigidos a una parte de la población, cuyas expectativas son variadas. Al final, los medios públicos deben alcanzar a todos, no con cada programa, sino con la programación completa y su variedad. Finalmente, los medios públicos, a través de los diversos temas de interés o de coyuntura, pueden responder a la variedad de intereses del público y reflejar una gama completa de temas de interés de la sociedad. La diversidad y universalidad son complementarias en la producción de programas.
- c) Independencia:** Los medios públicos deben ser un foro en el que las ideas se expresen libremente y donde la información, la opinión y la crítica circulen. Esto es posible si el medio público es independiente, de forma que se permita la libertad del medio público a oponerse contra la influencia comercial o

58 WRTVC, *Public Broadcasting: How? Why?*, Paris, UNESCO, 2001. La traducción es nuestra.

política. Si la información proporcionada por el medio público tiene influencia del gobierno, se genera desconfianza en los contenidos por parte de las audiencias. Asimismo, si la naturaleza jurídica del medio público es comercial, la gente se cuestionará la validez de continuar financiando un servicio de programación que sustancialmente no es diferente de aquellos que ofrecen los medios de comunicación comercial.

d) Distinción: Los servicios ofrecidos por los medios públicos deben distinguirse de aquellos que ofrecen la radio y televisión comerciales. En la programación el público debe identificar las diferencias. No es simplemente una cuestión de producir el tipo de programas que otros medios no están interesados, de tener como objetivo a audiencias descuidadas por otros o de ocuparse de temas olvidados por otros: se trata de hacer cosas diferentes sin excluir ningún género. Este principio debe conducir a los medios públicos a innovar y experimentar, a crear nuevos temas y nuevos géneros y a fijar el paso en el mundo audiovisual.

Los medios públicos se deben sustentar en la libertad de expresión, que solo puede derivar de la autonomía e independencia frente al poder público del Estado Constitucional Democrático. Además, deben tener como rasgo distintivo una serie de principios o valores sociales, más que el hecho de ser públicos en tanto su existencia corre a cargo del erario. Por el contrario, corre a cargo del presupuesto estatal su funcionamiento porque efectivamente cumplen una utilidad social.

Al respecto, el Consejo de Europa plantea:

Los medios públicos deben proveer a toda la sociedad de información, cultura, educación y entretenimiento, estimular la ciudadanía social, política y cultural y alentar la cohesión de la sociedad. Para ello, es típicamente universal en términos de contenido y acceso. Ello garantiza independencia editorial e imparcialidad, provee un referente de calidad, ofrece variedad de programas y servicios viendo por las necesidades de todos

los grupos de la sociedad y públicamente rinde cuentas de sus actos.⁵⁹

Cabe destacar el Protocolo de Ámsterdam suscrito por los miembros de la Unión Europea en 1997 en el que, entre otras cosas, se afirma que el sistema de radiodifusión pública “está directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad, y con la necesidad de preservar el pluralismo de los medios de comunicación.”

En Europa se pretende crear un mercado común europeo donde se favorezca el intercambio de opiniones e informaciones; se promueva la cultura y la obra audiovisual europeas; se regule la emisión de publicidad, televenta y patrocinio; se proteja a la infancia y a la juventud; se reconozca un derecho de réplica ante informaciones erróneas; y se garantice la retransmisión en abierto de ciertos acontecimientos catalogados de interés general. Estos objetivos se toman como referentes en la Directiva 89/552/CEE del Consejo de las Comunidades Europeas,⁶⁰ modificada por la Directiva 97/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo⁶¹ constituye la principal norma comunitaria sobre televisión, pero sobre todo se convierte en una norma de reestablecimiento de principios básicos obligatorios, permitiendo a los Estados miembros establecer obligaciones incluso más estrictas.

Un claro ejemplo de lo anterior es el reconocimiento constitucional que Portugal hace respecto a los rasgos distintivos de los medios públicos en su artículo 38.6: “La estructura y el funcionamiento de los medios de comunicación social del sector público deben salvaguardar su independencia ante el Gobierno, la Administración y los demás poderes públicos, así como asegurar la posibilidad de expresión y confrontación de las diversas corrientes de opinión.”

59 Numeral 2 de la Resolución op. Cit. supra.

60 Sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, publicada el 3 de octubre de 1989, puede consultarse en <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:ES:HTML>

61 Publicada el 30 de junio de 1997, puede consultarse en http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&model=guicheti&numdoc=31997L0036&lg=es

La Recomendación del Consejo de Ministros del Consejo de Europa para Garantizar la Independencia del Servicio Público de Radiotelevisión⁶² establece que las nociones de independencia y autonomía han de entenderse tanto frente a los distintos gobiernos, como frente a los poderes privados, y que han de ser objeto de especial garantía en las siguientes áreas:

- a) confección y definición de la programación;
- b) configuración y producción de los programas;
- c) edición y presentación de los informativos y programas;
- d) organización de las actividades del servicio;
- e) selección, contratación y dirección del personal al servicio de los entes;
- f) compra, alquiler y utilización de bienes y servicios;
- g) administración de los recursos financieros;
- h) confección y ejecución del presupuesto económico;
- i) negociación, redacción y firma de actos normativos referidos al funcionamiento del servicio; y,
- j) representación del servicio en los procedimientos judiciales.

El Consejo, en la Recomendación número 1 sobre el futuro de los medios públicos⁶³ establece como política de medios de comunicación que la independencia de los medios públicos se debe garantizar con la adecuada organización, así como con consejos internos plurales y otros organismos independientes.

En efecto, las normas que regulan a los medios públicos deben estipular la obligación de sus miembros directivos a actuar

62 Recomendación N R(96)10, Adoptada por el Consejo de Ministros el 11 de septiembre de 1996. http://www.aideka.tv/sabios/images/recomendacion_consejo_europa_9610.pdf

63 http://www.aideka.tv/sabios/images/politica_de_medios_de_comunicacion_consejo_e.pdf

exclusivamente en interés del medio. Los actos de los responsables de los entes, así como la actividad del medio, deben ser objeto de un control *a posteriori* por parte de autoridades constituidas (autoridades reguladoras independientes). Por ello, el Consejo de Europa recomienda que los miembros de estas autoridades sean nombrados a través de un procedimiento abierto y plural, así como que representen colectivamente los intereses de la sociedad en general.

La Recomendación N° (99)1, del Consejo de Ministros sobre Medidas para la Promoción del Pluralismo Informativo⁶⁴, señala lo siguiente: los Estados miembros deberán fijar límites a la propiedad de los medios de comunicación audiovisuales, teniendo en cuenta tanto la audiencia de los medios de comunicación que controla un operador, como su participación en el total de los recursos económicos del sector. Además, el Consejo propone que estas medidas sean adoptadas por autoridades sectoriales o en su defecto, las autoridades de competencia, en el momento de juzgar la existencia de una concentración, prevean las posibles consecuencias de la misma en el pluralismo informativo.

Se destaca la necesidad de salvaguardar el pluralismo informativo en la era de la digitalización. Para ello debe asegurarse que los nuevos operadores puedan acceder al mercado en condiciones equitativas, transparentes y no discriminatorias. Se advierte igualmente de los riesgos que para el pluralismo informativo entrañan las posiciones de dominio en relación con los decodificadores o las guías de programación electrónica.

Para preservar el pluralismo informativo no es suficiente con tomar medidas relativas a la concentración de empresas, sino que se precisan también medidas específicas sobre los contenidos de la programación, tales como obligaciones de emitir un determinado porcentaje de programas de producción propia, límites a la emisión en cadena, obligación de que un operador dominante permita el acceso de programadores independientes a sus emisiones, etcétera.

64 Adoptada por el Consejo de Ministros el 19 de enero de 1999.

Se insta a los Estados miembros a hacer todo lo posible para garantizar la independencia de los responsables editoriales de los medios de comunicación.

El Consejo de Ministros no solo declara la legitimidad de los medios audiovisuales existentes, sino que destaca la importancia de éstos para contribuir a fomentar el pluralismo informativo. En tanto que medios de titularidad pública, se recomienda la adopción de medidas que favorezcan la participación de los ciudadanos en la confección de la programación.

El II Programa Plurianual de Organización de los Medios de Comunicación de Masas (1981-1986) creó un Comité Director para los medios de comunicación de masas que, tras la Sexta Conferencia Ministerial Europea sobre la Política de los Medios de Comunicación de Masas, constituyó a su vez un comité de apoyo sobre cuestiones relativas a la concentración en el sector y, por ende, al pluralismo informativo. Dicho comité presentó el informe *La diversidad de los medios en Europa*, en el 2002. Las principales conclusiones son las siguientes:

- a) Es necesario que los Gobiernos nacionales adopten medidas concretas y firmes que se opongan a los procesos de concentración en el sector de los medios de comunicación.
- b) La concentración actual en el sector mediático demuestra la importancia de un servicios público de radiotelevisión fuerte e independiente que garantice una información objetiva y plural.
- c) Cualquier control sobre la concentración de medios debe tratar de prevenir las operaciones verticales u horizontales que puedan suponer un atentado al pluralismo cultural y político.
- d) El criterio de la audiencia debe considerarse como un criterio idóneo para controlar el nivel de concentración en el sector mediático, pues refleja la influencia real de un operador sobre un mercado concreto.

- e) Los órganos de control de la concentración mediática deberán estar facultados para aplicar las sanciones que sean necesarias en los supuestos de incumplimiento de la normativa.

A la luz de lo expuesto, se advierte que los medios públicos deben observar los siguientes rasgos distintivos mínimos:

- a) Los medios públicos deben ser gestionados de manera independiente, como una entidad de Estado y no del gobierno. Ello supone una participación activa en su dirección y composición de grupos representativos de la sociedad civil, pues en todo caso el interés público es siempre asunto del público, porque en ello va un instrumento *ad hoc* para optimizar el derecho a la información;
- b) Los medios públicos deben poner el acento en el presupuesto público, pero dar salidas para ingresos complementarios por la vía publicitaria, recaudación de fondos y prestación de servicios;
- c) Los medios públicos deben crear un espacio propio para el debate y la discusión social con la participación programática de sectores sociales representativos, de tal suerte que la libertad de información no sea una frase retórica para la inmensa mayoría de los ciudadanos, pues es sabido que el acceso a los medios privados o es mínimo o no existe por completo;
- d) Los medios públicos deben adoptar una programación susceptible de formar masa crítica que permita, por tanto, crear pautas conductuales necesarias para estar en condiciones de estimular el principio de calidad programática como una regla general y no como la excepción. Esta es una de las grandes tareas de medio y largo plazo que deben plantearse los medios de naturaleza pública;
- e) Los medios públicos deben confiar de manera creciente la producción de programas a organizaciones sociales

(académicas, organizaciones no gubernamentales, etcétera) más que a empresas privadas cuyo ánimo no necesariamente encarna el espíritu comunitario del que deben estar impregnados los programas de servicio público;

- f) Los medios públicos deben ser fiscalizados por la propia sociedad a través de detallados códigos deontológicos y *ombudsman* internos que garanticen, por un lado, la independencia del medio y, por otro, mínimos de calidad programática en beneficio de la sociedad toda. De igual forma, deben contar con reglas transparentes de actuación profesional plasmadas en lo que se ha denominado estatuto de redacción, instrumento normativo que regula las relaciones profesionales -no laborales- de periodistas y directivos dentro de la empresa informativa; y,
- g) Debe penalizarse el uso de recursos públicos para fines privados, de manera tal que el gobierno no esté en condiciones de algún tipo de aprovechamiento por razones de ventaja política en perjuicio de la credibilidad y del propio sentido que debe animar a los medios públicos.

Obligaciones específicas

Si los medios de comunicación comerciales expresan el punto de vista de sus propietarios y los medios gubernamentales el punto de vista del gobierno, los medios públicos deben buscar su propio punto de vista compatible con el interés público. Llevadas las cosas al extremo si se constituyen como medios de todos pueden llegar a ser el medio de nadie.⁶⁵ Por lo anterior se requiere que se establezcan ciertas obligaciones que le permitan alcanzar sus objetivos e identificarse con el ciudadano. En este mismo sentido, la Resolución del Parlamento Europeo, del 19 de septiembre de 1996, sobre la televisión pública⁶⁶ estableció ciertas obligaciones que han de concurrir en la televisión pública europea:

65 Cfr. Portales Cifuentes, Diego, “Televisión pública en América Latina: crisis y oportunidades”, en Rincón, Omar (comp.), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Argentina, La Crujía Ediciones, 2005, p. 128.

66 PE A4-0243/96 de 19 de septiembre de 1996.

- Ofrecer una gama amplia de programas de calidad de todo género.
- Fomentar las culturas nacionales y regionales a través de la producción de obras originales.
- Fomentar el conocimiento de las culturas o etnias no europeas que habitan dentro del territorio de la Unión Europea.
- Establecer los niveles de calidad de los programas populares de gran audiencia.
- Atender los intereses de las minorías y de todos los grupos de la población.
- Garantizar una información imparcial e independiente, tanto en los informativos como en otros programas de actualidad.
- Fomentar el debate público, ofreciendo a todos los grupos y organizaciones sociales un foro en el que debatir.
- Asegurar el acceso del conjunto de la población a los acontecimientos de interés general, incluidos los eventos deportivos.
- Fomentar la innovación en materia de programas y servicios.
- La radio y sobre todo la televisión no deben limitar su transmisión de cultura producida por otros medios, sino que deben trabajar en la creación cultural a partir de sus propias potencialidades expresivas. Lo que implica no limitarse a tener alguna franja de programación con contenido cultural, sino darse la cultura como proyecto que atraviesa cualquiera de los contenidos y de los géneros. Las obligaciones de programación de los medios públicos deben reposar en: diversidad, pluralidad e innovación.

Programación de calidad

Los medios públicos -y en especial la televisión- tienen un doble objetivo: responder a las expectativas de entretenimiento y de utilización del ocio de los espectadores, y por otro, permitir un mejor conocimiento de la realidad en la que el espectador vive. Por tanto, la programación manifiesta el carácter “público” de los medios de comunicación electrónicos, por lo que las principales obligaciones impuestas por el legislador deben referirse a los contenidos emitidos por los medios.

Para Herreros López, “se habla justamente de obligaciones jurídicas porque no pocos contenidos de servicio público -y, por ende, de interés general- tendrían escasa e insuficiente presencia en la programación si quedaran al albur de la lógica del mercado.(...) La imposición de principios a las televisiones públicas parece de todo incuestionable. Tampoco se aprecian problemas para imponer los mismos principios a las televisoras privadas. Estamos ante una obligación lógica dado el carácter de servicio público de las televisiones privadas, desde luego compatible con las libertades de expresión e información, cuyo lícito ejercicio requiere el respeto de los restantes derechos constitucionales.”⁶⁷

La programación de calidad significa, en primer lugar, que el medio público trabaja sobre una concepción multidimensional de la competitividad. En segundo lugar, implica la articulación entre actualización técnica y competencia comunicativa para la interpelación-construcción de públicos; es decir, que al mismo tiempo que da cabida a la diversidad social, cultural e ideológica, trabaja constantemente en la construcción de lenguajes comunes. Y, en tercer lugar, calidad significa una clara identidad institucional, esa “imagen de marca” que la televisión de naturaleza pública solo puede lograr sobre la base de una peculiar y diferenciada propuesta de programación y lenguaje audiovisual, en la que se articulen géneros y franjas, tanto por horas y edades como por temáticas y expresividades. Esta calidad no puede ni debe ser evaluada únicamente por encuestas de medición

67 Cfr. Herreros López, Juan Manuel, *El servicio público de televisión*, op. cit supra, p. 172-205.

cuantitativa de audiencia (*rating*), sino que necesita ser reconocida por estudios cualitativos de audiencia.

Así pues, la regulación de contenidos televisivos es la emisión de normas jurídicas y éticas dirigidas a la producción y programación audiovisual de las agencias televisivas.

El contenido de la producción y programación de las agencias televisivas trata básicamente de dos cuestiones fundamentales estrechamente vinculadas con el pleno ejercicio de la libertad de expresión y la libertad de información.

El fundamento para justificar la necesidad de que el Estado regule a los operadores de televisión tiene que ver con la función democrática de la libertad de información y expresión. La garantía de la libertad de expresión e información es un presupuesto del correcto funcionamiento de un sistema democrático. La función de la libertad de información es fundamental cuando se trata de la televisión, ya que ésta se constituye no solo en un medio, sino también en un factor en la formación de la opinión pública.

Si bien el derecho cumple un rol fundamental en el orden social, este no es el único medio y a veces no es el mejor. No es suficiente tener excelentes normas, ni incrementar las sanciones para asegurar su cumplimiento. De otro modo, sería imposible regular en detalle cada actividad de la sociedad. Frente a una libertad de expresión reconocida y garantizada por el derecho, el siguiente paso es asegurar su uso en forma adecuada y responsable, es decir, aspirar a una libertad con responsabilidad. Acción que no solo debe realizarse desde el Estado sino y sobre todo desde los sujetos que participan en el proceso de comunicación, como son los medios de comunicación, los anunciantes, los publicistas y los destinatarios de los mensajes o usuarios de los medios.

Una forma de regulación complementaria al derecho es la autorregulación. A través de ésta se fomenta la participación responsable de la sociedad. Es importante señalar que la

autorregulación manifestada a través de códigos de conducta o códigos de ética establece límites en nuestro actuar, recogiendo y respetando lo establecido en el orden legal.

La regulación de los contenidos de los medios es un tema donde el sistema jurídico es muy importante, pero no es suficiente. Todos somos testigos del discurso influyente de los medios de comunicación en cuanto órganos que disponen de una enorme capacidad para seleccionar y priorizar mensajes que centran la atención de la sociedad. La difusión de determinados contenidos a través de los medios de comunicación provoca actitudes, fomenta valores y modos de comportamiento que no siempre son positivos.

La Recomendación del Consejo de Ministros, para Garantizar la Independencia del Servicio Público de Radiotelevisión,⁶⁸ señala en referencia a la programación que la regulación de los medios debe garantizar una presentación objetiva e imparcial de los informativos y que, en general, fomente la libre formación de la opinión pública. En este mismo sentido, se recomienda que los casos en los que los medios públicos estén obligados a emitir comunicados oficiales del Gobierno sean contemplados expresamente en la legislación como casos excepcionales.

Una de las razones por la que se hace necesaria la regulación de los contenidos televisivos reside en el papel que desempeña la televisión hoy en día. Es evidente que la televisión constituye la principal fuente de información y distracción de la sociedad contemporánea. El poder de sugestión de los medios televisivos sobre los espectadores, cuando presentan los acontecimientos como reales, tiende a modificar la conducta de la sociedad. No solo definen lo que vemos, sino cómo lo vemos, en la medida en que proporcionan conceptos y clasificaciones políticas, sociales, étnicas y geográficas de los hechos e informaciones que transmiten.

Qué debe ser objeto de regulación y qué debe dejarse a la libre voluntad de las partes no es una discusión concluida. Tampoco hay una respuesta unívoca. Existe consenso, empero, en que debe haber

68 Op. cit. supra.

algunos rubros que deben regularse en las cartas programáticas. Así, por ejemplo, las áreas de regulación de la programación en Francia son cuatro:⁶⁹

1. La de pluralismo político, que garantiza la difusión de las diversas ideologías políticas sin dar preeminencia a ninguna.
2. La de protección de menores, que se regula por el sistema "watershed,"⁷⁰ que en Francia opera a partir de las 20h00.
3. La de protección del idioma francés, mediante la cual el consejo establece un cuota mínima sobre el origen de la programación, determinando que el 50 por ciento debe ser de origen europeo y, de ese porcentaje, el 40 por ciento debe ser de origen francés; además se establece que el 35 por ciento de las canciones transmitidas por radio, deben ser francófonas.
4. La de cuota de publicidad, cuyo sistema establece que los canales públicos no deben transmitir más de ocho minutos de publicidad por cada hora de transmisión.

Por su parte, en los Estados Unidos son tres:⁷¹

1. Indecencia, término con que se designa al lenguaje ofensivo, actividad sexual explícita y funciones de órganos humanos.
2. Publicidad en radiodifusoras no privadas (a las radiodifusoras de las universidades, por ejemplo, se les tiene terminantemente prohibido hacer publicidad comercial).
3. Programación infantil, que establece la necesidad de dedicar al menos tres horas de programación semanales a la transmisión de contenidos educativos e informativos.

69 Cfr. McKenzie, Robert, *Comparing Media From Around the World*, United States, Pearson Allyn and Bacon, 2006.

70 Significa la designación de un tiempo específico en la programación nocturna, en el que la restricción a ciertos contenidos se suaviza porque se supone que no hay menores de edad viendo la televisión o escuchando la radio. McKenzie, Robert, *Comparing Media From Around the World*, op. cit supra.

71 Idem.

En México son las siguientes:⁷²

1. Publicidad (a las radiodifusoras públicas se les tiene prohibido transmitir propaganda comercial).
2. Programación televisiva cuestionable (la referida a la evaluación que la autoridad hace de determinados programas a efecto de que no sea inadecuado para ciertas audiencias; principalmente se refiere a temas de sexo y violencia).
3. Crítica gubernamental: McKenzie apunta que anteriormente la crítica al gobierno estaba prohibida pero que, a pesar de conservarse en la actualidad este criterio, ha dejado ya de usarse.

Publicidad y patrocinios

El vender o no publicidad es crucial en la naturaleza de los medios públicos.⁷³ Habría que partir de la premisa de que si este tipo de medios no tiene fines de lucro no deberían obtener ganancias, pero ello no necesariamente significa que no puedan contar suplementariamente con la atribución legal para vender publicidad comercial y diversos servicios. Debe eliminarse el sistema de confusión vigente, de acuerdo con el cual a los medios públicos se les pide que operen como empresas privadas, circunstancia que desnaturaliza su propia esencia, como por ejemplo tener en la venta de publicidad comercial su única fuente de subsistencia. Existen por lo demás evidencias empíricas que demuestran que en las democracias consolidadas y en las emergentes la venta de publicidad nunca supera el 50 por ciento del presupuesto del medio, pero esta posibilidad está debidamente considerada en su marco normativo.

En la Unión Europea, para la aplicación a la radiodifusión pública de las normas sobre publicidad, televenta y patrocinio es preciso

⁷² Idem.

⁷³ Cfr., Banerjee, Indrajit and Seneviratne, Kalinga (edit.), *Public Service Broadcasting, A Best Practices Sourcebook*, UNESCO, 2005, p. 112.; Open Society Institute, *Television across Europe: regulation, policy and independence*, op. cit. supra.

tener en cuenta un gran número de aspectos: los artículos 87 y 88 del Tratado CE tratan de las ayudas estatales, y el apartado 2 del artículo 86 se refiere a la aplicación de las normas del Tratado y, en particular, las normas de competencia a los servicios de interés económico general. Mientras que el Tratado de Ámsterdam introdujo el artículo 16 especialmente consagrado a los servicios de interés económico general y un protocolo interpretativo sobre el sistema de radiodifusión pública, el Tratado de Maastricht ya había introducido un artículo que define el papel de la Comunidad en el ámbito de la cultura -el artículo 151- y una posible cláusula de compatibilidad para las ayudas estatales destinadas a promover la cultura -letra d) del apartado 3 del artículo 87 del Tratado-.⁷⁴

El Parlamento Europeo y el Consejo adoptaron la Directiva 89/552/CEE, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.⁷⁵ La Comisión, por su parte, adoptó la Directiva 80/723/CEE, de 25 de junio de 1980, relativa a la transparencia de las relaciones financieras entre los Estados miembros y las empresas públicas, así como a la transparencia financiera de determinadas empresas, modificada por la Directiva 2006/111/CE de la Comisión, de 16 de noviembre de 2006.⁷⁶ Estas normas se interpretan con arreglo a la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas y del Tribunal de Primera Instancia.

El anunciante que hace publicidad y paga por ello pretende rentabilizar al máximo la inversión realizada, estableciendo objetivos realistas de comunicación: *informar* y *advertir* sobre la aparición de un nuevo producto en el mercado, *seducir* mediante una presentación atractiva del producto y *persuadir*, apelando a la razón: “La comunicación

⁷⁴ El 15 de noviembre de 2001 se publicó en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas la Comunicación de la Comisión sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión (2001/C 320/04)

⁷⁵ DO L 298 de 17.10.1989, p. 23; Directiva modificada por la Directiva 97/36/CE DO L 202 de 30.07.1997, p. 60

⁷⁶ <http://hidra5.ceca.es/2000/normafin/normafin.nsf/0157a8426aba3ad0c12566cf003c9f76/49701f056fb29e12c1257229003730b2?OpenDocument>

publicitaria ha de promover un comportamiento por parte de los consumidores que justifique el gasto realizado.⁷⁷

Así pues, la Directiva 97/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 30 de junio de 1997 por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo⁷⁸ define varios conceptos los cuales vale la pena analizar y señalar que incluye al sector público:

- c) “ publicidad televisiva “, cualquier forma de mensaje televisado a cambio de una remuneración o de un pago similar por una empresa pública o privada en relación con una actividad comercial, industrial, artesanal o profesión liberal tendente a promover, a cambio de una remuneración, la prestación de bienes o servicios, incluidos los bienes inmuebles, los derechos y las obligaciones; excepto para los fines contemplados en el artículo 18, ello no incluye las ofertas directas al público con miras a la venta, la compra o el alquiler de productos o con miras a la prestación de servicios a cambio de remuneración.

Se contemplan prohibiciones relativas tanto a las formas de emisión de publicidad como a ciertos contenidos. Queda prohibida la utilización de técnicas subliminales en este tipo de emisiones, así como publicidad encubierta.⁷⁹ No obstante, la Directiva no define publicidad subliminal. Respecto a los contenidos quedan prohibidos todos aquellos que atenten contra la dignidad humana, contra las convicciones políticas o religiosas, los que sean discriminatorios, o fomenten comportamientos perjudiciales para la salud, la seguridad o el medio ambiente. Tampoco podrá emitirse publicidad sobre el tabaco o medicamentos que requieran prescripción médica. La publicidad de bebidas alcohólicas presenta

77 Moreu Carbonell, Elisa, *La Administración Anunciante, Régimen Jurídico de la Publicidad Institucional*, op. cit. supra, pp. 47.

78 Sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, publicada en el Diario Oficial N° L 202 de 30/07/1997 p. 0060 - 0070.

79 La define el artículo 1. d) Directiva 07/36/CE: “publicidad encubierta”, la presentación verbal o visual de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un productor de mercancías o un prestador de servicios en programas en que tal presentación tenga, de manera intencionada por parte del organismo de radiodifusión televisiva, propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación. Una presentación se considerará intencionada, en particular, si se hiciera a cambio de una remuneración o de un pago similar.

importantes límites como la prohibición de anuncios que estimulen el consumo inmoderado de esta clase de bebidas.⁸⁰

Por lo que respecta al patrocinio⁸¹ está definido como:

- e) “ patrocinio “, cualquier contribución realizada por una empresa pública o privada no vinculada a las actividades de radiodifusión televisiva o la producción de obras televisivas, a la financiación de programas televisados con la finalidad de promover su nombre, su marca, su imagen, sus actividades o sus realizaciones.

Además, se establece la regulación que hace sobre el patrocinio en el artículo 17 de la misma Directiva:

1. Los programas de televisión patrocinados deberán cumplir los requisitos siguientes:
 - a) el contenido y la programación de una emisión patrocinada no podrán, en ningún caso, ser influidos por el patrocinador de tal forma que se atente contra la responsabilidad y la independencia editorial del organismo de radiodifusión televisiva con respecto a las emisiones;
 - b) deberán estar claramente identificados como tales mediante el nombre y/o el logotipo del patrocinador al principio y/o al final de los programas;
 - c) no deberán incitar a la compra o contratación de los productos o servicios del patrocinador o de un tercero, en particular, mediante referencias de promoción concretas a dichos productos o servicios.
2. Los programas de televisión no podrán ser patrocinados por empresas cuya actividad principal sea la fabricación o la venta de cigarrillos y otros productos del tabaco.

80 Artículo 17 en sus distintos apartados. La Directiva 97/36/CE dio nueva redacción al apartado 2 e introdujo el apartado 4.

81 Artículo 1. Directiva 07/36/CE

3. En los programas televisados patrocinados por empresas cuyas actividades incluyan la fabricación o venta de medicamentos y tratamientos médicos se podrá promocionar el nombre o la imagen de la empresa, pero no medicamentos específicos o tratamientos médicos que solo puedan obtenerse por prescripción facultativa en el Estado miembro a cuya jurisdicción esté sujeto el organismo de radiodifusión televisiva.
4. No podrán patrocinarse telediarios ni emisiones de actualidad política.

En México se piensa que los medios públicos deben necesariamente ser empresas permisionarias, es decir, sin posibilidades de vender publicidad y, por el contrario, los medios privados deben adquirir la figura de empresas concesionarias con la posibilidad de vender publicidad. Se trata solo de una interpretación apoyada en la fuerza de la costumbre, habida cuenta que en el país la Ley Federal de Radio y Televisión y su reglamento no regulan la vida de los medios públicos y tampoco existe jurisprudencia que haya hecho semejante interpretación. A mayor abundamiento, la doctrina sobre el tema es escasa y no afirma explícitamente la tesis en cuestión. Por el contrario, cada día los argumentos a favor de una doble financiación de los medios públicos han adquirido fuerza en la experiencia comparada.

Protección de menores

Europa cuenta con varias directivas que establecen un marco normativo sobre protección de menores y los medios de comunicación electrónicos. La Directiva 97/36/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 30 de junio de 1997 por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo no es detallada en materia de protección de menores, se limita a señalar que los Estados miembros velarán para que no se emitan programas que puedan perjudicar gravemente el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en particular, para que no se emita pornografía o violencia gratuita. Programas y contenidos que, no obstante, podrán emitirse si se garantiza, mediante un determinado horario

de emisión o por medidas técnicas de advertencia, que los menores no los verán ni escucharán. Se establece la obligación de velar para que las emisiones no inciten al odio por motivos de raza, sexo, religión o nacionalidad.⁸² En este mismo sentido, encontramos las normas relativas a las emisiones de publicidad de bebidas alcohólicas dirigida a los menores, o las que les inciten a persuadir a sus padres a la compra de productos.⁸³

Por su parte, la Recomendación 98/560/CE del Consejo, del 24 de septiembre de 1998, relativa al desarrollo de la competitividad de la industria europea de servicios audiovisuales y de información mediante la promoción de marcos nacionales destinados a lograr un nivel de protección comparable y efectivo de los menores y de la dignidad humana,⁸⁴ se pide a los Estados miembros que favorezcan el establecimiento de un clima de confianza que permita fomentar el desarrollo del sector de los servicios audiovisuales y de información. Para ello podrán adoptarse las siguientes medidas:

- facilitar el establecimiento voluntario de marcos nacionales para la protección de los menores y de la dignidad humana. Se tratará de fomentar la participación de las partes interesadas (usuarios, consumidores, empresas y poderes públicos) en el establecimiento, aplicación y evaluación de las medidas nacionales adoptadas en este ámbito. Se fomenta asimismo el establecimiento de un marco nacional de autorregulación de los operadores de servicios en línea;
- animar a los organismos de radiodifusión a experimentar de forma voluntaria nuevos medios de protección de los menores y de información de los telespectadores;

82 Artículos 22 apartado 1 redactado conforme a la Directiva 97/36/CE y 22 bis introducido por la Directiva 97/36/CE.

83 Artículo 15 inciso a) y 16, apartados 1 y 2 de acuerdo con la redacción contenida en la directiva 97/36/CE.

84 Esta Recomendación se fraguó a raíz del Libro Verde de 1996 sobre la protección de los menores y de la dignidad humana en los servicios audiovisuales y de información, que fue el inicio de un debate a escala europea sobre la dimensión ética de la sociedad de la información y sobre la forma en que el interés general puede protegerse en los nuevos servicios. <http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l24030b.htm>

- luchar contra la difusión, en los servicios en línea, de contenidos ilícitos que atenten contra la dignidad humana, mediante la tramitación de las denuncias y la transmisión a las autoridades nacionales competentes de los datos necesarios sobre el contenido que se considera ilícito. Por otra parte, se fomenta la cooperación transnacional entre las estructuras que tramitan estas denuncias, para reforzar la eficacia de las medidas nacionales;
- fomentar una acción que permita a los menores usar de forma responsable los servicios audiovisuales y de información en línea, especialmente mediante una mayor concienciación de los padres, educadores y personal docente ante el potencial de los nuevos servicios y los medios de protección de los menores.
- facilitar la identificación de los contenidos y servicios de calidad destinados a los menores, poniendo a su disposición medios de acceso en los centros docentes y en los lugares públicos.

Derecho de réplica

Si se analizan los vocablos “respuesta”, “rectificación” o “réplica” conforme al diccionario de la lengua española de la Real Academia, se puede observar que rectificación incluye la posibilidad de “contradecir a alguien en lo que ha dicho, por considerarlo erróneo”, pero también de que el periodista o comunicador modifique “la propia opinión que se ha expuesto antes”. Por su parte, el vocablo “respuesta” admite varias definiciones, entre ellas la “satisfacción a una pregunta, duda o dificultad” o bien la “réplica, refutación o contradicción de lo que alguien dice.” La noción de “réplica” es más precisa para delimitar esta figura jurídica, pues se define como “expresión, argumento o discurso con que se replica.” En el ámbito jurídico, sostiene el mismo diccionario, significa el “segundo escrito del actor en el juicio de mayor cuantía para impugnar la contestación y la reconvenición, si la hubo, y fijar los puntos litigiosos.”

El derecho de réplica significa la prerrogativa que tiene toda persona para que se inserte su declaración cuando haya sido mencionada en una nota periodística, siempre que esa información sea inexacta en su perjuicio o afecte su derecho al honor, a la vida privada o a la propia imagen. Esta institución jurídica es de vieja data en el derecho comparado. Distintos autores coinciden en que el origen de esta figura se ubica en una iniciativa de ley presentada por el diputado francés JA. Dulaure, en 1795, que finalmente no prosperó, para el “establecimiento de la libertad de prensa y la represión de los abusos.”

El artículo 1 del proyecto referido precisaba: “Todos los propietarios o redactores de diarios u obras periódicas, cualquiera que sea su denominación, que hubiesen publicado un artículo atentatorio a la reputación de uno o varios ciudadanos, estarán obligados a insertar la respuesta al mismo, dentro de los cinco días que sigan a la recepción, bajo pena de clausura de los diarios u obras periódicas, y la de ser condenados además a los gastos de la impresión, del timbre y del franqueo postal de tres mil ejemplares de dicha respuesta.”⁸⁵

En 1822, en Francia, con el propósito de salvar a la monarquía de la asidua crítica de la prensa, “en virtud de una enmienda presentada a la Ley de Prensa por el diputado francés, Mestadier, fue incluido en el artículo 11 de la Ley del 25 de marzo. Según este artículo se concedía este derecho a toda persona nombrada en los periódicos, para que ejercida la facultad de rectificación fuese insertada con carácter gratuito, en el número más próximo, y en el plazo de tres días, la nota rectificadora que podría ser el doble de la que contestaba.”⁸⁶ Más tarde, en Francia se establecería el derecho de réplica en la Ley del 29 de julio de 1881 (artículos 13 y 13-1) y de ahí en buena parte de las democracias se ha legislado con mayor o menor profundidad.

El derecho de réplica fue combatido severamente en sus inicios en el hemisferio por las asociaciones de propietarios de medios, quienes

85 Cfr. Ballester, Eliel C, *Derecho de respuesta. Réplica. Rectificación*, Buenos Aires, Astrea, 1987, pp. 2.

86 Molinero, César, *Teoría y fuentes del derecho de la información*, Barcelona, EUB, 2a ed., 1995, pp. 203.

consideraban que esta prerrogativa restringía o limitaba el ejercicio de la libertad de expresión.⁸⁷ Esta postura, sin embargo, ha sido matizada hoy en día por el replanteamiento del papel de los medios, habida cuenta que, al igual que muchas instituciones sociales, pasan por un periodo de reconstrucción de su credibilidad social. No menos importante es el desarrollo cultural de la sociedad que se ha vuelto gradualmente más exigente de lo que recibe de los medios. Y el fortalecimiento del derecho a la información ha aumentado también su rol en la sociedad, ya que solo con ciudadanos informados tiene sentido la idea de ciudadanía en un Estado democrático de derecho.

El derecho de réplica desempeña un papel de importancia capital entre los medios y el público, toda vez que su propia naturaleza hace que lo haga en un sentido preventivo y eficaz, que obvie en un primer momento un proceso judicial para reparar el honor, la vida privada o la propia imagen lesionada con motivo de imputaciones formuladas a través de un medio de comunicación. Así, este derecho representa el primer instrumento con que cuenta el ciudadano para acceder a los medios de comunicación para hacer valer sus puntos de vista sobre hechos que lesionen sus garantías públicas. De esta forma, es posible extraer algunas consideraciones sobre los objetivos de este singular derecho, entre las que destacan las siguientes:

- a) Constituye una vía inmediata, de carácter extrajudicial, que habilita al particular para defender su honor, vida privada o imagen afectadas por información inexacta, equivocada o injuriosa, mediante la difusión de las precisiones o correcciones pertinentes, en el medio en que se originó la controversia;
- b) Representa un vehículo de comunicación entre emisores y receptores, que fomenta la veracidad en la información que transmiten los medios de comunicación a la opinión pública;
- c) Ofrece a la sociedad civil distintas posturas y puntos de vista sobre hechos controvertidos, lo que le brinda mayores elementos

87 Cfr. Villalobos Quirós, Enrique, "El derecho de rectificación o respuesta", en Villanueva, Ernesto, *Diccionario de Derecho de la Información*, México, UNAM, Porrúa, 2006, p. 207.

de juicio sobre temáticas de interés general. Uno de los puntos medulares es cómo regular el derecho de réplica.

En suma, como sostiene Gros Espiell: “En su dimensión individual, el derecho de rectificación o respuesta garantiza al afectado por una información inexacta o agravante la posibilidad de expresar sus puntos de vista y su pensamiento respecto de esa información emitida en su perjuicio. En su dimensión social, la rectificación o respuesta permite a cada uno de los integrantes de la comunidad recibir una nueva información que contradiga o discrepe con otra anterior, inexacta o agravante.”⁸⁸ En la misma tesitura, el Tribunal Constitucional español reconoce que el derecho de réplica cumple una doble función, como característica de libertad individual y como “garantía institucional para la existencia de una opinión pública libre indisolublemente unida al pluralismo político dentro de un Estado democrático.”⁸⁹

Es muy importante que esta institución pueda cumplir su propósito normativo sin afectar la libertad de expresión, pero también sin dejar de considerar todos los elementos requeridos para ser eficaz.

En Europa, el artículo 23 de la Directiva 89/552/CEE establece el derecho de réplica en los siguientes términos:

1. Sin perjuicio de las demás disposiciones civiles, administrativas o penales adoptadas por los Estados miembros, cualquier persona física o jurídica, independientemente de su nacionalidad, cuyos legítimos derechos, en particular por lo que atañe a su honor y su reputación, hayan sido lesionados como consecuencia de una alegación incorrecta hecha en un programa televisivo, deberá poder disponer de un derecho de réplica o de medidas equivalentes.
2. El derecho de réplica o las medidas equivalentes se podrán ejercer frente a todos los organismos de radiodifusión televisiva que queden bajo la jurisdicción de un Estado miembro.

88 Opinión separada del juez Héctor Gros en la Opinión Consultiva OC-7/86, del 29 de agosto de 1986 de la Corte Interamericana de Derechos Humanos.

89 STC 40/92.

3. Los Estados miembros adoptarán las disposiciones necesarias para establecer este derecho o estas medidas y determinar el procedimiento para su ejercicio. En particular, velarán para que el plazo previsto para ejercer dicho derecho de réplica o dichas medidas equivalentes sea lo suficientemente amplio y para que las modalidades permitan que personas físicas o jurídicas, que residan o estén establecidas en otros Estados miembros, puedan ejercer dicho derecho o dichas medidas de forma adecuada.
4. Podrá desestimarse la solicitud del ejercicio del derecho de réplica o de las medidas equivalentes si no estuviere justificada con arreglo a las condiciones establecidas en el apartado 1, si constituyere un acto punible, si comprometiera la responsabilidad civil del organismo de radiodifusión televisiva o si fuere contraria a las buenas costumbres.
5. Se establecerán procedimientos mediante los cuales las controversias sobre el ejercicio del derecho de réplica o de medidas equivalentes puedan ser objeto de recurso jurisdiccional.

En México, la reforma constitucional en materia electoral publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007 introdujo una adición al artículo 6, creando la figura del derecho de réplica, también conocido como derecho de rectificación o respuesta. En el artículo 6 constitucional ahora se establece en su primer párrafo que el derecho de réplica “será ejercido en los términos dispuestos por la ley.”

El dictamen de la reforma constitucional en México, hecho por el Senado de la República en primera y segunda lectura, se limita solo a destacar la importancia de este derecho, pero es de lamentar que sea omiso en las consideraciones que implica la inserción de esta institución en el artículo 6 de la Constitución el desconocimiento de las normas que ya lo regulan en México- así sea de manera poco afortunada- e incluir en sus líneas más generales algunos apuntes de cómo debe ser desarrollado este derecho en la legislación secundaria.

El dictamen a la letra señala:

Finalmente, en lo que hace a los cambios aprobados por estas Comisiones Unidas respecto del contenido de la Iniciativa bajo dictamen, es necesario precisar que han resuelto aprobar la propuesta del Grupo de Trabajo para adicionar el primer párrafo del Artículo 6º de la Constitución, a fin de colmar un vacío que hasta la fecha subsiste en nuestro orden jurídico. Nos referimos al derecho de réplica con que toda persona debe contar frente a los medios de comunicación social. La única ley en que ese derecho se encuentra consagrado, la Ley de Imprenta, antecede a la Constitución de Querétaro de 1917 y su inoperancia se constata desde hace décadas. Al introducir en la Constitución el derecho de réplica será posible que el Congreso de la Unión actualice de manera integral el marco jurídico que tutela y protege el derecho a la información, tal y como fue la intención del Constituyente Permanente con la reforma al propio artículo 6º en comento en reforma promulgada en fechas recientes.

En materia de radio y televisión, si bien no existe un derecho de réplica legislado, aparece una referencia en el artículo 38 del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenidos de las transmisiones de radio y televisión, que dispone:

Toda persona, física o moral, podrá ejercitar el derecho de réplica cuando un material que sea difundido en cualquier programa de una estación de radio o televisión no cite la fuente de la cual extrajo la información y considere que los hechos que la aluden son falsos e injuriosos. Para hacer valer este derecho, el interesado presentará, por escrito y dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a la transmisión, la solicitud de aclaración pertinente ante la estación de radio o televisión correspondiente, la cual evaluará su procedencia, a efecto de hacer la aclaración. En caso que la estación de radiodifusión estime que la aclaración solicitada es improcedente, el interesado tendrá

a salvo sus derechos para recurrir a las vías jurisdiccionales correspondientes.

De obtener el interesado resolución firme y favorable de la autoridad jurisdiccional, el concesionario o permisionario de radio o televisión transmitirá la aclaración correspondiente en los términos de la resolución.

El derecho de réplica podrá ser ejercido por el perjudicado aludido y, a falta de éste, por sus parientes en línea ascendente o descendente en primer grado.

En caso de que la estación de radiodifusión cite la fuente de la cual extrajo la información, y ésta haga la aclaración correspondiente, el aludido podrá ejercitar ante el concesionario o permisionario de radio o televisión el derecho consagrado en este artículo.

El derecho de réplica en radio y televisión ofrece los siguientes inconvenientes tal y como está redactado en el Reglamento de referencia:

- a) Es un principio jurídico universalmente aceptado que los derechos deben ser creados por ley y, en su caso, desarrollados por reglamento. La figura del reglamento lo que hace es desarrollar la ley sin alterarla ni modificarla; es decir, sin acotar ni maximizar su alcance. De ahí, por tanto, existe un problema de técnica legislativa que hace endeble el bien jurídico protegido;
- b) El artículo 38 del reglamento de referencia reclama la existencia de tres requisitos para que se pueda considerar la eventual réplica: la ausencia de fuente, la falsedad y la injuria, es decir, el ánimo de ofender. La inclusión de estos tres requisitos procedimentales, a diferencia de la laxitud de lo que sucede con la Ley de Imprenta que tampoco es correcto, restringe el ejercicio de este derecho, en virtud de que no basta la falsedad o las frases injuriosas por sí mismas, sino que además se introduce un nuevo elemento

que no es reconocido por el derecho extranjero, relativo a citar o no la fuente.⁹⁰ Estas características hacen de suyo complicado el ejercicio de este derecho; y,

- c) La redacción del contenido normativo del artículo es propio de lo que se denomina una norma imperfecta, habida cuenta que carece por su propia naturaleza reglamentaria de sanciones, como sucede en la materia electoral. De esta suerte, el derecho de réplica es solo una formalidad sujeta a la buena voluntad del concesionario o permisionario de radio y/o televisión, quien decide libremente si es procedente ese derecho o no lo es.

Hay que recordar que el derecho de réplica forma parte también del derecho interno derivado del mandato previsto en el artículo 14.1 de la Convención Americana de Derechos Humanos, que textualmente dispone:

1. Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley.
2. En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirán de las otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido.
3. Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial.

⁹⁰ Cabe apuntar aquí que la inclusión de la cita de la fuente de información como requisito para ejercer el derecho de réplica lesiona, por otro lado, el derecho al secreto profesional del periodista reconocido en la ley del mismo nombre en el Distrito Federal y en el Código Penal Federal. Es inadecuado que la invocación del secreto profesional de los periodistas esté relacionado con el ejercicio del derecho de réplica, ya que se trata de derechos distintos, no contrapuestos y que deben ser armonizados en el sistema jurídico. Por esta razón, además, los instrumentos internacionales no hacen referencia alguna a las fuentes para permitir o no el ejercicio del derecho de réplica.

El derecho de réplica debe proceder como regla general en el caso de informaciones difundidas en perjuicio de quien puede ejercer el derecho de réplica, como dispone el artículo 14 de la Convención Americana de Derechos Humanos y reiterado por la Corte Interamericana de Derechos Humanos en la Opinión Consultiva OC-7/86, del 29 de agosto de 1986. De manera complementaria se puede afirmar, empero, que tratándose de opiniones basadas en hechos o datos incorrectos debe proceder también el derecho de réplica.

De la misma manera, hay que considerar que la fotografía o la imagen constituyen una referencia a la persona, aunque a simple vista pareciera no contestable (pese a que aquella pudiera afectar la intimidad o se haya obtenido contra la voluntad del implicado, en este caso operaría la acción judicial para resarcir el daño moral provocado); pero si la fotografía se edita y refleja una escena que nunca existió, es posible ejercer el derecho de réplica.

La réplica no debería proceder en el caso de opiniones injuriosas por sí mismas, pues si bien es verdad que lastiman el derecho al honor, a la vida privada o a la propia imagen, la reparación debe buscarse a través de las herramientas legales que protegen la lesión de estos derechos. Evidentemente es inaceptable el derecho al insulto. En el caso del Distrito Federal, la reparación del patrimonio moral se puede concretar a través de la Ley de Responsabilidad Civil para la protección del Derecho a la Vida Privada, el Honor y la Propia Imagen en el Distrito Federal y en otros estados mediante la figura del daño moral o por la vía penal bajo los tipos penales de difamación y/o calumnias.

La réplica no debe limitarse a determinados medios, sino debe permitirse su ejercicio ante cualquier medio existente o por existir. Esta medida debe ser particularmente considerada si se determina adoptar una ley especial sobre la materia. Debe limitarse solo a aclarar o responder los datos incompletos o falsos. De no ser así, habría una serie de intercambio de puntos de vista que desnaturizaría la naturaleza de este derecho y podría menoscabar el ejercicio de

la libertad de expresión. Debe hacerse sin frases injuriosas contra quien se replica o contra un tercero. El principio es claro: no puede ejercerse un derecho humano mediante la lesión de los derechos de los demás. Debe ser difundida con características similares a la información controvertida.

Es entendible que debe primar el principio de proporcionalidad para generar un equilibrio entre la nota replicada y la réplica en la percepción del público y en la satisfacción del propósito del derecho. Y, por supuesto, debe hacerse solo por quien tiene interés jurídico para invocar y ejercer este derecho.

De no ser así, esos puntos de vista podrían entrar, si así lo decide el editor del medio de comunicación, en las cartas del lector o en buzón de opiniones, pero queda claro que no está obligado a difundir esas opiniones. Más todavía, en estos casos de opiniones de terceros el editor puede sintetizar su contenido y en la réplica debe difundirse en sus términos.

En la experiencia comparada no hay un plazo universal para que prescriba este derecho. Es lógico que por la propia naturaleza de esta figura jurídica, que tiene en el sentido de oportunidad su eficacia y razón de ser, debe ejercerse en el menor tiempo que sea razonablemente posible. En todo caso, debe realizarse un adecuado estudio para establecer una regla general y admitir excepciones razonables, tratándose de un derecho humano fundamental y tomando en cuenta que la persona perjudicada será la primera interesada en que su réplica sea difundida.

El rechazo injustificado de un medio para que una persona ejerza su derecho de réplica debe dar lugar a un juicio sumarísimo ante la autoridad competente, que puede aplicar sanciones y ordenar simultáneamente medidas cautelares para que este derecho sea eficaz. Hay que tener claro que la réplica del afectado no sustituye ni exime de las responsabilidades legales a que hubiere lugar en materia civil o penal, aunque sí pueden constituir atenuantes de responsabilidad a juicio del juzgador.

Financiación

En el caso de los medios públicos, antes que la base del negocio está la misión que tiene encomendada por Ley: prestar un servicio público al que pueden acceder todos los ciudadanos. En este sentido, es un bien público cuyo consumo no agota el producto.⁹¹

Existe un intenso debate sobre la financiación de los medios públicos, sobre todo la televisión, que converge desde el análisis económico a las interpretaciones jurídicas, pasando por los intereses cruzados en mercados competitivos y las posiciones ideológicas de los propios investigadores y de los grupos sociales.

Es difícil encontrar una fórmula que sea aceptada y reconocida de manera unánime, siendo además diversos y dispares los modelos y las prácticas extendidas por nuestros países de referencia. La discusión se centra en si lo más conveniente y ajustado a Derecho, a las economías nacionales y las condiciones del mercado audiovisual de hoy es la financiación exclusivamente pública de los medios públicos o si es admisible la participación de inversiones publicitarias (financiación mixta).

Para Camacho Ordóñez existen tres alternativas:

1. Televisiones públicas financiadas íntegramente por los presupuestos públicos y televisiones privadas financiadas en el mercado. Es una opción que parte de la concepción original de la televisión pública como servicio público esencial gestionado en régimen de monopolio.
2. Un mismo modelo de financiación para las televisoras públicas y privadas, siendo similar el producto e idéntico el soporte y el medio de expresión, imágenes, e incluso los contenidos genéricos. De acuerdo con la legislación vigente española, por ejemplo,

91 Camacho Ordóñez, Rafael, *El ajuste de las cuentas en el Sector Audiovisual, Teoría y Práctica de la Nueva Financiación de la Televisión en España*, España, Instituto Andaluz de Administración Pública, 2006, p. 50.

se podría considerar la obligación de ambas como servicio público esencial (salvo la excepción de la televisión por satélite), gestionado por operadores distintos, públicos y privados.

3. Televisiones públicas con financiación mixta, a condición de que se regule un procedimiento adecuado para precisar las obligaciones y dotación del servicio público (proporcionalidad), asegurar la transparencia, y evitar la sobrecompensación por los costes incurridos y la competencia desleal, así como limitando el alcance de su actividad comercial.⁹²

Las dos primeras alternativas presentan muchos inconvenientes de naturaleza administrativa, política y financiera.

La financiación mixta suele ser la regla general, distribuyéndose, en términos porcentuales y como media, de la forma siguiente: más de un 70 por ciento de aportaciones públicas (vía canon o mediante financiación pública directa) y el resto de ingresos publicitarios y comerciales, pero sin interesarse ningún tipo de correlación entre las diferentes fuentes y las actividades que se desarrollan.

Con estas consideraciones puedo enlazar con la mal llamada 'doble financiación', pretendida por compañías de televisión privada de España, Portugal y Francia, invocando competencia desleal de las televisiones públicas y violación del principio de no discriminación; no invocada, sin embargo, por compañías de otros países en los que la financiación mixta de las televisiones públicas es un hecho desde muchísimos años y donde la convivencia entre televisiones públicas y privadas tiene, en muchos casos, una dilatada experiencia.⁹³

La política comunitaria de la Unión Europea en el sector audiovisual tiene como finalidad promover el desarrollo de este sector,

⁹² Ibidem, p. 90.

⁹³ Buhigas Arizcun, Juan, "La financiación de las televisiones públicas en España", *Derecho Europeo del Audiovisual*, Madrid, 1997, p. 286. citado por Camacho Ordóñez, Rafael, *El ajuste de las cuentas en el Sector Audiovisual, Teoría y Práctica de la Nueva Financiación de la Televisión en España*, op .cit supra, p. 91.

perfeccionando el mercado interior, al tiempo que pretende alcanzar objetivos globales de interés general, como son la diversidad cultural, lingüística, protección de menores y la dignidad humana, así como de los consumidores.

En Europa, el Tratado de Ámsterdam de 1997⁹⁴ incorpora el Protocolo número 32 sobre el sistema de radiodifusión pública de los Estados miembros, señalando lo siguiente:

Artículo único. Las disposiciones de la Constitución se entenderán sin perjuicio de la facultad de los Estados miembros de financiar el servicio público de radiodifusión, en la medida en que la financiación se conceda a los organismos de radiodifusión para llevar a cabo la función de servicio público tal como haya sido atribuida, definida y organizada por cada Estado miembro, y en la medida en que dicha financiación no afecte a las condiciones del comercio y de la competencia en la Unión en una medida que sea contraria al interés común, debiendo tenerse en cuenta la realización de la función de dicho servicio público.

Como se puede observar, el Protocolo legitima la financiación pública siempre que se destine a sufragar las funciones de servicio público. Pero al mismo tiempo, reconoce la competencia de los Estados miembros para definir, atribuir y organizar la función de servicio público.

El Informe de la Dirección General X de la Comisión Europea⁹⁵ sobre la función y financiación de la televisión en un sistema dual recomienda a los Estados miembros:

- Los principios básicos del servicio público de radiotelevisión deben ser formulados por los respectivos Estados miembros, tal y como prevé el reiterado Protocolo, y deben dejar claro

94 Entró en vigor el 1 de mayo de 1999, y por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea, los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas y determinados Actos conexos. Puede consultarse en: <http://eur-lex.europa.eu/JOHtml.do?uri=OJ:C:2004:310:SOM:ES:HTML>

95 De 26 de octubre de 1998. High Level Group on Audiovisual Policy, Dirección General X de la Comisión Europea, 26/10/1998.

que ese servicio público está directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad y con la necesidad de preservar el pluralismo en los medios. Asimismo, corresponde a los Estados miembros definir y organizar sus respectivos sistemas públicos de radiotelevisión y proveer la financiación necesaria al efecto.

- Los principios de proporcionalidad y transparencia son fundamentales en materia de financiación. El primero supone que los fondos públicos deben otorgarse exclusivamente para la financiación de actividades de servicio público. El segundo supone que los Estados miembros deben definir con claridad en qué consiste el servicio público de radiotelevisión, debiendo garantizar su transparencia financiera, así como que, allí donde el sector público realiza actividades puramente comerciales, existen contabilidades separadas.

La Recomendación N R(96)10, para garantizar la Independencia del Servicio Público de Radiotelevisión, del Consejo de Ministros,⁹⁶ también contiene referencia a la financiación de los medios públicos. Se entiende que éstos deben contar con los recursos necesarios para el cumplimiento de las misiones de servicio público a ellos encomendadas. Conscientes de que buena parte de esos recursos provendrán de los presupuestos públicos, se realizan las siguientes recomendaciones:

- a) las autoridades externas responsables de decidir la financiación de los medios públicos no podrán ejercer, directa o indirectamente, influencia alguna sobre la independencia editorial o la autonomía institucional de los entes públicos gestores;
- b) la asignación de recursos a los medios públicos, ya sea vía presupuestaria o mediante la imposición de una tasa, deberá realizarse previa consulta a los entes gestores de los medios y siempre en una forma que permita a éstas poder cumplir sus misiones de servicio público, así como garantizar la continuidad del servicio a largo plazo;

96 Op. cit. supra.

- c) cuando los recursos públicos disponibles tengan que ser repartidos entre varios medios, ese reparto habrá de hacerse en forma que satisfaga equitativa las necesidades de cada medio.

Una combinación entre financiación publicitaria mayoritaria y subsidios públicos a la producción de determinado tipo de programas parece ser una alternativa deseable. Este apoyo a la actividad creativa que no tiene un respaldo inmediato en el mercado es una responsabilidad del Estado cuando quiere propiciar una mejor televisión. Un movimiento cultural a favor de una mejor televisión pública podría constituirse en un grupo de presión para hacer efectiva esta responsabilidad estatal.

Se debe tener presente que lo que está en crisis es un modelo de televisión dependiente del gobierno de turno, con déficit, poca credibilidad, falta de recursos para emprender cualquier proyecto relevante.

Existen distintas fuentes de financiación de las televisiones públicas en el mundo:

1. Tasa. Modalidad más extendida en las televisiones públicas europeas y consiste en el pago directo de los espectadores por hogar o por tenencia de receptores. La recaudación normalmente recae en la propia entidad de televisión o en un organismo creado *ad hoc*. Es una figura antigua, cuestionada hoy en muchos lugares, donde se están registrando iniciativas tendentes a modificarlo o sustituirlo.
2. Subvención a la explotación. Asignación anual efectuada por la Administración competente consignada en los Presupuestos Generales del Estado o, en su caso, de las regiones.
3. Emisión de deuda pública. Del ente o empresa pública, o de la sociedad anónima filiar de televisión, para obtener ingresos provenientes del mercado de capital. La Administración Pública competente (el Estado o, en su caso, el Gobierno regional) actúa como avalista, haciéndose cargo de la deuda ante la insolvencia del avalado.

4. Operaciones de crédito. Préstamos obtenidos en el mercado capital que, generalmente, son avalados por la Administración Pública competente (el Estado o, en su caso, el Gobierno regional), pero solo presta garantías la propia empresa.
5. Ayudas directas. Satisfechas por la Administración competente. Específicas para la financiación de nuevas explotaciones e inversiones que acomete la empresa pública de televisión.
6. Contratos programa. Ayudas públicas vinculadas, en un documento marco, a la producción/emisión de determinados programas audiovisuales que satisfacen compromisos y obligaciones de servicio público.
7. Publicidad institucional. Entendida en exclusiva es una opción de financiación, en lugar de la publicidad comercial, para evitar la competencia directa con otros medios privados.
8. Convenios institucionales. Para prestar una atención específica a una actividad o acontecimiento de interés público, campañas de fomento o divulgación de asuntos de utilidad social, etcétera, que se suscriben ante la cadena de televisión y un organismo oficial o entidad sin ánimo de lucro.
9. Contribuciones institucionales, ayudas y donativos provenientes de instituciones públicas (administraciones locales, universidades, corporaciones profesionales, fundaciones, entidades filantrópicas, etcétera) y privadas (EE. UU.)
10. Canon sobre consumo de electricidad. Canon satisfecho por los ciudadanos sobre un porcentaje del consumo de energía eléctrica en el hogar (Grecia y Turquía).
11. Canon de operadores. Pagado por lo operadores privados de televisión para financiar el servicio que prestan las entidades públicas (Finlandia).⁹⁷

97 CAMACHO ORDÓÑEZ, Rafael, *El ajuste de las cuentas en el Sector Audiovisual, Teoría y Práctica de la Nueva Financiación de la Televisión en España*, op .cit supra, p. 107.

Organización

La Directiva 2006/111/CE de la Comisión de las Comunidades Europeas, relativa a la transparencia de las relaciones financieras entre los Estados miembros y las empresas públicas, así como a la transparencia financiera de determinadas empresas, reconoce que:

(12) Los poderes públicos pueden ejercer una influencia dominante sobre el comportamiento de las empresas públicas, no solo en el caso de que sean propietarios o posean una participación mayoritaria en dichas empresas, sino también debido a los poderes que posean en sus órganos de gestión o de vigilancia, bien por sus estatutos, bien por el reparto de las acciones.⁹⁸

Por ello, la organización de los medios públicos cobra importancia; la gestión y dirección de los medios públicos deben garantizar la independencia, así como el cumplimiento de los principios básicos del servicio público, la transparencia y rendición de cuentas, el cumplimiento de la regulación y autorregulación del medio.

En este sentido, la organización interna de los medios públicos varía de latitud en latitud: la figura del titular puede o no ser de cuerpo colegiado, después están los órganos de gestión y administración, a través de consejos de administración o/y consejos asesores. Por ejemplo, el Estatuto Real de la BBC señala que el presidente de la BBC es el presidente del BBC Trust.⁹⁹ Los miembros del BBC Trust serán nombrados mediante un mandato o resolución del Consejo (*Order in Council*), la cual especificará el período durante el cual se detendrá el cargo, el que no podrá ser mayor a cinco años. Los

98 Op. cit. supra. <http://hidra5.ceca.es/2000/normafin/normafin.nsf/0157a8426aba3ad0c12566cf003c9f76/49701f056fb29e12c1257229003730b2?OpenDocument>

99 Royal Charter

10. The Chairman of the BBC

The Chairman of the Trust may also be known as the Chairman of the BBC. In view of article 8, this is an honorary title, as the members of the BBC will never act as a single corporate body, but only as members of the Trust or Board to which they belong. http://www.bbc.co.uk/foi/docs/bbc_constitution/bbc_royal_charter_and_agreement/Royal_Charter_1_January_2007.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

miembros del BBC Trust (incluido el Presidente) podrán ser reelectos para ocupar el cargo por un período adicional (no mayor a cinco años) que señale un mandato o resolución de Consejo.¹⁰⁰

Por otro lado, el Consejo Ejecutivo de la BBC se encuentra conformado por miembros ejecutivos y no ejecutivos, cuyo número es determinado por el mismo Consejo, con aprobación del BBC Trust. Sin embargo, los miembros no ejecutivos deben ser mínimo cuatro, o bien, de manera tal que el número de miembros no ejecutivos siempre debe ser no menor a una tercera parte, ni igual o superior a la mitad de los miembros ejecutivos del Consejo.¹⁰¹

En Francia, el Consejo Superior de los Medios Audiovisuales nombra por cinco años al Presidente del Consejo de Administración de la Sociedad *France Télévisions* de entre las personas que ha designado. El Presidente del Consejo de Administración de la sociedad *France Télévisions* es asimismo el presidente de los consejos de

100 15. Length of terms

(1) The Order in Council which appoints a Chairman, Vice-Chairman or ordinary member of the Trust shall specify the period for which he is being appointed. No period longer than five years may be specified.

(2) A serving Chairman, Vice-Chairman or ordinary member may at any time be re-appointed by Order in Council for any further period specified in the Order. Such a further period may not be longer than five years. This power may be exercised with effect from a date other than that on which the previous term would have expired. http://www.bbc.co.uk/foi/docs/bbc_constitution/bbc_royal_charter_and_agreement/Royal_Charter_1_January_2007.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

101 Royal Charter

The Executive Board

Constitution of the Executive Board

28. Composition of the Executive Board

(1) The Executive Board shall consist of executive and non-executive members.

(2) Subject to the overarching requirements of paragraph (3), the total number of Board members, and the respective numbers of executive and non-executive members, shall, so far as practicable, be as determined by the Executive Board with the approval of the Trust.

(3) So far as practicable—

(a) there must always be at least four non-executive members, and

(b) the total number of non-executive members must never fall below one third nor be equal to or exceed one half of the total membership of the Board.

(4) In paragraphs (2) and (3), We say “so far as practicable” to recognise the fact that sometimes a member might cease to hold office suddenly or at short notice (such as through death or resignation) and that it may take some time before a replacement can be appointed. As long as he is replaced as soon as is practicable, it does not matter that the composition of the Board deviates from the norm in the meanwhile. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

administración de las sociedades *France 2*, *France 3* y *France 5* y *Réseau France outre-mer*.¹⁰²

La Ley número 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación, establece en el artículo 47.1 que el Consejo de Administración de la sociedad *France Télévisions* está formado por 14 miembros cuyo mandato dura cinco años.

En Canadá, corresponde al Presidente de la CBC la supervisión de la dirección del trabajo y de los empleados de la Corporación. El Presidente tiene responsabilidad y autoridad general respecto de la administración de los negocios, actividades y otros asuntos de la Corporación así como las facultades y obligaciones que determine el Consejo de Directores.¹⁰³ Según lo prescribe la sección 36 (2) de la Ley de Telecomunicaciones, corresponde la administración de la CBC

102 Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (version consolidée au 07 mars 2007)

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel nomme pour cinq ans, à la majorité des membres qui le composent, le président du conseil d'administration de la société France Télévisions parmi les personnalités qu'il a désignées.

Le président du conseil d'administration de la société France Télévisions est également président des conseils d'administration des sociétés France 2, France 3, France 5 et Réseau France outre-mer.

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930&dateTexte=20080302>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

103 Consolidated by-Laws of the Canadian Broadcasting Corporation 2002

3. CORPORATE GOVERNANCE

(3) The President

(a) The President is the Chief Executive Officer of the Corporation.

(b) The President has supervision over the direction of the work and staff of the Corporation. Subject to the Act and these By-Laws and to the Board's direction and authority as may be exercised from time to time whether through the terms of reference set pursuant to subparagraph 3 (1) (a) above or otherwise, the President shall have responsibility and general authority for the management of the business, activities and other affairs of the Corporation and such other powers and duties as the Board may specify.

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/bylaws.shtml>

Broadcasting Act

President

Powers, duties and functions

42. (1) The President is the chief executive officer of the Corporation and has supervision over and direction of the work and staff of the Corporation and may exercise such powers and shall perform such other duties and functions as are assigned to the President by the by-laws of the Corporation.

Full-time

(2) The President shall perform the duties and functions of the office on a full-time basis.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

a un Consejo de Directores formado por 12 directores, incluyendo a los dos Presidentes señalados en el punto anterior (*President* y *Chairperson*).¹⁰⁴

En Australia, la Ley de la ABC se refiere al nombramiento de un Director de Administración de la Corporación. El Director de Administración, durante la gestión de los asuntos de la ABC y del ejercicio de las facultades que le corresponden, actuará de conformidad con las políticas e indicaciones del Consejo.

Con el propósito de garantizar el mandato de los medios públicos tanto la figura del titular como la de los órganos de gestión y administración deben cubrir ciertos requisitos:

- El marco legislativo debe ser claro y efectivo en relación al establecimiento, funciones, atribuciones e independencia de la operatividad del medio público, así como también la regulación de la rendición de cuentas, el procedimiento de nombramientos y la designación de sus fondos.
- El marco jurídico debe contener reglas claras con el propósito de evitar que:
 - I) Los miembros del medio actúen bajo influencia de intereses políticos
 - II) Intereses de empresas u otras organizaciones de los medios u otros sectores relacionados en el ejercicio de las funciones de los miembros del medio público.
- La Ley debe garantizar que el nombramiento o designación se lleve a cabo dentro de un marco democrático y transparente y que no se pueda establecer o realizar una acción o medida

104 Broadcasting Act
Part III

36. (2) There shall be a Board of Directors of the Corporation consisting of twelve directors, including the Chairperson and the President, to be appointed by the Governor in Council.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

que perjudique la independencia de sus funciones ni abusar de la ley.

- Las reglas deben precisar claramente la posibilidad de destitución del cargo sin que esto pueda utilizarse como medida política para presionar su independencia.

I) La destitución debe ser por abuso o incumplimiento de la ley o de sus atribuciones, por incapacidad en el ejercicio de sus funciones.

II) La composición de los miembros de las autoridades reguladoras debe incluir a expertos en el área.

Mecanismos de control

Los principales mecanismos de control son cuatro:

I) Transparencia,

II) Rendición de cuentas,

III) Autoridades reguladoras independientes,

IV) Defensor de la audiencia.

I) Transparencia

El principio de transparencia está vinculado originalmente con el control de la Administración Pública, como se pone de relieve en las disposiciones nacionales y supranacionales que se han aprobado en los años recientes. La inserción de la transparencia en el derecho deviene de otra antigua institución jurídica que hoy se invoca como patente de un sistema democrático, la del principio de publicidad del Estado. Este punto característico de un Estado constitucional democrático de derecho es de vieja data, pero de reciente eficacia normativa como mecanismo de control de los

actos de los gobernantes por los gobernados. De manera reciente, Bobbio ha acuñado la frase de democracia con un acento en la publicidad, en el sentido de hacer público o, dicho de manera más sintética, en la transparencia: “Con redundancia se puede definir el gobierno de la democracia como el gobierno del poder ‘público’ en ‘público’. El error es solo aparente porque ‘público’ tiene dos significados: si es contrapuesto a ‘privado’, como en la distinción clásica de *ius publicum* y *ius privatum*, que nos llega de los juristas romanos, o si es confrontada con lo ‘secreto’, por lo que no adopta el significado de perteneciente a la ‘cosa pública’ al ‘Estado’, sino de ‘manifiesto’, ‘evidente’, ‘precisamente visible’.”

La idea de transparencia ha permeado más que el concepto del principio de publicidad de los actos del Estado por ser una sola palabra capaz de sintetizar un significado similar expresado en varias palabras. Con todo, la doctrina jurídica sigue utilizando hasta ahora la noción de publicidad de los actos del Estado para referirse a la misma idea.

Está claro que transparencia o publicidad de los actos de los órganos del Estado son términos equiparables. La transparencia significa así el deber de los mandatarios o gobernantes para realizar como regla general sus actuaciones de manera pública como un mecanismo de control del poder y de legitimidad democrática de las instituciones públicas. Es menester ahora ver si la noción de transparencia es sinónimo del concepto de derecho de acceso a la información pública o si su relación es de diferente naturaleza. Si se atiende a la regulación jurídica de la transparencia, se puede colegir que el principio de transparencia es una parte del derecho de acceso a la información pública y no al contrario.

Asimismo, conviene puntualizar que si bien es cierto que la transparencia es una garantía para el cumplimiento del derecho de acceso a la información pública, también lo es que el concepto correlativo denominado rendición de cuentas o *accountability* no es ni un derecho fundamental ni una garantía instrumental del derecho de acceso a la información pública, si no más bien forma

parte de los bienes jurídicos protegidos por el derecho de acceso a la información pública; es decir, es uno de los valores que protegen la existencia y eficacia de esta institución jurídica.¹⁰⁵

Ahora bien, la transparencia informativa es un concepto de múltiples caras, definido por cuatro calificativos: abierta, completa, sencilla y clara. Las medidas para el aumento de la transparencia aspiran a crear las condiciones idóneas para entablar un debate público más informado sobre el Estado y la sociedad y su futuro. La transparencia se identifica con una política de puertas abiertas, accesible a las aportaciones de los ciudadanos. Y por este camino se alcanza otro de los fines que indirectamente se predicen de la publicidad institucional: *la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos*.¹⁰⁶

La Directiva 2006/111/CE relativa a la transparencia de las relaciones financieras entre los Estados miembros y las empresas públicas, así como a la transparencia financiera de determinadas empresas,¹⁰⁷ señala en los considerandos que:

(13) La puesta a disposición de los fondos públicos para las empresas públicas puede hacerse tanto directa como indirectamente. Conviene, por tanto, que se garantice la transparencia independientemente de las modalidades según las cuales se efectúa la puesta a disposición de los fondos públicos. Llegado el caso, conviene igualmente garantizar un conocimiento adecuado de las motivaciones de esa puesta a disposición y de su utilización efectiva.

La transparencia no solo es una herramienta para dar contenido y efectividad al derecho de acceso a la información y de participación,

105 Villanueva, Ernesto, "Acceso a la información y Transparencia", en Villanueva, Ernesto (coord.), *Diccionario de Derecho de la Información*, op. cit. supra, p. 6-11.

106 Debbasch, Charles, *La transparence administrative en Europe. Actes du colloque tenu à Aix en octobre 1989*, Paris, Editions du Centre Nationale de la Recherche Scientifique, 1990, pp. 11 y ss. defiende que la mejor forma de hacer efectiva la transparencia es la participación de los ciudadanos en los procedimientos de la Administración.

107 Op. cit. supra.

sino que debe considerarse como una exigencia de la administración pública, buen funcionamiento, probidad, rectitud, honestidad y austeridad.

II) Rendición de cuentas

La justificación histórica de la rendición de cuentas la encontramos en el artículo 15 de la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789, en el que se plasma el derecho social a pedir cuentas y la obligación de los agentes públicos de la administración de rendirlas:

La sociedad tiene derecho a pedir cuentas a todo agente público por su administración.¹⁰⁸

El término rendición de cuentas proviene de la traducción de la palabra anglosajona *accountability*, es traducido como la “obligación de rendir cuentas”; es decir, “el estado debe ser sujeto a reportar, explicar o justificar.”¹⁰⁹ La rendición de cuentas se define como la obligación permanente de los mandatarios o agentes de informar a sus mandantes o principales de los actos que llevan a cabo como resultado de una delegación de autoridad que se realiza mediante un contrato formal o informal y que implica sanciones en caso de incumplimiento.¹¹⁰

El Consejo de Europa, en la Recomendación número 1 sobre el futuro de los medios públicos¹¹¹ señala que los medios públicos deben rendir cuentas al público. Para ello, los medios públicos deben publicar información de sus actividades y desarrollar procedimientos para que los televidentes y radioescuchas puedan comentar cómo llevan a cabo su misión.¹¹²

108 Jellinek, Georg, *La Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano*, Posada, Adolfo (trad.), México, UNAM, 2003, p. 199.

109 Santisteban, Rodrigo, “Rendición de cuentas”, en Villanueva, Ernesto (coord.), *Diccionario de Derecho de la Información*, México, Porrúa-UNAM, 2006, pp. 508-510.

110 Ugalde, Luis Carlos, *La rendición de cuentas en los gobiernos estatales y municipales*, México, op. cit. supra, p. 9.

111 http://www.aideka.tv/sabios/images/politica_de_medios_de_comunicacion_consejo_e.pdf

112 Public service broadcasters must be directly accountable to the public. To that end, public service broadcasters should regularly publish information on their activities and develop procedures for allowing viewers and listeners to comment on the way in which they carry out their missions.

Artículo 1

1. Los Estados miembros garantizarán, en las condiciones previstas por la presente Directiva, la transparencia de las relaciones financieras entre los poderes públicos y las empresas públicas, poniendo de relieve:
 - a) las puestas a disposición de fondos públicos efectuadas directamente por los poderes públicos a las empresas públicas de que se trate;
 - b) las puestas a disposición de fondos públicos efectuadas por los poderes públicos por mediación de empresas públicas o instituciones financieras;
 - c) la utilización efectiva de esos fondos públicos.

2. Sin perjuicio de otras disposiciones específicas establecidas por la Comunidad, los Estados miembros garantizarán que la estructura financiera y organizativa de cualquier empresa que esté obligada a llevar cuentas separadas se refleje correctamente en dichas cuentas, de manera que aparezcan claramente indicados:
 - a) los costes e ingresos derivados de las diferentes actividades;
 - b) información detallada sobre los métodos de asignación o distribución de los costes e ingresos entre las diferentes actividades.

III) Autoridad reguladora independiente

Existen cinco tipos de órganos reguladores de los medios de información:¹¹³

1. Agencias gubernamentales: burocracias que regulan de *iure* la actividad y operaciones de los medios de información.

113 Cfr. McKenzie, Robert, *Comparing Media From Around the World*, op. cit supra.

2. Organizaciones profesionales: colegios constituidos por dueños de empresas de comunicación que establecen una autorregulación de sus contenidos y políticas internas.
3. Grupos ciudadanos: activistas que constituyen en ocasiones poderosísimas organizaciones con notable influencia sobre los empresarios mediáticos.
4. Clientes o patrocinadores: en las empresas informativas, la opinión o políticas del patrocinador son importantes pautas en el tratamiento de la información. Y por último,
5. La audiencia: los destinatarios de la actividad informativa constituyen indiscutibles reguladores de su contenido, puesto que sus preferencias van configurando la programación que se transmite.

En los Estados Unidos, la Comisión Federal de Comunicaciones, la Cámara de Representantes y el Senado son las autoridades encargadas de regular la labor de los medios. La idiosincrasia liberal americana no permite demasiado control central sobre las operaciones de organizaciones mediáticas, es el mercado el principal regulador de esta actividad.

La Comisión Federal de Comunicaciones es un órgano experto que implementa las políticas oficiales del Congreso en materia mediática. Esta autoridad tiene facultad para emitir regulaciones y para aplicar sanciones derivadas de su circunstancial incumplimiento, sin embargo, exhorta a los medios a instaurar políticas de autorregulación.

En los Estados Unidos, todas las entidades, públicas y privadas están licenciadas por esta autoridad, hecho que nos hace notar su independencia respecto del poder central.

En Francia, la regulación de los medios de comunicación recae en el Consejo Superior de lo Audiovisual, que es una agencia independiente del gobierno francés. Tiene facultades para interpretar el contenido

de la ley de libertad de prensa, pero no está facultada para establecer regulaciones.

En Europa, el Consejo de Europa emitió una recomendación sobre la independencia y funciones de las autoridades reguladoras de los medios electrónicos; como se observa a continuación, dicha recomendación contempla los principales lineamientos que deben establecerse y cumplir tanto en las legislaciones como las mismas autoridades reguladoras de los medios:¹¹⁴

A. Establecer autoridades reguladoras independientes para los medios.

1. Incluir previsiones en sus respectivas legislaciones nacionales y medidas de política audiovisual, que doten a las autoridades reguladoras del sector audiovisual con suficientes poderes para que puedan cumplir la misión que las propias leyes nacionales le encomienden, de una forma efectiva, independiente y transparente, de acuerdo con las directrices establecidas en el apéndice que acompaña a dicha recomendación.
2. Trasladar las citadas directrices, para su consideración, a los principales actores de los medios, incluidas las propias autoridades reguladoras del sector audiovisual y radiodifusoras, autoridades públicas y profesionales, así como al público en general, sin perjuicio del respeto efectivo a la independencia de las autoridades reguladoras evitando cualquier interferencia en sus actividades.

B. Establecer los lineamientos de independencia y funciones de las autoridades reguladoras de este sector:

1. Creación de un marco legislativo claro y efectivo en el procedimiento tanto del establecimiento, funciones, atribuciones

114 Recomendación Rec(2000)23 del Consejo de Europa. Adoptada por el Comité de Ministros el 20 de Diciembre de 2000, en la 735 reunión de Ministros. El texto completo de la Recomendación puede encontrarse en: <http://www.humanrights.coe.int/media/documents/legal%20texts/regulatory-authorities.doc>

e independencia de la autoridad reguladora. Así como también, la regulación de la rendición de cuentas, el procedimiento de nombramientos y la designación de sus fondos.

3. El marco jurídico debe contener reglas claras con el propósito de evitar autoridades reguladoras bajo influencia de intereses políticos e intereses de empresas u otras organizaciones de los medios u otros sectores relacionados en el ejercicio de las funciones de la autoridad reguladora. La Ley debe garantizar que:

- El nombramiento o designación se lleve a cabo dentro de un marco democrático y transparente.
- No recibir mandato o instrucciones de ninguna persona u órgano.
- No pueden establecer o realizar una acción o medida que perjudique la independencia de sus funciones y tampoco abusar de la ley.
- Las reglas deben precisar claramente la posibilidad de destitución del cargo, sin que esto pueda utilizarse como medida política para presionar su independencia. La destitución debe ser por abuso o incumplimiento de la ley o de sus atribuciones, por incapacidad en el ejercicio de sus funciones.
- La composición de los miembros de las autoridades reguladoras debe incluir a expertos en el área.

C. La financiación de la autoridad reguladora debe especificar claramente un plan con referencia de gastos estimados de las actividades para llevar a cabo sus funciones de manera eficaz e independiente.

D. Sobre la concesión de las licencias se establece que:

1. El procedimiento para otorgar licencias y para renovarlas debe estar previamente establecido por ley de manera clara y precisa; además, debe aplicarse de manera abierta, transparente e imparcial. Se debe publicitar la subasta.
2. El procedimiento de concursos debe contemplar las siguientes especificaciones por lo menos:
 - o Tipo de servicio, duración de los programas, cobertura geográfica, tipo de fondos, tarifa de las licencias.
 - o Los peticionarios deberá incluir en su solicitud la estructura de su compañía, dueños y capital, el contenido y duración de los programas propuestos.

E. Monitoreo como una función esencial de las autoridades reguladoras:

1. Vigilar el respeto a las condiciones establecidas por la legislación y las licencias otorgadas.
2. Las autoridades reguladoras deberán tener derecho de solicitar y recibir informaciones a los radiodifusores, dado que eso es necesario para el correcto desarrollo de su tarea.
3. Las autoridades reguladoras deberán tener plena competencia para examinar todas las quejas que pueda haber dentro de su ámbito de actuación y para publicar de forma periódica sus conclusiones sobre la materia.

F. Sanciones:

1. Cuando el radiodifusor no respete la ley o las condiciones específicas de su licencia, las autoridades reguladoras deberán tener la capacidad de imponer sanciones de conformidad con la ley.

2. La ley tiene que prever y establecer una serie de sanciones, empezando por la advertencia. Toda sanción tiene que ser proporcional y no se puede tomar sin que el radiodifusor haya tenido la posibilidad de explicarse.
3. Toda sanción debe ser susceptible de control por los tribunales competentes según la ley de cada Estado miembro.

G. Responsabilidad de las autoridades reguladoras:

1. Rendir cuentas de su actividad, por ejemplo a través de informes *ad-hoc* relativas a sus actividades o al ejercicio de sus misiones.
2. Con el objetivo de asegurar la independencia de las autoridades reguladoras es necesario que sean controladas únicamente en relación con la legalidad de sus actividades, así como en la corrección y transparencia de su funcionamiento financiero.
3. En lo que concierne a la legalidad de sus actividades, esta supervisión deberá ser efectuada solamente *a posteriori*.
4. Toda decisión tomada y norma de regulación adoptada por las autoridades reguladoras deberá ser:
 - Fundamentada y de conformidad con el derecho estatal;
 - Susceptible de control por los tribunales competentes según la ley estatal;
 - Pública.

IV) *Defensor de la audiencia*

La figura del defensor de la audiencia está basada en el *ombudsman*. Su más remoto antecedente se localiza en la figura del “Justitie Kansler” creado por el rey sueco en el siglo XVI. En un principio, este órgano actuaba como Delegación de la Corona, cuya función,

entre otras, era la de supervisar la correcta aplicación de las leyes por parte de los servidores públicos.

La palabra *ombudsman* significa representante, mediador, comisionado, protector, defensor o mandatario del pueblo, que es designado por el Parlamento para supervisar la actuación de los gobernantes y corregir los actos de mala administración pública.¹¹⁵ La crisis de estabilidad de los medios estadounidenses a mediados de los años 60, marcados por una guerra impopular y la explosión de la cultura consumista, propició la inclusión de esta figura en los medios de comunicación, empezando por la prensa escrita, para atender las quejas a medios particulares.¹¹⁶

Actualmente, en los países más desarrollados, el defensor de la audiencia sirve para conocer las demandas motivadas por el público y, en sentido inverso, para explicar las razones y criterios de elaboración de un contenido específico, lo cual sirve a las audiencias no solo para conocer valores y criterios deontológicos que deben regir a los medios, sino también para familiarizarse con el quehacer profesional mediático en general. Una de las novedades destacables en nuestro caso es que el defensor de la audiencia puede actuar a instancia de parte o de oficio y que dará cuenta pública también en pantalla.

Australia, Canadá, Colombia, España, Reino Unido y Suecia cuentan con esta figura; en México, el Canal 22 y el Canal Once incorporaron el modelo televisivo con el referente colombiano. En 1966 se consolidó en Colombia el defensor del televidente a través de un mandato jurídico en la Ley de Televisión. Todos los canales tienen, desde entonces, la obligación de implementarlo y además de contar con un espacio en pantalla de media hora a la semana.

115 Roccatti, Mireille, "El Ombudsman. Su impacto en los países latinoamericanos", *Razón y Palabra*, Mayo-Julio 2001, http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_mroccatti.html

116 Navarro Rodríguez, Fidela y Amézquita Castañeda, Irma, *El Defensor de la Audiencia. El Caso del Canal Once*, Comunicación entregada tras la participación del panel "¿Qué es el defensor del televidente?", en el marco del Primer Seminario Itinerante de Autorregulación y Medios de Servicio Público, 13 de septiembre de 2007, organizado en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.

El Acuerdo número 001 de 2007, por el cual se reglamenta el deber de informar a la teleaudiencia colombiana la parrilla de programación y el de dictar otras disposiciones para la protección de los derechos de los televidentes en los canales de televisión abierta y de programación de producción nacional en el servicio de televisión por suscripción,¹¹⁷ reconoce:

Que el derecho a la información es un derecho de doble vía, en cuanto incluye la emisión de informaciones en cabeza del medio de comunicación, el cual necesariamente se extiende al receptor de tales informaciones;

Que dentro de los derechos de los televidentes a ser informados, y en cumplimiento de los fines y principios del servicio público de televisión, está justamente el relativo a tener un conocimiento previo y oportuno de los programas y de los horarios en que van a ser emitidos, en los diferentes canales de televisión abierta y en los de programación de producción nacional en el servicio de televisión por suscripción, permitiendo dentro de sus gustos y hábitos la libre selección de aquellos, frente a las diversas opciones de programación ofrecidas bien dentro del mismo canal o por otros operadores del servicio de televisión.

La tarea del defensor tiene dos vertientes: hacia adentro del medio, al mejorar la calidad de desempeño profesional, y hacia la sociedad, al servir a los intereses de los ciudadanos. Respondiendo al primer punto, deberá trabajar en el cumplimiento de los principios de ética profesional, expuestos en los estatutos, códigos de deontología y manuales. Esta función se apoya en el principio de que el capital más importante de un medio de comunicación es su credibilidad y una forma de construirla y mantenerla es mostrar una actitud de equilibrio, independencia y sensibilidad.

Aunado a lo anterior, se plantea al mismo nivel de importancia el segundo punto, el de velar por la defensa de los derechos de las

117 Publicado en el Diario Oficial No 46.516, en Bogotá, D. C., el 19 de enero de 2007 <http://www.usergioarboleda.edu.co/telecomunicaciones/ACU-0001-07CNTV.pdf>

audiencias a través de una persona designada por el propio medio, cuya misión es ser la voz de sus colegas frente a las demandas de las audiencias.

Conversión digital

El avance tecnológico quizá de mayor trascendencia es la extensión de la tecnología digital al campo de las comunicaciones electrónicas. La digitalización propia de la informática ha experimentado una difusión espectacular, alcanzando y revolucionando el mundo de las telecomunicaciones como gran alternativa a la tecnología analógica. Los importantes niveles alcanzados en la comprensión digital de la información han hecho posible su utilización en las más diversas aplicaciones, de suerte que la conversión de cualquier tipo de información -texto, sonido o imagen en *bits*, es decir, en dígitos o códigos numéricos- está permitiendo posibilidades impensables en tan solo unos años.

La extraordinaria velocidad y calidad de la transmisión otorgan además a esta tecnología un alto nivel de rendimiento, que se traduce en una mayor y mejor posibilidad de comunicación, así como rentabilidad económica. La ausencia de pérdidas de la señal digital frente a la analógica, su innecesaria reproducción a través de amplificadores o la presencia de *bits* que contienen información adicional sobre otros *bits* en un nuevo abanico de posibilidades de transmisión, pueden servir para ejemplificar este verdadero salto dentro de la era de la información y comunicación.

La televisión digital se define por la tecnología que utiliza para transmitir su señal. En contraste con la televisión tradicional, que codifica los datos de manera analógica, la televisión digital codifica sus señales de forma binaria, habilitando así la posibilidad de crear vías de retorno entre consumidor y productor de contenidos, abriendo así la posibilidad de crear aplicaciones interactivas.

La adopción de tecnologías digitales es un proceso en el que voluntariamente se involucran las empresas de servicios de

telecomunicaciones y de radiodifusión, habida cuenta de que las nuevas tecnologías permiten reducir los costos de dichas empresas al utilizar de manera más eficiente sus medios de transmisión existentes, así como aumentar sus ingresos al permitir la prestación de nuevos servicios sobre la misma infraestructura.¹¹⁸

La transición a la televisión digital terrestre (TDT) es un proceso de largo plazo en el que se requiere realizar inversiones en infraestructura en la parte de transmisión, en producción para generar contenidos atractivos en alta definición; de igual forma, el público televidente requiere contar con receptores o decodificadores que puedan captar las señales digitales de la TDT.¹¹⁹

Para facilitar la transición a la televisión digital, es práctica internacional que los gobiernos presten a los radiodifusores disponibles un canal espejo para iniciar la transmisión simultánea de su señal analógica y digital, e ir gradualmente apagando la señal analógica. Se requiere una transición gradual, en virtud de que la televisión digital implica un cambio del equipo terminal por parte del usuario, es decir, el usuario tiene que adquirir un televisor digital. Para esto, se ponen metas de transición a las televisoras dentro de un periodo que cubre de 10 a 20 años. Por ejemplo, la Comisión Federal de Comunicaciones, a instancias del Congreso Federal de los Estados Unidos, estableció como fecha fatal para apagar la señal analógica al año 2009.¹²⁰

El objetivo principal de la transición a televisión digital es, sin embargo, liberar el espectro de mayor potencia en las bandas UHF y VHF, hoy ocupadas por la televisión analógica, para

118 Hernández Ochoa, Cesar Emiliano, "Transición de la tecnología analógica a la digital", en Huber, Rudolf y Villanueva, Ernesto, *Reforma de Medios Electrónicos ¿Avances o Retrocesos?*, México, UNAM-Fundación Konrad Adenauer, 2007, pp. 137-157.

119 http://www.cft.gob.mx/wb/COFETEL/COFE_Tabla_de_Canales_para_la_TDT

120 Cfr. Álvarez González de Castilla, Clara Luz, Camarena Osorno, Beatriz Adriana y Jalife Villalón, Salma Leticia, "Estudio Evaluación regulatoria, económica y técnica del Decreto que reforma a las leyes federales de Telecomunicaciones y Radio y Televisión: La pérdida de la rectoría del Estado sobre el espectro radioeléctrico, así como las prácticas monopólicas y concentraciones prohibidas que promueve el Decreto en contravención a los principios que protege la Constitución Política Mexicana", *Amicus Cuariae Suprema Corte de Justicia de la Nación*, presentado el 22 de agosto de 2006.

efectos de que se hagan disponibles bandas de frecuencia para nuevos usos avanzados de telecomunicaciones, a la mayor brevedad posible. En los ejemplos antes dados, los gobiernos se comprometen a otorgar a las televisoras establecidas la misma cobertura geográfica que hoy tienen, en el entendido que se reservan el derecho absoluto de reubicar a los concesionarios de radiodifusión abierta hacia los canales que consideren más convenientes, y determinar el uso del canal analógico que se desocupe para nuevos usos, para lograr mayor eficiencia en el uso del espectro radioeléctrico en el desarrollo de los servicios de telecomunicaciones. En ninguno de los documentos de la UIT o la OCDE, se encontraron casos en que: 1) el Estado ceda la determinación de los usos de los canales analógicos o espejo al concluir la transición digital, 2) los radiodifusores se queden con ambos canales, y 3) los radiodifusores adquieran derechos para prestar servicios de telecomunicaciones sobre las bandas de frecuencia con usos atribuidos a la televisión abierta.¹²¹

En Europa, el Consejo de Ministros adoptó el 25 de noviembre de 2005 el acuerdo por el que se amplía con canales digitales adicionales “el contenido de las concesiones de las sociedades que gestionan el servicio público de televisión terrestre de ámbito estatal y por el que se asignan los canales que forman parte de los múltiples digitales en redes de frecuencia única.”

En México, el Acuerdo Secretarial de julio de 2004 sujeta la transición de la televisión abierta analógica a la digital a un “Calendario para la instalación y operación de los equipos de los canales digitales” compuesto por seis periodos trianuales. De acuerdo con este Calendario, el proceso inicia por la transmisión de señales digitales en las mayores ciudades del país (México, Monterrey y Guadalajara) y en las mayores ciudades de la frontera México-Estados Unidos (Tijuana, Mexicali, Ciudad Juárez, Nuevo Laredo, Matamoros y Reynosa). El primer periodo trianual (en realidad de dos años y medio) concluyó el 31 de diciembre de 2006, fecha en la que debió haber

121 Idem.

señales digitales que cubriesen al menos el 20 por ciento del área de servicio de la señal analógica en las ciudades de dicho periodo; para 2009, la cobertura deberá ser del 90 por ciento. Posteriormente se irán agregando progresivamente ciudades de menor tamaño hasta concluir el 31 de diciembre de 2021 con una cobertura de televisión digital “en todas las zonas de cobertura servidas por la televisión analógica.”¹²²

122 Hernández Ochoa, Cesar Emiliano, “Transición de la tecnología analógica a la digital”, en Huber, Rudolf y Villanueva, Ernesto, *Reforma de Medios Electrónicos ¿Avances o Retrocesos?*, op. cit. supra. El Calendario utiliza dos categorías de cobertura: “presencia” que equivale a cobertura de 20 por ciento del área de servicio; y “réplica digital” que equivale a cobertura de 90 por ciento del área de servicio. Típicamente los concesionarios y/o permisionarios que reciben frecuencias adicionales para transmisiones de televisión deben alcanzar la “presencia” en un área de servicio en un periodo determinado, y lograr la “réplica digital” en el periodo siguiente. Resolutivo Segundo, numeral 4, *Acuerdo Secretarial de julio de 2004*.

Capítulo 2

Medios de servicio público en el mundo e indicadores de calidad

En este capítulo se analizan nueve televisiones públicas de un número similar de países. La selección de países se hizo a partir de los modelos de estados democráticos identificados en investigaciones previas.¹²³ Después se eligieron los medios públicos cuyos portales de Internet, legislación y demás documentos se encontraban disponibles en línea.

Las televisiones públicas fueron analizadas bajo 10 rubros que en el capítulo cuarto de este libro serán desarrollados y aplicados como indicadores a los medios federales mexicanos, a los que se sumarán otros dos por las especificidades de los mismos.

Australia: Australian Broadcasting Corporation (ABC)

Descripción del medio: www.abc.net.au

La Constitución de Australia (Commonwealth Of Australia Constitution Act) no contiene disposición alguna sobre la Australian Broadcasting Corporation (ABC).

¹²³ Villanueva, Ernesto, *Ética de la radio y la televisión. Reglas para una calidad de vida mediática*, México, Universidad Iberoamericana y UNESCO, 2000. Villanueva, Ernesto, *Deontología informativa. Códigos Deontológico de la Prensa Escrita en el Mundo*, 2da. Ed., México, Editorial Porrúa, 2002, p. 431. Villanueva, Ernesto et. al., *Medios, Información y Comunicación. A mayores libertades, mayores responsabilidades*, Colombia, Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información y de la Comunicación, Pontificia Universidad Javeriana, 2003, p. 188. Villanueva, Ernesto, *Códigos Europeos de Ética Periodística. Un análisis comparativo*, México, Edit. Fundación Manuel Buendía, 1996. Villanueva, Ernesto, "Reforma de medios en la experiencia comparada", en Huber, Rudolf y Villanueva, Ernesto (coords.), *Reforma de medios electrónicos ¿avances o retrocesos?*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas y Fundación Konrad Adenauer, 2007, pp. 117-136.

Sobre la base de la Ley de la ABC (Broadcasting Corporation Act 1983) y la Ley de Autoridades y Compañías del Commonwealth (the *Commonwealth Authorities and Companies Act 1997*), la ABC debe presentar un reporte anual ante el Ministro de Comunicaciones, Banda Ancha y Economía Digital.¹²⁴

Por otro lado, la sección 13.8 de las Políticas Editoriales de la ABC establece que el Consejo de la ABC debe desarrollar Códigos de Prácticas para sus servicios y debe proporcionar una copia de los mismos a la Autoridad Australiana de Comunicaciones y Medios (ACMA). Asimismo, la sección 13.8.2 de las mismas Políticas Editoriales señala la competencia de la ACMA para conocer de aquellas quejas de la audiencia que no hayan sido respondidas por la ABC dentro de los sesenta días siguientes a su presentación.

La ACMA deberá investigar las quejas que le sean dirigidas y, cuando encuentre que las quejas están justificadas, debe expedir una recomendación a la ABC para que cumpla con lo dispuesto por las Políticas Editoriales de la ABC o realice alguna otra acción al respecto. Si la ABC no cumple con la recomendación de la ACMA dentro de los treinta días siguientes, la ACMA debe enviar un reporte por escrito al Ministro, quien, a su vez, deberá entregar una copia a ambas Cámaras del Parlamento.¹²⁵

De igual manera, la sección 3 de las Políticas Editoriales de la ABC señala que la Ley de la ABC garantiza la independencia de la ABC,

124 <http://www.dbcde.gov.au/minister/>

125 ABC Editorial Policies 2007

13.8 The ABC and the Australian Communications and Media Authority (ACMA)

13.8.1 The ABC Board must develop codes of practice for its services and provide ACMA with a copy of the code and any changes made to it. The ABC Code of Practice is in Appendix 3.

13.8.2 If a complainant fails to receive a response from the ABC within 60 days or is not satisfied with the response received within that period, and the matter is covered by the relevant ABC Code of Practice, a complaint can be made to ACMA.

13.8.3 ACMA must investigate complaints addressed to it and covered by the ABC

Code of Practice, except where complaints are frivolous, vexatious or not made in good faith.

13.8.4 Where ACMA finds that a complaint against the ABC is justified, ACMA may recommend the ABC comply with its Code or take other action, including broadcasting or publishing an apology or retraction.

13.8.5 If the ABC fails to act on an ACMA recommendation within 30 days in a way ACMA deems adequate, ACMA may give a written report to the Minister who must cause a copy of the report to be laid before both Houses of Parliament.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

quien mantiene facultades para tomar decisiones sobre su contenido y servicios en beneficio del pueblo de Australia, por lo que en tales materias el Gobierno y el Parlamento carecen de facultades. Dicha sección precisa que la ABC es independiente de cualquier interés o control privado.

Al respecto, cabe señalar que la sección 78 (6) de la Ley de la ABC establece la facultad del Ministro de dirigir la transmisión de la ABC en nombre del interés público. En este último caso, el Ministro debe presentar una declaración ante cada Cámara del Parlamento, en la que establezca los detalles y las razones por las que dirigirá la transmisión de la ABC, dentro de los siete días de sesión del Parlamento siguientes a aquel en que tomó la dirección de la transmisión.¹²⁶

La visión, la misión y los valores de la ABC son los siguientes:¹²⁷

Visión: La ABC debe jugar un papel activo en la vida de todos los australianos.

Misión: Cumplir la Carta de la ABC (*ABC's Charter*) a través de programas y servicios que informen, eduquen y entretengan.

126 ABC Editorial Policies

3 ABC functions and duties

3.5 Independence and accountability

3.5.1 The ABC Act guarantees the independence of the Corporation. The ABC holds its power to make decisions on its content and services on behalf of the people of Australia. By law and convention neither the Government nor Parliament seeks to intervene in those decisions. The ABC is also independent of any private interest and control. The ABC exercises complete editorial control over all its content decisions.

3.5.2 To reinforce the ABC's independence, the ABC Act states: except as provided by this Section [relating to the Minister's power to direct the broadcast of matter in the national interest], or as expressly provided by a provision of another Act, the Corporation is not subject to direction by or on behalf of the Government of the Commonwealth (Section 78(6) of the ABC Act).

3.5.3 Section 78(5) provides: where the Minister gives a direction to the ABC under this Section, the Minister shall cause a statement setting out particulars of, and the reasons for, the direction to be laid before each House of the Parliament within seven sitting days of that House after the direction was given.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

127 ABC Vision, Mission and Values Valued for playing an active role in the lives of all Australians.

Mission Uphold the ABC's Charter through distinctive programs and services that inform, educate and entertain. Values

* Distinctively Australian—reflecting the nation's identity and culture

* Open to all—reaching out to engage audiences, bringing Australians together

* No hidden agendas—aspiring to the highest editorial standards of accuracy and impartiality, reflecting a balanced and broad range of views and interests

* Creative—a commitment to innovation, ideas and support for talented people

* Courageous—encouraging the leadership and vision to adapt to change with integrity and decisiveness

* Supportive—providing opportunities for ABC staff to grow, personally and professionally, during their time with the Corporation

* Accountable—demonstrating high standards of governance and value for money to the Australian community.

http://www.abc.net.au/corp/annual_reports/ar06/pdf/ABC_Annual_Report_2005-06_Section_1.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Valores: Primordialmente australiana. La ABC refleja la identidad y cultura nacional

Abierta a todos. Alcanzar la atención de la audiencia, unir a los australianos

Sin agendas ocultas. La ABC aspira a los más altos estándares editoriales de exactitud e imparcialidad mediante el reflejo de un rango amplio y equilibrado de puntos de vista e intereses. Creativa. La ABC está comprometida con la innovación, las ideas y el respaldo a personas talentosas. Valiente. La ABC fomenta el liderazgo y la visión para adaptarse a los cambios con integridad y decisión. Solidaria. La ABC debe brindar a su personal oportunidades de crecimiento personal y profesional durante el tiempo en que presten sus servicios Responsable. La ABC debe demostrar altos estándares de gobierno y de valor a la comunidad australiana.

La sección 6 de la Ley de la ABC (*Australian Broadcasting Corporation Act 1983*) señala las principales funciones de la ABC en los términos siguientes:¹²⁸

128 Australian Broadcasting Corporation Act 1983

Sect 6 Charter of the Corporation [see Note 2]

(1) The functions of the Corporation are:

(a) to provide within Australia innovative and comprehensive broadcasting services of a high standard as part of the Australian broadcasting system consisting of national, commercial and public sectors and, without limiting the generality of the foregoing, to provide:

(i) broadcasting programs that contribute to a sense of national identity and inform and entertain, and reflect the cultural diversity of, the Australian community; and
(ii) broadcasting programs of an educational nature;

(b) to transmit to countries outside Australia broadcasting programs of news, current affairs, entertainment and cultural enrichment that will:

(i) encourage awareness of Australia and an international understanding of Australian attitudes on world affairs; and
(ii) enable Australian citizens living or travelling outside Australia to obtain information about Australian affairs and Australian attitudes on world affairs; and

(c) to encourage and promote the musical, dramatic and other performing arts in Australia.

(2) In the provision by the Corporation of its broadcasting services within Australia:

(a) the Corporation shall take account of:

(i) the broadcasting services provided by the commercial and public sectors of the Australian broadcasting system;
(ii) the standards from time to time determined by the Australian Broadcasting Authority in respect of broadcasting services;

(iii) the responsibility of the Corporation as the provider of an independent national broadcasting service to provide a balance between broadcasting programs of wide appeal and specialized broadcasting programs;

(iv) the multicultural character of the Australian community; and

(v) in connection with the provision of broadcasting programs of an educational nature—the responsibilities of the States in relation to education; and

(b) the Corporation shall take all such measures, being measures consistent with the obligations of the Corporation under paragraph (a), as, in the opinion of the Board, will be conducive to the full development by the Corporation of suitable broadcasting programs. Traducción Gabriela Rodríguez Arguij

- 1 Proporcionar en Australia servicios de transmisión innovadores, como parte del sistema de transmisión australiano constituido por los sectores nacional, comercial y público y, proporcionar asimismo:
 - a. Programas de transmisión que contribuyan a crear un sentimiento de identidad nacional, que informen, que entretenga y reflejen la diversidad cultural de la comunidad australiana.
 - b. Programas educativos.
2. Transmitir en países extranjeros programas de noticias, de asuntos actuales, de entretenimiento y de enriquecimiento cultural que promuevan la conciencia de Australia así como el entendimiento internacional de las actitudes australianas en asuntos mundiales y que permitan que los ciudadanos australianos vivan o viajen al extranjero a efecto de obtener información sobre los asuntos y actitudes australianos respecto de asuntos mundiales.
3. Promover las artes escénicas en Australia.

En el suministro de los servicios dentro de Australia, la ABC debe tomar en cuenta los servicios de transmisión proporcionados por los sectores comercial y público del sistema de transmisión australiano, los estándares determinados por la Autoridad Australiana de Transmisiones (*Australian Broadcasting Authority*) respecto de los servicios de transmisión, la responsabilidad de la ABC como proveedor de un servicio de transmisión nacional independiente de lograr un equilibrio entre los programas de transmisión populares y los especializados, el carácter multicultural de la comunidad australiana y las responsabilidades de los Estados en relación con el suministro de programas educativos.

Asimismo, la ABC debe tomar todas aquellas medidas que, siendo consistentes con las obligaciones que le corresponden, en opinión del Consejo de la ABC, conduzcan al desarrollo total de programas de transmisión adecuados.

De forma complementaria, las políticas editoriales de la ABC señalan que el Anexo 1 de la Ley de la ABC establece otras funciones a ésta última tales como:

- La transmisión de noticias y de información relacionada con eventos actuales.
- La transmisión del Parlamento.
- La transmisión de los asuntos particulares que el Ministro considere de interés nacional en caso de que tome la dirección de la transmisión de la ABC.¹²⁹

Trabajo informativo

Las políticas editoriales de la ABC señalan los principios editoriales y éticos fundamentales para la ABC. Estas políticas son desarrolladas con la experiencia de los creadores de los programas de la ABC y toman en consideración los requisitos de la legislación y los reglamentos vigentes y, lo más importante, estas políticas reflejan los estándares que espera la audiencia de la ABC.¹³⁰

Asimismo, la ABC mantiene un *Código de Prácticas* (actualizado hasta 2007), el cual es aplicable a los servicios de radio, televisión, Internet y otros servicios emergentes que ofrece. Algunas de las secciones de este *Código de Prácticas* son aplicables para un medio en específico,

129 ABC Editorial Policies 2007

3.2.2 The ABC must meet other requirements set out in the ABC Act 1983, (see Appendix 1) including:

- the broadcast of news and information relating to current events
- the broadcast of Parliament
- the broadcast, under ministerial direction, of particular matters which the Minister considers would be in the national interest.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

130 Editorial Policies 2007

These policies enable program makers and the public to understand the editorial and ethical principles that are fundamental to the ABC. They are developed with the experience of ABC program makers and take account of the requirements of current legislation and regulation. Most importantly, they seek to reflect the standards that ABC audiences expect of their national broadcaster. <http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

como es el caso de la sección 6 que regula la clasificación de los programas de televisión.

El *Código de Prácticas* de la BBC establece los principios fundamentales que son aplicables en los contenidos de la ABC. La ABC reconoce cuatro tipos de contenido:

- Noticias y asuntos actuales
- Opinión
- Contenido fáctico y de actualidad
- Contenido respecto de las artes escénicas¹³¹

Por otro lado, las Políticas Editoriales de la ABC señalan en la sección 5 las directrices y principios de la práctica editorial para el contenido de las noticias y de los asuntos actuales así como respecto de la regulación de las entrevistas, la violencia, el suicidio, el reportaje desde el extranjero y el reportaje de acciones militares.¹³² Asimismo, el documento contiene criterios sobre el contenido de opinión (sección

131 Code of Practice 2007, p. 3.

1.3 This Code of Practice applies to ABC Radio and Television, Online and other emerging media services. Some parts of the Code apply to a particular medium such as Section 6: Television Program Classifications. Where this is the case material is marked accordingly.

1.5 This Code of Practice sets out the major principles which apply to ABC content. The ABC distinguishes between four types of content:

- news and current affairs
- opinion
- topical and factual
- performance.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/codeprac07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

132 Editorial Policies p. 30

5 News and current affairs content

5.1 Introduction

5.2 The principles of editorial practice for news and current affairs content

5.3 Interviews

5.12 Violence

5.14 Suicide

5.15 Reporting from overseas

5.16 Reporting from military actions

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

6), sobre el contenido fáctico y de actualidad (sección 7), el contenido de los programas sobre artes escénicas (sección 8), sobre religión (sección 11.12) y para niños (sección 11.13).¹³³

- *Código de estilo*: No se encontró esta información en la página de Internet de la ABC.
- *Código o manual periodístico*: El *Código de Prácticas* de la ABC regula lo relativo a las noticias y contenidos actuales en los programas de la ABC (sección 3), a los contenidos de opinión (sección 4), a los contenidos fácticos y de actualidad (sección 5) y a los estándares de contenido (sección 11).¹³⁴

Por otro lado, cabe señalar que la Ley de la ABC establece determinadas disposiciones sobre los servicios de noticias de la Corporación. Según la sección 27 de la Ley mencionada, la ABC debe desarrollar y mantener un servicio independiente de transmisión de información y de información.¹³⁵

Contenidos y producción

El *Código de Prácticas* de la ABC se refiere en la sección 2.13 a

133 Editorial Policies

6 Opinion content

7 Topical and factual content

8 Performance content

11.12 Religious content

11.13 Content for children

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

134 Practice Code, p. 7.

3. News and current affairs content

4. Opinion content

5. Topical and factual content

11 Content standards

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/codeprac07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

135 AUSTRALIAN BROADCASTING CORPORATION ACT 1983 SECT 27

News services

(1) The Corporation shall develop and maintain an independent service for the broadcasting of news and information by the Corporation pursuant to this Section.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

los contenidos de religión (respecto de los cuales la ABC no debe promover algún tipo de religión en particular).¹³⁶

Asimismo, la sección 2.15 del *Código de Prácticas* de la ABC se refiere a los subtítulos en los servicios domésticos de televisión para personas sordas o que tienen problemas de audición. Esta sección señala que los contenidos de los subtítulos, en estos casos, deberán estar claramente marcados cuando la información sea proporcionada a la prensa o cuando los programas subtítulos sean promovidos.

También la sección establece que los programas de televisión transmitidos entre las 18h00 y las 22h30, así como los programas de noticias y de asuntos actuales, deben ser subtítulos de conformidad con lo que precisa la Ley del Servicio de Transmisión de 1992. Por último, también los discursos dirigidos a la nación y los eventos de importancia nacional serán transmitidos con los subtítulos correspondientes.¹³⁷

La sección 2.16 de las *Políticas Editoriales* prescribe lo relativo a los servicios de televisión domésticos accesibles para personas ciegas, personas con algún tipo de discapacidad visual o personas con problemas de comprensión de lectura. Según esta sección, cuando los contenidos aparezcan en formato escrito o de texto en los servicios de televisión de la ABC, ésta debe procurar el suministro de audio en ellos. También, respecto de los servicios de la ABC por Internet, la

136 Code of Practice 2007

2.13 Religious Content. ABC religious content includes coverage of worship and devotion, explanation, analysis, debate and reports. This content may include major religious traditions, indigenous religions and new spiritual movements, as well as secular perspectives on religious issues. The ABC does not promote any particular belief system or form of religious expression.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/codeprac07.pdf> (p. 5)

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

137 Code of Practice 2007, p. 5.

2.15 Television Programs: Closed Captioning on Domestic Television Services for People who are Hearing Impaired or Deaf. Closed caption content will be clearly marked when information is provided to the press or when captioned programs are promoted. Where possible, open captioned advice will be provided if technical problems prevent scheduled closed captioning. Television programs broadcast between 6 pm and 10.30 pm and news and current affairs programs broadcast at any time are captioned in accordance with the Broadcasting Service Act 1992. Addresses to the nation and events of national significance will also be transmitted with closed captioning.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/codeprac07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

sección 2.17 de las *Políticas Editoriales* de la ABC estipula que ésta debe esforzarse por hacer que los servicios en línea sean accesibles para las personas ciegas o con algún tipo de discapacidad visual. Sin embargo, la misma sección matiza el mandamiento anterior mediante el comentario de que debe reconocerse que no siempre será posible que la ABC cumpla con tal objetivo, sobre todo en aquellos casos en los que el tiempo o las fuentes limiten la capacidad de la ABC para proporcionar el servicio en comento.¹³⁸

Finalmente, la sección 11.13 de las *Políticas Editoriales* de la ABC se refiere a la regulación de los contenidos para niños. Los contenidos para las audiencias jóvenes deben estar dirigidos a diferentes grupos de conformidad con sus necesidades, edad y nivel de madurez. La ABC debe tener especial cuidado en que los contenidos que sean vistos por los niños sin la supervisión de los adultos no sean perjudiciales o los inquieten. Las imágenes de violencia familiar y de violencia contra los niños o los animales pueden afectar particularmente a los niños. La ABC debe esforzarse por evitar estereotipos o discriminación en los programas diseñados para los niños.¹³⁹

138 Code of Practice 2007

2.16 Television Programs: Accessible Domestic Television Services for People who are Blind or Have a Visual Impairment or Limited Reading Comprehension. Where material appears in text format on ABC television, the ABC will endeavour to provide it in audio as well, subject to availability of resources and considerations of creativity, editorial integrity and immediacy.

2.17 ABC Online. The ABC aims to make its online services accessible to audience members who are blind or have a visual impairment. It should however, be recognised that it will not always be possible to achieve this while maintaining standards of creativity, editorial integrity and immediacy. There may also be cases where time or resources limit the ABC's ability to provide this service.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/codeprac07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

139 Editorial Policies

11.13 Content for children

11.13.1 The ABC presents content for children of all ages. Material for young audiences is extensive and designed to reach different target groups in accordance with their needs, age and level of maturity.

11.13.2 Special care should be taken to ensure that content which children are likely to watch or access unsupervised should not be harmful or disturbing to children.

11.13.3 Images of domestic violence and violence against children or animals may be particularly upsetting for children. Where violence is part of a story, and children can make sense of the action, it is less likely to upset them.

11.13.4 Special care should be taken to avoid stereotypes and discrimination in programs designed for children.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

La sección 2.7 del *Código de Prácticas* de la ABC menciona que para evitar la discriminación y los estereotipos, el contenido de los programas de la ABC no debe utilizar lenguaje o imágenes que menosprecien o discriminen a cualquier persona o grupo respecto de la raza, origen étnico, nacionalidad, sexo, edad, discapacidad o preferencia sexual, el estado civil, social o la ocupación, las creencias religiosas o políticas. De la misma manera, el contenido no debe utilizar lenguaje o imágenes que refuercen los estereotipos, que transmitan algún tipo de prejuicio o que hagan alusiones humillantes o injustificadas, por ejemplo, de las características físicas de las personas, de las prácticas culturales o de las creencias religiosas. Sin embargo, las disposiciones señaladas no impiden la transmisión de contenido fáctico o que sea presentado de forma justificada dentro de un trabajo humorístico, satírico o dramático.¹⁴⁰

Por último, la sección 2.14 del *Código de Prácticas* de 2007 establece que las prácticas culturales significativas de los indígenas australianos deberán ser tomadas en cuenta en los contenidos y en los reportajes.¹⁴¹

No se encontró ningún documento sobre el fomento de la producción propia e independiente en la página de Internet de la ABC.

140 Code of Practice 2007, p. 4

2.7 Discrimination and Stereotypes. To avoid discrimination and stereotyping, content should not use language or images which:

- disparage or discriminate against any person or group on grounds such as race, ethnicity, nationality, sex, age, disability or sexual preference; marital, parental, social or occupational status; religious, cultural or political belief or activity

- are not representative and reinforce stereotypes, or convey stereotypic assumptions
- convey prejudice

- make demeaning or gratuitous references; for example to, people's physical characteristics, cultural practices or religious beliefs. The above requirements are not intended to prevent content which is factual or the expression of genuinely-held opinion, or content presented in the legitimate context of a humorous, satirical or dramatic work.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/codeprac07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

141 Code of Practice 2007, p. 5.

2.14 Indigenous Australian Content. Significant cultural practices of Indigenous Australians should be observed in content and reporting.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/codeprac07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Programación

El *Código de Prácticas* de la ABC establece en la sección 6 la clasificación de los programas de televisión de conformidad con su contenido, excepto de los programas de noticias, de asuntos actuales y de eventos deportivos. Sin embargo, tal sección precisa que la clasificación de la programación que realiza la ABC está basada en los criterios de clasificación de películas y de juegos de computadora determinados por la Oficina de Clasificación del Cine y de Literatura (OFLC), de conformidad con lo previsto por la Ley de Clasificación de Publicaciones, películas y juegos de computadora de 1995.¹⁴²

El *Código de Prácticas* de la ABC se refiere en la sección 2.12 a los contenidos para niños. Según esta sección, en el suministro de contenido divertido y enriquecedor para los niños, la BBC no desea ocultarles el mundo real. Por el contrario, la BBC considera que puede ser importante para los medios, especialmente para la televisión, servir como un instrumento que permita que los niños entiendan y traten con situaciones que incluyan, incluso, violencia y peligro.

También la ABC estima que debe ponerse especial cuidado a fin de asegurar que los contenidos para niños puedan ser vistos por ellos sin la supervisión de un adulto y que tales contenidos; no sean perjudiciales o inquietantes para ellos.¹⁴³

Por otro lado, las *Políticas Editoriales* de la ABC tratan el tema de los niños no solo como espectadores sino como actores, entrevistados,

142 Code of practice 2007, p. 12.

6. Television program classifications

6.1 The ABC applies the classifications listed below to all its domestic television programs with the exception of news, current affairs and sporting events. The ABC classifications are based on the Guidelines for the Classification of Films and Computer Games issued by the Office of Film and Literature Classification (OFLC), made under the *Classification (Publications, Films and Computer Games) Act 1995*.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

143 Code of Practice 2007, p. 66.

2.12 Content for Children. In providing enjoyable and enriching content for children, the ABC does not wish to conceal the real world from them. It can be important for the media, especially television, to help children understand and deal with situations which may include violence and danger. Special care should be taken to ensure that content which children are likely to watch or access unsupervised should not be harmful or disturbing to them. (p.5)

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/codeprac07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

participantes o sujetos. En general, se requiere el consentimiento previo de los padres o del tutor legal cuando la ABC pretenda que un niño participe en sus contenidos de transmisión.

Asimismo, se requiere el consentimiento del niño correspondiente.¹⁴⁴

La ABC recomienda que el acceso de los niños a los contenidos de Internet sea supervisado por un adulto. ABC *Online* aconseja también a los padres la supervisión y la aprobación de la contribución de sus hijos en los contenidos de ABC *Online*. El personal de producción de contenidos por Internet debe asegurar que el material, incluyendo los links, sea apropiado para la audiencia a la que se dirige.¹⁴⁵

Oferta mediática nacional (canales y emisoras de las que se dispone)

RADIO	TELEVISIÓN	INTERNET
ABC Radio National ABC Local Radio Triple J ABC Classic FM ABC News Radio Dig ABC Radio Australia	ABC1 ABC2	ABC News

144 Editorial Policies, p. 66

11.14 Use of children in ABC content

11.14.1 Children can be involved in ABC content in a number of ways: as actors, interviewees, participants or subjects and even as content makers themselves.

11.14.2 In general the consent of a parent or legal guardian should be sought before involving a child in ABC broadcast content. In the case of very young children or when the subject matter is sensitive, consent is essential. If children are to take part in content-making during school hours, consent is also necessary from the school authorities.

11.14.3 A child's own consent should also be sought. If a child refuses to take part, this decision should not be overridden.

11.14.4 Where parental or guardian consent has been refused and the item is of sufficient public importance or the child's appearance is absolutely necessary, the matter should be referred upwards before taking any decision to go ahead.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

145 Code of Practice 2007

11.14.5 The ABC recommends that children's access to material on the Internet is supervised by adults. ABC Online also advises parents and carers to supervise and approve their children's contributions to ABC Online. Staff producing online content which is likely to appeal mainly to children should ensure that the material, including links, is appropriate for the target audience (see also Privacy, 11.9 and Links and interactivity, Section 9).

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Oferta mediática internacional: La sección 10 de las *Políticas Editoriales* de la ABC se refiere en su totalidad a la transmisión internacional de la Corporación. De conformidad con la sección 10.1.1 de las *Políticas Editoriales*, la ABC se encuentra obligada a transmitir fuera de Australia programas de noticias, de asuntos actuales, de entretenimiento y culturales.¹⁴⁶

La ABC, según lo dispone la sección 10.1.2 de las *Políticas Editoriales*, presta dos servicios de transmisión: Radio Australia, un servicio de transmisión radiofónica por onda corta y por satélite para Asia y el Pacífico y vía retransmisiones locales en áreas de Norteamérica, Europa y el sur de África, que transmite programas de información y de educación en inglés, mandarín, indonesio, khmer, vietnamita y pidgin en la región Asia-Pacífico; y Australia Network, un servicio de televisión internacional y por Internet sustentado mediante el patrocinio y la publicidad.¹⁴⁷

En las transmisiones internacionales que realice, la ABC debe mantener presente el concepto de “intrusión cultural” y que los valores expresados en los contenidos pueden chocar con las creencias, los estándares y la identidad propia de las audiencias de otros países.¹⁴⁸

Por otra parte, la sección 10.3 de las *Políticas Editoriales* de la ABC señala que las audiencias internacionales pueden tener acceso a los

146 Editorial Policies, P. 54

10 International broadcasting

10.1 Introduction

10.1.1 The ABC is required to transmit to countries outside Australia, broadcasting programs of news, current affairs, entertainment and cultural enrichment. The aim is to encourage awareness of Australia and an understanding of its outlook on world affairs. International services also enable Australians overseas to stay in touch with events at home.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

147 10.1.2 The ABC has two international broadcasting services:

(a) Radio Australia—an international radio service broadcasting by short-wave and satellite to Asia, the Pacific and via local re-transmission arrangements in areas of North America, Europe and southern Africa

(b) Australia Network—international television and online services supported by sponsorship and advertising.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

148 10.2 Cultural perspectives in international broadcasting

10.2.1 The ABC's international broadcasters should be mindful of the concept of 'cultural intrusion'. Values expressed in content may conflict with the beliefs, standards and self-identities of audiences in other countries. Some may view the ABC as projecting particular economic, political and cultural views.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

contenidos y servicios que se presentan en *ABC Online* y *Australia Network Online*. Aunque los contenidos de la ABC en Internet se encuentren dirigidos principalmente a la audiencia doméstica, el personal de la ABC debe estar consciente de la posibilidad de que exista audiencia internacional.¹⁴⁹

Relación con las audiencias

La sección 11.17 de las *Políticas Editoriales* establece el derecho de réplica de cualquier persona en relación con los contenidos de la ABC. Según tal sección, la ABC debe aconsejar a tal persona sobre los medios disponibles al efecto para tal persona. Sin embargo, la misma sección señala que lo anterior no impide que dicha persona presente la queja que corresponda de conformidad con la sección 13 de las mismas *Políticas Editoriales*.¹⁵⁰

Así, si una persona tiene una queja seria sobre los contenidos de los programas de la ABC debe dirigirse por escrito, vía telefónica o por e-mail a la ABC. La página de Internet de la ABC describe el proceso para presentar quejas en su totalidad e, incluso, señala vínculos a sitios externos para ayuda, por ejemplo, en la contratación de un traductor para aquellas personas cuya lengua materna no es el inglés.

No se encontró un área específica de investigación de audiencias en la página de Internet de la ABC

149 10.3 ABC Online internationally

10.3.1 International audiences are able to access ABC content and services on ABC Online and Australia Network Online. Staff should be aware of the international reach of any content published or distributed on the Internet. Even where ABC web content is primarily published for a domestic audience, staff should be conscious of the potential international audience, and be aware of copyright and other legal implications. <http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

150 Editorial Policies

11.17 Right of reply

11.17.1 The ABC will advise anyone who requests a right of reply in relation to ABC content of the avenues available to that person. A person exercising a right of reply will not be excluded from making a complaint about the content in question (see Section 13). The decisions about right of reply are vested in the editorial team of the content in question. Refer upwards if in doubt.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Publicidad y patrocinios

La sección 31 de la Ley de la ABC prohíbe a la Corporación la transmisión de publicidad. Sin embargo, tal prohibición no impide que la ABC transmita, si el Consejo de Directores lo considera conveniente.¹⁵¹

1. Cualquier anuncio relacionado con cualquier actividad o propuesta de actividad de la Corporación.
2. Programas proporcionados por cualquier organización o persona comprometida en la producción artística, literaria, musical o teatral o en la educación.
3. Programas proporcionados por cualquier organización o persona distintos a aquellos que en opinión de la Corporación sean utilizados como publicidad.
4. Publicidad que sea dirigida por el Ministro, en el caso de la sección 78 (1) de la Ley.

No obstante, la sección 16 de las *Políticas Editoriales* de la ABC se refiere a la relación de ésta con los servicios, productos y organizaciones comerciales. Según la sección 16 (1) de dicho documento, las referencias visuales, escritas u orales sobre organizaciones o productos comerciales pueden ser adecuadas en los contenidos de la ABC tomando en consideración el contexto del programa o segmento. De cualquier manera, las referencias no

151 AUSTRALIAN BROADCASTING CORPORATION ACT 1983 SECT 31

Advertisements

(1) The Corporation shall not broadcast advertisements.

(2) Subsection (1) does not prevent the Corporation, if the Board thinks fit, from broadcasting:

(a) any announcement relating to any activity or proposed activity of the Corporation;

(b) a program supplied by any organization or person engaged in artistic, literary, musical or theatrical production or in educational pursuits; or (c) a program supplied by any organization or person other than a program that is, in the opinion of the Corporation, being used as an advertisement; or from broadcasting any matter the broadcasting of which is directed by the Minister pursuant to subsection 78(1).

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

deben repetirse frecuentemente ni debe dárseles una importancia indebida.¹⁵²

También, el anexo 1 de las *Políticas Editoriales* de la ABC tratan el tema de la publicidad y el patrocinio. Según la sección 4 de dicho anexo, no deberán destinarse más de doce minutos por hora a la transmisión de publicidad comercial.

El anexo 5 establece criterios sobre info-comerciales y “*home-shopping*”, la relación entre la publicidad y la independencia editorial de la ABC, la integridad del Gobierno de Australia, sobre los programas de noticias, publicidad y contenidos para niños, la interrupción de programas, los logos, la identificación del patrocinador, los anuncios breves del gobierno, las categorías inaceptables de publicidad o de patrocinio y la idoneidad de la publicidad.¹⁵³

152 Editorial Policies, p. 98.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

16 Involvement with commercial organisations, products and services

16.1 Principles

16.1.1 Visual, written and/or aural references to commercial organisations or products may be appropriate in ABC content taking into account the context of the program or segment. However, the references should not be repeated frequently or given undue prominence.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

153 Editorial Policies, p. 140

Appendix 5: Australia Network

Advertising and Sponsorship Guidelines

The following is an extract from the Australia Network Code of Ethics.

4. Advertising and Sponsorship

4.1 This section applies to all advertising and sponsorship arrangements. No more than 12 minutes in any one hour must be devoted to on-screen commercial advertising.

(a) Infomercials and “home shopping”.

(c) Independence.

(d) Integrity of the Australian Government.

(e) News programs.

(f) Children.

(g) Program interruption.

(h) Logos.

(i) Sponsor Identification.

(j) Government ads

(k) Unacceptable categories of advertising or sponsorship:

(l) Suitability of advertisements

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Gestión y dirección

La Ley de la ABC se refiere al nombramiento de un Director de Administración de la Corporación.¹⁵⁴ El Director de Administración, durante la gestión de los asuntos de la ABC y del ejercicio¹⁵⁵ de las facultades que le corresponden, actuará de conformidad con las políticas e indicaciones del Consejo. Asimismo, todos los actos realizados por el Director de Administración en nombre y en beneficio de la Corporación, se tendrán como realizados por ésta.¹⁵⁶

El Director de Administración de la ABC es designado para un período de cinco años y puede, asimismo, ser reelecto. En este caso, el período del nombramiento no debe exceder de cinco años.¹⁵⁷

El Director de Administración recibirá una remuneración que será determinada por el Tribunal de Remuneración.

De conformidad con la sección 7 de la Ley de la ABC, dentro de la Corporación debe existir un Consejo de Directores denominado

154 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 9 Managing Director

There shall be a Managing Director of the Corporation, who shall be appointed and hold office as provided by Part III. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

155 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 14 Remuneration and allowances

(1) The Managing Director shall be paid by the Corporation such remuneration as is determined by the Remuneration Tribunal. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

156 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 10 Duties of the Managing Director

(1) The affairs of the Corporation shall, subject to subsection (2), be managed by the Managing Director.

(2) The Managing Director shall, in managing any of the affairs of the Corporation and in exercising any powers conferred on him or her by this Act, act in accordance with any policies determined, and any directions given to him or her, by the Board.

(3) All acts and things done in the name of, or on behalf of, the Corporation by the Managing Director shall be taken to have been done by the Corporation.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

157 Australian Broadcasting Corporation Act 1983

SECT 13 Tenure of Managing Director

(1) Subject to subsection (2), the Managing Director shall be appointed by the Board for a period of 5 years, but is eligible for re-appointment.

(2) Where the person holding office as Managing Director is re-appointed, the re-appointment shall be for a period not exceeding 5 years.

(3) The Managing Director holds office, subject to this Part, on such terms and conditions as are determined by the Board.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

*Australian Broadcasting Corporation Board.*¹⁵⁸

Las funciones del Consejo de Directores son las siguientes:¹⁵⁹

- Asegurar que las funciones de la ABC sean desarrolladas eficientemente y con el mayor beneficio para la gente de Australia.
- Mantener la independencia e integridad de la Corporación.
- Asegurar que la obtención y la presentación de las noticias y de la información por la Corporación sean adecuadas e imparciales, de conformidad con los estándares reconocidos de periodismo objetivo.
- Asegurar que la Corporación no contraviene o incumple con cualquiera de las disposiciones de la Ley de la ABC o de cualquier otra Ley que sean aplicables a la Corporación o con cualquier indicación o requisito que le corresponda de conformidad con tales disposiciones.
- Desarrollar códigos de práctica en relación con la programación y notificar tales códigos a la Autoridad Australiana de Transmisiones.

158 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 7 Establishment of Australian Broadcasting Corporation Board

There shall be a Board of Directors of the Corporation under the name Australian Broadcasting Corporation Board, which shall be constituted as provided by Part III.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

159 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 8 Duties of the Board

(1) It is the duty of the Board:

(a) to ensure that the functions of the Corporation are performed efficiently and with the maximum benefit to the people of Australia;

(b) to maintain the independence and integrity of the Corporation;

(c) to ensure that the gathering and presentation by the Corporation of news and information is accurate and impartial according to the recognized standards of objective journalism; and

(d) to ensure that the Corporation does not contravene, or fail to comply with:

(i) any of the provisions of this Act or any other Act that are applicable to the Corporation; or

(ii) any directions given to, or requirements made in relation to, the Corporation under any of those provisions; and

(e) to develop codes of practice relating to programming matters and to notify those codes to the Australian Broadcasting Authority.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Asimismo, la sección 11 de la Ley de la ABC prevé la facultad del Consejo de Directores de establecer Consejos Consultivos¹⁶⁰. El Consejo de Directores podrá establecer Consejos Consultivos en relación con algún Estado, territorio o región de Australia. La función de los Consejos Consultivos consistirá en dar asesoría al Consejo de Directores sobre los asuntos relacionados con la programación de la ABC.

Los Consejos Consultivos estarán formados por el número de personas que determine el Consejo de Directores, quien buscará que tales miembros representen a la mayor parte de la comunidad australiana. Por cada Consejo Consultivo, el Consejo de Directores de la ABC designará un Presidente de entre sus miembros y designará a otro de los miembros del Consejo Consultivo para fungir como Vicepresidente.

Por otro lado, el Consejo de Directores podrá establecer también comités consultivos, formados por el número de personas que señale, los que tendrán por función asesorar al Consejo de Directores sobre los asuntos relacionados con las funciones de la Corporación.

160 Australian Broadcasting Corporation Act 1983

Sect 11

Advisory Councils and committees

(1) The Board shall establish an Advisory Council under the name Australian Broadcasting Corporation Advisory Council.

(2) The Board may also establish:

(a) an Advisory Council in relation to any State;
(b) an Advisory Council in relation to any Territory; and
(c) an Advisory Council in relation to any region of Australia.

(3) The function of the Australian Broadcasting Corporation Advisory Council is, either on its own initiative or at the request of the Board, to advise the Board on matters relating to the Corporation's broadcasting programs.

(4) The function of an Advisory Council established under subsection (2) in relation to a State, Territory or region is, either on its own initiative or at the request of the Australian Broadcasting Corporation Advisory Council, to advise the Australian Broadcasting Corporation Advisory Council on matters relating to the Corporation's broadcasting programs in that State, Territory or region.

(5) An Advisory Council shall consist of such persons as the Board from time to time appoints.

(6) In making appointments to the Australian Broadcasting Corporation Advisory Council, the Board shall have regard to the desirability of including in the membership of that Advisory Council a broad representation of the Australian community.

(7) In the case of each Advisory Council, the Board shall appoint one of the members of the Advisory Council to be the Chairperson of the Advisory Council and another of the members of the Advisory Council to be the Deputy Chairperson of the Advisory Council.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

El Consejo de Directores debe determinar la forma en la que los Consejos Consultivos y los Comités Consultivos vayan a desempeñar sus funciones, así como los procedimientos que deberán seguirse respecto de las asambleas de ambos, incluyendo la convocatoria, el quórum, la manera de elección del miembro que presidirá las asambleas y la forma en la que se decidirán las cuestiones que se susciten respecto de las asambleas¹⁶¹.

El Consejo de Directores de la ABC está formado por un Director de Administración, un Director elegido de entre el personal de la ABC y de cinco a siete directores más.¹⁶²

Por lo que respecta a órganos de autorregulación general -tipo comités o consejos consultivos con representación social y ciudadana-, no se encontró esta información en la página de Internet de la ABC.

Servicios, ambiente laboral y servidores públicos

La sección 28 de la Ley de la ABC dispone que con el objeto de desempeñar sus funciones, la Corporación puede establecer,

161 (8) In addition to Advisory Councils, the Board may establish advisory committees, consisting of such persons as the Board appoints, to furnish advice to the Board on particular matters or classes of matters relating to the functions of the Corporation.

(9) The Board may determine:

(a) the manner in which an Advisory Council or advisory committee is to perform its functions; and
(b) the procedure to be followed at or in relation to meetings of an Advisory Council or advisory committee, including matters with respect to:

(i) the convening of meetings of the Advisory Council or advisory committee;

(ii) the number of members of the Advisory Council or advisory committee who are to constitute a quorum;

(iii) the selection of a member of the Advisory Council or advisory committee to preside at meetings of the Advisory Council or advisory committee at which the Chairperson and the Deputy Chairperson of the Advisory Council or advisory committee are not present; and

(iv) the manner in which questions arising at a meeting of the Advisory Council or advisory committee are to be decided; and the Managing Director shall notify each Advisory Council or advisory committee in writing of any determination by the Board under this subsection in relation to that Advisory Council or advisory committee.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

162 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 12 Membership of Board

(1) The Board shall consist of:

(a) the Managing Director;

(b) the staff-elected Director; and

(c) not fewer than 5 nor more than 7 other Directors.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

mantener y utilizar bandas y grupos musicales para la interpretación de música de alta calidad y que puede, asimismo, realizar todos los arreglos para el mantenimiento, la organización o la subvención de conciertos públicos o algún otra forma de entretenimiento público.¹⁶³

De la misma manera, la sección 29 de la Ley de la ABC regula lo relativo a la publicación de periódicos y la grabación de sonidos. Así, la sección 29 (1) de la Ley de la ABC señala que la Corporación puede compilar, preparar, circular y distribuir material literario (incluyendo los horarios de los programas transmitidos por la ABC y por otras personas) así como elaborar, promover, circular y distribuir filmes cinematográficos y grabaciones de sonidos relacionados con los programas de la Corporación o con conciertos públicos u otros eventos de entretenimiento antes señalados; elaborar, promover, circular y distribuir cualquier artículo relacionado con alguna marca asociada con cualquier programa, concierto o espectáculo.

La Corporación puede también determinar montos a pagar respecto de cualquiera de las actividades señaladas, con el objeto de obtener ingresos, en relación con el desempeño adecuado de sus funciones y con la actividad o materia que corresponda.¹⁶⁴

163 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 28 Orchestras, bands, concerts etc.

For the purposes of the performance of its functions, the Corporation may:

- (a) establish, maintain and utilize, in such manner as the Board thinks desirable, orchestras, bands and other groups of musicians for the performance of music of high quality; and
- (b) make arrangements for the holding of, or organize or subsidize, any public concert or other public entertainment.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

164 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 29 Publication of journals etc. and making etc. of sound recordings etc.

(1) The Corporation may:

- (a) compile, prepare, issue, circulate and distribute literary material (including the program schedules of broadcasting services provided by the Corporation and other persons); and
 - (b) make, promote, circulate and distribute:
 - (i) cinematograph films and sound recordings of, or relating to:
 - (A) programs of the Corporation (whether or not broadcast); and
 - (B) public concerts and other public entertainment referred to in paragraph 28(b); and
 - (ii) any article or thing bearing a mark that is associated with any program, concert or entertainment referred to in subparagraph (i).
- (2) The Corporation may from time to time determine charges payable in respect of any matter or activity referred to in subsection (1), with a view to raising as much net revenue as is practicable, having regard to the proper performance of its functions and to the matter or activity concerned.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Así, la ABC ofrece la actualización de los contenidos de la ABC (RSS/XML Feeds), la descarga por Internet de audio de la ABC (*Podcasting*), la descarga de video de la ABC (*Video podcasting*), la cobertura móvil de las elecciones federales.

Por otro lado, *ABC Commercial* es responsable de la administración de una serie de negocios que consisten en la entrega de productos y servicios al mercado global. Los ingresos obtenidos por las actividades de *ABC Commercial* son aplicados en la inversión en la producción de los contenidos y programación de la ABC. Dentro de los servicios de *ABC Commercial* se encuentran:

- Tiendas y centros ABC
- ABC libros
- ABC revistas
- ABC ventas de contenido
- ABC música
- ABC DVD
- ABC publicidad musical
- ABC autorización de contenidos
- ABC autorización
- ABC eventos
- ABC venta mundial de programas
- ABC ventas de libros
- ABC ventas directas
- ABC archivos

Por último, existe *ABC Exhibition Trailer*, el cual viaja alrededor de Australia con una serie de servicios interactivos de la ABC¹⁶⁵.

La Ley de la ABC, en la sección 25 B, se refiere al régimen contractual de la ABC respecto de las cuestiones financieras. Así, esta sección se refiere a aquellos contratos que celebra la ABC con el objeto de reducir o eliminar los riesgos derivados de situaciones financieras adversas.¹⁶⁶

Respecto de las condiciones de trabajo los contratos correspondientes entre la ABC y sus trabajadores, la sección 32 (2) de la Ley de la

165 Online Services RSS / XML Feeds Receive constant updates of ABC content.

Podcasting

Download ABC audio.

Video podcasting

Download ABC video.

Australia Votes 2007

ABC's mobile coverage of the 2007 Federal Elections

ABC Commercial

ABC Commercial is responsible for the management of a range of media businesses delivering products and services to the global marketplace.

Revenue earned from ABC Commercial activities is returned to the Corporation for investment in the production of ABC content and programming.

ABC Commercial services include: ABC Shops & Centres; ABC Books; ABC Magazines; ABC Content Sales; ABC Music; ABC DVD; ABC Music Publishing; ABC Resource Hire which includes: minicam and costume hire; ABC Content Licensing; ABC Licensing; ABC Events; ABC Program Sales Worldwide; ABC Library Sales; ABC Non-Theatric Sales; ABC Direct Sales & ABC Archives.

ABC Exhibition Trailer

The ABC Exhibition Trailer travels around Australia with an exciting range of fun and interactive ABC services. Check when it is coming to your town next...

<http://www.abc.net.au/services/>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

166 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 25B Hedging contracts etc.

(1) Subject to subsection (3), the Corporation may enter into or deal with contracts, and make other arrangements, in relation to financial futures or foreign currency (including foreign currency futures) for the purpose of reducing or eliminating risks of adverse financial consequences to the Corporation in relation to:

(a) any contract (including a contract that may be entered into under this section), or proposed contract, involving the payment or receipt of money by the Corporation; or

(b) a borrowing or raising of money by the Corporation or a proposed borrowing or raising of money by the Corporation (including a borrowing or raising of money by the Corporation by dealing with securities);

being risks that may arise from variations in the rate of currency exchange or rate of interest applicable to the contract or proposed contract, or to the borrowing or raising of money or proposed borrowing or raising of money, as the case may be, referred to in paragraph (a) or (b).

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

ABC señala que los términos de las condiciones laborales serán determinados por la Corporación.¹⁶⁷

No obstante lo anterior, la sección 33 de la Ley de la ABC prescribe que la Corporación debe lograr y mantener estándares altos como patrón en relación con los términos y condiciones del empleo, con la salud ocupacional, con la seguridad industrial, con la democracia industrial y con las prácticas no discriminatorias de empleo, entre otras materias.¹⁶⁸

Los términos de la contratación de empleados de la ABC se encuentran establecidos en el Acuerdo sobre Empleo en la ABC 2006-2009 (*the ABC Employment Agreement 2006-2009*). El Acuerdo sobre el Empleo mencionado brinda términos y condiciones del empleo, los cuales responden a las necesidades de la ABC, a las necesidades y aspiraciones de sus empleados y de las industrias y mercados en los que opera la ABC.¹⁶⁹

Número de empleados: La sección 32 (1) de la Ley de la ABC establece que la Corporación contratará el número de empleados que sea necesario para el desempeño de sus funciones y para el

167 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 32

Staff of Corporation

(1) The Corporation may engage such employees as are necessary for the performance of its functions and the exercise of its powers.

(2) The terms and conditions of employment shall be determined by the Corporation.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

168 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 33 The Corporation is to achieve and maintain high standards as an employer The Corporation shall endeavour to achieve and maintain high standards as an employer in relation to terms and conditions of employment, occupational health, industrial safety, industrial democracy, non-discriminatory employment practices and other matters.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

169 Employment at the ABC

Terms of employment at the ABC

Governed by an Act of Parliament, the ABC is Australia's only national, non-commercial broadcaster. The employment of all Program Makers, Technologists and Admin/Professionals in the ABC is governed by the ABC Employment Agreement 2006-2009. Separate arrangements apply to Senior Executives, Actors and Retail staff. The Employment Agreement (EA) provides terms and conditions of employment that are responsive to the ABC's needs, the needs and aspirations of its employees, and the industries and markets in which the ABC operates.

<http://www.abc.net.au/jobs/employment.htm>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

ejercicio de sus facultades.¹⁷⁰ Sin embargo, el número de empleados no se encontró en la página de Internet de la ABC.

Sistema de selección y evaluación de empleados (concursos públicos): En la página de Internet de la ABC puede encontrarse que para solicitar un empleo en la ABC deben cumplirse los siguientes requisitos: ser ciudadano australiano o residente permanente; ser ciudadano neozelandés o residente permanente con pasaporte válido de Nueva Zelanda, incluyendo el sello de visa de empleo relevante; o estar en posesión de una visa australiana de trabajo.¹⁷¹

La selección en la ABC se basa en el mérito, el cual es valorado en función del desempeño laboral del candidato, sus habilidades, conocimiento, cualidades personales, experiencia y potencial.

La solicitud de empleo debe consistir en por lo menos los dos documentos siguientes: a) carta o declaración sobre el puesto y el número de referencia que le corresponde, a efecto de manifestar su interés en el mismo de forma clara y precisa; b) resumen del *curriculum vitae* del candidato; y c) cartas de referencia y otros documentos.¹⁷²

170 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 32 Staff of Corporation

(1) The Corporation may engage such employees as are necessary for the performance of its functions and the exercise of its powers.

(2) The terms and conditions of employment shall be determined by the Corporation.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

171 Jobs available at ABC. How to apply and terms of employment Eligibility

To be eligible to apply for employment, applicants must be either:

-An Australian citizen or permanent resident;

-a New Zealand citizen or permanent resident with a valid NZ passport including relevant work visa stamp, or;

-in possession of a valid Australian work visa at the time of application.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

172 How to Apply How to apply for jobs at the ABC

...Selection in the ABC is based on merit. Merit is assessed by referring to an applicant's work performance, skills, knowledge, personal qualities, qualifications, experience and potential as they relate to the selection criteria for the position.

...Your application should consist of at least the following two documents:

1. Introductory Letter/Statement addressing the Selection Criteria

Your introductory letter should include the full correct Position Title and Reference Number, in order to express your interest in the position clearly and effectively.

...

2. Resume or Curriculum Vitae Referees

Referees are normally sought for short-listed applicants only. You should provide the names, addresses and contact telephone/facsimile numbers of at least two work related referees. Recent supervisors who are able to comment on your ability to meet the Selection Criteria provide the most useful support for your application. Choose your referees carefully, and remember to confirm their willingness to act as referees before nominating them.

La ABC está comprometida para brindar un lugar de trabajo que respalde la diversidad y que se encuentre libre de cualquier tipo de discriminación, hostigamiento o intimidación. Las decisiones sobre empleo y desarrollo se basan en el mérito, un proceso justo y oportunidades que ayudan a los empleados a alcanzar su potencial. La ABC fomenta las solicitudes de un gran rango de personas a fin de que sus perfiles de empleo reflejen la diversidad de la comunidad australiana. Tal diversidad se refiere al género, edad, raza, origen étnico, formación cultural, religión, creencias, discapacidad, orientación sexual o equilibrio entre trabajo/vida personal. La ABC mantiene políticas, planes e iniciativas amplias de equidad y diversidad para asistir a los gerentes y al personal, quienes se encuentran respaldados por una unidad de diversidad y funcionarios de contacto.¹⁷³

Internet

No se encontró un código o políticas sobre Internet en la página de Internet de la ABC. No obstante, de conformidad con lo dispuesto por sus Políticas Editoriales, la ABC tiene como objetivo lograr que los servicios que presta por Internet sean accesibles a todas las audiencias, aún cuando se reconozca que este objetivo no podrá ser alcanzado invariablemente.¹⁷⁴

Cultura de la transparencia

La página de Internet de la ABC contiene una serie de criterios sobre las adquisiciones de la Corporación. La ABC ha tratado de alinear

173 Equity and Diversity

The ABC is committed to providing a workplace environment that supports diversity and is free from discrimination, harassment and bullying. Employment and development decisions are based on merit, a fair process and opportunities that assist employees to reach their potential.

The ABC encourages applications from a broad range of people so that its employment profile reflects the diversity of the Australian community. Diversity relates to gender, age, race, ethnic origin, cultural background, religious belief, disability, sexual orientation and work/life balance. The ABC has a range of equity and diversity policies, plans and initiatives to assist managers and staff, supported by a diversity unit and contact officers.

<http://www.abc.net.au/jobs/howto.htm>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

174 Editorial Policies

11.15.3 ABC Online. The ABC aims to make its online services accessible to audience members who are blind or have a visual impairment. It should, however, be recognised that it will not always be possible to achieve this while maintaining standards of creativity, editorial integrity and immediacy. There may also be cases where time or resources limit the ABC's ability to provide this service.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

su proceso de adquisiciones con los criterios de Adquisición del Commonwealth (*Commonwealth Procurement Guidelines- CPG*) y, asimismo, utiliza los criterios de las Oficinas Nacionales Australianas de Auditoría (*Australian National Audit Offices-ANAO*) sobre ética, responsabilidad y transparencia.¹⁷⁵

La estrategia de adquisiciones de la ABC consiste en entregar valor por dinero, reduciendo costos, mejorando el cumplimiento, simplificando procesos y reduciendo riesgos, en los esfuerzos que realice para desarrollar una relación ganar-ganar con el proveedor.

La sección 67 de la Ley de la ABC establece que la Corporación recibirá aquellas cantidades de dinero que determine el Parlamento para que lleve a cabo sus propósitos.

El Ministro de Finanzas puede dar indicaciones respecto de los montos y los tiempos en los que las cantidades antes señaladas serán entregadas a la ABC.¹⁷⁶

175 ABC Procurement Objective and Guidelines: **Guidelines:** The ABC has closely aligned its procurement process with the Commonwealth Procurement Guidelines (CPG) and makes use of Australian National Audit Offices (ANAO) guidelines on ethics, accountability and transparency as described below:

Ethics : means the moral principles or values that guide officials in all aspects of their work. Ethical behaviour encompasses the concept of honesty, integrity, probity, diligence, fairness, trust, respect and consistency including fraud; and

Accountability : means that ABC officials are responsible for their actions and decisions in relation to the procurement and for the resulting outcomes; and

Transparency: provides assurance that procurement processes undertaken by ABC officials are appropriate and that policy and legislative obligations are being met. It involves ABC officials applying these probity principles and documenting all decisions throughout the process.

Procurement Strategy:

The ABC's procurement strategy is to deliver value for money by reducing cost, improving compliance, simplifying processes and reducing risks etc in our efforts to develop a successful win-win relationship with the supplier. Suppliers are encouraged to offer options or solutions, which in a novel or innovative way contribute to the ABC's ability to carry out its business in a more efficient and cost-effective manner. These may be related to the functional, performance and technical aspects of the requirement or opportunities for more advantageous commercial arrangements.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/doingbusiness.htm>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

176 Australian Broadcasting Corporation Act 1983 Sect 67. Moneys of the Corporation

(1) There are payable to the Corporation such moneys as are appropriated by the Parliament for the purposes of the Corporation.

(2) The Minister for Finance may give directions as to the amounts in which, and the times at which, moneys referred to in subsection (1) are to be paid to the Corporation.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Por su parte, las *Políticas Editoriales* de la ABC refieren que la sección 25 (5) de la Ley de la ABC regula el derecho de ésta de obtener fondos externos. Así, la ABC está autorizada para aceptar financiación externa directa de fuentes públicas. La producción de contenidos por productores independientes o bajo contratos de coproducción generalmente implica financiación proveniente del sector público, de transmisoras extranjeras y de otras fuentes permitidas.

La sección 15.3.3 de las *Políticas Editoriales* de la ABC precisa que ésta deberá mantener completa independencia respecto de las decisiones de contenidos y asegurar el control y la calidad editorial en los servicios de transmisiones.

Así, la ABC puede obtener financiación de la Commonwealth, de los gobiernos estatales o territoriales o de sus autoridades para la producción y transmisión de programas o anuncios específicos. Tal asistencia en la financiación de la ABC, muchas veces, es esencial en la producción de material informativo sobre servicios a la comunidad, los derechos de los ciudadanos y respecto de propósitos educativos¹⁷⁷.

177 Editorial Policies

15.3 External funding

15.3.1 Section 25 (5) of the Act controls the ABC's right to use external funds. (See Appendix 1). The ABC Board, in ensuring these provisions are observed, requires that strict scrutiny be applied to any proposals involving external funding of content broadcast by the ABC.

15.3.2 The ABC is permitted to accept direct external funding from public sources. The production of content by independent producers or under co-production agreements regularly involves funding from the public sector, overseas broadcasters and other permitted sources (see below).

15.3.3 The ABC will maintain complete independence in content decisions, ensure editorial and quality control and comply with the statutory prohibition against direct private funding to broadcast services (other than the Corporation's international television service and its associated audio channels).

15.3.4 Public external funding: The ABC is expressly permitted by Section 25(5)(a) of the ABC Act (see Appendix 1) to receive funds from the Commonwealth, State or Territory Governments or their authorities for the production and broadcast of particular programs or announcements. Such specific assistance is often essential for producing informative material about community services, citizens' rights and for educational purposes. The ABC will not accept government funds earmarked for content or material on conditions which infringe or appear to infringe the editorial independence or integrity of the ABC. Nor will it accept funds for content which is or appears to be party political.

<http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/edpol07.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Según el Reporte Anual 2006-2007, los ingresos al 30 de junio de 2007 de la ABC son los siguientes:¹⁷⁸

INCOME Revenue ABC 2007	\$'000
Revenue from government (Ingresos del Gobierno)	809 532
Goods and services (Bienes y servicios)	150 389
Interest (Interés)	11 563
Other revenues (Otros ingresos)	23 254
Total revenue (Total de ingresos)	994 738

Presupuesto aproximado anual: Hasta junio de 2007, los ingresos que la ABC obtiene del Gobierno ascendieron a la cantidad de 809 millones 532 mil dólares.¹⁷⁹

Sistema de rendición de cuentas: La *Carta de la ABC* (ABC Charter) establece que la ABC obtiene fondos de los ingresos consolidados que determina el Parlamento, por lo que éste se encuentra facultado para escudriñar las actividades de la ABC. Asimismo, la Corporación está obligada a auditar sus cuentas, presentar un Reporte Anual, notificar su *Código de Prácticas* a la Autoridad Australiana de Comunicaciones y Medios (Australian Communications and Media Authority). También la ABC se encuentra sujeta a las disposiciones de la Ley del *Ombudsman*, de la Ley de Acceso a la Información y de las demás disposiciones aplicables.¹⁸⁰

178 Income Statement for the year ended 30 June 2007 ABC Annual Report 2006-2007
http://www.abc.net.au/corp/annual_reports/ar07/pdf/ar07_sec5.pdf
 Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

179 Income Statement for the year ended 30 June 2007 ABC Annual Report 2006-2007
http://www.abc.net.au/corp/annual_reports/ar07/pdf/ar07_sec5.pdf
 Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

180 The ABC Charter Independence and Accountability
 The ABC is independent; but it is also accountable.

The ABC is funded out of consolidated revenue appropriated by the Parliament. Proposed appropriations are set out in detail, enabling Parliament to scrutinise ABC activities. The Corporation is also required to submit its accounts for audit; it must present an Annual Report; it must notify the Australian Communications and Media Authority of its Code of Practice; and it is subject to the Ombudsman Act, the Freedom of Information Act and various other legislation applying to government statutory authorities.
http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/Charter_Independence.pdf
 Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Conversión digital

La ABC cuenta con Digital Broadcasting Australia (DBA), el cual fue formado con el objeto de ayudar a los australianos en la transición a la digitalización de la televisión de la forma más sencilla posible. La información sobre las fechas de inicio de la digitalización y de la cobertura de la misma se encuentra en la página de Internet <http://www.dba.org.au>.¹⁸¹

Azerbaiyán: Public Television and Radio Broadcasting Company (ITV)

Descripción del medio <http://www.itv.az/english/>

La Ley sobre Medios Públicos de Azerbaiyán¹⁸² y el Estatuto de implementación del 5 de noviembre de 2004,¹⁸³ decretado por el Presidente, constituyen el marco legal y organizacional garantizando la operatividad y funcionalidad de los medios públicos. La Televisión Pública inició sus transmisiones el 25 de agosto de 2005,

Los principios que rigen a la ITV los encontramos establecidos en el artículo 4 de la Ley:¹⁸⁴

181 ...

Digital Broadcasting Australia (DBA) has been formed by industry to help make the transition from analog to digital television as smooth as possible for all Australians. The DBA website also provides information about digital television commencement dates and coverage, click to <http://www.dba.org.au>
http://www.abc.net.au/corp/pubs/documents/Digital_Television.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

182 Law of Azerbaijan Republic on Public TV-Radio Broadcasting promulgada el 28 de septiembre de 2004. <http://www.internews.az/eng/legislation/6.shtml>

Traducción Vanessa Díaz

183 <http://www.day.az/news/society/15567.html>.

Traducción Vanessa Díaz

184 Article 4. Principles of Public Broadcasting

4.0. Public broadcasting shall be carried out upon the following principles:

4.0.1. independence;

4.0.2. fair, unbiased, precise and accurate information;

4.0.3. plurality and tolerance;

4.0.4. remaining aside open political interests;

4.0.5. alignment and ensuring of common interests;

4.0.6. development of national self-perception;

4.0.7. universality;

4.0.8. variety;

4.0.9. distinction from others.

Traducción Vanessa Díaz.

- Independencia
- Justicia, imparcialidad, exactitud y veracidad de la información
- Pluralidad y tolerancia
- Separación de intereses políticos abiertos
- Alineación y aseguramiento de intereses comunes
- Desarrollo de la opinión pública nacional
- Universalidad
- Variedad
- Distinción de otros.

Trabajo informativo

La información de los noticieros debe ser completa, imparcial, objetiva, debe abordarse desde los diferentes puntos de vista y posturas del público, las opiniones deben distinguirse claramente del contenido de la información.¹⁸⁵

Contenidos y producción

Con el objetivo de implementar los principios establecidos en la Ley, el artículo 16.1 señala que en el desarrollo de la producción de programas los medios públicos deberán considerar las posturas políticas, creencias religiosas y puntos de vista filosóficos de la sociedad, la variedad de pautas del pensamiento y opinión del público y la igualdad de derechos de los ciudadanos del país.

ITV cuenta con departamento de programas de análisis; de música y entretenimiento; de literatura y arte; de autores; de programas de ciencia y educación; de programas de grupos minoritarios; y de cine y doblaje.

185 16.9. Information provided in news programs shall be thorough, impartial, unbiased, be prepared in line with diversity of view and opinions among public, and commentaries shall be clearly distinguished from information content.

Traducción Vanessa Díaz.

Programación

La programación debe expresar valores culturales nacionales, costumbres y tradiciones nacionales, todas las características culturales y artísticas. Se prohíbe mostrar la preferencia de un solo punto de vista político en los programas. La diversidad de opiniones, aproximaciones a problemas, comentarios y valoraciones analíticas deben ser expresadas y llevadas a cabo a diferentes campos de discusión de acuerdo con los principios de pluralidad y tolerancia.¹⁸⁶

En la página de Internet de ITV no se encontró información respecto a políticas específicas de programación.

Relación con las audiencias

En los ordenamientos revisados no se detectó un artículo en específico que tratara sobre los diferentes grupos objeto de audiencia. No obstante, el artículo 16.5 de la Ley señala la creación de condiciones para la traducción al idioma Azerbaiyán y difundir las mejores series, películas, documentales y caricaturas de otros países.¹⁸⁷

Publicidad y patrocinios

Los anuncios deben diferenciarse de otras secciones de la programación tanto visiblemente en la televisión como audible

186 Article 16. Requirements for public broadcasting programs.

16.2. Programs shall express national-cultural values, national customs and traditions, all features of culture and art.

16.3. It shall be prohibited to show preference for single-sided political views in the programs of public broadcasting. Diverse opinions, approach to problems, commentaries and analytical valuations shall be expressed and carried out upon alternative grounds and as a discussion in accordance with principles of plurality and tolerance.

16.4. Special attention shall be drawn upon production of new and original television and radio products, airing of such movies, television serials, television and radio plays.

16.8. The programs shall be broadcasted on the whole territory of country. "Whole territory of the country" means, with respect to television programs - the territory of the country, and for radio broadcasts - at least 98% of the territory of the country.

16.10. The quotation and fragments from programs of other country's broadcasters can be placed in programs of public broadcaster free of charge if only the total amount of these quotations and fragments does not exceed 90 seconds, and company's logo is properly shown.

Traducción Vanessa Díaz

187 16.5. Conditions shall be created for translation into Azerbaijani language and airing of the best serials, movies, documentary films and cartoons of foreign countries.

Traducción Vanessa Díaz

en la radio. Los anunciantes no pueden influir en el contenido del programa y la independencia de la oficina editorial. El personal que regularmente labora en programas de noticias o conductores o locutores de programas no pueden participar en los anuncios.

Los anuncios deben salir al aire en bloques entre los programas. En el caso de programas de televisión conformados por un solo bloque, los programas de deportes, y las presentaciones transmitidas en intervalos o en medidas la difusión de comerciales será durante los intervalos o secciones de los programas.

Se permite la contratación de la publicidad por parte de los medios públicos sobre la base del artículo 18 de la Ley. Los noticieros, programas infantiles y series con duración de menos de 30 minutos no podrán ser interrumpidos por anuncios comerciales. Los anuncios en la radio no deben pasar de los 120 minutos.¹⁸⁸

Los patrocinios están regulados en el artículo 19 de la Ley. Los patrocinadores no podrán influir en el contenido, ni distribución de

188 Article 18. The Claims to Advertisements during Public Broadcasting

18.1. Broadcast advertisements shall bear special signs, shall be clearly distinguished from other sections of the program through visible means on the television and through audible means on the radio.

18.2. The advertisers cannot influence on contents of programs and independence of editorial office.

18.3. Persons regularly participating in news programs or persons anchoring programs devoted to modern political topics shall not have the right to participate in television and radio advertisements.

18.4. Advertisements shall be aired in blocks between individual programs.

18.5. In TV programs consisting of independent parts, sport programs, in measures and performances transmitted with intervals, the advertisement shall be placed between the independent parts or during the intervals.

18.6. Except for cases specified in Article 18.8 of this Law, in individual programs period of time between the conclusion of one advertisement block and the commencement of the subsequent advertisement block shall not be less than 30 minutes.

18.7. News programs, prayerful and child's programs, also serials of duration less than 30 minutes, entertainment programs, actual political programs, and documentaries cannot be interrupted by advertisement (commercials).

18.8. Movies and television films, uninterrupted programs running for 45 minutes or continuing for several 45 minutes portions shall be interrupted for broadcasting of advertisements only upon expiration of each 45 minutes portion. One additional advertisement may be broadcast where broadcasting of a program continues for at least 20 minutes over one or several 45 minutes portions.

18.9. Advertisement of products which advertisement is limited in accordance with the legislation of the Azerbaijan Republic, including advertisement of products grossly affecting physical, mental or moral development of children, shall be prohibited.

18.10. The commercial advertisements can be placed between the programs if only the whole duration of advertisements on ale, services and lease during the day does not exceed 30 minutes.

18.11. The advertisements shall make more than 15% of daily public broadcasting; advertising commercial should not be longer than 12 minutes during an hour.

18.12. The high limit of daily advertisements on radio shall be 120 minutes.

Traducción Vanessa Díaz

programas ni responsabilidad ni independencia del medio público. No se permite el patrocinio en noticieros y programas de contenido político.¹⁸⁹

Gestión y dirección

La Ley establece como autoridades del medio público un Consejo de Teleriodifusión, de Administración y Director General. Se establece la prohibición de la militancia política al Director General y directores de área, a los miembros del Consejo de Administración y Teleriodifusión.¹⁹⁰

El Consejo de Dirección de la ITV cuenta con 13 miembros, pero en la página de Internet no se encuentran disponibles los requisitos, la forma de elección, la duración, la remoción ni facultades.

Los requisitos para ser miembro del Consejo de Teleriodifusión se encuentran en el artículo 22 de la Ley, la cual establece que a excepción de los científicos, pedagogos y encargados actividades creativas, los miembros del Consejo de Teleriodifusión no podrán trabajar en entidades gubernamentales, municipales y organizaciones

189 Article 19. Sponsorship of public broadcasting

19.1. Information on a person financing the relevant program shall be communicated through clear verbal announcement or through subtitles at the beginning and conclusion of programs fully or partially produced through sponsor aid. In accordance with an agreement, emblem, trademark of the sponsor or other forms of distinction may be used for the purpose of communication of information on the sponsor.

19.2. Sponsor shall not have the right to exercise impact upon contents, distribution of programs, responsibility and independence of public broadcaster.

19.3. Solicitation for sale and purchase or rent (lease) of good (services) of a sponsor or a third party in programs produced through financial aid of the sponsor shall not be permitted.

19.4. Sponsorship by owners of goods (services) which advertisement is prohibited, as well as by persons carrying out sale and purchase and rent (lease) of such goods (services) shall not be permitted.

19.5. News programs and programs devoted to modern political topics shall not be financed on the account of sponsorship.

Traducción Vanessa Díaz

190 Article 20. Exercise of authorities of public broadcaster

20.1. Authorities of public broadcaster specified by this Law shall be exercised by the Broadcasting Council, the Management and the General Director.

20.2. General Director and deputies of the General Director, members of the Broadcasting Council and of the Management shall not be members of any political party.

Traducción Vanessa Díaz

comerciales. Los miembros del Consejo de Teleradiodifusión no podrán hacer declaraciones que perjudiquen la imparcialidad del medio público y no deberán hacer uso de su posición con intereses políticos, comerciales o personales.¹⁹¹ Esto también puede ser consultado en la página de Internet de ITV.

El cese de los miembros del Consejo de Teleradiodifusión se establece en el artículo 23 del ordenamiento, y señala como causales:

- La propuesta de los miembros,
- La ausencia en las reuniones del Consejo por seis meses sin justificación,
- La renuncia de la ciudadanía de la República de Azerbaiyán, aceptando ciudadanía de otro país o aceptar obligaciones frente a otros Estados,
- La confirmación de incapacidad legal,
- La acusación por un comité de un crimen con mandato judicial,
- La aclaración de falta grave a los procedimientos establecidos en la Ley.¹⁹²

191 Article 22. Requirements upon members of the Broadcasting Council

22.1. Except for scientific, pedagogical and creative activities, members of the Broadcasting Council shall not have the right to work in state authorities, municipalities and commercial organisations, any television and radio broadcasts independent of category of ownership and legal-organisational form of the latter.

22.2. Members of the Broadcasting Council shall act not as attorneys of interests of an organisation nominating such members, but as attorneys of interests of the society at large.

22.3. Members of the Broadcasting Council shall not make statements capable of impairing independence of public broadcaster and shall not use their positions for political, commercial or personal interests.

Traducción Vanessa Díaz.

192 Article 23. Termination of authorities of the member of the Broadcasting Council

23.1. Authorities of members of the Broadcasting Council may be terminated only upon following circumstances:

23.1.1. in accordance with application of the member;

23.1.2. in the event of holding a position contravening to the membership in the Broadcasting Council;

23.1.3. upon leaving citizenship of the Azerbaijan Republic, accepting citizenship of a foreign state or upon acceptance of obligations before a foreign state;

23.1.4. confirmation of lack of action capacity or confirmation of availability of limited action capacity, accusation of committal of a crime through an effective decision of the court or declaration as missing or deceased through procedures stipulated by the legislation;

23.1.5. failure to participate in meetings of the Broadcasting Council for six months without solid reason;

23.1.6. Consent of at least six members of the Broadcasting Council shall be required for dismissal of member of the Broadcasting Council upon grounds specified in Article 23.1.5 of this Law.

23.2 Consent of at least six members of the Broadcasting Council shall be required for dismissal of member of the Broadcasting Council upon grounds specified in Article 23.1.5 of this Law.

Traducción Vanessa Díaz.

Las principales facultades del Consejo de Teleradiodifusión están establecidas en el artículo 24 de la Ley y pueden también ser consultadas en la página de Internet de ITV:¹⁹³

193 Article 24. Authorities of the Broadcasting Council

24.1. Broadcasting Council shall have the following authorities:

24.1.1. to establish internal procedures;

24.1.2. to draft and approve Regulations of the Broadcasting Council;

24.1.3. to elect the General Director of public broadcaster;

24.1.4. to determine the number of deputies of the General Director;

24.1.5. to pass, through favourable vote of at least six members, a decision on appointment and re-appointment of the General Director;

24.1.6. to appoint members of the Management Board nominated by the General Director and to dismiss members of the Management Board through favourable vote of at least six members of the Broadcasting Council;

24.1.7. to appoint and to dismiss by favourable vote of at least five members of the Broadcasting Council deputies of the General Director, directors, chief editors and chief producers nominated by the General Director (where no voting takes place within three months from the date of submission of nominations, or where the Broadcasting Council fails to reach any agreement, nominations made by the General Director shall be considered as approved or relevant persons shall be considered as dismissed from their positions);

24.1.8. to approve Charter, job descriptions, as well as other internal regulation documents of public broadcaster;

24.1.9. to provide consultation to the General Director in relation to artistic matters and to assist the General Director in broadcasting of programs;

24.1.10. where considered necessary, to undertake monitoring of programs upon broadcast;

24.1.11. to approve budget and annual report of public broadcaster;

24.1.12. to prepare concept of public broadcasting, to establish quality standards applicable to technical equipment and to broadcasting operations;

24.1.13. to issue, with written disclosure of reasons, to the General Director warnings of breach of requirements of this Law related to programs and to give instructions on undertaking appropriate measures;

24.1.14. to cancel a decision of the Management Board by consent of at least six members of the Broadcasting Council;

24.1.15. to publicise an annual report of its activities and to publish such report in mass media;

24.1.16. to exercise other duties prescribed by this Law and Regulations of the Broadcasting Council.

24.2. Meeting of the Broadcasting Council shall be held at least once in two months.

24.3. Extraordinary meeting of the Broadcasting Council may be convened at the request of the chairman or three members of the Broadcasting Council.

24.4. Quorum for meetings shall be constituted by presence of more than 50% of members of the Broadcasting Council.

24.5. Except for circumstances specified by this Law, decisions of the Broadcasting Council shall be passed by simple majority of votes. In the event of tie vote, chairman shall have the casting vote.

24.6. General Director and members of the Management Board shall have the right to participate in meetings of the Broadcasting Council with consultative votes.

24.7. Salaries of members of the Broadcasting Council shall be paid out of the budget of the Azerbaijan Public Television and Radio Broadcasting Company.

Article 29. Legal control over public broadcaster

29.1. Legal control over activities of public broadcaster shall be exercised by the relevant state authority.

29.2. The relevant state authority may submit to management authorities of public broadcaster inquiry related to actions (inactions) which breach or may breach requirements imposed by this Law or may require prevention of breaches of the law.

29.3. Where management bodies of public broadcaster fail to submit sufficient response to an inquiry or fail to exercise their controlling duties, the relevant state authority shall:

29.3.1. require undertaking of stricter actions and establish precise time frame for elimination of breaches of the law;

29.3.2. apply to the court.

29.4. Public broadcaster shall have the right to file court appeal against requests made by the relevant state authority.

29.5. No action undertaken for the purpose of implementation of requirements imposed by this Article shall limit the right of public broadcaster to obtain information or to express an opinion.

- Establecimiento de procedimientos internos.
- Protesta de iniciativa y aprobación de las Regulaciones del Consejo de Teleriodifusión.
- Elección del Director General del medio público.
- Determinar el número de subdirectores.
- Aprobar, a través de un voto favorable de por lo menos seis miembros, la decisión de nombramiento y renombramiento del Director General.
- Nombrar a los miembros del Consejo de Administración propuestos por el Director General, cesar a los miembros del Consejo de Administración, a través de un voto favorable de seis miembros del Consejo de Teleriodifusión.
- Nombrar y cesar con voto favorable de cinco miembros del Consejo de Teleriodifusión a los directores de áreas, subdirectores, jefes de editores, de productores, propuestos por el Director General.
- Aprobar el Estatuto, descripciones laborales, así como otras regulaciones internas del medio público.
- Brindar asesoría al Director General sobre asuntos artísticos y emisión de programas.
- Monitorear la programación, si así lo consideran necesario.
- Aprobar el presupuesto y el informe anual del medio público.
- Delimitación conceptual del medio público con la finalidad de establecer criterios técnicos en la implementación de equipo y operación del medio.
- Cancelar una decisión del Consejo de Administración por consenso de por lo menos seis miembros del Consejo de Teleriodifusión.

El párrafo 3 del Estatuto establece que el Consejo Nacional de Televisión y Radio (NCTR) es la autoridad gubernamental

encargada de supervisar a los medios públicos de Azerbaiyán. Dicha autoridad se crea en el Ordenamiento que Regula las Actividades de la NCTR.¹⁹⁴ Dentro de las principales atribuciones que cuenta el Consejo encontramos las siguientes: regular la actividad de las radiotelevisoras, otorgamiento de licencias y ejercer funciones de control y protección de los intereses de las audiencias. El Consejo está conformado por nueve miembros con duración de seis años electos por el Presidente de Azerbaiyán; la falta de criterios específicos en la elección y remoción de los miembros socava con la independencia del NCTR, según informe de la OSCE.¹⁹⁵ En el portal no se encuentra algún link relacionado con el NCTR.

Servicios, ambiente laboral y servidores públicos

En la página de Internet no se encontró alguna política referente a los servicios que ofrecen, ni al ambiente laboral, ni tampoco a la selección, promoción de los servidores públicos.

Internet

En la página de Internet no se encontró alguna política referente al Internet. Su portal en idioma inglés es muy básico.

Cultura de la transparencia

El artículo 12 de la Ley establece la transparencia de las actividades de los medios públicos:

- El control sobre el uso eficiente de los fondos del presupuesto debe ser ejercitado de acuerdo con la legislación de la república de Azerbaiyán.
- Ordinariamente se debe auditar; las auditorías extraordinarias se realizarán con el fin de asegurar la transparencia de las operaciones del medio público.

¹⁹⁴ Regulation governing the activities of the NCTR promulgada el 11 de octubre de 2002. Traducción Vanessa Díaz

¹⁹⁵ http://www.osce.org/documents/rfm/2005/07/15783_en.pdf

- Los resultados de las auditorias y los balances deben ser publicados en los medios de comunicación¹⁹⁶

Conversión digital

En la página de Internet no se encontró alguna política referente a la conversión digital.

Canadá: Canadian Broadcasting Corporation (CBC)

Descripción del medio: www.cbc.ca

La CBC (*Canadian Broadcasting Corporation*) se encuentra prevista en la Parte III de la Ley de Telecomunicaciones (*Broadcasting Act 1991, c. 11, B-9.01*).¹⁹⁷

Aún cuando la Ley de Telecomunicaciones (*Broadcasting Act 1991*) no señala expresamente la adscripción de la CBC a una dependencia del Gobierno Canadiense en particular, establece la obligación de la Corporación de presentar un reporte anual ante el Parlamento (sección 71 de la Ley) dentro de los tres meses siguientes al final de cada año fiscal.

El reporte debe versar sobre las operaciones de la CBC durante el año fiscal de que se trate.¹⁹⁸

196 Article 12. The Transparency of the Public Broadcasting Activity

12.1. Control over efficient use of funds of the state budget by public broadcaster shall be exercised in accordance with the legislation of the Azerbaijan Republic.

12.2. Current or, at the decision of the Broadcasting Council, extraordinary audits shall be carried out for the purpose of ensuring transparency of business operations of public broadcaster.

12.3 The results of the audits and checks shall be published in the mass media.

Traducción Vanessa Díaz

197 http://laws.justice.gc.ca/en/showdoc/cs/B-9.01/bo-ga:1_III//en#anchorbo-ga:1_III

198 Broadcasting Act

Report to Parliament

Annual report

71. (1) The Corporation shall, as soon as possible after, but in any case within three months after, the end of each financial year, submit an annual report on the operations of the Corporation in that year concurrently to the Minister and to the President of the Treasury Board, and the Minister shall cause a copy of the report to be laid before each House of Parliament on any of the first fifteen days on which that House is sitting after the Minister receives it.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Visión. Unir a los canadienses mediante contenido convincente.

Misión. Crear programación audaz y distintiva. Programas diseñados para informar, iluminar y entretener. Programas que reflejen las regiones de los canadienses y de Canadá. Programas que contribuyan a unir al país y que expliquen los grandes eventos nacionales e internacionales. Programación en todos los géneros, con especial énfasis en las noticias y en los asuntos actuales y sin olvidar la responsabilidad respecto de los niños.

Valores esenciales	Servir al público canadiense
	Una cultura dirigida hacia el éxito
	Una organización creativa en renovación continua
	Trabajo en equipo

Por otro lado, la página de Internet de la CBC provee información sobre las directrices estratégicas y las prioridades de la Corporación, las cuales se mencionan a continuación:

- Asegurar una programación distintiva de la más alta calidad.
- Reconocer la importancia del reflejo regional y del “rostro” cambiante de Canadá.
- Asegurar la sostenibilidad de los horarios de CBC/Radio-Canada.
- Demostrar que la CBC/Radio-Canada es una compañía bien administrada y generar flujo de efectivo a efecto de reinvertir en programación.
- Reforzar el compromiso de CBC/Radio-Canada con sus empleados.
- La posición de la CBC/Radio-Canada para elevar su habilidad de cumplimiento del mandato que le corresponde mediante alianzas y asociaciones selectivas.
- Reforzar la capacidad de la CBC/Radio-Canada para trabajar como una compañía integrada.

- Consolidar las relaciones de los accionistas de CBC/Radio-Canada.¹⁹⁹

Según lo prescribe la Ley de Telecomunicaciones (*Broadcasting Act*), la CBC, como transmisor del público nacional, debe proporcionar servicios de radio y televisión incorporando un amplio rango de programación que informe, ilumine y entretenga.

La programación proporcionada por la CBC debe:

- Ser predominante y distintivamente canadiense,
- Reflejar Canadá y sus regiones a las audiencias nacionales y regionales, atendiendo las necesidades especiales de tales regiones.
- Contribuir activamente en el flujo e intercambio de la expresión cultural.
- Estar tanto en inglés como en francés, reflejando las necesidades y circunstancias diferentes de la comunidad de cada idioma oficial, incluyendo las de las minorías lingüísticas inglesas y francesas.
- Esforzarse porque la calidad en inglés y en francés sea la misma.
- Contribuir a la conciencia e identidad nacional.

199 Priorities and Strategic Directions

Ensure distinctive programming of the highest quality.

Recognise the importance of regional reflection and of the changing face of Canada.

Ensure the sustainability of CBC/Radio-Canada's Canadian schedules.

Demonstrate that CBC/Radio-Canada is a well-managed company and generate cash flow to re-invest in programming.

Strengthen CBC/Radio-Canada's commitment to all its employees – to those who create and those who support them.

Position CBC/Radio-Canada to enhance its ability to fulfil its mandate through selective alliances and partnerships.

Reinforce the capacity of CBC/Radio-Canada to work as one integrated company.

Enhance/strengthen CBC/Radio-Canada's stakeholder relationships.

<http://www.cbc.radio-canada.ca/about/priorities.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Estar disponible a lo largo del territorio de Canadá mediante los medios más apropiados y eficaces y con los recursos disponibles al efecto.
- Reflejar la naturaleza multicultural y multiracial de Canadá.²⁰⁰

Trabajo informativo

Las *Políticas de la Corporación (Corporate Policies)* contienen, en su primera parte, las políticas de programación, las cuales se refieren a las políticas sobre los programas así como a las prácticas y criterios periodísticos, a los criterios sobre la publicidad, a los anuncios de servicio público y al tiempo gratuito destinado a transmisiones políticas gratuitas.²⁰¹

No se encontró en su página estatutos de periodistas o comité, asociación o consejo integrado por periodistas que represente al equipo de noticias y permita la comunicación directa con la dirección

200 Mandate

The 1991 *Broadcasting Act* states that...

“...the Canadian Broadcasting Corporation, as the national public broadcaster, should provide radio and television services incorporating a wide range of programming that informs, enlightens and entertains;

...the programming provided by the Corporation should: be predominantly and distinctively Canadian, reflect Canada and its regions to national and regional audiences, while serving the special needs of those regions, actively contribute to the flow and exchange of cultural expression, be in English and in French, reflecting the different needs and circumstances of each official language community, including the particular needs and circumstances of English and French linguistic minorities, strive to be of equivalent quality in English and French, contribute to shared national consciousness and identity, be made available throughout Canada by the most appropriate and efficient means and as resources become available for the purpose, and reflect the multicultural and multiracial nature of Canada.”

<http://www.cbc.radio-canada.ca/about/mandate.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

201 Program Policies (Effective : September 21, 2005)

Corporate Policies

Programming policies

1.1 Program Policies

1.2 Journalistic Standards and Practices

1.3 Advertising Standards

1.4 Public Service Announcements

1.5 Free Time Political Broadcasts

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/policies/index.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

En lo que respecta a las políticas de programación de la CBC (*Program Policies*), las cuales forman el punto 1.1 de las Políticas de la Corporación, se refieren a los siguientes aspectos:²⁰²

- El mandato de la CBC
- Los estereotipos en la programación de la CBC
- Criterios sobre la representación de sexo
- Programación multicultural
- Buen gusto
- Violencia en la programación
- Violencia en la programación para niños

202 Program Policies (Effective : September 21, 2005)

Program Policies:

CBC Mandate

Stereotypes in CBC Programming

Guidelines on Sex-Role Portrayal

Multicultural Programming

Good Taste

Violence in Programming

Violence in Children's Programming

Hiring of Political Figures on CBC Programs

Opinions on controversial Matters Expressed on Entertainment Programs

Commercial Impact

Programming Not Eligible for Commercial Content

Free Travel

Program Research

Announcement and Commemorative Programming - Deaths of Important People

Production Credits

Opening and Closing Procedure

Contests, Quiz Programs and Lotteries

Provision of Legal Assistance

1.1.20 Extended Distribution of Broadcasts of National or Regional Importance

1.1.21 CBC Program Content Responsibility

1.1.23 Recognition of Audience Sensitivities

1.1.24 Affiliated Stations

1.1.26 Broadcast Talks by the Prime Minister

1.1.27 Broadcast Talks by Provincial Premiers

1.1.28 CBC Programming and National Consciousness and Identity

1.1.30 Outside Requests for CBC Broadcast Material

1.1.31 Broadcasts of National Importance

1.1.34 Coproductions with Government Departments/Agencies and Non-Profit Organizations

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Contratación de figuras políticas en los programas de la CBC
- Opiniones sobre asuntos controversiales presentadas en los programas de entretenimiento
- Impacto comercial
- Programación no compatible con contenidos comerciales
- Viajes gratuitos
- Investigación de programas
- Anuncios y programación conmemorativa- Muerte de gente importante
- Créditos de producción
- Concursos y loterías
- Suministro de asistencia legal
- Ampliación de la distribución de transmisiones de importancia nacional o regional
- Responsabilidad sobre los contenidos de los programas de la CBC
- Reconocimiento de “la sensibilidad” de la audiencia
- Estaciones afiliadas
- Transmisión de discursos del Primer Ministro
- Traducción de discursos de los Primeros Ministros de las provincias
- Programación de la CBC y la conciencia e identidad nacional
- Solicitudes externas de material de transmisión de la CBC
- Transmisión de importancia nacional
- Coproducciones con los Departamentos o agencias de Gobierno y con organizaciones no lucrativas.

Dentro de sus políticas de programación, la CBC señala criterios y prácticas periodísticas (*Journalistic Standards and Practices*). Tales criterios y prácticas se refieren a lo siguiente.²⁰³

203 Programming policies

1.2 Journalistic Standards and Practices

The Journalistic Standards and Practices provide the policy framework within which CBC journalism seeks to meet the expectations and obligations it faces. The following includes the amendments approved by the CBC Board of Directors in September, 2004.

I. Legislative Framework

Canadian Charter of Rights and Freedoms

Common Law, Civil Law, and Legislation

The Broadcasting Act

CBC Program Content Responsibility

II. APPLICATION OF THE JOURNALISTIC POLICY

Application

Interpretation

III. PRINCIPLES

CBC Philosophy

Journalistic Principles

Credibility

Diversity

Balance

Program Funding

Bartered Airtime

IV. PRODUCTION STANDARDS

A: INFORMATION GATHERING

Research

Public Opinion Surveys

Privacy

Protection of Sources

Rights of Participants and Interviewees

Payments

Indirect Commercial Advertising

Coverage of Demonstrations

Coverage of Violent Acts

Clandestine Methods

Investigative Journalism

Preservation of News Material

Interview Without Consent

Live Two-way Reports

IV. PRODUCTION STANDARDS

B: INFORMATION PROCESSING

On-Air Personnel

Editing

Mixture of Production Forms

Good Taste

Open-Line Programs

Consumer Broadcasting

Manipulation of Public Opinion

- Marco Legal

Carta Canadiense de Derechos y Libertades

Legislación del Common Law y del Civil Law

La Ley de telecomunicaciones

La responsabilidad de la CBC sobre los contenidos de sus programas

- La aplicación de las políticas periodísticas de la CBC

Aplicación

Interpretación

- Principios

La filosofía de la CBC

Los principios periodísticos

Credibilidad

Diversidad

Interference

Reply

Corrections

Verifications IV. PRODUCTION STANDARDS

ONLINE POLICIES

Introduction

Balance

Online Polling

User Input

Archives

Links

Exchanges of Online Material With Other Organizations

V. PERSONNEL STANDARDS

Socio-Political Activities

Conflict of Interest

Free Travel

Outside Requests for CBC Broadcast Material

Free Time Political Broadcasts

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/policies/journalistic/>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Balance

Financiación de los programas

- Criterios de producción

- A. Obtención de la información

- La investigación

- Las encuestas sobre opinión pública

- Privacidad

- Protección de las fuentes

- Derechos de los participantes y de los entrevistados

- Pagos

- Publicidad comercial indirecta

- Cobertura de demostraciones

- Cobertura de actos violentos

- Métodos clandestinos

- Periodismo de investigación

- Preservación del material informativo

- Entrevista sin consentimiento

- B. Procesamiento de información

- Personal al aire

- Edición

- Formas de mezcla de producción

- Buen gusto

- Transmisión del consumidor

- Manipulación de la opinión pública

- Interferencia

- Derecho de réplica

Correcciones

Verificaciones

- Políticas en Internet
 - Balance
 - Votaciones online
 - Entrada del usuario
 - Archivos
 - Vínculos (links)
 - Intercambio de material online con otras organizaciones
- Criterios personales
 - Actividades socio-políticas
 - Conflicto de intereses
 - Viajes gratuitos

Contenidos y producción

Dentro de las Políticas de Programación de la CBC puede encontrarse la Política 1.1.7, la cual se refiere a la violencia en la programación infantil.²⁰⁴ Según esta política, la CBC produce y

204 Corporate Policies

1.1 Program Policies: Policy 1.1.7: Violence in Children's Programming

Effective: July 6, 1994

The CBC produces and selects children's programming to entertain and to enhance the creative growth of Canadian children. The Corporation does not consider that young people should be sheltered from the realities of life, but neither does it assume that children are prepared for adult entertainment from the beginning.

The CBC recognizes that the portrayal of aggression and violence may lead to anxiety or imitative behaviour in children. To the extent possible the Corporation will attempt to prevent such reactions. At the same time realizing that it is the adults in the child's daily life who are ultimately responsible for the programming brought into their homes.

Even though violence is pervasive in the real world and in the world created by the entertainment industry the CBC will avoid the depiction of violence in children's programming. Exceptions can occur only when the effective presentation or development of an idea or theme requires it.

The CBC places a high value on providing positive role models in its children's programming. It stresses cooperative interaction and the non-violent resolution of conflict and ensures that children and adolescents are portrayed as full participants in society.

Producers and production staff should be aware of such program material elements that might adversely affect children, such as: excessive aggression, including torture and sadistic beatings; all forms of cruelty to animals and scenes of attack by wild animals on children and pets; undue cruelty shown by adults to children, or children to other children; lingering depiction of pain and suffering, wounds or death; weapons or other items being used as

selecciona programación infantil para entretener y para elevar el crecimiento creativo de los niños canadienses. La Corporación no considera que los niños deban ser protegidos de las realidades de la vida, sin embargo, tampoco estima que los estén preparados para el entretenimiento de los adultos.

La CBC reconoce que la presentación de agresiones y de violencia puede llevar a la ansiedad en los niños o a conductas que imiten tal violencia. En la medida de lo posible, la Corporación intentará evitar tales reacciones. Al mismo tiempo, la CBC considera que son los adultos cercanos a los niños quienes, en última instancia, son responsables de la programación que entra en sus hogares.

Aún cuando la violencia es omnipresente en el mundo real y en la industria del entretenimiento, la CBC evitará la representación de violencia en la programación para niños. Sin embargo, podrá haber excepciones en los casos en los que la presentación efectiva o el desarrollo de una idea o tema así lo requieran.

La CBC da un alto valor al suministro de modelos positivos en la programación infantil. La programación infantil de la CBC acentúa la interacción cooperativa y la resolución pacífica de los conflictos y, asimismo, asegura que los niños y adolescentes sean presentados como participantes en la sociedad.

Los productores y el personal de producción deben estar conscientes de aquellos elementos en los materiales de programación que puedan afectar a los niños tales como:

- La agresión excesiva, incluyendo la tortura y las palizas sádicas.

weapons that are easily obtainable by children; criminal actions that children can easily imitate, such as hanging scenes, etc. sequences intended to create artificial tension which is not needed to directly advance the storyline; cartoon material that attempts humour through stripping people of their dignity, through the portrayal of aggression linked with sexual overtones or with stereotypes.

The Corporation expects program officers and producers to apply careful standards of judgment in selecting scripts, in commissioning or purchasing program material, in scheduling programs at times suitable for younger audiences.

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/policies/program/children.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Todas las formas de crueldad hacia los animales y escenas de ataque de animales salvajes a niños y mascotas.
- Crueldad indebida de los adultos a los niños o de niños a otros niños.
- Presentación prolongada de dolor y sufrimiento, heridas o muerte.
- Armas y otros instrumentos que sean utilizados como armas y que puedan ser obtenidos fácilmente por los niños.
- Acciones criminales que los niños puedan imitar fácilmente.
- Secuencias previstas para crear tensión artificial.
- Dibujos animados que intenten divertir mediante el menoscabo de la dignidad de las personas, la presentación de agresiones vinculadas con matices sexuales o con estereotipos.

La Corporación espera que los funcionarios y productores de programas apliquen criterios cuidadosos en la selección de guiones, en la compra de material de programación y en la determinación de los horarios de los programas para niños.

Programación

La política de programación 1.1.4 de la CBC se refiere a la programación multicultural. Según esta política, Canadá comprende dos grandes comunidades lingüísticas, una de origen británico y otra de origen francés, una población de origen indio e *inuit* así como la segunda generación de canadienses y los inmigrantes de diversas regiones.

La presencia de grupos tan diversos proporciona un carácter multicultural al país al tiempo que lo enriquece. El Gobierno de Canadá ha institucionalizado el uso oficial de las dos lenguas en los asuntos federales y ha adoptado una política multicultural dentro de un marco bilingüe.

El mandato de la CBC establece que su programación debe reflejar la naturaleza multicultural y multirracial de Canadá. De hecho, en

virtud de la diversidad étnica de la audiencia, la Corporación ha observado desde hace tiempo una política de pluralismo cultural en su programación y, asimismo, pretende seguir reflejando la riqueza multicultural y las características multirraciales de la sociedad canadiense, manteniendo la obligación de la Corporación de contribuir a la conciencia e identidad nacional. La gente que lo planea así y el personal de los programas deben demostrar que están conscientes y que son sensibles continuamente a este rol de la CBC.²⁰⁵

Por otro lado, tal como lo establece la Ley de Telecomunicaciones (*Broadcasting Act*), la que requiere a la CBC el suministro de un servicio nacional de telecomunicaciones en inglés y en francés, la Corporación utiliza sus estaciones y sus redes para programar y transmitir en ambos idiomas. La CBC realiza una excepción respecto de los habitantes originales del país, los indios y los *Inuit*, a quienes el Servicio del Norte y el Servicio del Norte de Québec transmiten programación en diversas lenguas y dialectos.²⁰⁶

205 Program Policies

Policy 1.1.4 Multicultural Programming

Effective: July 6, 1994

Canada comprises two large linguistic communities, one of British origin and the other French; a native population of Indian and Inuit origin; first and second generation Canadians and recent immigrants from many lands.

The presence of such diverse groups gives multicultural character to and enriches the country. The Government of Canada has institutionalized official bilingualism in federal matters and has adopted a policy of multiculturalism within a bilingual framework.

The mandate of The Canadian Broadcasting Corporation states that its programming should “reflect the multicultural and multiracial nature of Canada”. In fact, by the reasons of the ethnic diversity of the audience, the Corporation has long practiced a policy of cultural pluralism in its programming, and intends to continue to reflect the multicultural richness and multiracial characteristics of Canadian society in keeping with the Corporation’s obligation to “contribute to shared national consciousness and identity.”

Schedule planners and programs staff are expected to demonstrate continuing awareness of and sensitivity to this aspect of the CBC role.

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/policies/program/multicultural.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

206 MULTICULTURAL PROGRAMMING

In accordance with the Broadcasting Act, which requires the CBC to provide a national broadcasting service that is “in English and French”, the Corporation uses its stations and networks for the scheduling and broadcasting in both official languages. It makes an exception only for the original inhabitants of the country, the Indians and the Inuit, to whom Northern Service and Northern Quebec Service broadcast in several native languages and dialects.

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/policies/program/multicultural.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

La CBC fomenta la producción independiente. Toda la información al respecto puede consultarse en el sitio: <http://www.cbc.ca/independentproducers/>

Sobre la oferta mediática nacional de la CBC es:

Radio	Televisión	Internet
CBC RADIO ONE	CBC TELEVISION	CBC.CA
CBC RADIO 2	CBC NEWSWORLD	RADIO-CANADA.CA
CBC RADIO 3	CBC COUNTRY CANADA	CBC RADIO 3
PREMIÈRE CHAÎNE	THE DOCUMENTARY CHANNEL	BANDE À PART
ESPACE MUSIQUE	TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA	RCI VIVA
BANDE À PART	RÉSEAU DE L'INFORMATION DE	GALAXIE
PREMIÈRE PLUS	RADIOCANADA(RDI)	CBC RECORDS LES
INFO PLUS	CBC NORTH RADIO-CANADA	DISQUES SRC
RADIO CANADA	NORD	WIRELESS
INTERNATIONAL (RCI)	ARTV	
RCI PLUS	TV5MONDE	
CBC NORTH RADIO-CANADA		
NORD		

Por lo que se refiere a la oferta mediática internacional²⁰⁷ se cuenta con Radio Canada International (RCI) y RCI PLUS.

Relación con las audiencias

Aún cuando no se trata de un mecanismo de acceso público en el diseño de la programación, la CBC cuenta con un *ombudsman* que actúa como una autoridad de apelación para aquellas quejas presentadas por el público y que no hayan sido respondidas por el personal o la administración de la CBC.

El *ombudsman* determina si el proceso periodístico o la transmisión de que se trate la queja violaron los criterios y políticas periodísticas de la CBC. La reunión de hechos no constituye, sin embargo, un proceso judicial y el *ombudsman* no examina la responsabilidad civil de la Corporación o de sus periodistas. El *ombudsman* informa al quejoso, al personal y a la administración de la CBC sobre sus "hallazgos".

²⁰⁷ <http://www.cbc.radio-canada.ca/annualreports/2006-2007/pdf/services-e.pdf>

Asimismo, el *ombudsman* establece un registro central de quejas y comentarios sobre información de los programas y advierte a los periodistas y administradores sobre los asuntos que causan preocupación entre el público.

El *ombudsman* prepara y presenta un reporte anual ante el Presidente y ante el Consejo de Directores de la CBC, en el que resume de qué manera fueron tratadas las quejas presentadas ante él y en el que revisa los principales asuntos que conoció la Oficina del *ombudsman* en el año inmediato anterior. El reporte incluye la mención de las acciones tomadas por la administración como resultado de las resoluciones o hallazgos del *ombudsman*, siempre que la revelación de tales acciones no contravenga las leyes aplicables, los reglamentos o los acuerdos colectivos. El reporte anual o su resumen serán públicos.²⁰⁸

Además de las transmisiones de la CBC, la Corporación cuenta con un sitio destinado a la compra de diversos productos (CBC Shop).²⁰⁹

208 Mandate

1. Audience complaints and comments

a. The Ombudsman acts as an appeal authority for complainants who are dissatisfied with responses from CBC program staff or management.

b. The Ombudsman generally intervenes only when a correspondent deems a response from a representative of the Corporation unsatisfactory and so informs the Office of the Ombudsman. However, the Ombudsman may also intervene when the Corporation fails to respond to a complaint within a reasonable time.

c. The Ombudsman determines whether the journalistic process or the broadcast involved in the complaint did, in fact, violate the Corporation's journalistic policies and standards. The gathering of facts is a non-judicial process and the Ombudsman does not examine the civil liability of the Corporation or its journalists. The Ombudsman informs the complainant, and the staff and management concerned, of his/her finding.

f. The Ombudsman establishes a central registry of complaints and comments regarding information programs, and alerts journalists and managers, on a regular basis, to issues that are causing public concern.

g. The Ombudsman prepares and presents an annual report to the President and the Board of Directors of the Corporation summarising how unsatisfied complaints were dealt with and reviewing the main issues handled by the Office of the Ombudsman in the previous year. The report includes mention of the actions, if any, taken by management as a result of the Ombudsman's findings, provided such disclosure does not contravene applicable laws, regulations or collective agreements. The annual report, or a summary thereof, is made public.

<http://www.cbc.ca/ombudsman/page/mandate.html#>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

209 <http://www.cbcshop.ca/CBC/shopping/home.aspx?CatalogName=CBCBase&lang=en-CA>

En su página de Internet, la CBC precisa que la Corporación monitorea y evalúa los hábitos de los canadienses para asegurar que les proporciona programación que los satisface y que cubre sus necesidades.²¹⁰

Publicidad y patrocinios

Dentro de las políticas de la corporación pueden encontrarse los criterios sobre publicidad. Estos criterios se refieren a los aspectos que se señalan a continuación:

- Objetivos y valores de la publicidad
- La verdad en la publicidad
- Los criterios de gusto y de representación adecuada
- La identificación del anunciante
- La promoción
- La integridad del programa
- El lenguaje de la transmisión
- Publicidad dirigida a los niños menores de 12 años
- Publicidad de apoyo
- Publicidad política
- Publicidad prohibida
- Concursos y juegos de azar

210 Key Performance Indicators

Specifically, CBC Radio-Canada monitors and evaluates the views and viewing, listening and surfing habits of Canadians to ensure that it is providing them with programming to their satisfaction and that meets their needs.

<http://www.cbc.radio-canada.ca/annualreports/2006-2007/pdf/analysis-e.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Publicidad de bebidas alcohólicas
- Límites a la publicidad
- Regulaciones de las provincias²¹¹

Gestión y dirección

Corresponde al Presidente de la CBC la supervisión de la dirección del trabajo y de los empleados de la Corporación. El Presidente tiene responsabilidad y autoridad general respecto de la administración de los negocios, actividades y otros asuntos de la Corporación, así como las facultades y obligaciones que determine el Consejo de Directores. El cargo de Presidente debe ser desempeñado a tiempo completo. ²¹²

211 Corporate Policies

Programming policies

1.3 Advertising Standards

1.3.1 Objectives and Values

1.3.2 Truth in Advertising

1.3.3 Standards of Taste and Fair Representation

1.3.4 Advertiser Identification

1.3.5 Endorsement

1.3.6 Program Integrity

1.3.7 Language of Broadcast

1.3.8 Advertising Directed to Children Under 12 Years of Age

1.3.9 Advocacy Advertising

1.3.10 Political Advertising

1.3.11 Unacceptable Advertising

1.3.12 Contests and Games of Chance

1.3.13 Alcoholic Beverage Advertising

1.3.14 Advertising Limits

1.3.15 Provincial Regulations

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/policies/ads/>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

212 Consolidated by-Laws of the Canadian Broadcasting Corporation 2002

3. Corporate Governance

(3) The President

(a) The President is the Chief Executive Officer of the Corporation.

(b) The President has supervision over the direction of the work and staff of the Corporation. Subject to the Act and these By-Laws and to the Board's direction and authority as may be exercised from time to time whether through the terms of reference set pursuant to subparagraph 3 (1) (a) above or otherwise, the President shall have responsibility and general authority for the management of the business, activities and other affairs of the Corporation and such other powers and duties as the Board may specify.

Por otro lado, la Ley de Telecomunicaciones también prevé la figura de un Presidente (*Chairperson*) quien tendrá como función presidir las reuniones del Consejo de Directores y quien podrá ejercer aquellas facultades y desempeñar las obligaciones y funciones que establezca la Corporación mediante la expedición de *By-Laws*.²¹³ El cargo de Presidente (*Chairperson*) puede ser desempeñado sobre una base de cargo de medio tiempo.²¹⁴

Según lo prescribe la sección 36 (2) de la Ley de Telecomunicaciones, corresponde la administración de la CBC a un Consejo de Directores formado por 12 directores, incluyendo a los dos Presidentes señalados en el punto anterior (*President y Chairperson*).²¹⁵

La Ley de Telecomunicaciones (*Broadcasting Act*) establece el nombramiento de los directores, quienes ocupan el cargo por un

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/bylaws.shtml>

Broadcasting Act

President

Powers, duties and functions

42. (1) The President is the chief executive officer of the Corporation and has supervision over and direction of the work and staff of the Corporation and may exercise such powers and shall perform such other duties and functions as are assigned to the President by the by-laws of the Corporation.

Full-time

(2) The President shall perform the duties and functions of the office on a full-time basis.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

213 Broadcasting Act

Chairperson

Powers, duties and functions

41. (1) The Chairperson shall preside at meetings of the Board and may exercise such powers and shall perform such other duties and functions as are assigned to the Chairperson by the by-laws of the Corporation.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

214 Broadcasting Act

Chairperson

Powers, duties and functions

41. Part-time

(2) The Chairperson shall perform the duties and functions of the office on a part-time basis. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

215 Broadcasting Act

Part III

36. (2) There shall be a Board of Directors of the Corporation consisting of twelve directors, including the Chairperson and the President, to be appointed by the Governor in Council. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

periodo que no excederá de cinco años y podrán ser removidos en cualquier momento.

La sección 38 (1) de la Ley mencionada establece que no será elegible para ser nombrada o para continuar en el puesto de director aquella persona que no sea ciudadano canadiense, que no resida ordinariamente en Canadá o que, siendo directa o indirectamente dueña, accionista, directora, funcionaria o socia se encuentre comprometida en la operación de una empresa de telecomunicación o en la producción o distribución de material de programas para utilizarse por una empresa de telecomunicación.²¹⁶

La Oficina del Ombudsman es responsable de la evaluación del cumplimiento de las políticas periodísticas en todos los programas de la CBC. Para tal efecto, el *ombudsman* es asistido por comisiones o paneles de asesoría independientes. Los miembros de tales paneles son elegidos por el *ombudsman* y su función consiste en evaluar contenidos y reportar sus conclusiones al *ombudsman*.

La evaluación mide el desempeño de los programas respecto de los tres principios fundamentales del periodismo de la CBC, que son la precisión, la integridad y la equidad.²¹⁷

216 Broadcasting Act

Part III

36. (3) A director shall be appointed to hold office during good behaviour for a term not exceeding five years and may be removed at any time by the Governor in Council for cause.

38 (1) A person is not eligible to be appointed or to continue as a director if the person is not a Canadian citizen who is ordinarily resident in Canada or if, directly or indirectly, as owner, shareholder, director, officer, partner or otherwise, the person

(a) is engaged in the operation of a broadcasting undertaking;

(b) has any pecuniary or proprietary interest in a broadcasting undertaking; or

(c) is principally engaged in the production or distribution of program material that is primarily intended for use by a broadcasting undertaking.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

217 Compliance with Journalistic Policy

a. The Office of the Ombudsman is responsible for evaluating compliance with journalistic policies in all programs under its jurisdiction. It is assisted in this role by independent advice panels. Panel members are chosen by the Ombudsman; their mandate is to assess individual or groups of programs over a period of time, or the overall coverage of a particular issue by many programs, and report their findings to the Ombudsman.

b. The evaluation measures the programs performance in respecting the three fundamental principles of CBC journalism, Accuracy, Integrity and Fairness.

<http://www.cbc.ca/ombudsman/page/mandate.html#>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Servicios, ambiente laboral y servidores públicos

Sobre el régimen contractual de los empleados de la CBC, la Ley de Telecomunicaciones (Broadcasting Act) establece que los funcionarios y empleados de la Corporación serán contratados en los términos, con las condiciones y con las remuneraciones que determine el Consejo de Directores. Asimismo, la Ley mencionada prescribe que los funcionarios y los empleados de la Corporación no serán funcionarios o servidores de Su Majestad.²¹⁸

El Presidente o cualquier persona que actúe con tal carácter está facultado para firmar los contratos y documentos, acuerdos, bonos, certificados, escrituras y otros instrumentos en nombre de la Corporación y puede delegar por escrito a los funcionarios o empleados de la Corporación, con o sin condiciones al respecto, la facultad de firmar y ejecutar cualquier otro contrato o documento, acuerdo, bono, certificado, escritura o documento así como la facultad de subdelegar por escrito la misma a otros funcionarios o empleados de la CBC, cada uno de los cuales puede autorizar por escrito tales subdelegaciones de la forma en la que lo considere pertinente.²¹⁹

218 Broadcasting Act Staff

Terms, etc., of employment

44 (2) The officers and employees employed by the Corporation under subsection (1) shall, subject to any by-laws made under section 51, be employed on such terms and conditions and at such rates of remuneration as the Board deems fit.

Not servants of Her Majesty

44 (3) The officers and employees employed by the Corporation under subsection (1) are not officers or servants of Her Majesty.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

219 BY LAWS

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/bylaws.shtml>

9. Contracts with the Corporation

Without limiting the scope of the terms of the Corporation's Code of Conduct or the Corporation's other policies, no Officer or employee employed by or in the service of the Corporation shall derive any profit from or have in any way a pecuniary interest, directly or indirectly, in any contract entered into by the Corporation or any work done for the Corporation. Notwithstanding the foregoing, where it appears that an advantage will accrue to the Corporation through the furnishing of goods or services by an Officer or employee by reason of the particular suitability of such goods or services to the requirements of the Corporation, the President or any Officer designated by the President for that purpose may authorize in writing the acquisition of such goods and services.

10. Signature of Documents

The President or anyone acting in such capacity may sign all contracts and other documents, bonds, debentures, certificates, deeds or other instruments on behalf of the Corporation, and may delegate in writing to Officers or employees of the Corporation, with or without conditions, the authority to

La Ley de Telecomunicaciones de Canadá establece que la CBC podrá, en su nombre, contratar el número de funcionarios y empleados que considere necesario para la dirección de sus negocios.²²⁰ Sin embargo, no es posible encontrar en la página de Internet el número exacto de empleados de la CBC.

Las Políticas de Administración de la CBC se refieren en su sección 2.2. a los recursos humanos de la Corporación. Dentro de tales políticas se encuentran los criterios de la CBC sobre los siguientes aspectos:²²¹

sign and execute any such contracts or documents, bonds, debentures, certificates, deeds or other instruments and the authority to sub-delegate in writing such authority, with or without conditions, to other Officers or employees of the Corporation, each of whom may in turn, subject to the conditions applied by the President and the President's delegates, authorize in writing such further delegations, with or without conditions, as he/she may deem appropriate.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

220 Broadcasting Act Staff

Employment of staff

44. (1) The Corporation may, on its own behalf, employ such officers and employees as it considers necessary for the conduct of its business.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

221 Management policies

2.2 Human Resources

Corporate Policies

2.2 Human Resources Policies

2.2.1 Staffing

2.2.2 Employment Equity

2.2.3 Conflict of interest and ethics

2.2.4 Compensation

2.2.5 Holidays

2.2.6 Leave

2.2.7 Income Protection

2.2.8 Training and Development

2.2.9 Performance Management

2.2.10 Discipline

2.2.11 Appeal Procedures

2.2.12 Departure

2.2.13 Relocation

2.2.14 Official Languages

2.2.15 Harassment

2.2.16 Occupational Health, Safety and Environment

2.2.17 Political Activity

2.2.18 Crisis Management

2.2.19 Industrial Relations

2.2.20 Non-discrimination and the Duty to Accommodate

2.2.21 Code of Conduct

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- El personal
- La equidad en el empleo
- Conflictos de interés y ética
- Compensación
- Vacaciones
- Licencias y permisos
- Protección de ingresos
- Capacitación y desarrollo
- Administración del desempeño
- Disciplina
- Procedimientos de apelación
- Despido
- Traslado
- Idiomas oficiales
- Acoso
- Salud, seguridad y ambiente laboral
- Actividad política
- Relaciones industriales
- La no discriminación
- Código de conducta

Por otro lado, las *Políticas* de la CBC señalan que la Corporación se encuentra comprometida con la equidad en el empleo y en la programación mediante un ambiente de trabajo que trata a todos los empleados con respeto y dignidad. La CBC debe reflejar la diversidad de la sociedad canadiense en su fuerza de trabajo y en

sus transmisiones y debe también administrar de forma activa las medidas especiales que prescribe la Ley de Equidad en el Empleo.

Así, la CBC promueve la equidad a través de la organización. Cuando las oportunidades de empleo o de promoción aparecen, la Corporación debe dar preferencia a los candidatos internos que reúnan los requisitos correspondientes.

Asimismo, también se dará preferencia a los candidatos que sean miembros de los grupos señalados por la Ley de Equidad en el Empleo: mujeres, personas aborígenes, personas con discapacidades y miembros de grupos de minorías. A fin de mejorar la representación de los grupos mencionados, la CBC deberá tomar las medidas correctivas que sean necesarias.

Los supervisores y administradores de la CBC son responsables del establecimiento e implementación de acciones que aseguren la representación de los grupos mencionados en el párrafo anterior.

También los supervisores y administradores deben establecer programas de capacitación y oportunidades de desarrollo para incrementar el número de candidatos elegibles en las oportunidades de promoción y de traslado.²²²

222 Employment Equity Policies

Effective Date: January 1, 2003

Statement:

The CBC is committed to equity in employment and programming and in providing a workplace environment that treats all employees with respect and dignity. We must reflect the diversity of Canadian society in our workforce and on our airwaves and proactively manage special measures outlined in the Employment Equity Act.

Application:

This policy applies to all CBC employees.

Description:

The CBC promotes equity throughout the organization. When opportunities for employment or promotion occur the Corporation will give preference to qualified internal candidates. Where under-representation exists, preference will be given to equally qualified candidates who are members of the groups designated by the *Employment Equity Act*: women, aboriginal peoples, persons with disabilities and members of visible minority groups (the "designated groups"). When external candidates are being considered and where under-representation exists, qualified members of the designated groups will be given preference. To improve representation of designated groups, CBC will take corrective measures as necessary-

Procedures on Employment Equity Policy 2.2.2:

Por otro lado, las *Políticas* de la CBC también se refieren a la no discriminación en el empleo de la Corporación. De esta manera, la Corporación acepta la responsabilidad de asegurar que sus políticas, prácticas, acuerdos de trabajo y facilidades no tengan efectos discriminatorios en las personas o grupos protegidos por la Ley de Derechos Humanos o identificados como grupos vulnerables por la Ley de Equidad en el Empleo (mujeres, personas aborígenes, personas con discapacidades y minorías).

La CBC debe tomar las medidas pertinentes para proporcionar un lugar a sus empleados y solicitantes de empleo. La CBC debe responder de manera oportuna, confidencial y sensible a las solicitudes que reciba.²²³

Internet

En la página de Internet no se encontró política referente a Internet. No obstante, la CBC cuenta con la versión accesible de los archivos de la Corporación en Internet. La CBC señala que la versión accesible del sitio fue creada en colaboración con expertos en accesibilidad y organizaciones canadienses.

As outlined in the Employment Equity Act and the CBC Employment Equity Plan, all Supervisors and Managers are responsible for the establishment and implementation of actions which will ensure representation of designated group members reflective of their market availability.

Designated Groups are defined as women, aboriginal peoples, people with disabilities and members of visible minority groups.

Supervisors and Managers must establish training and development opportunities to increase the number of qualified eligible candidates for promotion and transfer opportunities.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

223 POLICIES

Non-Discrimination and the Duty to Accommodate

EFFECTIVE DATE: January 1, 2003

STATEMENT

CBC/Radio-Canada is committed to provide an inclusive workplace environment free of discrimination. In support of this, the Corporation accepts responsibility to ensure that its policies, practices, work arrangements and facilities do not have unlawful discriminatory effects on individuals or groups protected under the *Human Rights Act*, or identified as a designated group under the *Employment Equity Act* (women, Aboriginal Peoples, persons with disabilities, and visible minorities).

CBC/Radio-Canada will take reasonable appropriate measures legally required to provide accommodation to its employees and applicants. The Corporation will respond in a timely, confidential and sensitive manner to requests for accommodations.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Asimismo, la CBC expresa en su página de Internet que la primera versión accesible de su sitio intenta en la medida de lo posible cumplir con los criterios de la *Iniciativa sobre la Accesibilidad de la Red* (Internet).²²⁴

Cultura de la transparencia

No hay en la página de Internet de la CBC políticas sobre adquisiciones de la Corporación. Sin embargo, la Ley de Telecomunicaciones (*Broadcasting Act*) prescribe que la CBC será mandataria de Su Majestad y que podrá celebrar contratos en nombre de ésta, por lo que la propiedad que adquiera la Corporación será propiedad de Su Majestad.

Así, de conformidad con la Ley señalada, la Corporación puede comprar, arrendar o adquirir de cualquier otra manera cualquier propiedad real o personal que considere necesaria o conveniente para llevar a cabo sus objetivos y puede, asimismo, vender, arrendar o disponer de cualquier otra manera, parcial o totalmente, de la propiedad adquirida por ella.

Sin embargo, la Corporación no podrá, sin la previa aprobación del Gobernador en Consejo, celebrar cualquier transacción para la adquisición de propiedad real o para la disposición de propiedad real o personal distinta a los materiales de programación o los derechos sobre éstos, que implique una cantidad mayor a cuatro millones de dólares o a cualquier otra cantidad superior que prescriba el Gobernador en Consejo.

Asimismo, la Corporación no puede arrendar o celebrar algún otro tipo de contrato de uso o de ocupación de propiedad real que implique

224 Accessibility Policy

Welcome to the accessible version of the CBC Archives Website.

We've developed an accessible version of our site due to technical and design constraints of the regular version of the site. All content is updated simultaneously on both versions.

The accessible version of our site was created in collaboration with Canadian accessibility experts and organizations. This first version attempts as much as possible to conform to the Priority 1 guidelines of the Web Accessibility Initiative (WAI).

<http://archives.cbc.ca/acces/info/acces.asp?IDLan=1>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

gastos superiores a cuatro millones de dólares o a aquella cantidad que prescriba el Gobernador en Consejo.²²⁵

La CBC recibe una financiación del Gobierno para iniciativas de programación por 60 millones de dólares, cantidad que se ha confirmado que será asignada a la CBC durante el periodo 2007-2008 y 2008-2009.²²⁶

La CBC se encuentra sujeta a las disposiciones de la Ley de Acceso a la Información de Canadá (*Access to Information Act-ATIA*), la cual otorga a los ciudadanos canadienses, a los residentes de Canadá así como a las corporaciones domiciliadas en Canadá, el derecho de acceso a la información contenida en sus expedientes y que se refiera a su administración general.

225 Broadcasting Act

Agent of Her Majesty

Corporation an agent of Her Majesty

47. (1) Except as provided in subsections 44(1) and 46(2), the Corporation is, for all purposes of this Act, an agent of Her Majesty, and it may exercise its powers under this Act only as an agent of Her Majesty.

1) Sous réserve des paragraphes 44(1) et 46(2), la Société est, pour l'application de la présente loi, mandataire de Sa Majesté et ne peut exercer qu'à ce titre les pouvoirs que lui confère la présente loi.

Contracts

(2) The Corporation may, on behalf of Her Majesty, enter into contracts in the name of Her Majesty or in the name of the Corporation.

Property

(3) Property acquired by the Corporation is the property of Her Majesty and title thereto may be vested in the name of Her Majesty or in the name of the Corporation.

Acquisition and disposition of property

48. (1) Subject to subsection (2), the Corporation may purchase, lease or otherwise acquire any real or personal property that the Corporation deems necessary or convenient for carrying out its objects and may sell, lease or otherwise dispose of all or any part of any property acquired by it.

Restriction

(2) The Corporation shall not, without the approval of the Governor in Council, enter into

(a) any transaction for the acquisition of any real property or the disposition of any real or personal property, other than program material or rights therein, for a consideration in excess of four million dollars or such greater amount as the Governor in Council may by order prescribe; or

(b) a lease or other agreement for the use or occupation of real property involving an expenditure in excess of four million dollars or such greater amount as the Governor in Council may by order prescribe.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

226 The Government has recently confirmed that \$60 million in funding will be continued for 2007-2008 and 2008-2009

<http://www.cbc.radio-canada.ca/annualreports/2006-2007/pdf/financials-e.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

La CBC debe cumplir con lo que prescribe la Ley de Acceso a la Información de manera coherente con el requisito de que el acceso a los registros debe ser garantizado, a menos que exista una causa de exclusión o de excepción aplicable. CBC aplicará la excepción o la exclusión de la manera más apropiada y según lo disponga la ley. Asimismo, resulta importante señalar que la Ley de Acceso a la Información de Canadá prevé una exclusión específica para la CBC en lo que se refiere a la información que se encuentra bajo su control y que esté relacionada con sus actividades periodísticas, creativas o de programación.

El procedimiento de solicitud de información se encuentra señalado en la página de Internet de la CBC, el cual consiste en los siguientes pasos:

Completar un formato de solicitud de acceso a la información o enviar una carta que contenga los datos que se mencionan a continuación:

- Una declaración en la que se indique que se realiza una solicitud de información prevista por la Ley de Acceso a la Información de Canadá.
- Una descripción lo más específica posible de los registros cuya información se requiere.
- El nombre, dirección y número telefónico del solicitante.
- El pago de la cuota correspondiente, por cada solicitud que se realice.²²⁷

227 Access to Information

Overview

CBC/Radio-Canada is subject to the Access to Information Act (ATIA), which gives Canadian citizens and persons resident in Canada, as well as corporations located in Canada, a right of access to information held in its records that relates to its general administration.

Exemptions and Exclusions

CBC/Radio-Canada will carry out the requirements of the Access to Information Act in a manner consistent with the requirement that access to records should be granted unless a specific exclusion or exemption applies. CBC/Radio-Canada will apply exemptions or exclusions in the most appropriate manner and as permitted by law.

In addition to other relevant exemptions and exclusions, you should be aware that Section 68.1 of the ATIA provides CBC/Radio-Canada with a specific exclusion for any information that is under the control of the Canadian Broadcasting Corporation that relates to its journalistic, creative or program-

Durante los años 2003-2007, la CBC ha obtenido ingresos de las fuentes siguientes, según lo refiere en sus reportes anuales.²²⁸

(MILLONES DE DÓLARES, EN EL AÑO QUE FINALIZA EN MARZO 31)					
	2007	2006	2005	2004	2003
Financiación del Gobierno					
Parlamento	914	946	877	873	877
Financiación para Iniciativas de programación (Non-recurring Funding for programming initiatives)	60	60	60	60	60
Ingresos					
Venta de programas y publicidad	329	315	322	283	284
Otros ingresos	64	70	73	79	73
Servicios especializados	150	144	138	32	123

Conversión digital

No se encontró esta información en la página de Internet de la CBC.

Chile: Televisión Nacional de Chile (TVN)

Descripción del medio: www.tvn.cl

Televisión Nacional de Chile es una persona jurídica de derecho público y constituye una empresa autónoma del Estado. Como

ming activities.

Making a Request for Records

Fill out an Access to Information Request Form. Or, you can send a dated and signed letter with the following information:

a statement, indicating that you are making a request under the ATIA

as specific a description as possible of the records to which you seek access

your name, address and telephone numbers.

Enclose the application fee of \$5.00 (cheque or money order payable to CBC/Radio-Canada) for each request.

<http://www.cbc.radio-canada.ca/ati/index.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

228 <http://www.cbc.radio-canada.ca/annualreports/2006-2007/pdf/financials-e.pdf>

tal, en el desempeño de un papel de medio de comunicación es independiente, tanto del gobierno como de los distintos poderes públicos.²²⁹ Desde el 8 de abril de 1992, fecha en que se publica la Ley 19.132, la Televisión Nacional de Chile se transforma en un canal público, autónomo, plural, representativo y autofinanciado.

Se rige por los siguientes ordenamientos:

- Ley 19.132 de 1992 que crea la empresa Televisión Nacional de Chile.²³⁰
- Ley de Normas del Consejo Nacional de Televisión.
- Norma especial en relación a la transmisión de encuestas y de estimaciones o proyecciones de resultados electorales por los servicios de televisión durante los días de plebiscitos o elecciones conforme a lo dispuesto en la ley 18.700 y publicada en el Diario Oficial en enero de 1994.
- Ley 18.838, que crea el Consejo Nacional de Televisión.
- Normas sobre la obligación de las concesionarias de radiodifusión televisiva de libre recepción de transmitir programas culturales a la semana.
- Normas especiales sobre contenidos de las emisiones de televisión.
- Normas generales sobre contenidos de las emisiones de televisión.

Corresponde al Consejo Nacional de Televisión velar por el funcionamiento de los servicios de televisión (de TVN).²³¹

229 Información extraída de la página: www.tvn.cl. Consultada el día 15 de febrero del año 2008.

230 Su anterior ley es la Ley 17.377 de fecha 24 de octubre de 1970.

231 Ley 18838 que crea el Consejo Nacional de Televisión.

Titulo Preliminar

Artículo 1º.- Créase el Consejo Nacional de Televisión, en adelante el Consejo, a que se refiere el Art. Único artículo 19, número 12, de la Constitución Política, el que será un servicio público autónomo, funcionalmente descentralizado, dotado de personalidad jurídica y de patrimonio propio, que se relacionará con el Presidente de la República por intermedio del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

Esta televisora asegura que promueve la cultura nacional, su identidad y valores en toda su diversidad. Es plural y objetiva en la representación en su pantalla de la realidad cultural, social, económica, religiosa y política del país, e independiente de los diversos poderes que actúan en la sociedad.

TVN representa a todos los chilenos en su diversidad social, cultural y religiosa, y tiene la obligación de ser confiable; innovadora y creativa; de trato equitativo y de equipo humano talentoso.²³²

El artículo 3 de la Ley 19.312 señala que podrá realizar “todas las actividades propias de una concesionaria de servicios de televisión constituida como persona jurídica de derecho privado, con iguales derechos, obligaciones y limitaciones”. En el artículo 3 queda expresamente señalado: “En el cumplimiento de los fines antes señalados, deberá sujetarse estrictamente al ‘correcto funcionamiento’ que define el inciso tercero del artículo 1 de la ley 18.838, que crea el Consejo Nacional de Televisión.”²³³

Trabajo informativo

Existen las siguientes normas que regulan los contenidos de las Emisiones de Televisión en Chile:

Corresponderá a este Consejo velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, y, para tal fin, tendrá su supervigilancia y fiscalización, en cuanto al contenido de las emisiones que a través de ellos se efectúen, en conformidad con las normas de esta ley.

Se entenderá por correcto funcionamiento de esos servicios el permanente respeto, a través de su programación, a los valores morales y culturales propios de la Nación; a la dignidad de las personas; a la protección de la familia; al pluralismo; a la democracia; a la paz; a la protección del medio ambiente, y a la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud dentro de dicho marco valórico.

232 <http://www.tvn.cl/corporativo/mision.aspx>

233 Ley 19.132 que crea Empresa Televisión Nacional de Chile

Título I

Nombre, naturaleza y fines

Artículo 2°.- Su objeto es establecer, operar y explotar servicios de televisión.

En general, podrá realizar todas las actividades propias de una concesionaria de servicios de televisión constituida como persona jurídica de derecho privado, con iguales derechos, obligaciones y limitaciones.

Artículo 3°.- En el cumplimiento de los fines antes señalados, deberá sujetarse estrictamente al “correcto funcionamiento” que define el inciso tercero del artículo 1° de la ley N° 18.838, que crea el Consejo Nacional de Televisión. El pluralismo y la objetividad deberán manifestarse en toda su programación y, muy especialmente, en los noticieros, programas de análisis o debate político.

- Normas generales sobre contenidos de las emisiones de televisión (publicadas en el Diario Oficial del 20 de agosto de 1993)
- Normas especiales sobre contenidos de las emisiones de televisión (publicadas en el Diario Oficial del 20 de Agosto de 1993)²³⁴

Asimismo, TVN ha aprobado sus propias *Orientaciones Programáticas* en 1997.

Contenidos y producción

No se encontró información en el portal de Internet.

Programación

Existe un ordenamiento llamado *Norma* que establece normas para el acceso a la población con discapacidad auditiva a la información proporcionada por los servicios de radiodifusión televisiva.

Esta *Norma* consagra la obligación de los servicios de radiodifusión televisiva de establecer mecanismos de comunicación audiovisual en por lo menos uno de sus programas informativos diarios, para que puedan acceder a ellos las personas con discapacidad auditiva.²³⁵

Según sus propios documentos, TVN aspira a ser líder en la generación de contenidos y en la satisfacción programática de su audiencia. Promueve una televisión de alta calidad y alcance masivo y quiere situarse en la vanguardia de la televisión de habla hispana, además de referente ineludible en Chile y en el extranjero. En ese sentido,

234 http://www.cntv.cl/link.cgi/Quienes_Somos/Normas_Legales/17.

235 Establece Normas para el Acceso de la Población con Discapacidad Auditiva a la Información Proporcionada por los Servicios de Radiodifusión Televisiva. Norma adoptada por el Consejo Nacional de Televisión en Sesión de fecha 27 de junio de 1994.

Artículo 1º. Cada uno de los servicios de radiodifusión televisiva que transmita informativos de producción nacional deberá establecer mecanismos de comunicación audiovisual en a lo menos uno de sus programas informativos diarios para que puedan acceder a ellos las personas con discapacidad auditiva.

cuenta con transmisión directa a la Isla de Pascua (agosto de 1996) y llega a 18 países de América por medio del satélite PanamSat 1 (1989), a través de su señal internacional.

También TVN cuenta con TV Chile, un canal de transmisión internacional al cual puede tenerse acceso a través de Internet.²³⁶

Relación con las audiencias

Las únicas actividades, vías de comunicación extraordinarias y servicios para el público que se observan vía Internet con las que cuenta el medio es el *Magazine* y una tienda.

Publicidad y patrocinios

En la página de Internet de TVN es posible consultar el contrato de prestación de servicios de difusión de publicidad en el portal de TVN, el cual contiene los términos generales de contratación de publicidad con la empresa, el cual se refiere a los siguientes aspectos:

1. ACEPTACIÓN DE LAS CONDICIONES GENERALES

2. OBJETO DEL CONTRATO

3. OBLIGACIONES DE TVN.cl

3.1. Difusión del Material Publicitario

3.2. Modificaciones

3.3. No exclusividad

3.4. Responsabilidad

3.4.1. Difusión del Material Publicitario

3.4.2. Rendimientos, resultados y afluencia

4. OBLIGACIONES DEL AVISADOR

4.1. Contraprestación

4.2. Entrega del Material Publicitario

4.3 Clicks Through

²³⁶ <http://www.tvchile.cl/index.php>

5. DESISTIMIENTO POR EL ANUNCIANTE
 - 5.1. Desistimiento previo al inicio de la Campaña
 - 5.2. Desistimiento posterior al inicio de la Campaña
 - 5.3. Devolución de descuentos

6. GARANTÍAS
 - 6.1. Garantías
 - 6.1.1. Licitud del Material Publicitario
 - 6.1.2. Titularidad del Material Publicitario
 - 6.2. No difusión y retirada del Material Publicitario
 - 6.3. Colaboración del AVISADOR
 - 6.4. Indemnización de daños y perjuicios

7. COMUNICACIÓN DE INFORMACIÓN Y CONFIDENCIALIDAD
 - 7.1. Comunicación de información
 - 7.2. Información Confidencial
 - 7.3. Utilización de la Información Confidencial
 - 7.4. Obligación de confidencialidad
 - 7.5. Excepciones
 - 7.6. Obligaciones tras la terminación del Contrato

8. CUMPLIMIENTO EN PLAZO
 - 8.1. Esencialidad
 - 8.2. Intereses moratorios
 - 8.3. Tipo

9. MISCELÁNEA
 - 9.1. Integridad y modificación
 - 9.2. Conservación
 - 9.3. Renuncia
 - 9.4. Comunicaciones

10. DURACIÓN DEL CONTRATO

11. TERMINACIÓN

12. CESIÓN

12.1. Del espacio contratado

12.2. Del Contrato

13. LEY APLICABLE

14. ARBITRAJE

15. DEFINICIONES²³⁷

Gestión y dirección

De conformidad con lo dispuesto por el artículo 17 de la Ley 19.132, existirá en TVN un Director Ejecutivo designado o removido por el Directorio. La remuneración y las condiciones de contrato de trabajo del Director Ejecutivo son determinadas por el Directorio.²³⁸

Al Director Ejecutivo le corresponde la ejecución de los Acuerdos del Directorio, la supervisión de la administración y funcionamiento de TVN y la representación extrajudicial y judicial de la misma.²³⁹

237 <http://www.tvn.cl/corporativo/contrato.aspx>

238 Ley 19.132 que crea Empresa Televisión Nacional de Chile

Del Director Ejecutivo

Artículo 17.- Existirá un Director Ejecutivo que será designado o removido por el Directorio en la forma y con el quórum establecido en la letra b) del artículo 16.

La remuneración y demás condiciones del contrato de trabajo del Director Ejecutivo serán determinadas por el Directorio en el momento de su designación. Este acuerdo requerirá del voto favorable de la mayoría absoluta de los Directores en ejercicio.

239 Ley 19.132 que crea Empresa Televisión Nacional de Chile

Del Director Ejecutivo

Artículo 18.- Corresponderá al Director Ejecutivo la ejecución de los acuerdos del Directorio, la supervisión permanente de la administración y funcionamiento de la empresa y la representación extrajudicial y judicial de la misma, con todas las facultades que se contemplan en el inciso segundo del artículo 7° del Código de Procedimiento Civil.

El Director Ejecutivo, sin necesidad de mención expresa, gozará de todas las facultades de administración necesarias para el cumplimiento y desarrollo del giro normal de la empresa, además de las facultades que el Directorio le delegue expresamente.

Ello no obstante, se requerirá acuerdo previo del Directorio para:

a) Adquirir, gravar y enajenar bienes raíces o derechos constituidos sobre ellos.

b) Enajenar, gravar o arrendar concesiones de servicios televisivos.

c) Vender, ceder, transferir o arrendar bienes del activo inmovilizado de la empresa cuyo valor exceda de 500 unidades tributarias mensuales.

d) Contratar créditos a plazos superiores a un año.

e) Transigir y someter a compromiso.

La administración de TVN corresponde a un Directorio compuesto por siete miembros, de los cuales uno es designado por el Presidente de la República y seis, por el Presidente de la República con acuerdo del Senado.²⁴⁰

Los Directores que forman el Directorio duran ocho años en sus cargos y pueden ser nombrados para nuevos periodos. Deben ser personas de relevantes méritos personales y profesionales y su nombramiento debe realizarse a través de un decreto supremo expedido a través del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

240 Ley 19.132 que crea Empresa Televisión Nacional de Chile

Título II

De la Administración

Párrafo 1° Del Directorio

a) De su composición y designación

Artículo 4°.- La administración de la corporación la ejerce un Directorio compuesto de siete miembros, designados de la siguiente forma:

a) Un Director de libre designación del Presidente de la República, cuya idoneidad garantice el debido pluralismo en el funcionamiento de la Corporación, y que se desempeñará como Presidente del mismo.

b) Seis Directores designados por el Presidente de la República, con acuerdo del Senado. El Presidente hará la proposición en un solo acto, cuidando que el Directorio quede integrado en forma pluralista.

El Senado se pronunciará sobre el conjunto de las proposiciones, en sesión secreta especialmente convocada al efecto, y su aprobación requerirá del voto favorable de la mayoría absoluta de los Senadores en ejercicio. De no reunirlos, se tendrá por rechazada.

Antes de procederse a la votación, podrá impugnarse fundadamente una o varias de las proposiciones, siempre que el fundamento se refiera a calidades personales del o de los impugnados y no se trate de motivos exclusivamente políticos. La o las impugnaciones se votarán previamente y, de aceptarse alguna, se suspenderá la votación sobre la proposición en su conjunto hasta que ésta esté completa, sin impugnaciones de carácter personal.

Aprobada una o más impugnaciones, el Presidente de la República tendrá el derecho, por una sola vez, de retirar toda la proposición y formular una nueva o bien proceder únicamente a reemplazar la o las designaciones impugnadas. Este derecho deberá ser ejercido dentro de los ocho días hábiles siguientes a la fecha en que se le hubiere comunicado la o las impugnaciones aceptadas por el Senado. Efectuada la nueva proposición, se procederá en la forma señalada en el inciso precedente, con la salvedad de que no podrá impugnarse a personas que hubiesen figurado con anterioridad en la nómina y que no hubiesen sido objeto de impugnación individual de carácter personal, en su oportunidad. De formularse y acogerse una nueva impugnación individual de carácter personal, el Presidente de la República sólo podrá efectuar la proposición de reemplazo del o de los impugnados dentro del plazo antes señalado. Las impugnaciones individuales de carácter personal se aprobarán o rechazarán por la mayoría absoluta de los Senadores en ejercicio. En toda nueva proposición, el Presidente deberá mantener el pluralismo de la integración.

Completa que sea la proposición y de no existir impugnaciones individuales de carácter personal, se procederá a votarla en su conjunto. En caso de rechazarse en su conjunto, el Presidente, manteniendo estrictamente el pluralismo de la integración, someterá al Senado una nueva proposición, dentro de los 30 días hábiles siguientes a la fecha en que se hubiere comunicado el rechazo respectivo. Esta nueva proposición se sujetará a las normas antes establecidas.

Asimismo, el Directorio está integrado por un representante de los trabajadores, el que solo tiene derecho a voz. Este representante dura dos años en su cargo y es elegido mediante votación libre y secreta de los trabajadores de planta de la Corporación y puede ser reeligido hasta por cuatro periodos consecutivos.²⁴¹

El Directorio de TVN aprobó en 1997 las *Orientaciones Programáticas*, las cuales contienen un conjunto de pautas de comportamiento del personal de TVN.

Estas *Orientaciones Programáticas* fijan la responsabilidad y los límites de quienes laboran en TVN y, por medio de ellas, TVN ha logrado conformar una cultura común que refleja la imagen de un canal público que busca respetar los valores de pluralismo y de objetividad. Así, las *Orientaciones Programáticas* contienen criterios de responsabilidad profesional y contenidos programáticos. Sin embargo, aún cuando el portal de Internet de TVN señala la publicidad de las *Orientaciones Programáticas*, no se pudo consultar el texto completo de las mismas.²⁴²

El Consejo Nacional de Televisión vigila el cumplimiento de las leyes que rigen TVN. Este Consejo fue creado por medio de la ley 18.838,

241 Ley 19.132 que crea Empresa Televisión Nacional de Chile

Título II De la Administración

Párrafo 1° Del Directorio

a) De su composición y designación

Artículo 4°.-

...

Los seis Directores a que se refiere la letra b) durarán ocho años en sus cargos, podrán ser designados por nuevos periodos y se renovarán por mitades, cada cuatro años.

Los Directores deberán ser personas de relevantes méritos personales y profesionales. El nombramiento se hará mediante decreto supremo expedido a través del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

...

El Directorio, además, estará integrado por un representante de los trabajadores, el cual solo tendrá derecho a voz, durará dos años en funciones, será elegido en votación secreta y directa por los trabajadores de planta de la Corporación y podrá ser reeligido hasta por cuatro periodos consecutivos. La elección se convocará por el Director Ejecutivo para día, hora y lugar determinados. La convocatoria a elección deberá ser comunicada por escrito a todo el personal, con no menos de ocho días de anticipación a aquel fijado para su realización. En todo caso, la elección deberá realizarse con no menos de 15 días de anticipación a la fecha en que expire el periodo del representante de los trabajadores en ejercicio.

242 <http://www.tvn.cl/corporativo/orientaciones.aspx>

modificada posteriormente por la Ley 19.131. El Consejo Nacional de Televisión es un servicio público autónomo, descentralizado, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, que se relaciona con el Presidente de la República a través del Ministerio Secretaría General de Gobierno.²⁴³

Servicios, ambiente laboral y servidores públicos

La Ley 19.132 establece que el régimen contractual de los trabajadores de TVN será aquel que señala el Código del Trabajo, por lo que no les será aplicable alguna norma que afecte a los trabajadores del Estado o de sus empresas. También, para todos los efectos legales, los trabajadores de TVN son considerados como trabajadores del sector privado.

Por otro lado, la prestación de servicios por hora o sin vínculo de subordinación o dependencia con TVN se regirá de conformidad con las disposiciones del Código Civil.²⁴⁴

No se encontró información respecto al número de empleados y forma de selección y evaluación del personal.

243 Ley 18838 que crea el Consejo Nacional de Televisión.

Título Preliminar

Artículo 1º.- Créase el Consejo Nacional de Televisión, en adelante el Consejo, a que se refiere el Art. Único artículo 19, número 12º, de la Constitución Política, el que será un servicio público autónomo, funcionalmente descentralizado, dotado de personalidad jurídica y de patrimonio propio, que se relacionará con el Presidente de la República por intermedio del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

244 Ley 19.132

Título IV {ARTS. 29-31}

Del personal

Artículo 29.- Los trabajadores de Televisión Nacional de Chile se regirán exclusivamente por las normas del Código del Trabajo y no les será aplicable norma alguna que afecte a los trabajadores del Estado o de sus empresas. Para todos los efectos legales, se consideran como trabajadores del sector privado.

Solo tendrán la calidad de trabajadores aquellas personas que desempeñen labores permanentes, continuas, por media jornada o más de media jornada en la empresa y siempre que exista vínculo de subordinación o dependencia con ésta.

La prestación de servicios por hora o sin vínculo de subordinación o dependencia con la empresa, se regirá por las normas del Código Civil.

Internet

Cuenta con una página de Internet; no obstante, no se encontró ningún documento que establezca las políticas de accesibilidad de Internet por parte de la televisora.

Cultura de la transparencia

El sistema es mixto en estricto sentido. Recibe financiación a través del Ministerio Secretaría General de Gobierno y genera sus propios ingresos.

Se autofinancia en sus requerimientos de gasto e inversión, ofreciendo para ello sus productos al mercado publicitario.

El presupuesto se ha incrementado en los últimos años para llegar en 2007 a tres millones de dólares, lo que significa un aumento del cien por ciento respecto del presupuesto del año 2003.²⁴⁵

El sistema de rendición de cuentas es gubernamental. La Contraloría General de la República por Resolución No. 759 de fecha 17 de enero de 2004 establece las normas de procedimiento sobre rendición de cuentas de los organismos o entidades que administren fondos públicos.

Asimismo, la Ley 19.132 establece la que TVN estará sujeta a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros en los términos en que lo están las sociedades anónimas abiertas. Así, señala que todos los informes de los auditores externos de TVN deben ser enviados de inmediato a la Superintendencia de Valores y Seguros para su revisión y análisis.²⁴⁶

245 Presupuesto extraído de la página Web: www.cntv.cl

246 Ley 19.132

Título V {Arts. 32-34}

De la fiscalización

Artículo 32.- Televisión Nacional de Chile se relacionará con el Presidente de la República a través del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

Artículo 33.- La empresa quedará sujeta a la tuición y fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros en los mismos términos que las sociedades anónimas abiertas.

Artículo 34.- Todo informe de los auditores externos deberá ser enviado de inmediato a la Superintendencia de Valores y Seguros para su revisión y análisis. Esta revisión se sujetará a los principios de auditoría generalmente aceptados para determinar la transparencia y los resultados operacionales

Conversión digital

En 2008, y tal como lo ha mencionado el Gobierno, se espera tener decidida una norma técnica que establezca el estándar de televisión que se usará en el país: o el estadounidense (ATSC), o el europeo (DVB-T) o el japonés (ISDB). Dicha decisión compete a la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

La televisión digital permitiría potencialmente disponer de más oferta de canales, ya que se requiere un menor ancho de banda para la transmisión de la misma cantidad de información; por lo tanto, las bandas del espectro radioeléctrico hoy asignadas a la televisión -VHF y UHF- podrían albergar a futuro más señales.

España: Radio Televisión Española (RTVE)

Descripción del medio: <http://www.rtve.es/>

Radio Televisión Española (RTVE) es una sociedad mercantil estatal, con autonomía, dotada de personalidad jurídica y plena capacidad. Tiene la forma de sociedad anónima cuyo capital social es de titularidad íntegramente estatal. RTVE goza de autonomía de gestión y actúa con independencia funcional respecto del Gobierno y de la Administración General del Estado.²⁴⁷

y administrativos de una sociedad anónima abierta.

El informe de la Superintendencia de Valores y Seguros deberá considerar el cumplimiento de las finalidades de la empresa, la regularidad de sus operaciones y señalar si existen o no responsabilidades de sus Directivos o ejecutivos. Este informe deberá ser enviado a la Cámara de Diputados, al Ministro de Hacienda y al Ministro Secretario General de Gobierno, para los fines a que haya lugar. Televisión Nacional de Chile sólo estará afecta al control de la Contraloría General de la República en los mismos casos, oportunidades, materias y forma en que lo estaría una sociedad anónima abierta privada.

247 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 5. Naturaleza jurídica.

1. La Corporación de Radio y Televisión Española es una sociedad mercantil estatal con especial autonomía, prevista en el apartado 3 de la disposición adicional duodécima de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado, dotada de personalidad jurídica y plena capacidad.

2. La Corporación RTVE tendrá la forma de sociedad anónima, cuyo capital social será de titularidad íntegramente estatal.

3. La Corporación RTVE gozará de autonomía en su gestión y actuará con independencia funcional respecto del Gobierno y de la Administración General del Estado.

El artículo 149.1.27 de la Constitución Española establece que el Estado tiene competencia exclusiva sobre las normas básicas de prensa, radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las Comunidades Autónomas.²⁴⁸

RTVE se rige por la Ley 17/2006 de 5 de junio de la radio y la televisión de titularidad estatal y sus estatutos sociales. En segundo lugar, por la legislación audiovisual y por las normas reguladoras de sociedades mercantiles estatales en lo que sean aplicables y, en defecto de las normas anteriores, por la legislación mercantil.²⁴⁹

Asimismo, la Ley 10/1998, de 3 de mayo, de Televisión Privada regula la gestión indirecta del servicio público esencial de la televisión, que se realiza por sociedades anónimas en régimen de concesión administrativa.

También, la Ley 35/1992, de 22 de diciembre, de la Televisión por Satélite, prescribe el régimen de la prestación del servicio cuando al efecto se utilicen satélites de comunicaciones acordes con los tratados internacionales suscritos por España y autorizados por el Gobierno.

248 Constitución Española de 1978

Artículo 149.

1. El Estado tiene competencia exclusiva sobre las siguientes materias.

...

27. Normas básicas del régimen de prensa, radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las Comunidades Autónomas.

249 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 6. Régimen jurídico.

1. La Corporación RTVE se regirá en primer lugar por la presente Ley y sus estatutos sociales; en segundo lugar por la legislación audiovisual y por las normas reguladoras de las sociedades mercantiles estatales en lo que le sea de aplicación, y, en defecto de la anterior normativa, por la legislación mercantil.

2. Los estatutos sociales de la Corporación RTVE se ajustarán a lo dispuesto en esta Ley; en su defecto, a la legislación especial que le sea aplicable, y, a falta de normas especiales, a la legislación mercantil. Los estatutos sociales de la Corporación RTVE y sus modificaciones serán aprobados por su Junta general de accionistas previo acuerdo favorable del Consejo de Ministros y se inscribirán en el Registro Mercantil.

3. Las funciones que se atribuyen a la Corporación RTVE, se entenderán sin perjuicio de las atribuidas en esta Ley al Gobierno, a las Cortes Generales, o a la autoridad audiovisual y de las que en periodo electoral desempeña la Administración electoral.

Finalmente, las leyes mencionadas se complementan con otros cuerpos normativos, tales como la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Existe una Comisión Parlamentaria del Congreso de los Diputados que ejerce el control de la actuación de RTVE y de sus sociedades y que vela especialmente por el cumplimiento efectivo de la función de servicio público. Al efecto, RTVE debe remitir a dicha Comisión un informe anual sobre la ejecución de la función de servicio público que le corresponde, referido al conjunto de sus actividades, programaciones, servicios y emisiones. También, RTVE debe presentar ante tal Comisión Parlamentaria la información que le sea solicitada para valorar el cumplimiento efectivo de su función de servicio público.²⁵⁰

El artículo 3.2 de la Ley 17/2006 establece las funciones de RTVE. Tales funciones son las siguientes:²⁵¹

- a. Promover el conocimiento y difusión de los principios constitucionales y los valores cívicos.

250 Ley 24/2001, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social. Jefatura del Estado (BOE n. 313 de 31/12/2001)

Disposición adicional decimosexta. Modificación de la Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y Televisión.

...

Tres. Se modifica el artículo 26 de la Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión, que queda redactado del siguiente modo:

“Se constituirá una Comisión Parlamentaria del Congreso de los Diputados de conformidad con lo que disponga el Reglamento de la Cámara. Esta Comisión ejercerá el control de la actuación del Ente Público RTVE y sus Sociedades, de tal modo que no impida el funcionamiento de los medios, velando especialmente por el cumplimiento efectivo de la función de servicio público, definida y encomendada al Ente Público RTVE en el artículo 5.1 de esta Ley, y controlando su correcta aplicación. A estos efectos, el Ente Público RTVE remitirá, con carácter anual, a dicha Comisión Parlamentaria, un informe sobre la ejecución de la función de servicio público encomendada, referido al conjunto de sus actividades, programaciones, servicios y emisiones. Asimismo, presentará a la citada Comisión Parlamentaria la información que le sea solicitada para valorar el cumplimiento efectivo de dicha función de servicio público.”

251 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 3. Encomienda del servicio público de radio y televisión.

1. Se atribuye a la Corporación de Radio y Televisión Española, S. A., Corporación RTVE, la gestión del servicio público de radio y televisión en los términos que se definen en esta Ley, para ser ejercido directamente por las sociedades filiales de la Corporación prestadoras de los servicios de radio y televisión.

- b. Garantizar la información objetiva, veraz y plural, que se deberá ajustar plenamente al criterio de independencia profesional y al pluralismo político, social e ideológico presente en nuestra sociedad, así como a la norma de distinguir y separar, de forma perceptible, la información de la opinión.
- c. Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones.
- d. Promover la participación democrática mediante el ejercicio del derecho de acceso.
- 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 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.
- h. Ofrecer acceso a los distintos géneros de programación y a los acontecimientos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigidos a todos los sectores de la audiencia, prestando atención a aquellos temas de especial interés público.
- 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.

- k. Fomentar la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombre y mujer, evitando toda discriminación entre ellos.
- l. Promover el conocimiento de las artes, la ciencia, la historia y la cultura.
- m. Difundir el conocimiento de los derechos de los consumidores y usuarios, así como desarrollar procedimientos que garanticen el derecho de réplica.
- 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.
- p. Tener por objetivo atender a la más amplia audiencia, asegurando la máxima continuidad y cobertura geográfica y social, con el compromiso de ofrecer calidad, diversidad, innovación y exigencia ética.
- q. Promoción de los valores de la paz.
- r. La promoción del conocimiento, la salvaguarda y el respeto de los valores ecológicos y de protección del medio ambiente.
- s. Preservar los derechos de los menores.

Trabajo informativo

La programación de RTVE, compatibilizando el objetivo de rentabilidad social con el principio de eficiencia económica debe:²⁵²

252 Ley 24/2001, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social. Jefatura del Estado (BOE n. 313 de 31/12/2001) Disposición adicional decimosexta. Modificación de la Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y Televisión.

...Dos. Se modifica el apartado 1 del artículo 5 de la Ley 4/1980, de 10 de enero, del Estatuto de la Radio y la Televisión, que queda redactado de la siguiente manera:

“1. La gestión directa de los servicios públicos de radiodifusión sonora y televisión se ejercerá a través del Ente Público RTVE, al cual se le encomienda, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, la función de servicio público que queda definida de la siguiente forma:

http://www.boe.es/g/es/bases_datos/doc.php?coleccion=iberlex&id=2001/24965

- Impulsar el conocimiento de los valores constitucionales.
- Promover activamente el pluralismo, con pleno respeto a las minorías, mediante el debate democrático, la información objetiva y plural y la libre expresión de opiniones.
- Promover el respeto de la dignidad humana y, especialmente, los derechos de los menores, la igualdad de sexos, la no discriminación por motivos de raza, ideología, religión y cualquier otra circunstancia personal o social.
- Impulsar la diversidad cultural y lingüística.
- Ofrecer calidad, diversidad, innovación y exigencia ética.
- Tener por objetivo atender a la más amplia audiencia, asegurando la máxima continuidad y cobertura geográfica, social y cultural.
- Propiciar el acceso de todos a los distintos géneros de programación y a los eventos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigiéndose a todos los segmentos de audiencia, edades y grupos sociales, incluidas las minorías con discapacidades.
- Favorecer la educación, la difusión intelectual y artística y de los conocimientos cívicos, económicos, sociales, científicos y técnicos, y su desarrollo por medios audiovisuales.
- Asegurar la protección de los derechos del consumidor.
- Fomentar la producción audiovisual española y europea.

Los Consejos de Información son órganos internos de RTVE de participación de los profesionales de la información para velar por su independencia y la objetividad y veracidad de los contenidos informativos difundidos por las sociedades prestadoras del servicio público.

Así, los Consejos de Información tienen por funciones:

- Velar por la independencia de los profesionales de la información ante la dirección de cada sociedad.
- Promover la independencia editorial de RTVE.
- Informar sobre la línea editorial y la programación informativa y participar en la elaboración de los libros de estilo.
- Informar con carácter no vinculante las propuestas de nombramiento de los directores de los servicios informativos de las sociedades de RTVE prestadoras del servicio público de radio y televisión.²⁵³

Contenidos y producción

RTVE cuenta con el *Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*²⁵⁴ que establece diversos principios para mejorar la eficacia de la protección legal de los menores respecto de la programación que emite RTVE entre las 06h00 y las 22h00.

Así, este Código contiene los aspectos siguientes:²⁵⁵

- I. Acuerdos, códigos o protocolos precedentes
- II. Menores y programación televisiva en horario protegido
 1. Principios.
 2. Presencia de los menores en la programación televisiva: programas, informativos y publicidad.

253 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 24. Los Consejos de Informativos.

1. Los Consejos de Informativos son los órganos internos de participación de los profesionales de la información de la Corporación RTVE para velar por su independencia y la objetividad y veracidad de los contenidos informativos difundidos por las sociedades prestadoras del servicio público correspondiente.

2. Son funciones de los Consejos de Informativos

3. Las normas de organización y funcionamiento de los Consejos de Informativos se aprobarán de acuerdo con los profesionales de la información de la Corporación RTVE, por el Consejo de Administración.

254

255 http://www.rtve.es/RTVE_Defensor/docu/Codigo_Autorregulacion.pdf

3. Los menores como telespectadores de los informativos.
 4. La publicidad.
- III. Menores y programación televisiva. Franjas de protección reforzada
1. Principios
 2. Franjas de protección reforzada
- IV. Clasificación, señalización y emisión de programas televisivos
1. Principio general
 2. Clasificación
 3. Señalización
 4. Emisión de programas televisivos
- V. Control y seguimiento de la aplicación del código
1. El Comité de autorregulación
 - a. Composición
 - b. Funciones
 2. La Comisión mixta de seguimiento
 - a. Composición
 - b. Funciones
 - c. Procedimiento
 - d. Constitución y acuerdos
- VI. Medidas adicionales
1. Alfabetización mediática
 2. Control parental en la televisión digital
- VII. Compromiso de las televisiones públicas
- VIII. Ámbito subjetivo y difusión del código
1. Ámbito subjetivo del Código
 2. Difusión del Código
- IX. Revisión y vigencia del Código
1. Revisión
 2. Vigencia

La Ley 17/2006 hace referencia a los libros de estilo de RTVE. Sin embargo, su texto no puede ser consultado en la página de Internet de la Corporación.²⁵⁶

Programación

RTVE tiene obligación por ley de promover activamente el pluralismo, con pleno respeto a las minorías, mediante el debate democrático, la información objetiva y plural y la libre expresión de opiniones. También, debe promover el respeto de la dignidad humana y, especialmente, los derechos de los menores, la igualdad de sexos, la no discriminación por motivos de raza, ideología, religión y cualquier otra circunstancia personal o social; impulsar la diversidad cultural y lingüística; tener por objetivo atender a la más amplia audiencia, asegurando la máxima continuidad y cobertura geográfica, social y cultural; así como propiciar el acceso de todos a los distintos géneros de programación y a los eventos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigiéndose a todos los segmentos de audiencia, edades y grupos sociales, incluidas las minorías con discapacidades.²⁵⁷

256 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 24. Los Consejos de Informativos.

1. Los Consejos de Informativos son los órganos internos de participación de los profesionales de la información de la Corporación RTVE para velar por su independencia y la objetividad y veracidad de los contenidos informativos difundidos por las sociedades prestadoras del servicio público correspondiente.

2. Son funciones de los Consejos de Informativos:

-Velar por la independencia de los profesionales de la información ante la dirección de cada sociedad.

-Promover la independencia editorial de la Corporación RTVE, de acuerdo con lo previsto en la legislación general audiovisual y en esta Ley en lo referido a sus funciones de servicio público.

-*Informar sobre la línea editorial y la programación informativa, así como participar en la elaboración de los libros de estilo.*

-Informar con carácter no vinculante las propuestas de nombramiento de los directores de los servicios informativos de las sociedades de la Corporación RTVE prestadoras del servicio público de radio y televisión.

3. Las normas de organización y funcionamiento de los Consejos de Informativos se aprobarán de acuerdo con los profesionales de la información de la Corporación RTVE, por el Consejo de Administración.

257 Ver información del pie de página N° 253.

OFERTA MEDIÁTICA NACIONAL	
TELEVISIÓN	RADIO
La 1 La 2 DOCU TV Canal 24 horas Teledaporte Clan TVE Canal Clásico	<ul style="list-style-type: none"> • Radio 1 • Radio Clásica • Radio 3 • Radio 4 • Radio 5 Todo Noticias
OFERTA MEDIÁTICA INTERNACIONAL	
TELEVISIÓN	RADIO
TVE Internacional (Europa) TVE Internacional (América)	Radio Exterior de España

RTVE debe fomentar su producción propia e independiente, según lo determina la Ley 17/2006. Así, el artículo 7.5 de dicha Ley establece que RTVE debe impulsar la producción propia de su programación de forma que ésta abarque la mayoría de los programas difundidos en las cadenas generalistas.²⁵⁸

Relación con las audiencias

El Consejo Asesor es un órgano de participación de la sociedad en RTVE. Está compuesto por 15 miembros y es competente para asesorar al Consejo de Administración sobre las orientaciones generales de la programación, informar sobre los criterios y normas que garanticen el derecho de acceso de los grupos sociales significativos, informar sobre la propuesta de los contratos-programa con el Estado y de las líneas de programación e informar a petición del Consejo de Administración sobre cualquier asunto que se someta a su consideración.

El Consejo Asesor es convocado por el Consejo de Administración por lo menos cada tres meses. Los miembros del Consejo Asesor no

²⁵⁸ Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal Artículo 7. Estructura de la Corporación RTVE.

5. La Corporación RTVE y sus sociedades prestadoras de servicio público no podrán ceder a terceros la producción y edición de los programas informativos y de aquellos que expresamente determine el mandado marco.

La Corporación RTVE impulsará la producción propia de su programación de forma que ésta abarque la mayoría de los programas difundidos en las cadenas generalistas.

reciben remuneración y no están obligados a dedicarse exclusivamente al cargo.²⁵⁹

La Ley 17/2006 establece en su artículo 28 el derecho de acceso, el cual debe asegurar RTVE mediante la expresión de la pluralidad social, ideológica, política y cultural de España en su programación.

El derecho de acceso se aplica, de manera global, mediante la participación de los grupos sociales y políticos significativos como fuentes y portadores de información y opinión en el conjunto de la programación de RTVE.

259 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Sección III. Otros Órganos.

Artículo 23. El Consejo Asesor.

1. El Consejo Asesor es el órgano de participación de la sociedad en la Corporación RTVE.
2. El Consejo Asesor estará compuesto por un total de quince miembros, designados de la siguiente forma:
 - Tres consejeros por el Consejo Económico y Social.
 - Dos consejeros por el Consejo de Consumidores y Usuarios.
 - Un consejero por el Ministerio de Asuntos Exteriores.
 - Un consejero por el Consejo de la Juventud de España.
 - Un consejero por el Instituto de la Mujer.
 - Un consejero por las entidades representativas de las personas con discapacidad.
 - Un consejero por el Consejo General de la Emigración.
 - Un consejero por la Academia de las Artes y las Ciencias Televisivas.
 - Un consejero por la Academia de las Artes Cinematográficas.
 - Un consejero designado por el Consejo de Coordinación Universitaria entre expertos del mundo académico en materias de Ciencias Sociales y Comunicación.
 - Un consejero designado por las entidades representativas de los anunciantes.
 - Un consejero por las entidades representativas de periodistas de ámbito estatal.
3. Son competencias del Consejo Asesor las siguientes:
 - Asesorar al Consejo de Administración de la Corporación RTVE en las orientaciones generales de la programación.
 - Informar sobre los criterios y normas que garanticen el derecho de acceso de los grupos sociales significativos en función de su relevancia social, representatividad y ámbito de actuación.
 - Informar sobre la propuesta de los contratos-programa con el Estado y de las líneas de programación, así como en el establecimiento de las normas de admisión de publicidad.
 - Informar a petición del Consejo de Administración sobre cualesquiera asuntos que se sometan a su consideración.
4. El Consejo Asesor será convocado por el Consejo de Administración, al menos cada tres meses, así como cuando sea preceptivo su pronunciamiento.
5. La condición de miembro del Consejo Asesor no exigirá dedicación exclusiva ni dará derecho a remuneración.

Asimismo, este derecho se aplica de manera directa mediante espacios específicos en la radio y la televisión con formatos diversos, tiempos y horarios fijados por el Consejo de Administración de RTVE.²⁶⁰

Otras actividades y servicios con las que cuenta el medio son la RTVE Móvil²⁶¹, el Instituto Oficial de Radio y Televisión²⁶², la orquesta y coro de Radio Televisión Española²⁶³ y servicio de *Podcast*.

Publicidad y patrocinios

La regulación de la publicidad en RTVE se encuentra tanto en las disposiciones de la Ley General de Publicidad (Ley 34/1988, de 11 de noviembre)²⁶⁴ así como en la Resolución de 22 de enero de 2001 de la Dirección General del Ente Público Radiotelevisión Española, por la que se hacen públicas las normas reguladoras de la emisión de publicidad por «Televisión Española, Sociedad Anónima», aprobadas por el Consejo de Administración del Ente Público Radiotelevisión Española en su reunión de 11 de enero de 2001.²⁶⁵

Gestión y dirección

El Presidente del Consejo de Administración de RTVE es nombrado por el Congreso de los Diputados y le corresponde la representación

260 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 28. Pluralismo y derecho de acceso.

1. La Corporación RTVE asegurará en su programación la expresión de la pluralidad social, ideológica, política y cultural de la sociedad española.

2. El derecho de acceso a través de la Corporación RTVE se aplicará:

De manera global, mediante la participación de los grupos sociales y políticos significativos, como fuentes y portadores de información y opinión, en el conjunto de la programación de RTVE.

De manera directa, mediante espacios específicos en la radio y la televisión con formatos diversos, tiempos y horarios, fijados por el Consejo de Administración de la Corporación oído el Consejo Asesor y conforme a lo establecido en la legislación general audiovisual.

3. Las sociedades de la Corporación prestadoras del servicio público de radio y televisión garantizarán la disponibilidad de los medios técnicos y humanos necesarios para la realización de los espacios para el ejercicio del derecho de acceso.

4. El Consejo de Administración de la Corporación RTVE aprobará las directrices para el ejercicio del derecho de acceso, previo informe favorable de la autoridad audiovisual.

261 http://www.rtve.es/rtve_movil/index.html

262 <http://www.rtve.es/oficial/iortv/index.htm>

263 <http://www.rtve.es/orquesta/index.php>

264 http://www.rtve.es/RTVE_Defensor/docu/Ley_ger.eral_publicidad.pdf

265 http://www.rtve.es/RTVE_Defensor/docu/Normas_admision_Publicidad_por_TVE.pdf

institucional del Consejo y de la Corporación RTVE, así como realizar la correspondiente convocatoria de reuniones del Consejo de Administraciones.

Asimismo, el artículo 19 de la Ley 17/2006 establece que el Presidente ostenta con carácter permanente las funciones de administración y representación que le confiere la misma y los estatutos sociales de la Corporación RTVE, y que el cumplimiento de las mismas será supervisado por el mismo Consejo de Administración.

Así, corresponde al Presidente:

- Desempeñar la dirección ejecutiva ordinaria de la Corporación RTVE.
- Ostentar la representación legal de la Corporación RTVE para la realización de los actos que sean necesarios en el desempeño de tal dirección ejecutiva ordinaria.
- Celebrar con terceros, en el marco de sus atribuciones, cuantos actos, contratos y negocios jurídicos sean necesarios para la realización del objeto social y la conclusión de los objetivos generales de la Corporación.
- Ejecutar y hacer cumplir los acuerdos del Consejo de Administración.
- Preparar la formulación de las cuentas anuales de cada ejercicio económico de conformidad con la legislación mercantil.
- Elaborar el anteproyecto de presupuesto de explotación y capital de la Corporación RTVE.
- Elaborar el informe anual sobre la gestión de la Corporación RTVE y sus filiales y sobre el cumplimiento de las misiones

de servicio público encomendadas, el contrato programa con el Estado y las demás obligaciones de carácter económico-financiero previstas en el artículo 129.3 de la Ley General Presupuestaria asumidas por la Corporación RTVE en razón de su carácter público.

- Ejecutar las directrices generales de actuación de la Corporación RTVE aprobadas por el Consejo de Administración, así como ejecutar los principios que dicho órgano apruebe sobre producción, publicidad y programación en la radio y televisión estatales.
- Aprobar y celebrar los actos, contratos y negocios jurídicos en las materias y cuantías que acuerde el Consejo de Administración.
- Proponer al Consejo de Administración la aprobación de la organización básica de la Corporación RTVE y de sus sociedades filiales.
- Proponer al Consejo de Administración el nombramiento y cese de la dirección de primer nivel de la Corporación RTVE.
- Dirigir y coordinar las actividades de los órganos directivos de la Corporación RTVE de conformidad con las directrices del Consejo.
- Proponer al Consejo de Administración el nombramiento y cese, en Junta General, de administradores de las sociedades filiales.
- La jefatura superior del personal y de los servicios de la Corporación RTVE bajo las directrices básicas que en esta materia establezca el Consejo de Administración.

Será el responsable de los ficheros automatizados de la Corporación RTVE y velará por el cumplimiento de la legislación de protección de los datos personales.²⁶⁶

266 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 17. El Presidente del Consejo de Administración y de la Corporación RTVE.

1. El Consejo de Administración de la Corporación nombrará como Presidente al consejero designado para tal cargo por el Congreso de los Diputados de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11.4.

Sin perjuicio de las especialidades que se establezcan, al Presidente le será aplicable el estatuto personal previsto en esta Ley para los consejeros. El cese del Presidente se registrará por lo dispuesto en el artículo 13.

2. El Presidente del Consejo de Administración asumirá la representación institucional del Consejo y de la Corporación RTVE, además de las atribuciones que le confieran la presente Ley y los estatutos sociales.

3. El Presidente convocará las reuniones del Consejo de Administración de conformidad con lo previsto en los estatutos sociales y tendrá voto dirimente en caso de empate.

Sección II. Funciones del Presidente de la Corporación RTVE.

Artículo 19. Carácter ejecutivo de sus funciones.

El Presidente ostentará con carácter permanente las funciones de administración y representación que le confieren la presente Ley y los estatutos sociales de la Corporación RTVE y actuará en ellas bajo la vigilancia del Consejo de Administración.

Artículo 20. Competencia y funciones.

1. El Presidente desempeñará la dirección ejecutiva ordinaria de la Corporación RTVE, que ejercerá con arreglo a los criterios, objetivos generales o instrucciones que establezca el Consejo de Administración. Asimismo ostentará la representación legal de la Corporación RTVE para la realización de cuantos actos sean necesarios en el desempeño de esa dirección ejecutiva ordinaria, pudiendo celebrar con terceros en el marco de sus atribuciones cuantos actos, contratos y negocios jurídicos sean necesarios para la realización del objeto social y la conclusión de los objetivos generales de la Corporación.

2. Sin perjuicio de lo anterior, el Presidente de la Corporación RTVE tendrá entre sus competencias las siguientes:

Ejecutar y hacer cumplir los acuerdos del Consejo de Administración.

Preparar la formulación de las cuentas anuales de cada ejercicio económico de conformidad con la legislación mercantil.

Elaborar el anteproyecto de presupuesto de explotación y capital de la Corporación RTVE.

Elaborar el informe anual sobre la gestión de la Corporación RTVE y sus filiales y sobre el cumplimiento de las misiones de servicio público encomendadas, el contrato programa con el Estado y las demás obligaciones de carácter económico-financiero previstas en el artículo 129.3 de la Ley General Presupuestaria asumidas por la Corporación RTVE en razón de su carácter público.

Ejecutar las directrices generales de actuación de la Corporación RTVE aprobadas por el Consejo de Administración, así como ejecutar los principios que dicho órgano apruebe sobre producción, publicidad y programación en la radio y televisión estatales.

Aprobar y celebrar los actos, contratos y negocios jurídicos en las materias y cuantías que acuerde el Consejo de Administración.

Proponer al Consejo de Administración la aprobación de la organización básica de la Corporación RTVE y de sus sociedades filiales.

Proponer al Consejo de Administración el nombramiento y cese de la dirección de primer nivel de la Corporación RTVE.

Dirigir y coordinar las actividades de los órganos directivos de la Corporación RTVE de conformidad con las directrices del Consejo.

Proponer al Consejo de Administración el nombramiento y cese, en Junta general, de administradores de las sociedades filiales.

El cese de cargo de Presidente será por la causas de renuncia expresa notificada al Corporación RTVE, por expiración del término de su mandato, por separación previamente aprobada por el congreso de los Diputados siendo mayoría de dos tercios y justificado como por incapacidad permanente para el ejercicio de su cargo, por condena firme por cualquier delito doloso, incompatibilidad sobrevenida, o por acuerdo motivado.²⁶⁷

El Consejo de Administración lleva a cabo la administración y el gobierno de la Corporación RTVE²⁶⁸ y se compone de doce miembros

La jefatura superior del personal y de los servicios de la Corporación RTVE bajo las directrices básicas que en esta materia establezca el Consejo de Administración.

Será el responsable de los ficheros automatizados de la Corporación RTVE y velará por el cumplimiento de la legislación de protección de los datos personales.

267 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 13. Cese.

1. Los consejeros cesarán en su cargo por:

Renuncia expresa notificada fehacientemente a la Corporación RTVE. Expiración del término de su mandato. Separación aprobada por el Congreso de los Diputados por mayoría de dos tercios, a propuesta del Consejo de Administración, por causa de incapacidad permanente para el ejercicio del cargo, condena firme por cualquier delito doloso, incompatibilidad sobrevenida, o por acuerdo motivado. La formulación de la propuesta por el Consejo de Administración requerirá una mayoría de dos tercios de sus miembros y exigirá la previa instrucción de un expediente.

Decisión del Congreso de los Diputados por mayoría de dos tercios de sus miembros.

2. Todos los miembros del Consejo de Administración cesarán en el caso de:

Que concorra causa de reducción obligatoria del capital social por pérdidas de conformidad con lo establecido en el Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas.

Que como consecuencia de pérdidas quede reducido el patrimonio a una cantidad inferior a la mitad del capital social.

Que de la liquidación del presupuesto anual de la corporación RTVE se constate la concurrencia de las siguientes circunstancias:

Un empeoramiento del resultado presupuestado con una desviación igual o superior al 10% de la compensación aprobada por la prestación del servicio público.

La existencia de una desviación presupuestaria por exceso igual o superior al 10 % de las cifras aprobadas para el total de las dotaciones tanto del presupuesto de explotación como del presupuesto de capital, excluidos del cómputo del primero los impuestos y los resultados, y del segundo la variación del capital circulante.

En los supuestos de cese del Consejo de Administración previstos en este apartado, la Junta general de accionistas designará un administrador único que se hará cargo de la gestión ordinaria de la Corporación RTVE hasta el momento de la constitución de un nuevo Consejo de Administración elegido por las Cortes Generales.

268 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 9. Órganos de la Corporación.

1. La organización de la Corporación RTVE se regirá de conformidad con lo dispuesto en la legislación mercantil para las sociedades anónimas, con las especialidades establecidas en la presente Ley.

2. La administración y gobierno de la Corporación RTVE corresponderá al Consejo de Administración, que desarrollará sus funciones de dirección ejecutiva ordinaria a través de su Presidente, que presidirá la Corporación RTVE.

(personas físicas) que cuentan con la cualificación y experiencia profesional suficiente para desempeñar el cargo. La Ley señala que debe procurarse la paridad entre hombres y mujeres en la composición del Consejo de Administración.

El Consejo de Administración toma acuerdo por mayoría de votos de sus miembros, en términos generales.²⁶⁹

Los miembros del Consejo de Administración son elegidos por las Cortes Generales: ocho por el Congreso de Diputados y cuatro por el Senado.²⁷⁰ Duran en su cargo seis años contados a partir del nombramiento y su mandato no es renovable.²⁷¹

3. Para el mejor cumplimiento de las funciones públicas encomendadas, la Corporación RTVE constituirá un Consejo Asesor y Consejos de Informativos. Asimismo, se podrán crear por el Consejo de Administración otros órganos de participación o asesoramiento que se estimen necesarios, de acuerdo con lo establecido en esta Ley y en sus estatutos.

269 **Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal**

Sección I. Consejo de Administración.

Artículo 10. Composición.

1. El Consejo de Administración de la Corporación RTVE estará compuesto por doce miembros, todos ellos personas físicas con suficiente cualificación y experiencia profesional, procurando la paridad entre hombres y mujeres en su composición.

2. Los acuerdos del Consejo de Administración se adoptarán por mayoría de sus miembros, salvo en los supuestos en que se exija mayoría cualificada por la presente Ley o por los estatutos sociales.

270 **Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal**

Artículo 11. Elección.

1. Los miembros del Consejo de Administración serán elegidos por las Cortes Generales, a razón de ocho por el Congreso de los Diputados y cuatro por el Senado, de entre personas de reconocida cualificación y experiencia profesional.

2. Sin perjuicio de lo establecido en el número anterior, dos de los miembros del Consejo a elegir por el Congreso, lo serán a propuesta de los dos sindicatos más representativos a nivel estatal con implantación en la Corporación RTVE y sus sociedades.

3. Los candidatos propuestos, incluyendo los previstos en el apartado anterior, deberán comparecer previamente en audiencia pública en el Congreso y el Senado, en la forma que reglamentariamente se determine, con el fin de que ambas Cámaras puedan informarse de su idoneidad para el cargo. Su elección requerirá una mayoría de dos tercios de la Cámara correspondiente.

4. El Congreso de los Diputados designará, de entre los doce consejeros electos, al que desempeñará el cargo de Presidente de la Corporación RTVE y del Consejo. Tal designación requerirá una mayoría de dos tercios de la Cámara.

5. No serán elegibles como miembros del Consejo de Administración de la Corporación RTVE, los cesados en los supuestos previstos en el artículo 13 de esta Ley.

271 **Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal**

Artículo 12. Mandato.

1. El mandato de los consejeros será de seis años contados desde su nombramiento. Este mandato no será renovable. Agotado el mandato, los consejeros salientes continuarán en sus funciones hasta el nombramiento de los nuevos.

2. Las vacantes que se produzcan deberán ser cubiertas por las Cámaras, a propuesta de los grupos parlamentarios o de los sindicatos más representativos, según corresponda.

La autoridad audiovisual supervisa el cumplimiento de la misión de servicio público de radio y televisión por parte de la Corporación RTVE, para lo cual puede adoptar las recomendaciones o resoluciones que prevea su regulación.

Así, la autoridad audiovisual puede requerir a RTVE y a sus sociedades los datos e informes que considere necesarios para el ejercicio de sus funciones. Esta información será confidencial y no podrá ser utilizada para fines distintos.²⁷²

Servicios, ambiente laboral y servidores públicos

El artículo 30 de la Ley 17/2006 se refiere a los principios y al régimen de contratación de RTVE. Este precepto señala que RTVE así como las sociedades en las que participe mayoritariamente directa o indirectamente en su capital social ajustarán su actividad contractual a los principios de publicidad y concurrencia, a menos que la operación a realizar sea incompatible con tales principios.

Sin embargo, sin perjuicio de lo mencionado anteriormente, la actividad contractual de RTVE y de las sociedades prestadoras del servicio público se regirá por el ordenamiento jurídico privado.²⁷³

3. El Consejo de Administración se renovará parcialmente por mitades, cada tres años, por cuotas iguales en razón del origen de su propuesta.

272 **Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal**

Artículo 40. La Corporación RTVE y la autoridad audiovisual.

1. Corresponde a la autoridad audiovisual la supervisión del cumplimiento de la misión de servicio público de radio y televisión por parte de la Corporación RTVE, para lo que podrá adoptar las recomendaciones o resoluciones que prevea su regulación.

2. La autoridad audiovisual podrá requerir a la Corporación RTVE y a sus sociedades los datos e informes necesarios para el ejercicio de sus funciones. La información así obtenida será confidencial y no podrá ser utilizada para fines distintos a los propios de sus competencias.

Artículo 41. Del control por el Tribunal de Cuentas.

Corresponde al Tribunal de Cuentas el control externo de la Corporación RTVE y el de las sociedades en que participe, directa o indirectamente, de forma mayoritaria, en los términos establecidos en su Ley Orgánica y en las demás leyes que regulan su competencia.

273 **Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal**

Artículo 30. Principios y régimen de contratación.

1. La Corporación RTVE, así como las sociedades en las que participe mayoritariamente, directa o indirectamente, en su capital social, ajustarán su actividad contractual a los principios de publicidad y concurrencia, salvo que la naturaleza de la operación a realizar sea incompatible con esos principios.

Por otro lado, la Ley 17/2006 establece el régimen de personal de RTVE. Así, el artículo 38.1 prescribe que el Presidente de RTVE está vinculado con la Corporación por una relación mercantil sin perjuicio de las especialidades establecidas en la Ley.

Por otro lado, el personal directivo de la Corporación o de las sociedades prestadoras del servicio público cuyas funciones reúnan los requisitos exigidos por el ordenamiento para que su contrato sea calificado como de alta dirección, estará sujeto a una relación laboral especial.

Los administradores únicos de las sociedades prestadoras del servicio público así como el personal de alta dirección antes señalado están sujetos al mismo régimen de incompatibilidades previsto por la Ley 17/2006 para los consejeros de RTVE.²⁷⁴

Según lo refiere en su página de Internet, en 2005, RTVE contaba con la plantilla de personal siguiente:²⁷⁵

	Total	Hombres	Mujeres
EP RTVE	920	467	453
TVE, S.A.	5.280	3.725	1.555
RNE, S.A.	1.963	1.339	624
GRUPO	8.163	5.531	2.632

(Información disponible en el momento en que se finalizó esta obra en 2008)

2. Sin perjuicio de lo anterior, la actividad contractual de la Corporación RTVE y la de las sociedades prestadoras del servicio público se regirá por el ordenamiento jurídico privado.

3. Los servicios prestados, en su caso, por la Corporación RTVE a sus sociedades filiales prestadoras estarán remunerados de forma adecuada según criterios de mercado, debiendo la Corporación RTVE establecer cuentas separadas a tal efecto.

274 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 38. Régimen de personal.

1. El Presidente de la Corporación RTVE estará vinculado con la Corporación RTVE por una relación mercantil sin perjuicio de las especialidades establecidas en esta Ley.

Estará sujeto a una relación laboral especial aquel personal directivo de la Corporación o de las sociedades prestadoras del servicio público cuyas funciones reúnan los requisitos exigidos por el ordenamiento para que su contrato sea calificado como de alta dirección.

2. Los administradores únicos de las sociedades prestadoras del servicio público, así como el personal de alta dirección a que se refiere el apartado anterior estarán sujetos al mismo régimen de incompatibilidades previsto en el artículo 15 de esta Ley, para los consejeros de la Corporación RTVE.

275 http://www.rtve.es/informe_2005/capitulos/05Aspectoseconomicosylaborales.pdf

El sistema de selección se realiza mediante la publicación de una Convocatoria General (denominada “Comunicado”) en la que se manifiesta el llamamiento para la asignación de plazas a todos los aspirantes que tengan puntuación suficiente para ocupar una plaza. Posteriormente, tendrá opción de elección de plaza el personal fijo de RTVE que tenga derecho a su reingreso en RTVE, estando en situación de excedencia voluntaria.

Una vez que la persona llena los requisitos de documentación y el perfil necesario para la vacante, se otorga un programa examen teórico de acuerdo con la categoría laboral. Dicho examen es supervisado por un tribunal, compuesto por miembros de la Dirección, miembros de la representación de los trabajadores y por el representante de la Dirección de Recursos Humanos de RTVE.²⁷⁶

Internet

En la página de Internet de RTVE es posible consultar la *Política de Accesibilidad de la Corporación*.

Cultura de la transparencia

El sistema de financiación de RTVE se basa los ingresos comerciales, en las subvenciones públicas y en el endeudamiento.²⁷⁷

Al respecto, la Ley 17/2006 establece que RTVE y cada una de las sociedades participadas directa o indirectamente, de forma mayoritaria elaborarán un presupuesto de explotación que detallará los recursos y dotaciones anuales correspondientes. De la misma manera, formarán un presupuesto de capital con el mismo detalle. Tales presupuestos se integrarán en los Presupuestos Generales del Estado.

RTVE y cada una de las sociedades participadas, directa o indirectamente, de forma mayoritaria remitirán una memoria

²⁷⁶ Consultado en la página de Internet: www.rhhcorporacion.rtve.es

²⁷⁷ http://www.rtve.es/informe_2005/capitulos/05Aspectoseconomicosylaborales.pdf

explicativa de su contenido, de la ejecución del ejercicio anterior y de la previsión de la ejecución del ejercicio corriente.

El presupuesto de RTVE y de las sociedades que posea directa o indirectamente, la mayoría del capital social se ajustará a lo previsto para las sociedades mercantiles estatales en la Ley General Presupuestaria sin perjuicio de lo dispuesto por la Ley 17/2006.²⁷⁸

INGRESOS (En miles de Euros)		
	Presupuesto inicial	Presupuesto final
VENTAS	786050	793262
Ventas	779382	786594
Prestación de servicios	6668	6668
SUBVENCIONES	81414	81414
Del Estado	79412	79412
De otros organismos públicos	2002	2002
OTROS INGRESOS DE GESTIÓN	12200	12200
TOTAL INGRESOS	879664	886876

278 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Artículo 34. Presupuestos.

1. La Corporación RTVE y cada una de las sociedades participadas, directa o indirectamente, de forma mayoritaria elaborarán un presupuesto de explotación que detallará los recursos y dotaciones anuales correspondientes. Asimismo, formarán un presupuesto de capital con el mismo detalle. Los presupuestos de explotación y de capital de la Corporación RTVE y cada una de las sociedades participadas, directa o indirectamente, de forma mayoritaria se integrarán en los Presupuestos Generales del Estado.
2. Los presupuestos de explotación y de capital de la Corporación RTVE y cada una de las sociedades participadas, directa o indirectamente, de forma mayoritaria estarán constituidos por una previsión de la cuenta de resultados y del cuadro de financiación del correspondiente ejercicio. Como anexo a dichos presupuestos se acompañará una previsión del balance de la entidad, así como la documentación complementaria que determine el Ministerio de Economía y Hacienda.
3. La Corporación RTVE y cada una de las sociedades participadas, directa o indirectamente, de forma mayoritaria remitirán los estados financieros señalados en el apartado anterior referidos, además de al ejercicio relativo al proyecto de Presupuestos Generales del Estado, a la liquidación del último ejercicio cerrado y al avance de la liquidación del ejercicio corriente.
4. Junto con los presupuestos de explotación y de capital, la Corporación RTVE y cada una de las sociedades participadas, directa o indirectamente, de forma mayoritaria remitirán una memoria explicativa de su contenido, de la ejecución del ejercicio anterior y de la previsión de la ejecución del ejercicio corriente.
5. El presupuesto de la Corporación RTVE y de las sociedades en las que posea, directa o indirectamente, la mayoría del capital social, se ajustarán a lo previsto para las sociedades mercantiles estatales en la Ley General Presupuestaria sin perjuicio de las singularidades previstas en esta Ley.
6. El régimen de variaciones presupuestarias de la Corporación RTVE y sus sociedades y cada una de las sociedades participadas, directa o indirectamente, de forma mayoritaria filiales se ajustará a lo establecido en la Ley General Presupuestaria.

Según lo señala en su página de Internet, RTVE (que ha estado adscrita a la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales -SEPI- desde 2001) tuvo un presupuesto en 2005 de 1.536,58 millones de euros.²⁷⁹ (Información disponible en el momento en que se finalizó esta obra en 2008)

En 2005, RTVE obtuvo 736,56 millones de euros por ingresos comerciales (en su mayoría proveniente de ventas de publicidad), 78 millones de euros por subvenciones públicas y 3,35 millones de euros derivados de convenios con diversos organismos públicos. Asimismo, respecto de los ingresos que obtuvo RTVE mediante el endeudamiento, puede mencionarse que la Corporación emitió bonos por 1500 millones de euros y solicitó préstamos por un monto de 1490 millones de euros.²⁸⁰ (Información disponible en el momento en que se finalizó esta obra en 2008)

La Ley 17/2006 establece que las cuentas anuales de RTVE y de las sociedades en las que participe directa o indirectamente de forma mayoritaria se rigen por los principios y normas de contabilidad recogidos en el Plan General de Contabilidad de la Empresa española, así como en sus adaptaciones y en las disposiciones que lo desarrollan. Las cuentas de RTVE y de las sociedades en las que participe directa o indirectamente deben ser revisadas por auditores de cuenta, de acuerdo con lo dispuesto por la legislación mercantil.

De igual manera, la intervención General de la Administración del Estado ejercerá las funciones de control previstas por el Título VI de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria, para las sociedades mercantiles estatales. De forma particular, realiza la revisión del informe anual relativo a la gestión de RTVE y a la gestión de las sociedades en las que participe directa o indirectamente de forma mayoritaria, así como de los informes sobre el cumplimiento de las misiones de servicio público encomendadas, el contrato programa con el Estado y las demás obligaciones de carácter económico-financiero asumidas por RTVE en razón de su carácter público.²⁸¹

279 Informe Anual sobre el cumplimiento de la Función de Servicio Público en 2005. http://www.rtve.es/informe_2005/capitulos/05Aspectoseconomicosylaborales.pdf

280 http://www.rtve.es/informe_2005/capitulos/05Aspectoseconomicosylaborales.pdf

281 Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

Conversión digital

A finales de julio de 2005, RTVE aprobó un Plan Técnico de la Televisión Digital Terrestre (TDT) en el que se reservan dos múltiples digitales para RTVE desde el momento en que cesen las emisiones analógicas, a partir de 2010. Hasta ese momento, durante la transición correspondiente, RTVE contará con capacidad para emitir sus contenidos digitales sobre un múltiple completo y un canal digital adicional.

También es importante señalar que el 18 de octubre de 2005 se firmó el Acta Fundacional de la Asociación para la Implantación y Desarrollo de la TDT en España (Conecta-T).

La información sobre la digitalización de RTVE puede consultarse en el sitio http://www.rtve.es/informe_2005/capitulos/17RTVEenlaeraDigital.pdf

De igual manera, los datos sobre la digitalización de la radio pueden consultarse en: <http://www.rtve.es/rne/rnedigital/index.htm>.

Artículo 37. Contabilidad y auditoría externa.

1. Las cuentas anuales de la Corporación RTVE y las de las sociedades en las que participe, directa o indirectamente, de forma mayoritaria se regirán por los principios y normas de contabilidad recogidos en el Plan General de Contabilidad de la Empresa Española, así como en sus adaptaciones y en las disposiciones que lo desarrollan.
2. Las cuentas anuales de la Corporación RTVE y las de las sociedades en las que participe, directa o indirectamente, de forma mayoritaria deberán de ser revisadas por auditores de cuentas, de acuerdo con lo dispuesto en la legislación mercantil.
3. La Intervención General de la Administración del Estado ejercerá las funciones de control previstas en el Título VI de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria, para las sociedades mercantiles estatales. En particular, llevará a cabo la revisión del informe anual relativo a la gestión de la Corporación RTVE y a la gestión de las sociedades en las que participe, directa o indirectamente, de forma mayoritaria, así como de los informes sobre cumplimiento de las misiones de servicio público encomendadas, el contrato programa con el Estado y las demás obligaciones de carácter económico-financiero asumidas por la Corporación RTVE en razón de su carácter público.
4. En todo caso las cuentas anuales serán formuladas por el Consejo de Administración y serán sometidas, junto con la propuesta de distribución de los resultados, a la aprobación de la Junta General de Accionistas de conformidad con lo previsto en la legislación mercantil. Una vez aprobadas las cuentas anuales se remitirán a las Cortes Generales para su conocimiento.
5. La Corporación RTVE y sus sociedades prestadoras de servicio público deberán llevar un sistema de contabilidad analítica que permita presentar cuentas separadas de las actividades de servicio público y del resto de actividades que realicen, con objeto de determinar el coste neto a que se refiere el artículo 33 de esta Ley.

Los Estados Unidos: Public Broadcasting Service (PBS)

Descripción del medio: www.pbs.org/

PBS es una corporación privada, sin fines de lucro. Es una agencia no gubernamental, una organización formada por miembros que constituyen a su vez organizaciones no lucrativas, colegios y universidades así como autoridades educativas estatales y locales titulares de estaciones educativas no comerciales alrededor de los Estados Unidos.²⁸²

La PBS proporciona programación televisiva de calidad y otros servicios relacionados a 355 estaciones no comerciales en 50 estados, Puerto Rico, U.S. Virgin Islands, Guam y American Samoa. La PBS supervisa la adquisición de programas y proporciona la distribución y promoción de programas, servicios educativos, entre otros.²⁸³

La Ley de Transmisiones Públicas (*The Public Broadcasting Act- 47 USC § 396*) se refiere al establecimiento de la CPB (*Corporation*

282 Final Report

1. PBS in Brief

PBS is a private, nonprofit corporation chartered in the District of Columbia. It is not a governmental agency; rather, it is a membership organization, the members of which are nonprofit community organizations, colleges/universities, and state and local educational authorities that are licensees of noncommercial educational television stations throughout the United States. Founded in 1969, PBS's mission is to provide quality television programming and related services to its member stations.

2. PBS Member Stations

PBS's membership is comprised of 169 noncommercial, educational television licensees that operate 348 PBS member stations. 5 Of the 169 licensees, 86 are community organizations, 57 are colleges/universities, 20 are state authorities, and 6 are local educational or municipal authorities.

http://www.pbs.org/aboutpbs/pbs_escr_finalreport.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

283 http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_corp.html

PBS: An Overview

PBS in Brief

PBS is a private, nonprofit corporation, founded in 1969, whose members are America's public TV stations.

PBS provides quality TV programming and related services to 355 noncommercial stations serving all 50 states, Puerto Rico, U.S. Virgin Islands, Guam and American Samoa.

PBS oversees program acquisition and provides program distribution and promotion; education services; new media ventures; fundraising support; engineering and technology development; and video marketing.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

for *Public Broadcasting*) como una corporación no lucrativa; la cual no constituye una agencia o establecimiento del Gobierno de los Estados Unidos²⁸⁴ y a quien corresponde la distribución de fondos que determine el Congreso a las estaciones de transmisión pública, a la PBS y a otros distribuidores y productores de televisión pública.

Por otro lado, la misma ley define a las entidades de difusión pública (como la PBS) como cualquier institución no lucrativa encargada fundamentalmente de la producción, adquisición, distribución o diseminación de programas educativos o culturales transmitidos por televisión o por radio.²⁸⁵

No se encontró alguna referencia a la dependencia a la que esté adscrita la PBS. Sin embargo, es importante señalar que se trata de una corporación no gubernamental.

La PBS mantiene cuatro principios:

La integridad editorial. Las estaciones de televisión pública así como la PBS están encargadas de la operación del servicio de televisión público independiente a favor de la sociedad americana. Este mandato implica la obligación de asegurar que el proceso de desarrollo de la programación y del contenido de

284 Section 396. Corporation for Public Broadcasting

There is authorized to be established a nonprofit corporation, to be known as the "Corporation for Public Broadcasting", which will not be an agency or establishment of the United States Government. The Corporation shall be subject to the provisions of this section, and, to the extent consistent with this section, to the District of Columbia Nonprofit Corporation Act.

47 USC § 396

http://caselaw.lp.findlaw.com/cascode/uscodes/47/chapters/5/subchapters/iii/parts/iv/subparts/d/sections/section_396.html

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

285 Section 397. Definitions

For the purposes of this part

(11) The term "public broadcasting entity" means the Corporation, any licensee or permittee of a public broadcast station, or any nonprofit institution engaged primarily in the production, acquisition, distribution, or dissemination of educational and cultural television or radio programs.

47 USC § 396

http://caselaw.lp.findlaw.com/cascode/uscodes/47/chapters/5/subchapters/iii/parts/iv/subparts/d/sections/section_396.html

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

la PBS se mantenga libre de cualquier influencia inadecuada o presión política, así como la obligación de que los programas y los contenidos satisfagan los estándares más altos de calidad.

La calidad. La PBS está comprometida a proporcionar programas y contenidos de alta calidad, que sirvan a una amplia variedad de intereses y necesidades educativas, informativas y culturales. El objetivo de alcanzar la calidad señalada implica un gran número de consideraciones artísticas, informativas, periodísticas, técnicas, entre otras.

La diversidad. PBS está comprometida con la promoción de la diversidad (diversidad de temas, de productores, de puntos de vista, de patrocinio y de organización) y considera que se sirve de mejor manera al interés público mediante la exposición de una amplia variedad de temas y fuentes de información.

La autonomía de las estaciones locales. El papel de programación de la PBS se basa en la premisa de la preeminencia de la estación local. Debido a que cada estación se encuentra capacitada de forma única para responder y servir a las necesidades de la comunidad local, las estaciones locales son la base de la transmisión pública.²⁸⁶

286 Report of the PBS Editorial Standards Review Committee to the Board of Directors of the Public Broadcasting Service 2005

b. Overview of the Public Broadcasting Service

Public broadcasting in the United States is the sum of the activities and efforts of many independent entities, including public television stations, producers, funders, PBS, and others. Although the distribution of quality television programming remains the primary function of PBS, PBS also provides online content on www.pbs.org, educational materials, and other products and services. In all of its activities PBS follows four fundamental guiding principles:

Editorial Integrity. Public television stations and PBS have been entrusted with operating an independent public television service on behalf of the American public. That trusteeship carries with it the obligation to ensure that PBS's programming and content development processes remain free from improper influences or political pressures and that PBS programs and other content satisfy the highest editorial standards.

Quality. PBS is committed to providing high-quality programs and content that serve a wide variety of educational, informational, and cultural needs and interests. The goal of achieving quality encompasses a host of artistic, informational, journalistic, technical, and other considerations.

Diversity. PBS is committed to promoting diversity (diversity of topics, producers, viewpoints, funders, and management) and believes that the public interest is best served by exposure to a wide variety of subjects and sources of information.

Local Station Autonomy. PBS's programming role is premised upon preserving the preeminence of

Los productores, la PBS, las estaciones locales de televisión y la Corporación para la Transmisión Pública (Corporation for Public Broadcasting- CPB) desempeñan papeles esenciales y distintos en el proceso de desarrollo y distribución de los contenidos de la transmisión pública.

La PBS distribuye la programación televisiva a las estaciones miembros y a terceros (por ejemplo, operadores de cable y satélite) para su distribución al público. Además, algunas veces PBS transmite contenidos directamente al público mediante plataformas digitales tales como el sitio de Internet www.pbs.org.

La PBS se encuentra comprometida activamente en el fomento de la producción de contenidos de calidad. No produce ningún contenido, sino que emite los producidos por personas que no son empleados de la PBS y sobre quienes no ejerce autoridad directa. Mientras que los productores tienen sobre sí la responsabilidad de las decisiones de los contenidos de la producción, a la PBS le corresponde la responsabilidad y la discrecionalidad para decidir si acepta y distribuye los contenidos, así como la decisión sobre cuándo programarlos para su distribución nacional. En ese sentido, la PBS funge como árbitro sobre si los contenidos reúnen los criterios y políticas correspondientes y si es conveniente su distribución como parte de los servicios nacionales de la PBS.

La PBS desempeña su función a favor de las estaciones miembros y en última instancia, de la audiencia. La aceptación de un contenido por la PBS implica el señalamiento del logo de la PBS al final del programa, mientras que la aceptación del contenido online por la PBS implica su instalación en el sitio www.pbs.org.

Antes de aceptar y distribuir un contenido, la PBS lo evalúa a efecto de determinar si cumple con los criterios y políticas correspondientes.

the local station. Because each station is uniquely qualified to respond to and serve the needs of the local community, local stations are the bedrock of public broadcasting.

http://www.pbs.org/aboutpbs/pbs_esrc_finalreport.pdf

Public Broadcasting Service Editorial Standards and Policies

http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_standards.html

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Para tal efecto, la PBS y el productor se mantienen obligados recíprocamente. La decisión final sobre la distribución de un contenido como parte del servicio de la PBS corresponde a esta última.²⁸⁷

Trabajo informativo

No se encontró información en la página de Internet sobre los estatutos de periodistas o comité, asociación o consejo integrado por periodistas que represente al equipo de noticias y permita la comunicación directa con la dirección.

En la página de Internet de la PBS es posible consultar sus especificaciones técnicas operativas para la presentación de programas a la PBS y otros distribuidores. Estas especificaciones señalan criterios para producir programas que posean una alta calidad técnica. Los programas que no cumplan con tales especificaciones pueden ser rechazados y requerirse su corrección, lo que implica el atraso en el proceso.

287 Public Broadcasting Service Editorial Standards and Policies

http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_standards.html

III. Roles and Responsibilities

Producers, PBS, local public television stations, and the Corporation for Public Broadcasting (“CPB”) play essential and distinct roles in the public broadcasting content development and distribution process. PBS distributes television programming to member stations and other parties (e.g., cable and satellite operators) for distribution to the public via over-the-air broadcast, cablecast, and other means (“Program Content”). In addition, PBS sometimes publishes content directly to the public via digital platforms such as its Web site, www.pbs.org (“Online Content”).

B. PBS

PBS is actively involved in encouraging and otherwise fostering the production of quality content. PBS does not itself produce any Program Content. Instead, Program Content and most other content distributed by PBS is produced by people who are not employed by PBS and over whom PBS exercises no direct authority. While producers bear responsibility for content production decisions, PBS bears responsibility and discretion for deciding whether to accept and distribute content, as well as deciding when to schedule it for national distribution. In that role, PBS is the arbiter of whether content meets these Standards and Policies and whether it is appropriate for distribution as part of PBS’s national services. PBS performs this function on behalf of member stations and ultimately the audience. Acceptance of Program Content by PBS is signified by the placement of the PBS logo at the conclusion of a program, while acceptance of Online Content by PBS is signified by the availability of the content on www.pbs.org. Before accepting and distributing content, PBS evaluates it to determine whether it meets these Standards and Policies. To that end, PBS and the producer have a mutual obligation to maintain effective liaison during the production process.

The final authority for the decision to distribute content as part of any PBS service rests with PBS.

...
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Todos los programas deben ser evaluados por un técnico especializado y mediante un equipo de medida digital profesional.

Las especificaciones tratan aspectos como los que se señalan a continuación:

- Video (la calidad de la imagen, el nivel, el color)
- Audio (nivel y calidad del audio, la locución y la sincronización).²⁸⁸

Los criterios y políticas editoriales de la PBS contienen una serie de lineamientos sobre la producción.²⁸⁹ También, el *PBS Redbook*, señala criterios periodísticos que deben seguir los productores de programas.²⁹⁰

Contenidos y producción

Los criterios y políticas editoriales de la PBS contienen una serie de lineamientos sobre la producción y contenidos.²⁹¹ Asimismo, el

288 PBS Technical Operating Specification 2007 for Program Submission to PBS and other Distributors

1. General

This TOS provides standards for producing programs of a consistently high technical quality for delivery to PBS stations.

Program submissions not meeting these specifications may be rejected, requiring corrective action and delay in processing.

All programs must be judged to meet these specifications prior to submission by a qualified technician using professional digital measurement equipment.

2. VIDEO

2.1 Video Image Quality

2.2 Video Level

2.3 Color Gamut

2.4 Video Blanking

3. AUDIO

3.1 Audio Level

3.2 Audio Quality

3.3 Audio Phasing & Synchronization

http://www.pbs.org/producers/TOS_2007_Submission_8_20_07.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

289 Public Broadcasting Service Editorial Standards and Policies

http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_standards.html

290 <http://www.pbs.org/producers/redbook/index.html>

291 Public Broadcasting Service Editorial Standards and Policies

http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_standards.html

PBS Redbook señala criterios que deben seguir los productores de programas.²⁹²

Respecto a los criterios editoriales, hay que señalar que la PBS adquiere la responsabilidad sobre la calidad y la integridad de los contenidos cuando coloca su logo al final de un programa o cuando instala un contenido en su página Web. Por ello, señala como criterios para aceptar los contenidos la equidad, la precisión, la objetividad, el equilibrio entre distintos puntos de vista, el valor y la responsabilidad en el tratamiento de temas controvertidos, la preeminencia del fondo sobre la técnica, la experimentación y la innovación, la exploración de temas significativos, las conductas no profesionales y las prácticas inaceptables de producción.

Asimismo, los criterios se refieren a aspectos como las recreaciones y simulaciones en los programas, la edición y distorsión de los contenidos, la manipulación de los medios y la manipulación de la audiencia, entre otros.²⁹³

El “libro rojo” de la PBS (*Red book. Policies and specifications*)²⁹⁴ señala a los productores que la PBS requiere que todos los programas,

292 <http://www.pbs.org/producers/redbook/index.html>

293 IV. Editorial Standards ...

By placing its logo at the end of a program or hosting a Web site, PBS makes itself accountable for the quality and integrity of the content.

...

A. Fairness

B. Accuracy

C. Objectivity

D. Balance

E. Responsiveness to the Public

F. Courage and Controversy

G. Substance Over Technique

H. Experimentation and Innovation

I. Exploration of Significant Subjects

J. Unprofessional Conduct

K. Unacceptable Production Practices

2. Re-creations and Simulations.

3. Distorted Editing.

4. Deception

...

6. Media Manipulation.

7. Manipulation of the Audience.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

294 http://www.pbs.org/producers/redbook/specs/all_policies.html#p012

incluyendo aquellos de formato HD y pantalla amplia -transmitidos en cualquier servicio de la PBS, incluyendo el NPS y PBS Plus- contengan subtítulos. Los programas deben ser entregados a la PBS con los subtítulos correspondientes; si no es así, éstos podrán ser colocados por la PBS a expensas del productor.²⁹⁵

En la página de Internet de la PBS solo pueden encontrarse lineamientos sobre la diversidad de la audiencia infantil, específicamente en los criterios para los productores de la PBS sobre los contenidos para niños (PBS Producer Guidelines for Children's Content), los cuales han sido señalados en puntos anteriores.

Programación

La PBS ha expedido los criterios para los productores de la PBS sobre los contenidos para niños (PBS Producer Guidelines for Children's Content). En estos criterios se trata la clasificación de la información, los lineamientos educativos, los lineamientos de entretenimiento y los programas que pueden transmitirse (los "deliverables").²⁹⁶

Asimismo, la página de Internet de *PBS Kids* señala que ésta última se encuentra comprometida en lograr un impacto positivo en la vida de los niños. Mediante un enfoque general del aprendizaje y de la atención a los niños, *PBS Kids* impulsa

295 Closed Captioning

PBS requires that all programs, including HD and Widescreen, airing on any PBS service, including but not limited to the National Program Service and PBS Plus, must be closed captioned.

Programs may arrive captioned/encoded or producers may arrange for PBS to complete closed captioning (at the expense of the producer).

http://www.pbs.org/producers/redbook/specs/all_policies.html#p012

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

296 PBS Producer Guidelines for Children's Content

Producer Guidelines for Children's Content

Ratings Information

Educational Guidelines

Entertainment Standards Guidelines

Deliverables

<http://www.pbs.org/producers/pbskidssubmissionguidelines.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

el espectro de los avances en los medios y en la tecnología así como a la comunidad, con el objeto de formar conocimiento, pensamiento crítico, imaginación y curiosidad. *PBS Kids* invita a los niños a interactuar como ciudadanos respetuosos en una sociedad diversa. Mediante la integración de los padres, maestros y cuidadores, *PBS Kids* ayuda a que los niños sean exitosos tanto en la escuela como en la vida. *PBS Kids* es evaluado en función de la manera en la que contribuye al bienestar de los niños americanos.

También, la página de Internet se refiere ampliamente a los modelos positivos (no violentos y apropiados a la edad) que presentará *PBS Kids*, a la promoción que realizará de la actividad física y de la buena alimentación, a la diversidad de la audiencia y a la diversidad de caracteres, a la relación entre la edad y los contenidos, a los premios, a los nuevos contenidos y campañas y a la comunidad.²⁹⁷

El NPS (*National Programming Service*) consiste en un paquete de programas que la PBS distribuye a las estaciones miembros. El NPS presenta la mejor programación televisiva para niños, cultural, educacional, de historial, de naturaleza, de noticias, de asuntos públicos y de ciencia.²⁹⁸

297 *PBS KIDS® Backgrounder & Facts*

PBS KIDS is committed to making a positive impact on the lives of children through curriculum-based entertainment. With a 360-degree approach towards learning and reaching children, PBS KIDS leverages the full spectrum of media and technology advancements as well as community to build knowledge, critical thinking, imagination and curiosity. PBS KIDS encourages children to interact as respectful citizens in a diverse society. By involving parents, teachers and caregivers as learning partners, PBS KIDS helps to empower children for success in school and in life. PBS' bottom line is measured by how much it contributes to the welfare of America's children.

Positive Role Models;

Promoting Physical Activity and Smart Food Choices

Diverse Audience,

Diverse Characters

Age-Appropriate

Award-Winning PBS KIDS in the Community

http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_corp_pbskids.html

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

298 *PBS Programming Activities*

The National Programming Service (NPS) is the major package of programs that PBS distributes to its member stations. It features television's best children's, cultural, educational, history, nature,

Además del NPS, las estaciones de la PBS tienen la opción de suscribirse a otros servicios de programación, lo que les permite ofrecer una programación más amplia y así cubrir las necesidades de su comunidad. Estos servicios adicionales incluyen el PBS Plus, el cual proporciona más de 600 horas de series y especiales sobre una variedad de temas, y el *Station Independence Program*, que ofrece más de 100 horas de programación al aire, así como materiales promocionales y herramientas de desarrollo.²⁹⁹

También, la PBS cuenta con los canales siguientes:³⁰⁰

- The PBS National Satellite Service. Es un canal de tiempo completo que proporciona todos los programas NPS y la mayoría de los programas PBS Plus.

news, public affairs and science programming.
http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_corp.html
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

299 b) Optional Program Services

In addition to the NPS, PBS member stations have the option to subscribe to other program services, enabling the stations to offer more programming and help meet local community needs. These services include:

- i. PBS Plus, which provides over 600 unduplicated hours of fully underwritten continuing series, limited series, and specials in a variety of genres.
- ii. Station Independence Program, which provides over 100 unduplicated hours of on-air programming as well as promotional materials and development tools to support on-air pledge drives and stations overall fundraising efforts.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

300 c) PBS Channels

PBS offers several 24-hour-a-day, seven-day-a-week packaged channels to member stations via digital multicast signals and in some cases via direct broadcast satellite.

- i. The PBS National Satellite Service is a fulltime channel providing all current, nationally-scheduled NPS programs and most PBS Plus programs, available to the backyard dish (TVRO) audience. It also has signals available for station multicast use and in areas unserved by local stations via Dish Network and DirecTV.
- ii. PBS YOU is a fulltime channel offering formal and informal educational programming, including college-credit telecourses, foreign language instruction, lifelong learning, and public affairs programming.
- iii. PBS Kids Channel is a fulltime channel that provides preschool series and educational children's programming.
- iv. PBS HD Channel is a fulltime channel offering hundreds of hours of public television programming in a full, widescreen, high-definition format.

FINAL REPORT

http://www.pbs.org/aboutpbs/pbs_escr_finalreport.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- PBS You. Es un canal de tiempo completo que ofrece programación educativa informal y formal, incluyendo cursos televisivos para cubrir créditos de universidades, educación en idioma extranjero y programación sobre asuntos públicos.
- PBS Kids Channel. Es un canal de tiempo completo que brinda programación educativa para los niños.
- PBS HD Channel. Es un canal de tiempo completo que ofrece cientos de horas de programación televisiva pública en un formato de pantalla amplia y de alta definición.
- PBZ Kids (en línea)
- PBS Teachers (en línea)
- PBS Parents (en línea)

Relación con las audiencias

La información que aparece en la página de Internet de la PBS se refiere de forma indirecta a la participación del ciudadano en el diseño de la programación. Así, en el reporte del comité de revisión de los criterios editoriales de la PBS de 2005, la PBS señala que los productores deben trabajar en conjunto con ella para responder e interactuar con la audiencia. Lo anterior puede incluir la implementación de medios que permitan la retroalimentación de la audiencia sobre los contenidos, así como la ayuda en la creación de material para el sitio Web que permita a las audiencias conocer más, buscar información adicional, responder preguntas e incluso, reconstruir la información. El objetivo consiste en que la PBS sea responsable ante la audiencia, lo que implica responder a sus preguntas y a las críticas sobre los programas y contenidos. Cuando un comentario de la audiencia sea publicado por la PBS, debe contener el señalamiento correspondiente de que se trata de un comentario y, asimismo, los criterios para publicación como aquellos relacionados con la obscenidad o los ataques personales deben ser comunicados claramente.³⁰¹

301 Report of the PBS Editorial Standards Review Committee to the Board of Directors of the Public Broadcasting Service 2005
E. Responsiveness to the Public

La PBS ha expandido su misión más allá de la pantalla para ofrecer un cúmulo de servicios que proporcionan conocimiento y actividades enriquecedoras para todas las edades:

a) www.pbs.org, el sitio de Internet de la PBS, es uno de los más visitados en el mundo. Con más de 175.000 páginas de contenido para explorar, los visitantes de esta página de Internet pueden profundizar en aquellos temas de su interés desde noticias a la historia y desde el arte hasta la ciencia y tecnología.

Este sitio de Internet promueve el compromiso de la transmisión pública del aprendizaje a través de PBS Kids, PBS Parents, PBS TeacherSource y PBS Campus.³⁰²

b) PBS Video. Distribuye video tanto a consumidores como al mercado educativo.

c) PBS *Ready to learn*. Consiste en una sociedad innovadora conformada por PBS y por el Departamento de la Educación de los

Producers must work with PBS to respond to and interact with the public.

This may include providing an outlet for public feedback about content and helping to create material for the Web that allows audiences to learn more, seek background information, access documents alluded to in a program, answer questions that a program might not have been able to address, and even customize information. Accountability is a goal, including answering audience questions and responding to criticisms about programs or content. When public feedback is published by PBS it should be labeled as such, and standards for publication such as those relating to obscenity or personal attacks should be clearly communicated.

http://www.pbs.org/aboutpbs/pbs_esrc_finalreport.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

302 FINAL REPORT

9. Beyond the Screen

From its beginnings as a provider of television programs that educate through entertainment, PBS has expanded its mission beyond the screen to offer a range of services that provide learning and enrichment activities for all ages.

a) www.pbs.org, the PBS Web site, is one of the most visited dot-org Web sites in the world. It is also the home of comprehensive companion Web sites for more than 1,300 PBS television programs and specials, as well as original Web content. With more than 175,000 pages of content to explore, visitors to pbs.org can delve further into subjects of interest from news to history and the arts to science and technology.

Pbs.org furthers the public broadcasting commitment to lifelong learning through supersites such as PBS Kids, PBS Parents, PBS TeacherSource, and PBS Campus.

...

http://www.pbs.org/aboutpbs/pbs_esrc_finalreport.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Estados Unidos. PBS *Ready to learn* integra recursos educativos en línea y por televisión gratuitos y disponibles mundialmente, que ayudan a los padres y a los educadores a preparar a los niños pequeños para que obtengan éxito en la escuela.

d) PBS Teacher Source.

e) PBS TeacherLine.³⁰³

f) Shop PBS³⁰⁴

No se encontró información en la página de Internet de la PBS sobre un área específica de investigación de audiencias.

Publicidad y patrocinios

Los criterios sobre los anuncios al aire que promuevan bienes y servicios relacionados con los programas (*Guidelines for on-air announcements promoting program-related goods and services*)³⁰⁵ establece que los anuncios que promuevan la venta o la disponibilidad de bienes y servicios relacionados con los programas de la PBS deben cumplir con las reglas que señalan los criterios antes mencionados.

Estos criterios contienen 11 reglas que se refieren a lo siguiente:³⁰⁶

303 Final Report

b) PBS Video distributes video to both consumers and the educational market.

c) PBS Ready To Learn is an innovative early learning partnership between PBS and the United States Department of Education. Ready To Learn integrates free and universally available children's educational television and online resources with community outreach to help parents and educators prepare young children for success in school.

d) PBS TeacherSource.

e) PBS TeacherLine.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

304 <http://www.shoppbs.org/home/index.jsp>

305 <http://www.pbs.org/producers/guidelines/onair.html>

306 GUIDELINES FOR ON-AIR ANNOUNCEMENTS PROMOTING PROGRAM-RELATED GOODS AND SERVICES

Announcements promoting the sale or availability of program-related goods and services* on PBS programs** must conform with the following rules.

RULE 1: PBS Review

RULE 2: Advance Information

- Regla 1. Revisión del anuncio por la PBS.
- Regla 2. Información por adelantado.
- Regla 3. Tipo de materiales. Los bienes y servicios deben estar relacionados directa o indirectamente con el contenido del programa.
- Regla 4. Consideraciones sobre los programas (por ejemplo, programas para niños).
- Regla 5. Contenido (aparición, tratamiento del audio, tratamiento del video, prohibición de superlativos o incitaciones a comprar, números de teléfono y direcciones, tarjetas de crédito).

RULE 3: Type of Materials

RULE 4: Programming Considerations

RULE 5: Content

Overall Tone and Appearance.

Audio Treatment.

Video Treatment.

Voice-Over Copy. Repetitious or excessive use of descriptives, superlatives, or other inducements to buy is not allowed.

Telephone Numbers and Addresses. Whenever a telephone number or an address is included, the number or address should be spoken no more than once and should appear no more than twice in video.

Credit Cards. References to credit cards must be generic; no specific audio mention or visual display may be made of proprietary names such as "Visa" or "Mastercard." The statement "Credit cards are accepted" is preferred as an alternative to "Have your credit card ready," which may tend to increase the promotional appearance of the offer.

RULE 6. Length of announcement.

RULE 7. Number of items.

RULE 8. Financial considerations.

Price

Revenue share

Distribution of revenue

Reporting on Revenue distributions

Identity of offerors

RULE 9. Operational issues

Editing

Placement on programs

Placement on program promos

Program length

Subsequent releases

RULE 10. Fulfillment

RULE 11. Names

<http://www.pbs.org/producers/guidelines/onair.html>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Regla 6. Duración de los anuncios.
- Regla 7. Número de productos.
- Regla 8. Consideraciones financieras (precio, participación en los ingresos, distribución de los ingresos, el reporte de la distribución de los ingresos, la identificación de los oferentes).
- Regla 9. Asuntos operativos (edición, colocación en los programas, la duración de los programas, etcétera).
- Regla 10. Cumplimiento.
- Regla 11. Nombres.

Gestión y dirección

Aún cuando es posible encontrar en la página de Internet de la PBS información detallada sobre su actual presidente (Paula Kerger), no puede consultarse el modo de elección, la duración del cargo, las funciones, la remuneración y las causales de remoción.³⁰⁷

Corresponde al Consejo de Directores de la PBS gobernar y determinar las políticas de la PBS. La gran mayoría de los miembros del Consejo de Directores de la PBS es nombrada por las estaciones miembros, así como por los gerentes o representantes de las mismas.³⁰⁸

Aún cuando puede consultarse en la página de Internet la identificación (y perfil) de los miembros del Consejo de Directores, no es posible encontrar información sobre la duración de sus cargos, funciones, remuneraciones y causales de remoción.

307 http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_corp_officers.html

308 Final Report

3. PBS Governance

The PBS Board of Directors is responsible for governing and setting policy for PBS. The vast majority of Board members are elected by PBS member stations and are station managers or lay representatives of stations.

http://www.pbs.org/aboutpbs/pbs_esrc_finalreport.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Servicios, ambiente laboral y servidores públicos

En la página de Internet de la PBS no se encuentran los criterios o el régimen contractual que utiliza. Sin embargo, respecto del empleo en la PBS, se señala que ésta ofrece salarios competitivos además de los siguientes beneficios:

- Un seguro médico, dental y de vida.
- Un plan de retiro respecto del cual la PBS contribuye con un ocho por ciento sobre el salario del trabajador.
- Beneficios educativos, incluyendo reembolso de colegiatura.
- Vacaciones, por un promedio de treinta días.
- Entre otros.³⁰⁹

Internet

En la página de Internet encontramos el *Manual de la producción Web de la PBS* (PBS Web Production Manual).³¹⁰ Contiene los criterios relacionados con los siguientes temas:³¹¹

309 Beyond Salary

PBS offers competitive salaries. And, as an employee-oriented company, PBS also offers an outstanding benefits package. Highlights include:

Comprehensive medical, dental, life and disability insurance;

An immediately vested retirement plan to which PBS contributes 8% of your salary (after a one-year waiting period);

Educational benefits, including tuition reimbursement and interest-free loans;

A generous holiday and leave schedule with an average of 30 days of paid leave per year;

http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_jobs.html

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

310 PBS Web Production Manual

<http://www.pbs.org/producers/webmanual/specs/>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

311 Accessibility

Broadcast information

Cookies

Copyright

Custom 404 pages ("page not found")

Databases

Designs (pbs specifications)

Development tools

- Accesibilidad.
- Información sobre la transmisión
- Cookies
- Derechos de autor
- *Custom 404 pages* (página no encontrada)
- Bases de datos
- Especificaciones de la PBS sobre los diseños
- Herramientas de desarrollo
- Foros de discusión
- Comercio electrónico
- Estándares editoriales
- E-mails
- Vínculos a sitios externos (links)
- Podcasting
- Patrocinio

El Manual de Producción Web de la PBS (*PBS Web Production Manual. Policies and specifications*) se refiere en su primera parte a la accesibilidad. Contiene la política que establece que los contenidos

Discussion boards

E-commerce

Editorial standards

E-mail newsletters

Links

Podcasting

Sponsorship

<http://www.pbs.org/producers/webmanual/specs/generalpolicies.html>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

clave deben ser planeados y ejecutados de tal manera que aseguren la accesibilidad a las audiencias con discapacidad, particularmente, a aquellas personas que tienen problemas visuales o auditivos.³¹²

Asimismo, se encuentra la política según la cual las imágenes que proporcionan contexto editorial deben presentar descripciones alternativas de texto dentro del código HTML.³¹³

Cultura de la transparencia

Es importante señalar que la CPB (*Corporation for Public Broadcasting*) consiste en una corporación privada, no lucrativa, creada por el Congreso de los Estados Unidos en 1967 para distribuir de forma adecuada fondos a las organizaciones de transmisión pública estadounidenses. Para tal efecto, CPB distribuye cada año los fondos que determine el Congreso a las estaciones de transmisión públicas, a la PBS y a otros distribuidores y productores de televisión pública. La CPB es la fuente mayor de ingresos de las transmisoras públicas y proporciona fondos directamente a la PBS.³¹⁴

312 PBS Web Production Manual

Policies and specifications

Accessibility

Accessible Content

POLICY:

Key content features must be planned and executed in a way that ensures accessibility for audiences with disabilities, particularly those who are sight- or hearing-impaired.

<http://www.pbs.org/producers/webmanual/specs/p001more.html?refer=All+Policies>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

313 Accessibility

Alternative Text Attributes

Policy:

Images that provide navigation or editorial context must have meaningful alternative text descriptions within the HTML coding, such as: ALT= "woman holding poodle."

More information:

Alternative text provides crucial information for blind users who visit the site with screen readers. Screen readers turn ALT text into spoken audio. Many HTML text editors automatically assign ALT tag attributes by duplicating the name of the image file. This does not meet our standard for "meaningful alternative text." Carefully analyze the use of your ALT tag attributes and assign meaningful phrases. Keep in mind that overuse of the ALT attribute can be just as frustrating as underuse. To reduce audio clutter, avoid assigning ALT descriptions to unimportant images, such as spacer graphics or design embellishments. When you leave ALT tags blank, be sure to use "" instead of " " -- leaving a space between the quotes causes the screen reader to read "unnamed image" out loud.

Last Updated: January 2002

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

314 Final Report

En 2007 (hasta el 30 de junio), el subsidio federal y de la CPB fue de 119 millones 772 mil dólares.³¹⁵

INGRESOS EN EL EJERCICIO FISCAL QUE TERMINA EN JUNIO 30 DE 2007	(Miles de dólares)
Revenue (Ingresos): Donated Broadcast Rights	219,748
Operating Revenue: (Ingresos de operación)	
Member Assessments (Determinaciones de los miembros)	165,588
CPB and Federal Grants (Subsidio federal y de la CPB)	119,772
Video	35,164
Royalties, Investment Return and Other (Regalías, ingresos por inversiones y otros)	83,786
Total Operating Revenue (Total de los ingresos de operación)	404,310
Total Revenue (Ingresos totales)	624,058

Conversión digital

Toda la información sobre el proceso de digitalización en la PBS puede consultarse en el sitio: <http://www.pbs.org/digitaltv/>

Francia: France Télévisions

Descripción del medio: www.francetelevisions.fr

El grupo France Télévisions se encuentra constituido por tres cadenas públicas: *France 2*, *France 3* y *France 5*. En julio de 2004, RFO (*Réseau France Outre Mer*) se integró al grupo France Télévisions y el 25 de febrero de 2005 se creó France Ô, la cadena accesible para los telespectadores de la metrópoli por Internet y vía satélite. Por último, en marzo de 2005 fue lanzado por TNT el canal *France 4*.³¹⁶

D. CPB

The Corporation for Public Broadcasting (.CPB.) is a private, nonprofit corporation created by Congress in 1967 to distribute federally appropriated funds to public broadcasting organizations nationwide. To that end, each year CPB distributes Congressionally appropriated funds to local public broadcasting stations, PBS, and other public television distributors and producers. CPB is a major source of funding for public broadcasting, and provides content funding directly to PBS.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

315 www.pbs.org/aboutpbs/content/annualreport/2007/2007PBSConsolidatedFinancialHighlights.pdf

316 Le groupe France Télévisions s'est constitué autour des trois chaînes publiques : France 2, France 3,

El sitio de Internet de France Télévisions señala los siguientes cuerpos legales como su marco de regulación:³¹⁷

- La Resolución del Consejo Europeo de 25 de enero de 1999, sobre el servicio público de radiodifusión.
- El Protocolo de Ámsterdam sobre el sistema de radiodifusión pública en los Estados miembros.
- La directiva Televisión Sin Frontera de 1989, revisada en 1997.
- La Ley de 30 de septiembre de 1986 (reformada).
- El decreto número 94-813, de 16 de septiembre de 1994 que establece la aprobación del pliego de misiones y de cargos de la sociedad *France 2*.
- El decreto número 94-813, de 16 de septiembre de 1994 que establece la aprobación del pliego de misiones y de cargos de la sociedad *France 3*.
- El decreto número 2005-286, de 29 de marzo de 2005, que establece la aprobación del pliego de cargos de la sociedad *France 4*.

France 5, véritables socles de son développement, qui font de lui le premier groupe audiovisuel français. En juillet 2004, RFO (Réseau France Outre Mer) a rejoint le groupe France Télévisions et le 25 février 2005 a vu la création de France Ô, la chaîne accessible par les téléspectateurs de la métropole sur le câble et le satellite.

Et en mars 2005, France 4 a été lancée sur la TNT. http://www.francetelevisions.fr/recup_data/recup_2.php?nav_url=2_2&lg=fr&mode=html

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- 317 1. (Résolution du Conseil Européen du 25 janvier 1999 concernant le service public de radiodiffusion).
2. Protocole d'Amsterdam sur le système de radiodiffusion publique dans les Etats membres.
3. La directive télévision sans frontière de 1989, révisée en 1997.
4. Loi du 30 septembre 1986 modifiée.
5. Décret n° 94-813 du 16 septembre 1994 portant approbation du cahier des missions et des charges de la société France 2.
6. Décret n°94-813 du 16 septembre 1994 portant approbation du cahier des missions et des charges de la société France 3.
7. Décret n°2005-286 du 29 mars 2005, portant approbation du cahier des charges de la société France 4.
8. Décret n° 95-71 du 20 janvier 1995 portant approbation du cahier des missions et des charges de La Cinquième modifié par le décret n° 2002-751 du 2 mai 2002.
9. Décret n°93-535 du 27 mars 1993, portant approbation du cahier des missions et des charges de la Société nationale « *de programme Réseau France Outre-mer* ».
- Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- El decreto número 95-71 de 20 de enero de 1995 que establece la aprobación del pliego de misiones y de cargos de La Cinquième, reformado por el decreto 2002-751 de 2 de mayo de 2002.
- Decreto número 93-535 de 27 de marzo de 1993, que establece la aprobación del pliego de misiones y de cargos de la Sociedad Nacional de Programa Réseau France Outre-mer.

La Ley número 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación, determina una serie de facultades del Consejo Superior de los Medios Audiovisuales respecto de France Télévisions. Así, por ejemplo, el artículo 48.1 de la Ley establece que el Consejo Superior de los Medios Audiovisuales puede exigir a France Télévisions que respete las obligaciones que le imponen los textos legislativos y reglamentarios, así como los principios definidos por la misma Ley 86-1067.³¹⁸

Por otro lado, el capítulo X del decreto número 94-813, de 16 de septiembre de 1994, sobre la aprobación del pliego de misiones y de cargos de la sociedad *France 2* señala que esta última dirigirá cada año, antes del 30 de abril, al Ministro de la Comunicación y al Consejo Superior de los medios audiovisuales un reporte sobre la ejecución del mismo pliego de misiones y de cargos.³¹⁹

318 Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (version consolidée au 07 mars 2007)

Article 48.1 Le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut mettre en demeure les sociétés mentionnées à l'article 44 de respecter les obligations qui leur sont imposées par les textes législatifs et réglementaires, et par les principes définis aux articles 1er et 3-1.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel rend publiques ces mises en demeure.

Les organisations professionnelles et syndicales représentatives du secteur de la communication audiovisuelle ainsi que le Conseil national des langues et cultures régionales et les associations familiales reconnues par l'Union nationale des associations familiales peuvent saisir le Conseil supérieur de l'audiovisuel de demandes tendant à ce qu'il engage la procédure prévue au premier alinéa du présent article.

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930&dateTexte=20080302>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

319 Chapitre X

Controle du Respect des Dispositions du Cahier des Missions et des Charges

Article 55 :

La société adresse chaque année, avant le 30 avril, au Ministre chargé de la Communication et au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel un rapport sur l'exécution du présent cahier des missions et des

Asimismo, el artículo 56 del Decreto antes señalado establece que la sociedad *France 2* debe comunicar al Consejo Superior de los Medios Audiovisuales todas las informaciones que éste considere necesarias para asegurar que la sociedad *France 2* cumpla con sus obligaciones legales y reglamentarias, así como aquellas que prevea el mismo Decreto. Por lo anterior, la sociedad, así como los conductores de los programas correspondientes, deben conservar durante tres meses por lo menos un registro de las emisiones que difunde la sociedad *France 2*.³²⁰

La *Carta de la Antena* (Charte de l'Antenne) de France Télévisions reúne los principios que deben respetar las cadenas del grupo en la elaboración de los programas y en el tratamiento de la información. La *Carta de la Antena* presenta una síntesis de los valores que gobiernan la televisión pública y, asimismo, forma un cuerpo de compromisos de las sociedades o cadenas de France Télévisions con sus telespectadores.³²¹

La *Carta de la Antena* establece que la misión de France Télévisions es de servicio público. Su sección 1.1. señala que la Unión Europea subraya que la televisión pública debe desempeñar un papel importante en la promoción de la diversidad de culturas de cada Estado, con el fin

charges. Decreto número 94-813, de 16 de septiembre de 1994, sobre la aprobación del pliego de misiones y de cargos de la sociedad France 2.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

320 Article 56 :

La société communique au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel toutes les informations que ce dernier juge nécessaires pour s'assurer qu'elle respecte ses obligations légales et réglementaires ainsi que celles résultant du présent cahier des missions et des charges.

A cette fin, la société conserve trois mois au moins un enregistrement des émissions qu'elle diffuse ainsi que les conducteurs de programmes correspondants.

Décret n° 94-813 du 16 septembre 1994 portant approbation du cahier des missions et des charges de la société France 2. Modifié par le décret n° 2002-750 du 2 mai 2002

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

321 1. La « charte de l'antenne »

France Télévisions est le premier groupe audiovisuel à s'être doté d'une « charte de l'antenne ». Commune aux chaînes du groupe, la charte rassemble les principes à respecter dans l'élaboration des programmes et dans le traitement de l'information. Elle présente une synthèse des valeurs qui gouvernent la télévision publique et forme un corps d'engagements des sociétés de France Télévisions vis à vis de ses téléspectateurs.

<http://www.francetelevisions.fr/data/doc/redevance.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

de ofrecer programas educativos y de descubrimiento, para informar de manera objetiva a la opinión pública sobre los eventos y debates en curso, para asegurar el pluralismo y para proporcionar de manera democrática y gratuita diversión de calidad.

Los objetivos del sector público de los medios audiovisuales responden a criterios ajenos a la ley del mercado. De esta manera, el ejercicio de sus misiones sirve al interés general, al vínculo social, al pluralismo, a la diversidad de los programas y de los géneros, para todos los públicos.

El pago de la renta que realizan los telespectadores constituye la garantía de independencia del servicio público y crea una obligación de intercambio con los telespectadores.³²²

- *La televisión social.* De conformidad con la *Carta de la Antena* (Charte de l'Antenne), la televisión pública es la televisión de todos los ciudadanos. La televisión pública se dirige a todos, privilegia el interés general sobre los intereses particulares y es accesible para todo el mundo. La televisión pública tiene por misión dirigirse a la sociedad en su conjunto.³²³

322 Charte de l'Antenne

1. France Télévisions: le téléspectateur au centre de la télévision publique

1.1. Les missions de service public

L'Union européenne souligne que la télévision publique « a un rôle important à jouer pour promouvoir la diversité des cultures de chaque État, pour offrir des programmes éducatifs et des programmes de découverte, pour informer de manière objective l'opinion publique des événements et des débats en cours, pour assurer le pluralisme, et pour fournir de manière démocratique et gratuite un divertissement de qualité ».

Les objectifs du secteur public de l'audiovisuel répondent à des critères échappant à la loi du marché. Ainsi, l'exercice de ses missions sert l'intérêt général, le lien social, le pluralisme, la diversité des programmes et des genres, pour tous les publics. Il participe de la vie démocratique.

L'acquiescement de la redevance par les téléspectateurs est la garantie pour le service public de son indépendance, et lui crée une obligation à l'égard des téléspectateurs, dans une relation d'échange.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

323 Charte de l'Antenne

1.1.1. La télévision de tous

La télévision publique est la « télévision de tous les citoyens, [du] public pris dans toutes ses composantes ». Elle s'adresse à tous, elle privilégie l'intérêt général sur les intérêts particuliers, elle est accessible à tous. Elle a pour mission de « s'adresser à la société dans son ensemble ».

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- *El rol social.* La televisión pública ejerce una misión específica respecto de la vida democrática, refuerza el vínculo entre los individuos y los grupos, se encuentra directamente ligada a las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad. La televisión pública favorece el debate democrático, los intercambios entre las diferentes partes de la población así como la integración social y la ciudadanía.³²⁴
- *El pluralismo.* La sección 1.1.3 de la *Carta de la Antena* señala también que el pluralismo de las expresiones socioculturales actuales es, en sí mismo, un objetivo de valor constitucional y una de las condiciones de la democracia. Así, el pluralismo debe considerarse como una garantía del pleno ejercicio de la libertad de comunicación. El papel central y esencial de la televisión pública en la vida democrática implica que ella sea el lugar de la expresión pluralista de las corrientes de pensamiento y de opinión.³²⁵
- *La independencia y los medios.* Por último, la misma Carta de la Antena precisa que los medios puestos a disposición de France Télévisions son determinados por el legislador con el objeto del cumplimiento de la misión de servicio público de ésta. La financiación directa por el público, así como la publicidad y el patrocinio (dentro de determinados límites), deben permitir que France Télévisions asegure sus misiones con toda independencia, dentro de un sistema que plasma la presencia del interés general sobre los intereses particulares, partidarios y privados.³²⁶

324 1.1.2. Le rôle social

La télévision publique exerce une mission spécifique au regard de la vie démocratique, renforce le lien entre les individus et les groupes ; elle est « directement liée aux besoins démocratiques, sociaux, culturels de chaque société ». Elle favorise « le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté ».

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

325 1.1.3. Le pluralisme

Le pluralisme des courants d'expression socioculturels est en lui-même un « objectif de valeur constitutionnelle (...) une des conditions de la démocratie ». Il est à considérer comme « une garantie du plein exercice de la liberté de communication ». Le rôle central et essentiel de la télévision publique dans la vie démocratique implique qu'elle soit le lieu de « l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion », qu'elle veille au « pluralisme de [ses] programmes ».

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

326 1.1.4. L'indépendance, les moyens

Les moyens mis à la disposition de France Télévisions sont accordés par le législateur « aux fins

Por otro lado las misiones históricas de la televisión pública (informar, cultivar y distraer) continúan siendo pertinentes, aunque no son las únicas a la hora de determinar la oferta de programas.

France Télévisions aspira a reunir al más amplio público mediante una oferta que aborde todos los géneros, información, cultura, conocimiento, entretenimiento y deporte, respetando constantemente a la persona humana. Además, busca reunir al público mediante una programación particularmente rica y diversificada en el ámbito de las emisiones culturales y de los programas para la juventud.

La televisión pública coloca a los telespectadores en el centro de su acción. Es una televisión de referencia que se dirige a todos y que de la misma manera pone particular atención a la vida regional, a la juventud, a la familia, a las personas mayores o aisladas.

Las misiones de la televisión pública francesa son definidas por un conjunto de textos europeos y franceses, por directrices, leyes, decretos, los pliegos de misiones y de cargos que precisan las obligaciones de cada una de las sociedades que componen France Télévisions, por las decisiones y las recomendaciones del Consejo Superior de los medios audiovisuales, así como a través de programas y de resoluciones elaborados por las mismas cadenas. Las cartas de periodistas precisan diversas reglas en materia de información.³²⁷

de l'accomplissement de la mission de service public ». Financement direct par le public, ainsi que – dans certaines limites - publicité et parrainage, doivent lui permettre d'assurer ses missions en toute indépendance, dans un système qui exprime la préséance de l'intérêt général sur les intérêts particuliers, partisans et privés.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

327 CHARTE DE L'ANTENNE

1.2. Les missions de France Télévisions

Les missions historiques de la télévision publique - informer, cultiver, distraire - continuent à être pertinentes, mais ne suffisent plus à déterminer son offre de programmes.

France Télévisions aspire à rassembler « *le public le plus large* », par une offre « *abordant tous les genres, information, culture, connaissance, divertissement et sport dans le respect constant de la personne humaine* », par une programmation « *particulièrement riche et diversifiée dans le domaine des émissions culturelles et des programmes pour la jeunesse* ».

La télévision publique place les téléspectateurs au centre de son action. C'est une télévision de référence qui s'adresse à tous, et qui prête également une attention particulière à la vie régionale, à la jeunesse, à la famille, aux personnes âgées ou isolées.

El artículo 44 de la Ley número 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación, se refiere a la creación de una sociedad denominada France Télévisions, encargada de definir orientaciones estratégicas, de coordinar y de promover políticas de programas y la oferta de servicios, de conducir acciones de desarrollo, cuidando integrar las nuevas técnicas de difusión y de producción y de administrar los asuntos comunes de las sociedades que se mencionan a continuación, de las cuales posee la totalidad de su capital:

La sociedad nacional de programa, denominada *France 2*, encargada de concebir y de programar emisiones de televisión destinadas a ser difundidas en todo el territorio metropolitano. Esta sociedad propone una programación general, de referencia y diversificada, que favorece la creación de producciones televisuales originales y que asegura información nacional e internacional.

La sociedad nacional de programa denominada *France 3*, encargada de concebir y de programar emisiones de televisión de carácter nacional, regional y local, destinadas a ser transmitidas sobre una parte o todo el territorio metropolitano. Esta sociedad propone una programación general y diversificada. Ella asegura, en particular, información de proximidad y transmite los eventos regionales y locales.

La sociedad nacional de programa denominada *France 5*, encargada de concebir y de programar emisiones de televisión de carácter educativo, favoreciendo el acceso al saber, al conocimiento, a la formación y al empleo. Tales emisiones están destinadas a ser difundidas en todo el territorio metropolitano. Esta programación debe contribuir

Les missions de la télévision publique française sont définies par un ensemble de textes européens et français, directives, lois, décrets, les cahiers des missions et des charges, qui précisent les obligations de chacune des sociétés qui composent France Télévisions, les décisions et les recommandations du CSA, ainsi qu'au travers des programmes et des dispositifs élaborés par les chaînes elles-mêmes. Des chartes de journalistes précisent diverses règles en matière d'information.

<http://charte.francetv.fr/>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

a la educación, a la imagen y a los medios. Esta sociedad favorece la difusión de programas educativos y de formación sobre diversos apoyos, así como su utilización por otros servicios de comunicación audiovisual y por organismos de enseñanza y de formación.

La sociedad nacional de programa denominada *Réseau France outre-mer*, encargada de concebir y de programar emisiones de televisión y de radio destinadas a ser difundidas en las comunidades francesas de ultramar. Esta sociedad asegura la promoción de la lengua francesa y de las lenguas y culturas regionales. Las emisiones de las otras sociedades nacionales son puestas a disposición de la sociedad gratuitamente. Los programas que produce son puestos gratuitamente a la disposición de France Télévisions así como de la sociedad Radio France, quienes aseguran la promoción y la proyección de las culturas de Francia de ultramar en la metrópoli.³²⁸

328 Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (version consolidée au 07 mars 2007)

Article 44

I. Il est créé une société, dénommée France Télévisions, chargée de définir les orientations stratégiques, de coordonner et de promouvoir les politiques de programmes et l'offre de services, de conduire les actions de développement en veillant à intégrer les nouvelles techniques de diffusion et de production et de gérer les affaires communes des sociétés suivantes, dont elle détient la totalité du capital :

1° La société nationale de programme, dénommée France 2, chargée de concevoir et de programmer des émissions de télévision destinées à être diffusées sur l'ensemble du territoire métropolitain. Cette société propose une programmation généraliste, de référence et diversifiée à l'intention du public le plus large, favorise la création de productions télévisuelles originales et assure une information nationale et internationale ;

2° La société nationale de programme, dénommée France 3, chargée de concevoir et de programmer des émissions de télévision à caractère national, régional et local, destinées à être diffusées sur tout ou partie du territoire métropolitain. Cette société propose une programmation généraliste et diversifiée. Elle assure en particulier une information de proximité et rend compte des événements régionaux et locaux ;

3° La société nationale de programme, dénommée France 5, chargée de concevoir et de programmer des émissions de télévision à caractère éducatif et favorisant l'accès au savoir, à la connaissance, à la formation et à l'emploi, destinées à être diffusées sur l'ensemble du territoire métropolitain. Cette programmation doit contribuer à l'éducation à l'image et aux médias.

Cette société favorise la diffusion de programmes éducatifs et de formation sur des supports diversifiés ainsi que leur utilisation par d'autres services de communication audiovisuelle et par les organismes d'enseignement et de formation.

4° La société nationale de programme, dénommée Réseau France outre-mer, chargée de concevoir et de programmer des émissions de télévision et de radio destinées à être diffusées dans les collectivités françaises d'outre-mer. Cette société assure la promotion de la langue française ainsi que celle des langues et cultures régionales. Les émissions des autres sociétés nationales de programme sont mises

Por otro lado, el Decreto número 94-813 de 16 de septiembre de 1994 sobre la aprobación del pliego de misiones y de cargos de la sociedad *France 2* establece determinadas obligaciones particulares de la cadena *France 2*. Entre tales obligaciones particulares se encuentran:³²⁹

à sa disposition à titre gratuit. Les programmes qu'elle produit sont mis gratuitement à la disposition de la société France Télévisions ainsi que de la société Radio France qui assurent la promotion et le rayonnement des cultures de la France d'outre-mer en métropole.

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930&dateTexte=20080302>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

329 Chapitre II

Obligations Particulières

I. Communications du Gouvernement

Article 10 :

La société assure à tout moment la réalisation et la programmation des déclarations et des communications du gouvernement, sans limitation de durée et à titre gratuit.

Elle met en œuvre le droit de réplique suivant les modalités fixées par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

II. Campagnes électorales

Article 11 :

La société diffuse les émissions relatives aux consultations électorales pour lesquelles une campagne officielle radiotélévisée est prévue par les textes législatifs et réglementaires en vigueur, en respectant les règles définies par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. L'Etat rembourse les frais de production et de diffusion occasionnés par ces émissions.

III. Expression du Parlement

Article 12 :

La société rend compte, en complémentarité avec la société France 3, des principaux débats du Parlement sous le contrôle du bureau de chacune des assemblées et selon des modalités arrêtées d'un commun accord.

Article 13 :

En complémentarité avec la société France 3, la société diffuse des émissions régulières consacrées à l'expression directe des formations politiques représentées par un groupe dans l'une ou l'autre des assemblées du Parlement dans le respect des modalités définies par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Le coût financier de ces émissions est à la charge de la société dans les limites d'un plafond fixé par le Conseil d'Administration de la société.

IV. Expression des organisations syndicales et professionnelles

Article 14 :

En complémentarité avec la société France 3, la société diffuse des émissions régulières consacrées à l'expression directe des organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale, dans le respect des modalités définies par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Le coût financier de ces émissions est à la charge de la société dans les limites d'un plafond fixé par le Conseil d'Administration de la société.

V. Émissions à caractère religieux

Article 15 :

La société diffuse le dimanche matin des émissions à caractère religieux consacrées aux principaux cultes pratiqués en France. Ces émissions, réalisées sous la responsabilité des représentants désignés par les hiérarchies respectives de ces cultes, après avis du ministère chargé des cultes, se présentent sous la forme de cérémonies culturelles ou de commentaires religieux.

Lorsqu'il ne s'agit pas de retransmissions, la société peut procéder au visionnage de ces émissions et

Facilitar las comunicaciones del Gobierno. La cadena *France 2* asegura en todo momento la realización y la programación de las declaraciones y comunicaciones del gobierno, sin límite de duración y a título gratuito.

Campañas electorales. La sociedad difunde las emisiones relativas a las consultas electorales, respecto de las cuales los textos legislativos y reglamentarios vigentes prevén la realización de una campaña oficial radiotelevisiva, respetando las reglas definidas por el Consejo Superior de los medios audiovisuales. El Estado reembolsa los gastos de producción y de difusión ocasionados por estas emisiones.

La sociedad rinde cuentas, junto con *France 3*, de los principales debates del Parlamento bajo el control de la oficina de cada una de las Asambleas y según las modalidades determinadas de común acuerdo.

En conjunto con *France 3*, la sociedad *France 2* difunde emisiones regulares destinadas a la expresión directa de las formaciones políticas representadas por un grupo dentro de

refuser leur passage à l'antenne.

Le coût financier de ces émissions est pris en charge par la société dans les limites d'un plafond fixé par le Conseil d'Administration de la société.

VI. Emissions d'informations spécialisées

Article 16 :

La société diffuse gratuitement au moins douze messages de la grande cause nationale agréée annuellement par le Gouvernement.

...

Article 18 :

La société diffuse, à une heure d'écoute favorable, des émissions hebdomadaires destinées à l'information du consommateur et réalisées par l'Institut National de la Consommation.

Le Ministre chargé de la consommation veille à l'équité de la répartition du temps d'antenne entre les organismes de défense des consommateurs. Leur durée hebdomadaire ne peut être inférieure à dix minutes en moyenne sur l'année.

Elles font l'objet d'une convention pluriannuelle entre la société et l'Institut National de la Consommation. Les frais exposés par la société pour la programmation et la diffusion de ces émissions lui sont remboursés par l'Institut National de la Consommation.

Avant de diffuser ces émissions, la société peut procéder à leur visionnage et refuser, le cas échéant, leur passage à l'antenne.

VII. - Emissions éducatives et sociales

Décret n° 94-813 du 16 septembre 1994 portant approbation du cahier des missions et des charges de la société France 2.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

una u otra de las Asambleas del Parlamento, respetando las modalidades definidas por el Consejo Superior de los medios audiovisuales. El costo financiero de estas emisiones está a cargo de la sociedad dentro de los límites máximos fijados por el Consejo de Administración de la Sociedad.

En conjunto con *France 3*, *France 2* difunde emisiones regulares destinadas a la expresión directa de las organizaciones sindicales y profesionales representativas a nivel nacional, respetando las modalidades definidas por el Consejo Superior de los medios audiovisuales. El costo financiero de estas emisiones se encuentra a cargo de la sociedad, dentro de los límites máximos fijados por el Consejo de Administración de la Sociedad *France 2*.

Difusiones de carácter religioso. La sociedad *France 2* difunde los domingos por la mañana emisiones de carácter religioso, dedicadas a los principales cultos practicados en Francia. Estas emisiones, realizadas bajo la responsabilidad de los representantes designados por las jerarquías respectivas de tales cultos, previa opinión del Ministerio encargado de los cultos, se presentan bajo la forma de ceremonias del culto o de comentarios religiosos. Cuando no se trate de retransmisiones, la sociedad puede proceder a la observación de estas emisiones y negar su transmisión. El costo financiero de estas emisiones se encuentra a cargo de la sociedad *France 2*, dentro de los límites máximos fijados por el Consejo de Administración de la sociedad.

Difusiones sobre información especializada. La sociedad *France 2* difunde gratuitamente por lo menos doce mensajes de interés nacional, acordados anualmente por el Gobierno. También difunde, a una hora adecuada, emisiones semanales dedicadas a la información del consumidor, las cuales son realizadas por el Instituto Nacional de Consumo.

Emisiones educativas y sociales.

La *Carta de la Antena* establece una serie de criterios sobre el control de la calidad en France Télévisions. Dentro de tales criterios se encuentran los aspectos relativos a los horarios, la revisión previa de los programas, la calidad técnica y la formación.³³⁰

Trabajo informativo

La *Carta de la Antena* (Charte de l'Antenne) consiste en una síntesis del sistema de valores que gobierna la televisión pública. Expone las obligaciones y responsabilidades del personal del grupo y es un compromiso frente a frente con los espectadores.³³¹

No se encontraron políticas o códigos de estilo en la página de Internet de France Télévisions. Sin embargo, la Sección 2.4.1.9 de la *Carta de la Antena* prescribe que en sus emisiones, France Télévisions pone particular atención en la escritura, contribuye a la promoción y a la ilustración de la lengua francesa, vela el buen uso y el respeto de la lengua francesa en la antena y, particularmente, prohíbe los términos extranjeros cuando éstos poseen un equivalente en francés. En materia de publicidad, France Télévisions cuida que los mensajes cuenten con una traducción legible, audible o comprensible cuando éstos se encuentran en un idioma extranjero.³³²

330 Charte de l'Antenne

4. Le contrôle de qualité

4.1. Les horaires

4.2. Le visionnage

4.3. La qualité technique

4.4. Formation

<http://charte.francetv.fr/>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

331 <http://relations.france2.fr/#>

332 Charte de l'Antenne

2.4.1.9. Respect de la langue française

Dans ses émissions, France Télévisions porte une attention particulière à l'écriture, contribue à la promotion et à l'illustration de la langue française, veille à l'usage et au respect de la langue française à l'antenne et notamment proscribit les termes étrangers lorsqu'ils possèdent un équivalent en français.

En matière de publicité, France Télévisions veille à ce que les messages bénéficient d'une traduction lisible, audible ou intelligible lorsqu'ils sont en langue étrangère.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

La sección 2.4 contiene múltiples criterios sobre el tratamiento y la presentación de la información en los programas de France Télévisions:³³³

Honestidad y Pluralismo

Los principios

- Honestidad, veracidad, precisión
- La información en tiempo real
- La equidad
- El pluralismo
 - El pluralismo político
 - El principio de referencia y la equidad
 - Los sondeos de opinión
- La neutralidad
 - La jerarquía de la información

333 LA CHARTE DE L'ANTENNE

2.4. Honnêteté et pluralisme

2.4.1. Les principes

2.4.1.1. Honnêteté, véracité, précision

2.4.1.2. L'information en temps réel

2.4.1.3. Équité

2.4.1.4. Pluralisme

Le pluralisme politique

Le principe de référence et l'équité

Les sondages

2.4.1.5. Neutralité

2.4.1.6. Hiérarchie de l'information

2.4.1.7. Clarté, lisibilité

2.4.1.8. Approfondissement et suivi de l'information

2.4.1.9. Respect de la langue française

2.4.2. La mise en application

2.4.2.1. Vérification des sources

2.4.2.2. Protection des sources

2.4.2.3. Montage, travail de l'image

2.4.2.4. Interviews, débats.

2.4.2.5. Manifestations d'opinion

2.4.2.6. Micro-trottoir

2.4.2.7. Justice

2.4.2.8. Investigation

2.4.2.9. Caméras et micros cachés

2.4.2.10. Confusion des genres

2.4.2.11. Reconstitutions

2.4.2.12. Responsabilité individuelle

2.4.2.13. Droits des auteurs et des artistes interprètes ou exécutants

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Claridad y legibilidad
- Análisis profundo y seguimiento de la información
- El respeto de la lengua francesa

La aplicación

- La verificación de las fuentes
- La protección de las fuentes
- El montaje y el trabajo de la imagen
- Entrevistas y debates
- Manifestaciones de opinión
- La encuesta en las calles
- La justicia
- La investigación
- Cámaras y micrófonos ocultos
- Confusión de géneros
- Reconstrucciones
- Responsabilidad individual
- Derechos de los autores y de los artistas intérpretes o ejecutores

Por otro lado, la sección 5 de la *Carta de la Antena* se refiere a las colaboraciones y a los vínculos exteriores, respecto de los cuales trata los temas siguientes:³³⁴

Colaboraciones y Vínculos Exteriores

- Imparcialidad e independencia
- Actividades exteriores de los periodistas
- Comprometer la imagen de France Télévisions

³³⁴ Charte de l'Antenne

5. Collaborations et liens extérieurs

5.1. Impartialité, indépendance

5.2. Activités extérieures des journalistes

5.3. Engager l'image de France Télévisions

5.4. Cadeaux

5.5. Reportages subventionnés

5.5.1. Voyages de presse

5.5.2. Participation aux frais de reportage

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Dádivas a los periodistas
- Reportajes subvencionados
- Viajes de prensa
- Participación en los gastos de reportaje

Contenidos y producción

La Carta de la Antena (*Charte de l'Antenne*) señala en la sección 2.1. una serie de criterios respecto de la producción de France Télévisions. De conformidad con la Carta de la Antena, France Télévisions se abstiene de difundir programas susceptibles de perjudicar la plenitud física, mental o moral de los menores y de transmitir programas que incluyan escenas pornográficas, así como de mostrar -particularmente dentro de los noticiarios televisivos- el espectáculo de la violencia por la violencia.

También prevé criterios sobre el respeto a la persona y a su dignidad, el respeto a la vida privada, el derecho a la propia imagen, sobre los prisioneros de guerra, la presunción de inocencia, el respeto al sufrimiento ajeno, el respeto a las diferencias, la difamación, el derecho de respuesta, las rectificaciones y la violencia.³³⁵

335 Charte de l'Antenne

2.1 La Responsabilité du Diffuseur

2.1.1. Respecte de la Personne et de sa Dignité

2. La Responsabilité du Diffuseur

...

En règle générale, France Télévisions « s'abstient de diffuser des programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs. A ce titre, la société s'abstient de diffuser des programmes comprenant des scènes de pornographie et de montrer, notamment dans les journaux télévisés, le spectacle de la violence pour la violence ».

2.1. Respect de la personne et de sa dignité.

2.1.1. Respect de la vie privée

2.1.2. Droit à l'image

2.1.2.2. Prisonniers de guerre

2.1.3. La présomption d'innocence

2.1.4. Respect de la souffrance

2.1.5. Respect des différences

2.1.6. Diffamation

2.1.7. Droit de réponse

2.1.8. Rectifications

2.3. Violence

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Por otro lado, se refiere a diversos criterios sobre contenidos y producción en la sección 1.3. como los siguientes:

La oferta de programas

- La información, los documentales, las revistas
- La ficción
- El entretenimiento, la cultura y el cine
- Las obligaciones de producción y de difusión
- Los deportes
- Las emisiones para la juventud
- Las emisiones científicas
- Los juegos
- « Tele-realidad » y testimonios
- Las misiones particulares (causas nacionales, emisiones religiosas, defensa del consumidor, sordos y personas con discapacidad)
- Vida política y sindical³³⁶

Programación

La sección 1.3.10 de la *Carta de la Antena* establece que France Télévisions favorece, mediante dispositivos adaptados, el acceso de las personas sordas a los programas que difunden las estaciones.

336 Charte de l'Antenne

1.3. L'offre de programmes

1.3.1. L'information, les documentaires, les magazines

1.3.2. La fiction

1.3.3. Le divertissement, la culture et le cinéma

1.3.4. Les obligations de production et de diffusion

1.3.5. Les sports

1.3.6. Les émissions pour la jeunesse

1.3.7. Les émissions scientifiques

1.3.8. Les jeux

1.3.9. « Télé-réalité » et témoignages

1.3.10. Les missions particulières

Causes nationales

Émissions religieuses

Défense du consommateur

Sourds et malentendants

Personnes handicapées

1.3.11. Vie politique et syndicale

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

France Télévisions adapta las condiciones de difusión de los programas a las dificultades de tales personas. El volumen anual de difusión correspondiente es de por lo menos mil horas por *France 2* y de 500 horas para *France 3*. Para *France 5* el volumen es fijado por el Consejo de Administración.

France Télévisions asegura una misión de sensibilización de los telespectadores respecto de las dificultades o capacidades de las personas con alguna discapacidad. Su misión consiste en escuchar y en representar frente a frente organismos encargados de la integración de las personas con discapacidad en todos los ámbitos y, asimismo, favorece su integración profesional.³³⁷

Se ha elaborado un Manual concebido como un sistema de referencia que tiene por objetivo asegurar una mejor visibilidad de las diferencias de origen, tanto en el nivel del público participante en las emisiones (a título de espectador o de actor) como de los presentadores y de los cronistas. De la misma manera se promueve, en los diferentes géneros televisivos, revistas, documentales o ficciones y todos los proyectos que desarrollen la noción de integración y de diversidad, entre los que se encuentran aquellos que tratan los vínculos entre Francia y los diversos países de origen de sus habitantes. Son igualmente apoyados aquellos proyectos que mejoren la noción de integración en la creación cultural, económica y social.³³⁸

337 1.3.10. Les missions particulières

Charte de l'Antenne

1.3. L'offre de programmes

Sourds et malentendants

France Télévisions favorise, par des dispositifs adaptés, l'accès des personnes sourdes et malentendantes aux programmes qu'elles diffusent.

Elle adapte les conditions de diffusion des programmes à leurs difficultés. Le volume annuel de diffusion correspondant est d'au moins mille heures pour France 2, d'au moins cinq cents heures pour France 3. Pour France 5, le volume annuel est fixé par le conseil d'administration.

Personnes handicapées

France Télévisions assure une mission de sensibilisation des téléspectateurs aux difficultés ou capacités des personnes handicapées. Elle assure une mission d'écoute et de représentation vis à vis des organismes chargés de l'insertion des personnes handicapées dans tous les domaines et favorise leur insertion professionnelle.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

338 Diversité dans les programmes

Les *cellules programmes* de chaque chaîne se réunissent pour améliorer la prise en compte de la diversité française à l'antenne. Dans ce but un Vademecum en sept points, élaboré par la délégation intégration et diversité leur a été fourni. Il s'agit d'un outil qualitatif conçu comme un système

Las filiales de *France 2* y de *France 3*, *France 2 Cinéma* y *France 3 Cinéma* participan activamente en el dinamismo de la producción cinematográfica francesa y europea. Estas filiales promueven fuertemente el inicio de jóvenes talentos mediante la coproducción cada año de un tercio de las primeras películas. En total, cada año las filiales de *France 2* y *France 3* coproducen alrededor de 50 películas, que son transmitidas por las antenas del grupo. Toda la información al respecto puede consultarse en http://www.francetelevisions.fr/recup_data/recup_2.php?nav_url=2_2_4&lg=fr&mode=html.³³⁹

CADENAS NACIONALES	PRODUCCIONES	PUBLICIDAD	MULTIMEDIA	EDITION DISTRIBUTION
France 2 France 3 France 5 France 4	Cinéma 2 Cinéma 3 Mfp	France télévisions publicité Media exchange	France télévisions interactive	France télévisions distribution
RÉSEAU France OUTRE-MER	FUNDACIÓN	OFERTA MEDIÁTICA INTERNACIONAL	CADENAS TEMÁTICAS	
	La fondation d'entreprise France télévisions	CFI France 24 TV5 Monde	France 6 Ma planète Mezzo Gulli Euronews Planète Thalassa	

de référence, à peu près neutre, visant à assurer une meilleure visibilité des différences d'origine, à la fois au niveau du public participant aux émissions, à titre de spectateur ou d'acteur, que des présentateurs et chroniqueurs et dans le choix, par les partenaires, des comédiens de fiction comme Louis-Karim Nebati dans « Fabien Kosma » ou Sofiane Belmouden dans « Plus belle la vie ». Sont également encouragés, dans les différents genres télévisuels, magazines, documentaires ou fictions, tous les projets développant la notion d'intégration et de diversité, y compris ceux traitant des liens entre la France et les différents pays d'origine de ses habitants. Les projets positivant la notion d'intégration dans la création culturelle, économique et sociale sont également appuyés. http://www.francetelevisions.fr/recup_data/recup_2.php?nav_url=6_4_1&lg=fr&mode=html

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- 339 Filiales de *France 2* et *France 3*, *France 2 Cinéma* et *France 3 Cinéma* participent activement au dynamisme de la production cinématographique française et européenne. Elles encouragent fortement l'émergence de jeunes talents en coproduisant chaque année près d'un tiers de premiers films. Au total une cinquantaine de films sont coproduits chaque année par les filiales cinéma de *France Télévisions*. Les films coproduits sont diffusés sur les antennes du groupe. http://www.francetelevisions.fr/recup_data/recup_2.php?nav_url=2_2_4&lg=fr&mode=html
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

La sección 2.2 de la *Carta de la Antena* (Charte de l'Antenne) contiene una serie de criterios sobre la protección de los menores. Así, se tratan los siguientes aspectos sobre los menores:³⁴⁰

Testimonios de menores

Los menores en situación difícil. Se trata de menores que se encuentran en situaciones psicológicas o físicas complejas o delicadas. France Télévisions se abstiene de solicitar su testimonio, a menos que asegure una protección total de su identidad mediante un procedimiento técnico apropiado, lo que implica la distorsión eficaz de la imagen del menor así como la modificación de la voz y no mencionar su nombre. También, France Télévisions debe obtener el consentimiento del menor, así como la aceptación de por lo menos una de las personas que ejerzan la autoridad paternal. Sin embargo, la exigencia del consentimiento paternal puede, en algunos casos excepcionales (maltrato grave por ejemplo), ceder ante la necesidad legítima de asegurar la información.

Programación y producción de emisiones para la juventud.

Señalización y advertencia sobre los contenidos.

340 Charte de l'Antenne

2.2. Protection des mineurs

2.2.1. Témoignages de mineurs

2.2.2. Mineurs en situation difficile

S'agissant des mineurs en situation difficile dans leur vie privée, c'est à dire les enfants en situation psychologique ou physique complexe ou délicate pour lesquels la diffusion de leur témoignage est susceptible de provoquer des problèmes avec l'entourage (enfants interrogés sur le divorce de leurs parents...), France Télévisions « s'abstient de solliciter [leur] témoignage (...) à moins d'assurer une protection totale de leur identité par un procédé technique approprié » – ce qui implique un « floutage » efficace du mineur mais également la modification de la voix et la non mention de son nom – « et de recueillir l'assentiment du mineur (...) ainsi que le consentement d'au moins l'une des personnes exerçant l'autorité parentale ».

Le principe du consentement parental peut, dans certain cas exceptionnels (maltraitements graves par exemple), céder devant la légitime nécessité d'assurer l'information.

...

2.2.3. Programmation, production d'émissions pour la jeunesse.

2.2.4. Signalétique, avertissements

Relación con las audiencias

La *Carta de la Antena* se refiere en la sección 1.4 a la participación de los telespectadores. Esta sección señala que por el pago de las tasas, los telespectadores participan de manera efectiva y directa en el presupuesto de la televisión pública. Por ello, los telespectadores se sienten como socios legítimos. Ellos desean ser entendidos, dar su opinión, sentir que sus opiniones y sus expectativas pueden traducirse en contenidos. La oferta de programas de France Télévisions se basa en una estrategia compartida por el conjunto de profesionales de la antena, por los responsables de la programación, por las unidades de los programas, por los periodistas y por los técnicos, y que consiste en escuchar al público. Para ello asegura tomar en cuenta los comentarios de los telespectadores para presentarse más respetuosa de las sensibilidades individuales y de los ritmos de la vida colectiva, para anticipar mejor las necesidades de escape y de descubrimiento, las preocupaciones, las aspiraciones y los modos de vida de los telespectadores, con el propósito de acompañarlas y de compartirlas.

France Télévisions cuenta con mediadores que fungen como intermediarios entre el público y las cadenas, y a quienes corresponde examinar las observaciones, comentarios y quejas eventuales de los telespectadores. Los mediadores son puestos a disposición de los telespectadores para ofrecerles la posibilidad de dirigirse a una instancia imparcial y contribuyen al establecimiento de una relación de calidad con los telespectadores. Ocupan el cargo durante tres años y son nombrados por el Presidente de France Télévisions, quien es responsable directo de ellos. Son independientes de cualquier jerarquía y no ejercen ninguna responsabilidad editorial. No intervienen jamás en la elección, en la preparación o en la elaboración de los programas.³⁴¹ France Télévisions es el único grupo televisivo francés

341 Charte de l'Antenne

1.4. L'écoute des téléspectateurs

Par le paiement de la redevance, les téléspectateurs participent de manière effective et directe au budget de la télévision publique. Ils s'en sentent légitimement partenaires. Ils souhaitent être entendus, donner leur avis, sentir que leurs opinions et leurs attentes peuvent se traduire dans les contenus. Ils souhaitent une télévision publique avec laquelle ils puissent entretenir des liens de confiance.

L'offre de programmes de France Télévisions s'appuie ainsi sur une stratégie d'écoute du public

que ha instaurado la mediación desde el año 1998. Los mediadores juegan un papel esencial en el diálogo y el debate con la audiencia.

Los mediadores comunican su opinión a las partes interesadas y deciden si es conveniente hacer público el asunto, particularmente por Internet. Paralelamente a los trámites que realicen, los mediadores deben asumir inmediatamente la dirección jurídica de los expedientes que puedan implicar algún procedimiento judicial.

El mediador de la información de *France 2* dispone, desde septiembre de 1998, de una emisión semanal de 20 minutos, los sábados después del noticiario de las 13 horas. Los mediadores rinden cuentas sobre su actividad mediante un reporte anual público.³⁴²

Por otro lado, France Télévisions es uno de los primeros grupos audiovisuales europeos que han implementado una encuesta

partagée par l'ensemble des professionnels de l'antenne, responsables de la programmation, unités de programmes, journalistes, techniciens.

France Télévisions va au devant du public, prend en compte les remarques des téléspectateurs pour se montrer davantage respectueuse des sensibilités individuelles et des rythmes de la vie collective; pour mieux anticiper les besoins d'évasion et de découverte, les préoccupations, les aspirations et les modes de vie des téléspectateurs en vue de les accompagner, de les partager.

1.4.1. Les médiateurs

France Télévisions s'est dotée de médiateurs dont le rôle est d'être l'intermédiaire entre le public et les chaînes, d'examiner les observations, remarques et plaintes éventuelles des téléspectateurs.

Les médiateurs ont été mis en place pour offrir aux téléspectateurs la possibilité de se référer à une instance impartiale. Ils contribuent à établir une relation de qualité avec les téléspectateurs.

1.4.1.1. Indépendance des médiateurs

Les médiateurs, inamovibles, sont nommés pour trois ans par le Président de France Télévisions et placés sous sa responsabilité directe. Ils sont indépendants de toute hiérarchie, et n'exercent aucune responsabilité éditoriale. Ils n'interviennent jamais dans le choix, la préparation ou l'élaboration des programmes.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

342 France Télévisions est le seul groupe télévisuel français à avoir instauré la médiation dès 1998. Les médiateurs jouent un rôle essentiel dans le dialogue et le débat avec le public : ils sont une interface avec les téléspectateurs, dont ils se font le relais auprès des chaînes. Nommés pour 3 ans, rattachés directement au Président de France Télévisions, leur statut garantit une indépendance nécessaire à l'exercice de leurs missions.

Après instruction, ils communiquent leur avis aux parties concernées et décident s'il y a lieu, de le rendre public, notamment sur le site Internet. Parallèlement à leur démarche, ils saisissent immédiatement, la direction juridique des dossiers pouvant entraîner des procédures.

Le médiateur de l'information de France 2 dispose depuis septembre 1998 d'une émission hebdomadaire d'une vingtaine de minutes, le samedi après le journal de 13 heures.

Les médiateurs rendent compte de leur activité dans un rapport annuel rendu public.

http://www.francetelevisions.fr/recup_data/recup_2.php?nav_url=6_1&lg=fr&mode=html

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

permanente sobre la satisfacción del público y la evaluación de la calidad de los programas. Cada día se solicita a un panel de 10.000 personas que dé su opinión sobre las emisiones de las cadenas. La muestra, administrada por el instituto de sondeo Novatris, es representativa de la población francesa que cuenta con un televisor, según los criterios usuales en materia de sondeo (sexo, edad, actividad, representación geográfica).³⁴³

Asimismo, de conformidad con los compromisos que ha tomado France Télévisions en el contrato de objetivos y de medios, el grupo ha implementado un barómetro que permite medir la satisfacción de los telespectadores. France Télévisions es una de las primeras televisiones públicas en Europa que ha implementado un instrumento como el señalado.

Así, 10.000 franceses representantes de la población mayor de 15 años responden cada semana directamente por Internet sobre la calidad de los programas que han visto durante la misma. Esto permite apreciar mes a mes la percepción de las cadenas y de los tipos de programas de France Télévisions. El barómetro cualitativo es puesto a disposición de las cadenas para enriquecer su reflexión en materia de política editorial.³⁴⁴

343 France Télévisions est doté d'un baromètre qualitatif des programmes

France Télévisions est l'un des tous premiers groupes audiovisuels européens à avoir mis en place une enquête permanente sur la satisfaction du public et l'évaluation de la qualité des programmes. Chaque jour, un panel de 10.000 personnes est sollicité pour donner son avis sur les émissions regardées sur l'ensemble des chaînes. L'échantillon, géré par l'institut de sondage Novatris, est représentatif de la population française équipée d'un téléviseur selon les critères usuels en matière de sondage (sexe, âge, activité, représentation géographique). http://www.francetelevisions.fr/recup_data/recup_1.php?numero=3&lg=fr&mode=html

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

344 4. Le baromètre qualitatif

Conformément aux engagements pris par France Télévisions dans le contrat l'objectifs et de moyens, le groupe a mis en place un baromètre permettant de mesurer la satisfaction des téléspectateurs. France Télévisions est l'une des premières télévisions publiques en Europe à se doter d'un tel outil. Ainsi, 10 000 Français représentatifs de la population de plus de 15 ans répondent chaque semaine directement par Internet sur la qualité des programmes qu'ils ont regardés. Cela permet d'apprécier mois après mois la perception des chaînes et des genres de programmes de France Télévisions. Le baromètre qualitatif est mis à disposition des chaînes pour alimenter leur réflexion en matière de politique éditoriale.

<http://www.francetelevisions.fr/data/doc/redevance.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

dd **Publicidad y patrocinios**

La sección 3 de la *Carta de la Antena* se refiere a la publicidad en France Télévisions. Esta sección contiene una gran cantidad de criterios sobre los temas siguientes:

Publicidad, Patrocinio y Publicidad Clandestina

Publicidad

- Duraciones autorizadas
- Mensajes de interés general
- Publicidad de los mensajes de interés general
- Publicidad colectiva
- Recortes autorizados
- El peso de los anunciantes
- Publicidad aislada

Patrocinio

- Definición
- Publicidad e información
- Los productos derivados y los servicios de France Télévisions
- La colocación de productos

Gestión y dirección

El Consejo Superior de los Medios Audiovisuales nombra por cinco años al Presidente del Consejo de Administración de la Sociedad France Télévision, quien es a su vez el presidente de los consejos

de administración de las sociedades *France 2*, *France 3*, *France 5* y *Réseau France outre-mer*.³⁴⁵

La Ley número 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación, establece en el artículo 47.1 que el Consejo de Administración de la sociedad France Télévisions está formado por 14 miembros, cuyo mandato dura cinco años:

- Dos parlamentarios designados respectivamente por la Asamblea Nacional y por el Senado.
- Cinco representantes del Estado.
- Cinco personas calificadas, nombradas por el Consejo Superior de los medios audiovisuales, de las cuales una por lo menos provenga del movimiento asociativo, una por lo menos del mundo de la creación o de la producción audiovisual o cinematográfica y una de la región francesa de ultramar.
- Dos representantes del personal electo de conformidad con las disposiciones del Título II de la Ley 83-675 de 26 de julio de 1983, relativa a la democratización del sector público.

Los directores generales de las sociedades *France 2*, *France 3*, *France 5* y *Réseau France outre-mer* son nombrados por el Consejo de Administración de la sociedad France Télévisions bajo la propuesta que al efecto realice su Presidente.³⁴⁶

345 Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (version consolidée au 07 mars 2007)

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel nomme pour cinq ans, à la majorité des membres qui le composent, le président du conseil d'administration de la société France Télévisions parmi les personnalités qu'il a désignées.

Le président du conseil d'administration de la société France Télévisions est également président des conseils d'administration des sociétés France 2, France 3, France 5 et Réseau France outre-mer.

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930&dateTexte=20080302>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

346 Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (version consolidée au 07 mars 2007)

El Consejo de Administración de cada una de las sociedades *France 2*, *France 3* y *France 5* está formado, además del Presidente, por siete miembros que ocupan el cargo por cinco años:

- Dos parlamentarios nombrados respectivamente por la Asamblea Nacional y por el Senado.
- Dos representantes del Estado, nombrados por decreto.
- Una personalidad calificada, nombrada por el Consejo Superior de los medios audiovisuales, de entre las personalidades calificadas nombradas por el Consejo Superior de los medios audiovisuales al Consejo de Administración de la sociedad *France Télévisions*.
- Dos representantes electos del personal.

El Consejo de Administración de la sociedad *Réseau France outre-mer* está formado, además del Presidente, por 11 miembros que ocupan el cargo durante cinco años:

- Dos parlamentarios designados respectivamente por la Asamblea Nacional y por el Senado.
- Cuatro representantes del Estado, nombrados por decreto.

Article 47.1. Le conseil d'administration de la société France Télévisions comprend quatorze membres dont le mandat est de cinq ans:

1° Deux parlementaires désignés respectivement par l'Assemblée nationale et par le Sénat ;

2° Cinq représentants de l'Etat ;

3° Cinq personnalités qualifiées nommées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, dont une au moins est issue du mouvement associatif, une autre au moins est issue du monde de la création ou de la production audiovisuelle ou cinématographique et une au moins est issue de l'outre-mer français;

4° Deux représentants du personnel élus conformément aux dispositions du titre II de la loi n° 83-675 du 26 juillet 1983 relative à la démocratisation du secteur public.

...

Les directeurs généraux des sociétés France 2, France 3, France 5 et Réseau France outre-mer sont désignés par le conseil d'administration de la société France Télévisions sur proposition de son président.

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930&dateTexte=20080302>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Tres personalidades calificadas nombradas por el Consejo Superior de los medios audiovisuales, de las que por lo menos una posea amplia experiencia en el ámbito radiofónico.
- Dos representantes electos del personal, de conformidad con las disposiciones aplicables a la elección de representantes del personal en los consejos de administración de las empresas previstas en el punto 4 del artículo primero de la Ley número 83-675 de 26 de julio de 1983, antes señalada.³⁴⁷

La Ley sobre medios audiovisuales promulgada el 2 de agosto de 2000, permitió la creación, por un lado, del grupo France Télévisions y, por el otro, de la sociedad *holding* que coordina las actividades de las cadenas.

La sociedad *holding* tiene en principio la responsabilidad de definir la estrategia global del grupo y, al efecto, de negociar con el Estado el contrato de objetivos y de medios. El Consejo de Administración de la sociedad *holding* reparte los medios financieros entre las filiales del grupo y asegura su equilibrio financiero.

347 Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (version consolidée au 07 mars 2007)
Article 47.1.

...

Le conseil d'administration de chacune des sociétés France 2, France 3 et France 5 comprend, outre le président, sept membres dont le mandat est de cinq ans:

1° Deux parlementaires désignés respectivement par l'Assemblée nationale et par le Sénat ;

2° Deux représentants de l'Etat nommés par décret ;

3° Une personnalité qualifiée nommée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel choisie parmi les personnalités qualifiées nommées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel au conseil d'administration de la société France Télévision ;

4° Deux représentants élus du personnel.

Le conseil d'administration de la société Réseau France outre-mer comprend, outre le président, onze membres, dont le mandat est de cinq ans :

1° Deux parlementaires désignés respectivement par l'Assemblée nationale et par le Sénat ;

2° Quatre représentants de l'Etat nommés par décret ;

3° Trois personnalités qualifiées nommées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, dont une au moins disposant d'une expérience reconnue dans le domaine radiophonique ;

4° Deux représentants élus du personnel conformément aux dispositions applicables à l'élection des représentants du personnel aux conseils d'administration des entreprises visées au 4 de l'article 1er de la loi n° 83-675 du 26 juillet 1983 précitée.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

La sociedad *holding* France Télévisions administra igualmente la dirección de las acciones de desarrollo o de diversificación, así como la política global en materia de programas: políticas de producción, coproducciones, adquisiciones, armonización de la programación así como la adaptación a las nuevas tecnologías.³⁴⁸

Servicios, ambiente laboral y servidores públicos

No se encontró información sobre el régimen contractual, ni sobre el sistema de selección y evaluación de empleados en la página de Internet de France Télévisions. Sí se muestran las estadísticas de empleados de 2006, lo que da una muestra del tamaño de los canales.

ESTADÍSTICAS DE EMPLEADOS DURANTE 2006	
Trabajadores Efectivos (ETP) al 31 de diciembre de 2006	10,997
De los cuales:	
France 2:	2,091
France 3:	5,340
France 5	251
France 4	27
RFO	1,989
France Télévisions Publicité	228
France Télévisions Distribution	65

* http://www.francetelevisions.fr/recup_data/recup_2.php?nav_url=5_0&lg=fr&mode=html
<http://www.francetelevisions.fr/data/doc/RapportFinancier2006.pdf>

348 Télévisions

La loi sur l'audiovisuel public promulguée le 2 août 2000, a permis d'une part la création du groupe France Télévisions et d'autre part de la société holding qui coordonne les activités des chaînes.

La société holding France Télévisions a d'abord la responsabilité de définir la stratégie globale du groupe, et à cet effet, de négocier avec l'Etat le contrat d'objectifs et de moyens. Le conseil d'administration de la société holding répartit les moyens financiers publics entre les filiales du groupe et en assure son équilibre financier.

La société holding France Télévisions gère également la conduite des actions de développement ou de diversification, ainsi que la politique globale en matière de programmes : politiques de production, coproductions, acquisitions, harmonisation des grilles ainsi que l'adaptation aux nouvelles technologies.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Internet

La sección 1.3.10 de la *Carta de la Antena* establece que France Télévisions favorece, mediante dispositivos adaptados, el acceso de las personas sordas a los programas que difunden las estaciones, y se refiere también a la misión del grupo de sensibilizar a los telespectadores sobre las dificultades de las personas con alguna discapacidad. Sin embargo, no se encontró una página de accesibilidad en el portal de Internet de France Télévisions.

Cultura de la transparencia

En la página de Internet de France Télévisions pueden consultarse las *Condiciones Generales de Compra del Grupo France Télévisions* (Conditions générales d'achat du groupe France Télévisions)³⁴⁹

France Télévisions recibe gran parte de su financiación a partir de las tasas. Cada año, con ocasión de la votación de la Ley de Finanzas, el Parlamento autoriza la percepción de las tasas y aprueba la repartición de ésta entre los diferentes organismos del sector público que se benefician de ella: France Télévisions, Radio France, Radio France Internationale (RFI), Réseau France Outre-mer (RFO), Arte-France y el Instituto Nacional de los Medios Audiovisuales (INA).

Las tasas se transformaron en 2004 en una contribución fiscal. Este modelo de financiación público es utilizado en la mayor parte de los socios europeos de France Télévisions.

Las tasas no solo sirven para financiar la actividad de France Télévisions, sino también para la financiación del servicio público de radio y televisión en su conjunto. Representan alrededor de las 2/3 partes de sus recursos.³⁵⁰

349 Conditions Generales d'Achat du Groupe France Televisions
http://www.francetelevisions.fr/data/doc/conditions_generales_achat.pdf
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

350 I. La Redevance en France et en Europe
1. Qu'est-ce que la redevance ?

Chaque année, à l'occasion du vote de la loi de finances, le Parlement autorise la perception de la redevance et approuve la répartition de celle-ci entre les différents organismes du secteur public qui

El presupuesto anual de 2006 fue de 1 834,3 millones de euros, según lo señala el Reporte Financiero 2006 de France Télévisions.³⁵¹

REPORTE FINANCIERO 2006 En millones de euros		
	2006	2005
Tasas	1 834,3	1 796,8
Publicidad y patrocinio	833,6	780,5
Otros	185,2	149,7
Volumen de negocios (Chiffre d'affaires)	2 853,0	2 727,0
Volumen neto de negocios (Chiffre d'affaires net)	2 856,5	2 711,0
Otros productos de explotación	105,1	74,2
Autres produits d'exploitation		
PRODUCTOS DE EXPLOTACIÓN	2 961,6	2 785,2

Por respeto a los telespectadores y debido a que las cadenas públicas pertenecen a todos, France Télévisions desea explicar claramente la forma en la que el grupo utiliza los recursos de las tasas, así como la lógica sobre la que se basa esta contribución, el principal recurso financiero de las sociedades de servicio público de radio y de televisión.

Es por ello que una vez por año, una cadena del grupo France Télévisions dedica una emisión especial a las tasas y a la utilización que se hace de ellas. El 8 de diciembre de 2003, la edición especial del programa *C dans l'air*, en *France 5*, fue la primera edición de esta serie.³⁵²

en bénéficiant: France Télévisions, Radio France, Radio France Internationale (RFI), Réseau France Outre-mer (RFO), Arte-France et l'Institut National de l'Audiovisuel (INA).

La redevance a été transformée en 2004 en taxe fiscale.

...

Ce modèle de financement public est retenu par la plupart de nos partenaires européens.

2. La redevance est destinée à l'ensemble des entreprises de l'audiovisuel public

La redevance ne sert pas uniquement à financer l'activité du groupe France Télévisions ; elle finance l'ensemble du service public de radio et de télévision ; elle représente environ les 2/3 de leurs ressources.

<http://www.francetelevisions.fr/data/doc/redevance.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

351 <http://www.francetelevisions.fr/data/doc/RapportFinancier2006.pdf>

352 Une Émission Spéciale Redevance

le samedi 27 novembre

France Télévisions et la redevance : où passe votre argent ?

...

Conversión digital

No se encontró esta información en la página de Internet de France Télévisions.

Reino Unido: British Broadcasting Corporation (BBC)

Descripción del medio: www.bbc.co.uk

La BBC se encuentra constitucionalmente establecida por medio del Estatuto Real (*Royal Charter*) que fue otorgado el 19 de septiembre de 2006, entró en vigor el 1 de enero de 2007 y mantendrá sus efectos hasta 2016. El acuerdo que acompaña a dicha carta reconoce la independencia editorial de la BBC y establece las obligaciones públicas que le corresponden.

Los criterios editoriales de la BBC señalan que ésta es independiente de cualquier interés estatal o partidario.³⁵³ Sin embargo, los mismos criterios editoriales precisan que los servicios de radio y televisión, prestados mediante el pago de una renta o mediante subvención, se encuentran sujetos a las regulaciones de la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) respecto a materias tales como la protección de los menores de 18 años, de los daños e infracciones, del crimen, de la religión, de la equidad y de la privacidad.³⁵⁴

Par respect pour le téléspectateur, et parce que les chaînes publiques appartiennent à tous, France Télévisions souhaite expliquer clairement comment le groupe utilise l'argent de la redevance, et quelle logique sous-tend cette taxe, principale ressource financière des sociétés de service public de radio et de télévision.

C'est pourquoi, une fois par an, une chaîne du groupe France Télévisions consacre une émission spéciale à la redevance et à l'utilisation qui en est faite. Le 8 décembre 2003, une édition spéciale de *C dans l'air*, animée par Yves Calvi sur France 5, était la première de cette série.

<http://www.francetelevisions.fr/data/doc/redevance.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

353 Editorial integrity & independence

The BBC is independent of both state and partisan interests. Our audiences can be confident that our decisions are influenced neither by political or commercial pressures, nor by any personal interests.

<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/editorialvalues/editorialintegr.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

354 Ofcom

The BBC's licence fee and grant-in-aid funded television and radio services are subject to the regulation of the Office for Communications (Ofcom) in the following six areas:

Protecting the Under Eighteens

Harm and Offence

Además, los servicios comerciales de la BBC deben cumplir con todas las disposiciones del Código de Transmisiones de la Ofcom (*Ofcom Broadcasting Code*). La Oficina puede imponer diversas sanciones a la BBC como consecuencia del incumplimiento de alguna sección relevante del Código de Transmisiones.³⁵⁵

Según el Capítulo 1 de los criterios editoriales de la BBC (BBC Editorial Guidelines),³⁵⁶ está comprometida a entregar los más altos

Crime

Religion

Fairness

Privacy.

<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/aboutguidelines/ofcom.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

355 In addition the BBC's Commercial Services, whether broadcasting to the UK, or from the UK to our international audiences, must comply with the whole of the Ofcom Broadcasting Code.

The regulator can impose a variety of sanctions on the BBC for breaches of the relevant sections of its Broadcasting Code. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

356 THE BBC's Editorial Values.

The BBC is committed to delivering the highest editorial and ethical standards in the provision of its programmes and services both in the UK and around the world.

We seek to balance our rights to freedom of expression and information with our responsibilities, for example, to respect privacy and protect children.

The BBC Editorial Guidelines are a statement of the values and standards we have set for ourselves over the years. They also codify the good practice we expect from the creators and makers of all BBC content, whether it is made by the BBC itself or by an Independent company working for the BBC and whether it is for:

- radio
- television
- online
- mobile devices
- interactive services
- the printed word.

As different technologies evolve, these guidelines apply to our content whoever produces it and however it is received.

The values and standards outlined in these guidelines should be observed regardless of location. Much of the BBC's output is now available globally. Content producers working on productions for the UK should bear in mind that material they produce may be broadcast back to the country concerned.

Truth and Accuracy

We strive to be accurate and establish the truth of what has happened.

Accuracy is more important than speed and it is often more than a question of getting the facts right. We will weigh all relevant facts and information to get at the truth. Our output will be well sourced, based on sound evidence, thoroughly tested and presented in clear, precise language. We will be honest and open about what we don't know and avoid unfounded speculation.

Impartiality and Diversity of Opinion

We strive to be fair and open minded and reflect all significant strands of opinion by exploring the

estándares editoriales y éticos en el suministro de sus programas y servicios tanto en el Reino Unido como alrededor del mundo.

La BBC busca lograr un equilibrio entre el derecho de libertad de expresión y de información y sus responsabilidades, como el deber de respetar la privacidad y proteger a los niños.

Los criterios editoriales de la BBC consisten en una declaración de valores y estándares que la misma BBC se ha fijado a través de los años. Sus criterios editoriales codifican las buenas prácticas que se espera que cumplan los creadores y los fabricantes de todo su contenido, sea realizado por la propia BBC o por una compañía independiente o para radio, televisión, Internet, aparatos móviles, servicios interactivos o palabra impresa.

range and conflict of views. We will be objective and even handed in our approach to a subject. We will provide professional judgments where appropriate, but we will never promote a particular view on controversial matters of public policy, or political or industrial controversy.

Editorial Integrity and Independence

The BBC is independent of both state and partisan interests. Our audiences can be confident that our decisions are influenced neither by political or commercial pressures, nor by any personal interests.

Serving the Public Interest

We seek to report stories of significance. We will be vigorous in driving to the heart of the story and well informed when explaining it. Our specialist expertise will bring authority and analysis to the complex world in which we live. We will ask searching questions of those who hold public office and provide a comprehensive forum for public debate.

Fairness

Our output will be based on fairness, openness and straight dealing.

Contributors will be treated honestly and with respect.

Privacy

We will respect privacy and will not infringe it without good reason, wherever in the world we are operating. Private behaviour, correspondence and conversation will not be brought into the public domain unless there is a clear public interest.

Harm and Offence

We aim to reflect the world as it is, including all aspects of the human experience and the realities of the natural world. But we balance our right to broadcast and publish innovative and challenging content with our responsibility to protect the vulnerable.

Children

We will always seek to safeguard the welfare of children and young people who contribute to and feature in our content including their right to be heard, wherever in the world we operate. We will also schedule content which might be unsuitable for children appropriately.

Accountability

We are accountable to our audiences and will deal fairly and openly with them. Their continuing trust in the BBC is a crucial part of our contract with them. We will be open in admitting mistakes and encourage a culture of willingness to learn from them.

www.bbc.co.uk/editorialguidelines, Chapter 1, pp. 6- 8. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Según expresan los criterios editoriales de la BBC, los valores y estándares que señalan deben ser observados sin importar la ubicación geográfica, ya que la producción de la BBC se encuentra disponible a nivel global en la actualidad.

Los valores de la BBC son los siguientes:

- *La verdad y la exactitud.* La BBC se esfuerza para ser exacta y establecer la verdad sobre los acontecimientos. La precisión es más importante que la velocidad. La BBC sopesa todos los hechos relevantes y la información para llegar a la verdad. Su producción, por tanto, deberá provenir de buena fuente, basada en evidencias sólidas, examinadas a fondo y presentadas en un lenguaje claro y preciso. Asimismo, la BBC será honesta y expresará abiertamente aquello que desconozca, por lo que evitará realizar especulaciones sin fundamento.
- *Imparcialidad y diversidad de opinión.* La BBC se esfuerza para ser imparcial y mantener una perspectiva abierta para reflejar todas las tendencias de opinión, explorando la diversidad y los conflictos entre las opiniones. La BBC debe ser objetiva y equitativa en el enfoque de todos los temas. Deberá proporcionar opiniones profesionales cuando sea oportuno, sin embargo, no promoverá ningún punto de vista particular sobre asuntos controversiales de política pública o en relación con alguna controversia política o industrial.
- *Integridad e independencia editorial.* La BBC es independiente de cualquier interés estatal o partidario. Su audiencia puede confiar en que las decisiones que ésta toma no se tomaron bajo la influencia de presiones políticas o comerciales, ni de intereses personales.
- *Servir al interés público.* La BBC busca informar historias importantes. Se esforzará por llevar a la audiencia al centro de la historia y de informar bien cuando otorgue una explicación.

Los especialistas de la BBC deberán ser expertos y analizar el mundo complejo en el que vivimos. Asimismo, la BBC deberá realizar preguntas perspicaces a aquellas personas que detenten cargos públicos y proporcionar un foro para el debate público.

- *Equidad.* La producción de la BBC se encuentra basada en la equidad, la franqueza y acuerdos serios. Los colaboradores serán tratados de forma honesta y respetuosa.
- *Privacidad.* La BBC respetará la privacidad y no la infringirá si no existe una razón que lo justifique, sin importar en qué lugar del mundo se encuentre operando. La conducta, la correspondencia y las conversaciones privadas no serán publicadas a menos que exista claramente un interés público para ello.
- *Daños y ofensas.* La BBC busca reflejar el mundo como es, incluyendo todos aquellos aspectos de la experiencia humana y las realidades del mundo natural. La BBC, sin embargo, busca el equilibrio entre su derecho a difundir y a publicar contenidos innovadores y desafiantes y su responsabilidad de proteger a los más vulnerables.
- *Niños.* La BBC siempre buscará proteger el bienestar de los niños y de la gente joven que contribuya y que figure en los contenidos, mediante el respeto a sus derechos incluyendo el derecho a ser escuchados, sin importar el lugar en el mundo el que la BBC opere. Por otro lado, programará los contenidos que puedan ser inapropiados para los niños.
- *Responsabilidad.* La BBC será responsable ante su audiencia, a quien dará un trato abierto y equitativo. La confianza continua de la audiencia en la BBC constituye un elemento crucial del acuerdo de ésta con la primera. Por tanto, la BBC se mantendrá abierta y dispuesta a admitir errores, así como a promover una cultura de buena voluntad para aprender de la audiencia.

Por otro lado, el sitio de Internet de la BBC define el propósito, la visión y los valores de este medio público en los siguientes términos:³⁵⁷

- *Propósito.* Enriquecer la vida de las personas con programas y servicios que informen, eduquen y proporcionen entretenimiento.
- *Visión.* Ser la organización más creativa en el mundo.
- *Valores.*
 - La confianza es la base de la BBC: la BBC es independiente, imparcial y honesta.
 - La audiencia es lo más importante en todas las actividades que realiza la BBC.
 - La BBC se enorgullece de entregar calidad y valor.
 - La creatividad es un elemento vital en la BBC.
 - La BBC mantiene un respeto hacia los otros y celebra la diversidad de tal manera que cada uno pueda hacer su mejor esfuerzo.
 - La BBC es una sola: los mejores³⁵⁸ resultados se tienen cuando la gente de la BBC trabaja en conjunto.

357 BBC purpose

To enrich people's lives with programmes and services that inform, educate and entertain.

Our vision

To be the most creative organisation in the world.

Our values

Trust is the foundation of the BBC: we are independent, impartial and honest.

Audiences are at the heart of everything we do.

We take pride in delivering quality and value for money.

Creativity is the lifeblood of our organisation.

We respect each other and celebrate our diversity so that everyone can give their best.

We are one BBC: great things happen when we work together. <http://www.bbc.co.uk/info/purpose/>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

358 Public purposes

The BBC is a unique institution, owned by the British people and independent of political and commercial interests.

Por otro lado, la BBC mantiene “propósitos públicos” que señala en su sitio de Internet de la forma siguiente:

La BBC es una institución única, propiedad del pueblo británico y ajena a cualquier interés político o comercial. Su propósito, invariable desde hace 80 años, consiste en enriquecer la vida de cada persona en el Reino Unido a través de programas que informen, eduquen y ofrezcan entretenimiento.

La BBC representa una fuerza mayor en la sociedad británica, que aporta calidad de vida a la sociedad en conjunto a través de sus programas y servicios. A fin de lograr lo anterior, la BBC debe ser incluyente y debe, asimismo, esforzarse por ofrecer valor a la gente. Debe influir en la vida de las personas en aquellos aspectos que permitan contribuir a su diversión individual, a su realización personal o a su habilidad para participar en la sociedad.

El punto 4 del *Estatuto Real* establece que la BBC tiene por objetivos los siguientes:

- a) Respaldo a la ciudadanía y a la sociedad civil.
- b) Promover la educación y el aprendizaje.
- c) Estimular la creatividad y la excelencia cultural.
- d) Representar al Reino Unido, sus naciones, regiones y comunidades.
- e) Acercar al Reino Unido con el resto del mundo y a éste con el primero.

The BBC's purpose - largely unchanged in 80 years - is to enrich the life of every person in the UK with programmes that inform, educate and entertain.

The BBC is a major force in UK society, contributing through its programmes and services to the quality of life in our society as a whole. But in order to do this successfully, it must be inclusive and also strive to consistently offer value for people as individuals.

It should touch people's lives in ways that contribute fundamentally to their individual enjoyment, self-fulfilment and ability to participate in our society.

<http://www.bbc.co.uk/info/purpose/>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- f) Mediante la promoción de los demás propósitos que le corresponden, contribuir en el acercamiento de la sociedad a los beneficios que brindan las innovaciones en las tecnologías de la comunicación y los servicios, además de representar el papel de líder en la evolución hacia la televisión digital.³⁵⁹

Asimismo, el punto 5 refiere que las principales actividades de la BBC serán la promoción de sus propósitos públicos a través del suministro de producción (información, educación y entretenimiento) por televisión, radio e Internet, así como a través de servicios similares o relacionados con los anteriores, que ofrezcan producción al público en general incluyendo aquellos que no hayan sido utilizados anteriormente por la BBC o que aún se encuentren en desarrollo.

Trabajo informativo

BBC Editorial Guidelines consiste en una declaración de valores y estándares de la BBC, que codifica las buenas prácticas que deben cumplir los creadores de su contenido.³⁶⁰

359 Royal Charter

4. The Public Purposes

The Public Purposes of the BBC are as follows—

- (a) sustaining citizenship and civil society;
- (b) promoting education and learning;
- (c) stimulating creativity and cultural excellence;
- (d) representing the UK, its nations, regions and communities;
- (e) bringing the UK to the world and the world to the UK;
- (f) in promoting its other purposes, helping to deliver to the public the benefit of emerging communications technologies and services and, in addition, taking a leading role in the switchover to digital television.

5. How the BBC promotes its Public Purposes: the BBC's mission to inform, educate and entertain

(1) The BBC's main activities should be the promotion of its Public Purposes through the provision of output which consists of information, education and entertainment, supplied by means of—

- (a) television, radio and online services;
- (b) similar or related services which make output generally available and which may be in forms or by means of technologies which either have not previously been used by the BBC or which have yet to be developed.

http://www.bbc.co.uk/foi/docs/bbc_constitution/bbc_royal_charter_and_agreement/Royal_Charter_1_January_2007.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

360 The BBC's Editorial Values.

...

The BBC is committed to delivering the highest editorial and ethical standards in the provision of its

Los criterios editoriales de la BBC se refieren a diversos asuntos relacionados con su actividad periodística. Así, el capítulo 3 contiene disposiciones sobre los aspectos siguientes:³⁶¹

- La reunión u obtención de material
- El encuentro de colaboradores
- La toma de notas
- La revisión de hechos

programmes and services both in the UK and around the world.

....

The BBC Editorial Guidelines are a statement of the values and standards we have set for ourselves over the years. They also codify the good practice we expect from the creators and makers of all BBC content, whether it is made by the BBC itself or by an Independent company working for the BBC and whether it is for:

- radio
- television
- online
- mobile devices
- interactive services
- the printed word.

www.bbc.co.uk/editorialguidelines. The BBC's Editorial Values, Chapter 1, p. 6.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

361 BBC Editorial Guidelines

Chapter 3

Accuracy, pp. 16-24.

Gathering material

Finding contributors

Note-taking

Fact checking

Accuracy

Digital manipulation

Identifying sources

Anonymous sources

Use of third party material in news and factual output

Use of library material in news and factual output

Use of library material in dramas and drama

Documentaries

Archive material

Reporting statistics and risks

Correcting mistakes

Checking programmes

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- La veracidad
- La manipulación digital
- La identificación de fuentes
- Las fuentes anónimas
- El uso de material de terceros en la producción histórica y de noticias
- El uso de material bibliográfico en la producción histórica y de noticias
- El uso de material bibliográfico en la producción de drama
- Documentales
- Archivo de material
- Reporte de estadísticas y de riesgos
- Corrección de errores
- Revisión de programas

Por otro lado, el capítulo 4 de los *Criterios Editoriales de la BBC* se refiere a la imparcialidad y a la diversidad de opinión. En este capítulo se tratan asuntos sobre la imparcialidad, los temas controversiales, la imparcialidad y el drama, los programas de punto de vista personal y los sitios de Internet.³⁶²

362 BBC Editorial Guidelines
Chapter 4, pp. 25-34
Impartiality and Diversity of Opinion
Achieving impartiality
“controversial subjects”
Impartiality and drama
Personal view and authored programmes and websites
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

El capítulo 5 del mismo documento se refiere a aspectos relacionados con la equidad, los colaboradores y el consentimiento:

- Los principios editoriales de equidad
- Los colaboradores y el consentimiento informado
- La equidad para los colaboradores
- Derecho de réplica
- Engaño
- Representación de personas (reales) en el drama
- Colaboradores e independencia editorial
- La negativa en la participación
- Renuncia del consentimiento
- Acuerdos de acceso y consentimiento
- Formas de indemnización
- La seguridad de los colaboradores
- El trabajo en el extranjero³⁶³

363 BBC Editorial Guidelines, Chapter 5 Fairness, Contributors and Consent

Fairness editorial principles
Contributors and informed consent
Fairness to contributors
Right of reply
Deception
Portrayal of real people in drama
Fair portrayal in drama
Contributors and editorial independence
Refusals to take part
Withdrawal of consent
Access agreements and consent
Indemnity forms
Safety of contributors
Working abroad
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Otro aspecto relacionado con la actividad periodística de la BBC se refiere a la privacidad. El capítulo 6 de los *Criterios Editoriales de la BBC* trata los temas que se mencionan a continuación:³⁶⁴

- Los principios editoriales de privacidad
- El interés público
- Los lugares públicos y semipúblicos
- La conducta
- El consentimiento
- Grabaciones secretas
- La toma electrónica de notas
- La obtención de noticias diarias
- *Media scrums*

364 BBC Editorial Guidelines, Chapter 6 Privacy
Privacy editorial principles
Public interest
Public and semi-public places
Behaviour
Consent
Privacy mandatory referrals to controller editorial policy
Secret recording
Electronic note-taking
Daily news gathering
Media scrums
Research
Door-stepping for factual programmes with prior approach
Door-stepping for factual programmes without prior approach
Door-stepping for comedy and entertainment programmes
Recording telephone calls for news and factual programmes
Recording on private property
Tag along raids
Reporting suffering and distress
Funerals
Revisiting past events
Use of library material of scenes of suffering, distress and trauma
Missing people
Cctv webcams and other material from outside sources
Personal information
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Investigación
- Grabación en propiedad privada
- Reporte de situaciones de sufrimiento y de desastres
- Funerales
- Alusión de eventos pasados
- Uso de material bibliográfico sobre escenas de sufrimiento, desastre y trauma
- Personas desaparecidas
- CTV Webcams y otros materiales de fuentes externas
- Información personal

El capítulo 7 trata los asuntos relacionados con los reportes de crímenes y de conductas antisociales, entre los que destacan:³⁶⁵

- Principios editoriales sobre el crimen
- Referencias obligatorias sobre el crimen
- El reporte de los crímenes
- Investigaciones sobre el crimen y conductas antisociales importantes

365 BBC Editorial Guidelines, Chapter 7, Crime and Anti-social behaviour

Crime editorial principles
Crime mandatory referrals
Reporting crime
Investigations into crime and serious anti-social behaviour
Disguising identities
Interviews with prisoners
Payments
Paedophiles and other sex offenders
Crime reconstructions
Crime library material
Requests for untransmitted material
Requests for untransmitted material from the police
Requests for transmitted material
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- El “disfraz” de la identidad
- Entrevistas con prisioneros
- Pagos
- Pedófilos y otros delincuentes sexuales
- La reconstrucción de crímenes
- Material bibliográfico sobre crímenes
- Solicitudes de material no transmitido
- Solicitudes de material de la policía no transmitido
- Solicitudes de material transmitido

El capítulo 10 aborda la política y se establecen lineamientos sobre los puntos siguientes:³⁶⁶

366 BBC Editorial Guidelines, Chapter 10, Politics and Public Policy, pp. 93-104.

Principles of political impartiality
Reporting of uk political parties
Political interviews
Interviews with or profiles of party leaders
Political contributors
Payment to mps
Broadcasting of parliament at westminster
Broadcasting of other parliaments and assemblies
Political broadcasts
Ministerial broadcasts
Broadcasting during elections
Reporting uk election and referendum campaigns
Reporting overseas elections
Legal issues and overseas elections
Commissioning opinion polls
Polling methods
Reporting opinion polls
Polls at election times
Surveys
Vox pops
Online voting
Reporting the result of an online vote elsewhere
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Los principios de la imparcialidad política
- Reportajes sobre los partidos políticos en el Reino Unido
- Las entrevistas políticas
- Las entrevistas con líderes de partidos políticos
- Los colaboradores políticos
- Transmisión del Parlamento de Westminster
- Transmisión de otros Parlamentos y Asambleas
- Transmisiones políticas
- Transmisiones ministeriales
- Transmisiones durante las elecciones
- Reportaje de las campañas de elecciones y de referéndum
- Reportaje de las elecciones en el extranjero
- Asuntos legales y elecciones en el extranjero
- Sondeo de opinión
- Encuestas
- *Vox pops*
- Votación online
- Reportaje de los resultados de las votaciones online

El Capítulo 11 trata sobre los asuntos relacionados con el terrorismo y la guerra:

- Guerra, terror y emergencias

- La Ley sobre terrorismo de 2000
- Terrorismo y engaños
- Secuestros, toma de rehenes y estado de sitio
- Seguridad nacional
- Emergencias nacionales e internacionales
- Manifestaciones, disturbios y motines
- Ambientes hostiles, actividades y eventos de alto riesgo ³⁶⁷

Contenidos y producción

En el capítulo 8 de los *Criterios Editoriales* de la BBC, titulado "Daños e infracciones" (*Harm and Offence*) es posible encontrar disposiciones específicas sobre los asuntos siguientes:³⁶⁸

367 BBC Editorial Guidelines, Chapter 11, pp. 105-112.

War, terror and emergencies

War

Mandatory referrals to controller editorial policy

Terror

The terrorism act 2000

Threats and hoaxes

Staged events

Hijacking, kidnapping, hostage taking and sieges

National security

National and international emergencies

Demonstrations, disturbances and riots

Hostile environments, high risk activities and events

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

368 A continuación enunciamos el índice de los asuntos que trata el Capítulo 8 de los Criterios Editoriales de la BBC:

BBC Editorial Guidelines, Chapter 8, Harm and Offence

Harm and offence editorial principles

Audience expectations

Sign posts and content information

Scheduling of programme trails

Television and the watershed

News channels

Radio and online

Children and dangerous imitation

- Principios editoriales sobre los daños e infracciones.
- Expectativas de la audiencia
- Información sobre los contenidos
- Horario de la programación
- Nuevos canales
- Radio e Internet
- Los niños e imitaciones peligrosas
- Violencia
- Violencia y la protección de los niños
- Violencia contra los animales
- Desnudez
- Sexo
- Lenguaje

Violence
Violence and the protection of children
Violence against animals
Nudity
Sex
Language
Portrayal
Alcohol, smoking, solvent and drug abuse and illegal drugs
Suicide, attempted suicide and self-harm
Safety and the law
Tragic events
Hypnotism
Exorcism, the occult and the paranormal
Acquired programmes
Flashing images, strobing and photo sensitive epilepsy
Images of very brief duration
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Imágenes y gráficos³⁶⁹
 - Abuso del alcohol, tabaco, solventes y drogas.
 - Suicidio, tentativa de suicidio y daños a sí mismo
 - La seguridad y la ley
 - Eventos trágicos
 - Hipnotismo
 - Exorcismo, temas ocultos y lo paranormal
 - Programas adquiridos
 - Proyección de imágenes y epilepsia
 - Imágenes de corta duración

Por otro lado, el Capítulo 18 del mismo documento señala directrices sobre los siguientes temas:

- La protección de los menores de 18 años
- Los daños y las infracciones
- Crimen
- Religión

369 BBC Editorial Guidelines, Chapter 18, of Com Broadcasting Code, pp. 161-200.

Protecting the under eighteens

Harm and offence

Crime

Religion

Due impartiality and due accuracy and undue prominence of

Views and opinions

Elections and referendums

Fairness

Privacy

Sponsorship

Commercial references and other matters

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- La imparcialidad y la exactitud
- Perspectivas y opiniones
- Elecciones y referendums
- Equidad
- Privacidad
- Financiación publicitario
- Referencias comerciales y otros asuntos

Programación

El Capítulo 9 de los *Criterios Editoriales* se encuentra destinado a regular los aspectos relacionados con los niños. Dentro de este capítulo es posible encontrar información muy variada y completa sobre rubros específicos:³⁷⁰

- Principios editoriales sobre los niños
- Políticas de protección de los niños
- Los niños y el consentimiento
- Contribuciones de los niños y de los adolescentes
- Anonimato

370 BBC Guidelines, Chapter 9, pp. 87-92.

Children

Children editorial principles

Bbc child protection policy

Children and consent

Contributions from children and young people

Anonymity

Online child protection

Children, online content and links

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Protección de los niños por Internet
- Niños, contenido en Internet y vínculos (links)

Cabe señalar que el capítulo 18 trata también el tema de la protección de los menores de 18 años.³⁷¹

La BBC mantiene el criterio según el cual debe respetar y reflejar todas las sensibilidades nacionales y regionales diferentes que existen en el Reino Unido. Así, existen diferencias entre los poderes de Westminster, el Parlamento Escocés y las Asambleas de Gales y de Irlanda del Norte. También existen diferencias entre los sistemas legales de las naciones, así como en el suministro de educación y de servicios de salud y sociales. Por tanto, la BBC considera que debe ser consistente y precisa en su cobertura, así como evitar estereotipos o clichés.

Cualquier productor de contenido que pretenda realizar algún programa sobre Irlanda del Norte o algún proyecto relacionado con la República de Irlanda, debe discutir su propuesta con el Interventor de Irlanda del Norte. De manera similar, los productores de contenido que se encuentren fuera de Escocia y de Gales deben informar por escrito al Interventor correspondiente sobre los planes que tengan para la producción de programas que traten de forma significativa temas relacionados con esas naciones.³⁷²

371 BBC Editorial Guidelines, Chapter 18, of Com Broadcasting Code, First Part, pp. 162-168.
Protecting the under eighteens

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

372 Guidelines Chapter Two. Page 12.

Nations & regions

In the UK there are different national and regional sensitivities which we should respect and reflect. There are differences in the powers of Westminster, the Scottish Parliament and the assemblies of Wales and Northern Ireland. There are also big differences in the legal systems in the nations, as well as in the provision of education, health and social services. We must be both accurate and consistent in our coverage and avoid stereotypes or clichés.

Any content producers intending to produce programmes about Northern Ireland or significant projects involving the Republic of Ireland, should discuss their proposals an early stage with Controller Northern Ireland. Similarly, content producers outside Scotland and Wales should inform the Controller of the relevant nation in writing of their plans to produce programme material which significantly deals with national issues or themes, or which is based in the relevant nation.

<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/aboutguidelines/nationsandregio.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Oferta mediática nacional			
Televisión	Radio	English Regions	Internet
BBC One	Radio 1	Scotland	bbc.co.uk
BBC Two	1Xtra	Wales	The BBC Channel on
BBC Three	Radio 2	Northern Ireland	YouTube (disponible
BBC Four	Radio 3		solo en el Reino
CBBC	Radio 4		Unido)
CBeebies	Radio 5 Live		
BBC News 24	5 Live Sports Extra		
BBC Parliament	6 Music		
BBCi	BBC 7		
BBC iPlayer	Asian Network		
Community Channel			
Oferta mediática internacional	BBC World Service		
	BBC America		
	BBC Canada		
	BBC Food		
	BBC Kids (Canada)		
	BBC Prime		
	BBC World		
	Animal Planet		
	People+Arts		
	UKTV		
	UKTV Gold		
	Dave (antes UKTV G2)		
	UKTV Drama		
	UKTV Style		
	UKTV Food		
	UKTV Bright Ideas		
	UKTV Style Gardens		
	UKTV Documentary		
	UKTV People		
	UKTV History		
	UK.TV (Australia)		
	BBC Worldwide on YouTube		

Relación con las audiencias

El capítulo 15 de los Criterios Editoriales de la BBC está dedicado a la interacción de la BBC con su audiencia. Se abordan los principios editoriales de tal interacción, la participación por teléfono de la audiencia en los programas de la BBC, los servicios telefónicos, líneas de información de eventos, los aparatos móviles, los concursos,

los premios, las publicaciones de la BBC, los servicios de televisión interactivos, las votaciones y los juegos.³⁷³

El capítulo 17 también se refiere a los medios de quejas de los que dispone la audiencia de la BBC. Dentro de éste se tratan temas tales como la retroalimentación y las quejas, las cartas y artículos para publicación y la unidad de quejas editoriales, entre otros.³⁷⁴

Los criterios editoriales de la BBC refieren que el Consejo de Gobernadores tiene la responsabilidad de aprobar la estrategia de las actividades de la BBC, regular los asuntos sobre su contenido, asegurar que la BBC cumpla con sus obligaciones de competencia comercial leal, guiar una serie de revisiones de los servicios de la BBC, que sean transparentes e independientes, incluyendo asuntos propuestos por la audiencia, entre otras.

Asimismo, los criterios editoriales de la BBC establecen que los Gobernadores se encuentran respaldados por la Unidad de Gobierno, la cual es independiente de la administración de la BBC. Los Gobernadores recurren al respaldo de una amplia red de cuerpos de consejo externo, que proporcionan asesoría sobre los servicios de la BBC en diferentes partes del Reino Unido. Éstos incluyen los

373 BBC Editorial Guidelines, Chapter 15, Interacting with our Audiences, pp. 137-146.

Interactivity editorial principles

Phone-in programmes

Telephone services

Event information lines

Mobile devices

Competitions

Prizes

Jointly run competitions

Bbc publications

Interactive tv services

Voting

Games

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

374 BBC Editorial Guidelines, Chapter 17, Accountability, PP. 157-160.

Board of governors

Feedback and complaints

Letters and articles for publication

Editorial complaints unit

Governors' programme complaints appeals committee (gpcc)

Keeping content

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Consejos de Transmisión para Escocia, Gales e Irlanda del Norte así como los Consejos Consultivos ingleses regionales y locales.³⁷⁵

La BBC cuenta con *BBC Magazines*, que es la tercera casa editorial más grande del Reino Unido pues vende cerca de 100 millones de ejemplares, contando todas sus diversas publicaciones, de manera anual. Uno de cada cuatro adultos en el Reino Unido lee una revista de la BBC por mes. Las publicaciones periódicas (revistas) de la BBC son las siguientes:

Adultos	<i>BBC Countryfile</i>
	<i>BBC History Magazine</i>
	<i>BBC Music Magazine</i>
	<i>BBC Wildlife Magazine</i>
	<i>Easy Cook</i>
	<i>Focus</i>
	<i>Gardeners' World</i>
	<i>Gardens Illustrated</i>
	<i>Good Food</i>
	<i>Good Homes</i>
	<i>Homes&Antiques</i>
	<i>How to be Better Off</i>
	<i>olive</i>
	<i>Radio Times</i>
	<i>Sky at Night Magazine</i>
<i>Top Gear</i>	
<i>Who Do You Think You Are?</i>	
<i>World Cup 2006: A Match of the Day special</i>	
Adolescentes	<i>Top Of The Pops</i>

375 Editorial Guidelines

Board of Governors

The Board of Governors Act as the trustees of the public interest. Among the Governors' responsibilities are:

- approving the remit and strategy for all the BBC's activities.
- regulating the BBC on content issues, in particular impartiality and accuracy.
- ensuring the BBC meets its fair trading obligations.
- leading a series of transparent, independent reviews of BBC services, including issues raised by audiences.
- appointing the BBC's Director General.
- publishing the BBC's Annual Report.

-ensuring that complaints are properly handled by the BBC (including taking appeals on editorial complaints handled by the Editorial Complaints Unit and Divisional Directors).

They are supported by the Governance Unit which is independent of BBC senior management.

The Governors draw on the support of a broad network of external advisory bodies to provide advice on the BBC's services for different parts of the UK. These include the Broadcasting Councils for Scotland, Wales and Northern Ireland, and Regional and Local Advisory Councils for the English Regions

<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/accountability/boardofgovernor.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Pre-Adolescentes	<i>All About Animals</i> <i>Amy</i> <i>Doctor Who Adventures</i> <i>Girl Talk</i> <i>Girl Talk Extra</i> <i>Robin Hood Adventures</i> <i>W.I.T.C.H.</i>
Educativas	<i>Learning is Fun!</i> <i>Learn with Bob the Builder</i>
Pre-Escolares	<i>Balamory</i> <i>Bob the Builder</i> <i>CBeebies Weekly Magazine</i> <i>Charlie and Lola</i> <i>Fifi and the Flowertots</i> <i>Fimbles</i> <i>In the Night Garden</i> <i>Me too!</i> <i>Teletubbies</i> <i>Toybox</i> <i>Tweenies</i> <i>Underground Ernie</i>

Publicidad y patrocinios

El capítulo 13 de los *Criterios Editoriales* de la BBC se refiere a los siguientes aspectos:³⁷⁶

- Integridad editorial y los principios de la integridad editorial
- Colocación del producto
- La importancia del producto
- Material promocional proporcionado por cuerpos externos

376 BBC Editorial Guidelines, Chapter 13, Editorial Integrity and Independence, pp. 117-128.

Editorial integrity and independence editorial principles
 Promotional material/stories supplied by outside bodies
 Online links to third party websites
 Bbc commercial channels and services
 References to commercial products related to bbc programmes and services
 Trails for commercial products related to bbc programmes
 Advertising and the bbc brand
 Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Vínculos en Internet a sitios de terceros
- Referencias a productos comerciales relacionados con los programas y servicios de la BBC
- Publicidad y la marca BBC

Gestión y dirección

Según lo prescribe el punto 10 del *Estatuto Real*, el presidente de la BBC es el presidente del *BBC Trust*,³⁷⁷ que representa los intereses de las personas pagadoras de las tasas correspondientes y tiene por función establecer la estrategia global de la BBC.

El punto 15 (1) del *Estatuto Real* establece que los miembros del *BBC Trust* serán nombrados mediante un mandato o resolución de Consejo (*Order in Council*), la cual especificará el período durante el cual se detendrá el cargo, que no podrá ser mayor a cinco años. Los miembros del *BBC Trust* (incluido el Presidente) podrán ser reelectos para ocupar el cargo por un período adicional (no mayor a cinco años) que señale un mandato o resolución de Consejo (punto 15 (2) del *Estatuto Real*).³⁷⁸

El Presidente de la BBC (así como los demás miembros del *BBC Trust*) recibirán una remuneración cuyo monto será determinado por

377 Royal Charter

10. The Chairman of the BBC

The Chairman of the Trust may also be known as the Chairman of the BBC. In view of article 8, this is an honorary title, as the members of the BBC will never act as a single corporate body, but only as members of the Trust or Board to which they belong.

http://www.bbc.co.uk/foi/docs/bbc_constitution/bbc_royal_charter_and_agreement/Royal_Charter_1_January_2007.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

378 15. Length of terms

(1) The Order in Council which appoints a Chairman, Vice-Chairman or ordinary member of the Trust shall specify the period for which he is being appointed. No period longer than five years may be specified.

(2) A serving Chairman, Vice-Chairman or ordinary member may at any time be re-appointed by Order in Council for any further period specified in the Order. Such a further period may not be longer than five years. This power may be exercised with effect from a date other than that on which the previous term would have expired. http://www.bbc.co.uk/foi/docs/bbc_constitution/bbc_royal_charter_and_agreement/Royal_Charter_1_January_2007.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

la Secretaría de Estado. Asimismo, la BBC pagará a los miembros del *BBC Trust* cantidades adicionales por concepto de pensión o algún otro tipo de subvención similar.³⁷⁹

El Presidente de la BBC puede cesar en el cargo en virtud de la actualización de alguno de los siguientes supuestos:³⁸⁰

1. La expiración del período para el cual haya sido nombrado.
2. La renuncia que realice mediante la notificación correspondiente a la Secretaría de Estado.
3. La terminación de su nombramiento en virtud de un mandato o resolución de Consejo.

379 Royal Charter

17. Remuneration of members

Members of the Trust shall be remunerated by the BBC at a rate determined by the Secretary of State.

18. Members' pensions, allowances and gratuities

The BBC shall pay, or make provision for paying, to or in respect of any member of the Trust, such amounts (if any) by way of pension, allowances or gratuities as the Secretary of State may determine.

380 Royal Charter

16. Termination of office

A member of the Trust (whether Chairman, Vice-Chairman or ordinary member) shall cease to hold his office—

(a) on the expiration of the period for which he had most recently been appointed (see article 15);

(b) if he resigns by written notice to the Secretary of State;

(c) if his appointment is terminated by Order in Council;

(d) if—

(i) he becomes bankrupt,

(ii) his estate is sequestrated,

(iii) he grants a trust deed for his creditors, or

(iv) he makes any arrangement or composition with his creditors generally;

(e) if he is, or may be, suffering from mental disorder and either—

(i) he is admitted to hospital in pursuance of an application for admission for treatment under the Mental Health Act 1983 or, in Scotland, an application for authorisation for detention in hospital under the Mental Health (Care and Treatment) (Scotland) Act

2003, or

(ii) an order is made by a court having jurisdiction (whether in Our United Kingdom or elsewhere) in matters concerning mental disorder for his detention or for the appointment of a receiver, curator bonis, or other person to exercise powers with respect to his property or affairs; or

(f) if—

(i) he fails to attend meetings of the Trust continuously for three months or longer without the consent of the Trust, and

(ii) the Trust resolves that his office be vacated.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

4. En el supuesto de que sea insolvente (se encuentre en bancarota), de que su patrimonio sea embargado, de que otorgue un contrato fiduciario a sus acreedores o de que realice cualquier arreglo o convenio con sus acreedores.
5. En el caso en que sufra, o exista la posibilidad de que sufra, algún desorden mental e ingrese a un hospital en cumplimiento de una solicitud de admisión para tratamiento prevista por la Ley de Salud Mental de 1983, o de una solicitud de autorización para detención en hospital prevista por la Ley de Salud Mental (Cuidado y Tratamiento) de Escocia.
6. En el caso de que sufra, o exista la posibilidad de que sufra, algún desorden mental y exista una orden judicial expedida por tribunal competente respecto de la detención o del nombramiento de un síndico, administrador u otra persona, a fin de que ejerza poderes respecto de la propiedad del *BBC Trust*.
7. Cuando deje de asistir a las reuniones del *BBC Trust* de manera continua durante tres meses o más, sin el consentimiento de éste último.
8. Cuando el *BBC Trust* resuelva que su cargo sea desocupado.

El punto 7 del *Estatuto Real* trata sobre el *BBC Trust* y el Consejo Ejecutivo de la BBC. Ambos cuerpos desempeñan un papel importante en la BBC. El primero tiene por función establecer la estrategia general de la BBC, incluyendo sus prioridades, aunque deba mantenerse ajeno al trabajo de su Consejo Ejecutivo y realizar su función en nombre del interés público, particularmente del interés de las personas pagadoras de las tasas. Por su parte, el Consejo Ejecutivo es responsable de la entrega de los servicios de la BBC de conformidad con las prioridades establecidas por el *BBC Trust* y de todos aquellos aspectos de la gestión operativa.³⁸¹

381 Royal Charter

7. Introduction

Within the BBC, there shall be a BBC Trust and an Executive Board of the BBC.

These two bodies shall each play important, but different, roles within the BBC. In summary, the main roles of the Trust are in setting the overall strategic direction of the BBC, including its priori-

Por otro lado, el punto 9 del mismo *Estatuto Real* establece que el *BBC Trust* debe mantener su independencia respecto del Consejo Ejecutivo.

El *BBC Trust* es el cuerpo soberano de la BBC³⁸² y, de conformidad con el punto 12 del Estatuto, su nombre -*BBC Trust*- sugiere una corporación que mantiene sobre sí la confianza pública, como guardián del interés público. El mismo punto 12 del documento señala que el término “trust”, en este contexto, no se refiere al concepto legal que le corresponde (como fideicomiso) y que no tiene por objeto llevar a la suposición de que los miembros del *BBC Trust* funjan como fideicomisarios de alguna propiedad o que se encuentren sujetos a lo dispuesto por las leyes que regulan los fideicomisos.³⁸³

El *BBC Trust* se encuentra conformado por un Presidente, un Vicepresidente y un número de miembros ordinarios (diez, a menos que sea fijado un número diferente en virtud de un mandamiento del Consejo). Todos los miembros son designados mediante un

ties, and in exercising a general oversight of the work of the Executive Board. The Trust will perform these roles in the public interest, particularly the interest of licence fee payers. The Executive Board has responsibility for delivering the BBC’s services in accordance with the priorities set by the Trust and for all aspects of operational management, except that of the Trust’s resources. Further details of the respective functions of the Trust and Executive Board are set out below and may also be addressed in a Framework Agreement. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

382 Royal Charter

9. Relationship between the Trust and the Executive Board

(1) The Trust must maintain its independence of the Executive Board.

(2) The Trust shall be the sovereign body within the BBC, in the sense that wherever it has a function under this Charter or any Framework Agreement, it may always fully exercise that function as it sees fit and require the Executive Board to act in ways which respect and are compatible with how the Trust has seen fit to exercise that function. In particular, where the Executive Board has operational responsibility for activities which are subject to a Trust function of approval, supervision, review or enforcement, any decision of the Trust in exercise of such a function shall be final within the BBC. (Of course, in certain areas, the activity in question may also be subject to regulation by external bodies, such as Ofcom.)

(3) However, the Trust must not exercise or seek to exercise the functions of the Executive Board.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

383 Royal Charter

The BBC Trust

12. Legal nature of the Trust

The word “trust” is used in the name of the BBC Trust in a colloquial sense, to suggest a body which discharges a public trust as guardian of the public interest. The word is not used in its technical legal sense, and it is not intended to imply that the members of the Trust are to be treated as trustees of property or to be subject to the law relating to trusts or trustees. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

mandamiento de Consejo.³⁸⁴ El Vicepresidente funge como Presidente cuando el cargo de éste se encuentra vacante y hasta que un nuevo Presidente es electo.

Por otro lado, según lo prescribe el punto 14 del *Estatuto Real*, deben ser nombrados, mediante mandamiento de Consejo, cuatro miembros ordinarios del *BBC Trust* de la siguiente manera:³⁸⁵

1. Un miembro ordinario de Inglaterra
2. Un miembro ordinario de Escocia
3. Un miembro ordinario de Gales
4. Un miembro ordinario de Irlanda del Norte.

384 Royal Charter

Constitution of the Trust

13. Composition of the Trust

(1) The Trust shall consist of a Chairman, a Vice-Chairman, and a number of ordinary members.

(2) The number of ordinary members shall be ten (including those designated under article 14), unless a different number is fixed by Order in Council. It shall not be necessary to fix a lower number by Order in Council merely to reflect the existence of a vacancy which is intended to be filled by a further appointment in due course.

(3) The Chairman, Vice-Chairman and ordinary members of the Trust shall be appointed by Order in Council. The selection of persons for appointment as ordinary members of the Trust shall take account of the need for designations to be made under article 14.

(4) Whenever the office of Chairman is vacant, the Vice-Chairman shall be "Acting Chairman" with all the powers of the Chairman until a new Chairman is appointed. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

385 Royal Charter

14. Trust members for the nations

(1) Four ordinary members of the Trust shall respectively be designated—

- (a) the Trust member for England;
- (b) the Trust member for Scotland;
- (c) the Trust member for Wales; and
- (d) the Trust member for Northern Ireland.

(2) Such designations shall be made by Order in Council. They may be made either at the same time that the person concerned is appointed to be an ordinary member of the Trust or at any time while he remains an ordinary member. A designation has effect until superseded by a fresh designation or until the designated person ceases to be a member of the Trust.

(3) Each person to be designated under this article shall be suitably qualified by virtue of—

- (a) his knowledge of the culture, characteristics and affairs of the people in the nation for which he is to be designated, and
- (b) his close touch with opinion in that nation.

(4) For the purposes of this article, "England" includes the Channel Islands and the Isle of Man and references to "nation" shall be interpreted accordingly.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Los cuatro miembros ordinarios antes mencionados deben ser designados tomando en consideración su idoneidad de conformidad con su conocimiento de la cultura, características y asuntos de la gente de la nación a la que pertenecen y a su acercamiento a la opinión pública.

El *BBC Trust* se reúne para la operación de sus negocios y asuntos y debe expedir mandatos u órdenes de comité acerca de la convocatoria, notificación, tiempo, lugar, *quorum*, administración y aplazamiento de sus asambleas, incluyendo disposiciones sobre el ejercicio del voto de calidad. Los mandatos u órdenes de comité podrán contener disposiciones sobre las asambleas del *BBC Trust*, según las cuales éstas puedan realizarse de tal manera que los miembros que se encuentren en un lugar distinto puedan participar en ellas aún sin estar físicamente presentes (por ejemplo, a través de conferencias telefónicas o de video).³⁸⁶ Sin embargo, es importante señalar también que el *Estatuto Real* de la BBC contempla la creación de Comités del *BBC Trust*, constituidos por los mismos miembros de éste último y a los cuales pueden delegarse las funciones del *BBC Trust*, incluyendo la toma de decisiones.³⁸⁷

Dentro de las obligaciones principales del *BBC Trust* se encuentran las siguientes:³⁸⁸

386 Royal Charter

How the Trust Operates

19. Meetings of the Trust

(1) The Trust shall meet for the transaction of its business and affairs.

(2) The Trust must make standing orders dealing with the summoning, notice, time, place, quorum, management and adjournment of its meetings, including provision for the exercise of a casting vote.

(3) The standing orders may make provision for meetings of the Trust to be held in circumstances in which members participate without being physically present in the same place as other participating members (for example, by means of telephone or video conferencing). Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

387 Royal Charter

20. Committees of the Trust

(1) The Trust may set up committees of the Trust.

(2) The number, remit and composition of such committees are a matter for the Trust, but no such committee shall include anyone who is not a member of the Trust.

(3) The Trust may delegate particular functions, including decision-taking, to such a Committee on such terms and conditions as it thinks fit. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

388 Royal Charter

23. General duties

In exercising all its functions, the Trust must act in the public interest and, in particular, it must—

1. Representar los intereses de las personas pagadoras de las tasas.
2. Asegurar el mantenimiento de la independencia de la BBC.
3. Evaluar cuidadosa y apropiadamente el punto de vista de las personas pagadoras de las tasas.
4. Ejercer una administración rigurosa del dinero público.
5. Tomar en consideración el impacto competitivo de las actividades de la BBC en el mercado general.
6. Garantizar que la BBC cumpla con altos estándares de franqueza y transparencia.

Las principales funciones del BBC Trust se encuentran señaladas en el punto 24 (1) del *Estatuto Real* y consisten en lo siguiente:

1. Determinar la estrategia general de dirección de la BBC dentro del marco que señala el Estatuto Real y el acuerdo (*Framework Agreement*).
2. Aprobar estrategias y presupuestos de alto nivel respecto de los servicios de la BBC y sus actividades en el Reino Unido y en el extranjero.
3. Determinar el rendimiento del Consejo Ejecutivo en la entrega de los servicios y actividades de la BBC.³⁸⁹

-
- (a) represent the interests of licence fee payers;
 - (b) secure that the independence of the BBC is maintained;
 - (c) carefully and appropriately assess the views of licence fee payers;
 - (d) exercise rigorous stewardship of public money;
 - (e) have regard to the competitive impact of the BBC's activities on the wider market; and
 - (f) ensure that the BBC observes high standards of openness and transparency.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

389 Royal Charter

24. Functions of the Trust

(1) The Trust has the general function of—

- (a) setting the overall strategic direction for the BBC within the framework set by this Charter and any Framework Agreement;
- (b) approving high-level strategy and budgets in respect of the BBC's services and activities in the

Ahora bien, el Consejo Ejecutivo de la BBC se encuentra conformado por miembros ejecutivos y no ejecutivos, cuyo número es determinado por el mismo Consejo, con aprobación del *BBC Trust*. Sin embargo, los miembros no ejecutivos deben ser mínimo cuatro, o bien, de manera tal que el número de miembros no ejecutivos siempre debe ser no menor a una tercera parte, ni igual o superior a la mitad de los miembros ejecutivos del Consejo.³⁹⁰

El Presidente del Consejo Ejecutivo es designado por el *BBC Trust*, quien señala si el Presidente del Consejo fungirá en calidad de miembro ejecutivo o no ejecutivo. Un Presidente del Consejo no ejecutivo puede ser electo de entre los miembros no ejecutivos del Consejo, sin embargo, dicho Presidente puede no pertenecer al Consejo con anterioridad, por lo que, en este caso, fungirá como Presidente no ejecutivo. Por otro lado, el punto 29 (4) del *Estatuto Real* establece que solamente el Director General puede ser nombrado para fungir como Presidente ejecutivo.³⁹¹

UK and overseas; and

(c) assessing the performance of the Executive Board in delivering the BBC's services and activities and holding the Executive Board to account for its performance.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

390 Royal Charter

The Executive Board

Constitution of the Executive Board

28. Composition of the Executive Board

(1) The Executive Board shall consist of executive and non-executive members.

(2) Subject to the overarching requirements of paragraph (3), the total number of Board members, and the respective numbers of executive and non-executive members, shall, so far as practicable, be as determined by the Executive Board with the approval of the Trust.

(3) So far as practicable—

(a) there must always be at least four non-executive members, and

(b) the total number of non-executive members must never fall below one third nor be equal to or exceed one half of the total membership of the Board.

(4) In paragraphs (2) and (3), We say "so far as practicable" to recognise the fact that sometimes a member might cease to hold office suddenly or at short notice (such as through death or resignation) and that it may take some time before a replacement can be appointed. As long as he is replaced as soon as is practicable, it does not matter that the composition of the Board deviates from the norm in the meanwhile. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

391 Royal Charter

29. How the Chairman of the Executive Board is appointed

(1) The Chairman of the Executive Board shall be appointed by the Trust.

(2) When appointing the Chairman, the Trust must appoint him to serve in either an Executive or a non-executive capacity.

(3) A non-executive Chairman may, but need not, be appointed from among the existing non-executive members of the Executive Board. If he is not already a member of the Board, he becomes a non-executive member by virtue of his appointment to serve as the Chairman in a non-executive capacity.

El Consejo Ejecutivo de la BBC tiene por funciones las siguientes:³⁹²

1. La entrega de los servicios de la BBC de conformidad con las prioridades establecidas en los informes desarrollados sobre los propósitos de la BBC, así como en el marco de los permisos de servicios.
2. La dirección de la producción editorial y creativa de la BBC.
3. La administración operativa de la BBC (excepto la Unidad del *BBC Trust*).
4. Asegurar el cumplimiento de todos los requisitos legales y reglamentarios que corresponden a la BBC, a menos que tal cumplimiento se refiera a asuntos competencia del *BBC Trust* o de la Unidad del *BBC Trust*.
5. Asegurar el cumplimiento de los requisitos que debe cumplir el Consejo Ejecutivo por mandato del *BBC Trust*.

(4) Only the Director General can be appointed to serve as the Chairman in an executive capacity.
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

392 Royal Charter

Role of the Executive Board

38. Functions of the Executive Board

(1) The Executive Board is the executive body of the BBC and is responsible for—

(a) the delivery of the BBC's services in accordance with the priorities set by purpose remits and the framework set by service licences and any other strategies;

(b) the direction of the BBC's editorial and creative output;

(c) the operational management of the BBC (except the *BBC Trust Unit*);

(d) ensuring compliance with all legal and regulatory requirements placed upon the BBC (including the initial handling of complaints about the BBC) except to the extent that they relate to the affairs of the Trust or the *BBC Trust Unit*;

(e) ensuring compliance with requirements placed upon the Executive Board by the Trust (for example, through Protocols or the Trust's statement of policy on fair trading);

(f) making proposals to the Trust for anything which is for the Trust to approve under article 24(2)

(a), (d) or (e);

(g) appointing, and holding to account, the management of the BBC and its subsidiaries;

(h) the conduct of the BBC's operational financial affairs (except those relating directly to the affairs of the Trust and the *BBC Trust Unit*) in a manner best designed to ensure value for money; and

(i) accounting to the Trust for its own performance and the performance of the BBC and its subsidiaries.

(2) In addition, the Executive Board has all the functions expressly or impliedly conferred upon it elsewhere by or under this Charter or any Framework Agreement.

(3) In the exercise of its functions, the Executive Board shall be subject to the Trust as set out in article 9. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

6. Realizar propuestas al *BBC Trust* respecto de cualquier asunto que corresponda aprobar a este último.
7. Nombrar y mantener el funcionamiento de la administración de la BBC y de sus subsidiarias.
8. La dirección de los asuntos operativos financieros de la BBC (excepto de los que corresponden al *BBC Trust* y a la Unidad del *BBC Trust*).
9. Informar al *BBC Trust* sobre su desempeño así como el de la BBC y sus subsidiarias.
10. Las demás que, de forma expresa o implícita, señalen tanto el Estatuto Real como el o los Acuerdos (*Framework Agreement*).

Asimismo, el *Estatuto Real* señala que habrá un Director General en la BBC, quien será el jefe ejecutivo de la BBC y el redactor jefe de la BBC. Como tal, el Director General será responsable de la producción editorial y creativa de la BBC.³⁹³

El *BBC Trust* trabaja con Consejos de la Audiencia con el objeto de comprender las necesidades y preocupaciones del público. El artículo 39 del Estatuto Real establece que los propósitos de los Consejos de la Audiencia consistirán en aportar las diferentes perspectivas de los pagadores de las tasas, a fin de relacionarlas con el trabajo de la BBC, a través del vínculo con comunidades diversas en el Reino Unido.³⁹⁴

393 Organisation

40. The Director General

(1) There shall be a Director General of the BBC.

(2) The Director General shall be the chief executive officer of the BBC. He shall be an executive member of the Executive Board and may be its chairman (see article 29).

(3) The Director General shall also be the editor-in-chief of the BBC. As such, he shall be accountable for the BBC's editorial and creative output. Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

394 Royal Charter

Audience Councils

39. Audience Councils

(1) There shall be Audience Councils the purpose of which is to bring the diverse perspectives of licence fee payers to bear on the work of the Trust, through the Councils' links with diverse com-

Los Consejos de la Audiencia deben utilizar el compromiso y el entendimiento que mantienen con las comunidades para aconsejar al *BBC Trust* sobre la promoción adecuada de los propósitos públicos de la BBC, desde la perspectiva de los pagadores de las tasas en las diferentes partes del Reino Unido.

La BBC debe tener cuatro Consejos de la Audiencia, que deben corresponder a las cuatro naciones respecto de las cuales son nombrados los miembros del *BBC Trust*. Cada uno debe ser presidido por el miembro del *BBC Trust* que represente a la nación correspondiente.

Además, según lo prescribe el artículo 39 (4) del documento, deben existir mecanismos dentro de la BBC que permitan reunir a miembros de los diferentes Consejos, para que determinen conjuntamente en qué grado la BBC sirve a la audiencia mediante la promoción de los propósitos públicos.

La red de miembros en todos los niveles de los Cuatro Consejos de la Audiencia deben ser seleccionados para asegurar que reflejen la diversidad del Reino Unido, que mantengan relación con las comunidades y que sean capaces de tener una perspectiva sobre cómo deben promocionarse los propósitos públicos de la BBC.

Los Consejos de la Audiencia tienen las siguientes responsabilidades:³⁹⁵

munities, including geographically-based communities and other communities of interest, within the UK.

(2) The Councils must use their engagement with and understanding of communities to advise the Trust on how well the BBC is promoting its Public Purposes from the perspective of licence fee payers, and serving licence fee payers, in different parts of the UK.

(3) There shall be four Councils, corresponding in geographical remit to the four nations for which Trust members are designated under article 14. Each Council shall be chaired by the designated Trust member for the nation concerned.

(4) In addition, there must be mechanisms for bringing together members from different Councils to consider how well the BBC is serving audiences in promoting the Public Purposes.

(5) The network of members across the four Councils must be recruited to ensure that they reflect the diversity of the UK, have connections with communities, and are able to take a view on how the Public Purposes should be promoted.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

395 (6) The Councils have the following remit—

(a) to engage with licence fee payers including geographically-based communities and other com-

1. Interactuar con los pagadores de las tasas.
2. Ser consultados sobre cualquier propuesta relevante que se requiera ser sujeta a examen en virtud de cualquier Acuerdo (*Framework Agreement*).
3. Ser consultados, como parte de cualquier revisión de las licencias de servicio que el *BBC Trust* realice de conformidad con lo dispuesto por cualquier Acuerdo (*Framework Agreement*), sobre el contenido de los permisos de servicios así como el desempeño de los servicios a que se refiera la revisión.
4. Ser consultados sobre el desempeño de la BBC respecto de la promoción de sus propósitos públicos.
5. Entregar un reporte anual al *BBC Trust* sobre el desempeño de la BBC en cada nación y, asimismo, prestar asesoría sobre los asuntos que surjan respecto de tales reportes.
6. Publicar un reporte anual en la nación que corresponda, en el que determine en qué grado la BBC satisface las necesidades de los pagadores del servicio en tal nación.

Cabe mencionar que los detalles sobre el establecimiento, funcionamiento y reclutamiento de los miembros de los Consejos de Audiencia deben ser determinados mediante un Protocolo. El *BBC*

munities of interest;

(b) to be consulted on all relevant proposals that are required to be subject to a Public Value Test by virtue of any Framework Agreement;

(c) to be consulted, as part of any review of service licences which the Trust undertakes in accordance with the requirements of any Framework Agreement, on the content of the service licences and the performance of the services to which the review relates;

(d) to be consulted on the BBC's performance in promoting the Public Purposes;

(e) to submit a report to the Trust each year on the BBC's performance in each nation and advise on issues arising; and

(f) to publish an Annual Review Report each year in the nation concerned, assessing how well the BBC is meeting the needs of licence fee payers in that nation.

(7) The detail of how the Councils are to be set up, run and recruited must be set out in a Protocol.

(8) The Trust shall make whatever arrangements it considers appropriate for supporting the work of Audience Councils, within a framework established by a Protocol.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Trust debe realizar cualquier gestión que considere necesaria para apoyar la labor de los Consejos de Audiencia, dentro de los límites establecidos mediante los protocolos correspondientes.

Servicios, ambiente laboral y servidores públicos

Por lo que se refiere al régimen contractual no se encontró esta información en la página de Internet de la BBC.

Según lo indican las notas de la revisión anual 2006/2007 de la declaración financiera de la BBC (al 31 de marzo), el número promedio de empleados en 2006 fue de 2.367 y en 2007 de 1.736.³⁹⁶

La BBC se esfuerza por ser un reflejo verdadero de las naciones y regiones a las que sirve, tanto en términos de producción como de empleo. Por tanto, realiza una labor importante para crear un ambiente de trabajo y una cultura que reconozcan y valoren las diferencias entre la gente. La BBC considera que esto es posible mediante el reclutamiento y el desarrollo de la gente más creativa y talentosa de cada sección de la comunidad.

También la BBC se encuentra fuertemente comprometida con la igualdad de oportunidades, por lo que considera las solicitudes de empleo solamente con base en el mérito, sin importar la edad, género, raza, origen étnico, religión, discapacidad, estado civil, orientación sexual, número de personas dependientes o cualquier otro factor irrelevante. De la misma manera, la BBC revisa sus

396 Annual Review 2006/07

Notes to the Financial Statements

For the year ended 31 March

3. Employees and remuneration

a. Persons employed

The average number of persons employed (full-time equivalent) in the year was:

	2007	2006
BBC World Service	1,736	1,868
BBC Monitoring	-	499
Total	1,736	2,367

http://www.bbc.co.uk/worldservice/us/annual_review/2006/notes_to_statements3.shtml

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

instalaciones para asegurar el fácil acceso a los empleados y visitantes discapacitados.³⁹⁷

Así, el proceso de reclutamiento de la BBC se encuentra basado en el deseo de encontrar a la persona adecuada para cada empleo. Este proceso de reclutamiento está diseñado para identificar no solamente las personas que poseen el conjunto de habilidades y experiencia necesaria, sino también aquellas que comparten sus valores. La BBC considera que es importante realizar un buen reclutamiento debido a que las personas son quienes forman la BBC.³⁹⁸

Por otro lado, el proceso de reclutamiento se realiza por medio del sitio de Internet de la BBC, donde los candidatos pueden observar los empleos que se ofrecen y determinar si el perfil corresponde a sus habilidades y necesidades.

Si el candidato reúne los requisitos mínimos del perfil, entonces puede presentar una solicitud en línea y asimismo registrarse para recibir notificaciones vía correo electrónico sobre empleos en el futuro.

Una vez que el candidato ha presentado su solicitud, ésta será examinada sobre la base del criterio del empleo. Si las habilidades y la experiencia del candidato corresponden a los requisitos del empleo, el candidato será invitado a asistir a una entrevista y, posiblemente, a una evaluación. Las técnicas de evaluación que utiliza la BBC están

397 The BBC aims to be a true reflection of the nations and regions we serve, both in terms of output and employment. We're working hard to create the kind of working environment and culture that recognises and values people's differences. And we'll achieve this by attracting, recruiting and developing the most creative and talented people from every section of the community. We're firmly committed to equal opportunities and consider applications solely on the basis of merit – regardless of age, gender, race, ethnic origin, religion, disability, marital status, sexual orientation, number of dependents or any other irrelevant factor. And we regularly audit our buildings to ensure accessibility for all staff and visitors with disabilities.

https://jobs.bbc.co.uk/fe/tpl_bbc01.asp?newms=info19

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

398 Our recruitment process is driven by our desire to find the right person for the job. It is designed to identify people who not only have the right mix of skills and experience but who also aspire to our values. It is very important for us to get our recruitment right. It is our people that make the BBC what it is and if we don't get the right people coming into the business it will impact upon us all.

https://jobs.bbc.co.uk/fe/tpl_bbc01.asp?newms=info19

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

designadas especialmente para cada empleo, con el objeto de medir objetiva y equitativamente los requisitos esenciales de ese empleo.

Si el candidato tiene éxito en la entrevista/evaluación, la BBC lo contactará para ofrecerle un empleo. Por el contrario, si el candidato no obtuvo éxito, la BBC recomienda que éste contacte a la BBC para conversar sobre las oportunidades de empleo más afines a las habilidades y experiencia del candidato.³⁹⁹

Internet

Los criterios editoriales de la BBC establecen que uno de sus papeles consiste en servir como una guía confiable en la Web. Cuando la BBC cree contenidos para algún sitio de la BBC qué sitios externos podrían ser utilizados como vínculos de forma justificada. La BBC los ofrece tanto desde el servicio público como desde las páginas editoriales

399 Our Recruitment Process

Interested in working at the BBC?

Great, then have a look at our recruitment website, where you'll be able to see what the BBC can offer you and search our latest vacancies to see if we have a role that would suit your skills and needs.

...

If you like the sound of working here and feel that you meet the minimum requirements of the role, you can then apply on line for jobs at the BBC and also register to be notified of any future jobs by email.

....

Next you need to complete an online application for your chosen job.

Once you have submitted your application form it will be assessed against the essential criteria of the job. If your skills and experience closely meet the job requirements, then you will be invited to attend an interview and possibly an assessment. The assessment techniques we use are designed specifically for each individual job, with the aim of objectively and fairly measuring the core requirements of that particular job. We will explain what the assessment is measuring when we invite you to attend. If your skills and experience do not match the requirements of the job we will tell you. You will not be invited in to attend an interview or assessment, but we would encourage you to re visit the current jobs section of our website to see if there are any more suitable jobs.

...

If you are successful at interview/ assessment then we will contact you to offer you a job with the BBC.

...

If you are not successful at interview/ assessment, please do ask us for feedback. We are always happy to provide feedback and can also talk to you about other opportunities at the BBC which may be more suited to your skills and experience.

https://jobs.bbc.co.uk/fe/tpl_bbc01.asp?newms=info25

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

de su sitio comercial, por ejemplo, para proporcionar información adicional, material sobre las fuentes o comentarios informados.

La BBC debe ser vista por el público como imparcial. Los sitios que cubran asuntos controvertidos o materias de políticas públicas deben ofrecer vínculos a sitios externos que representen un rango razonable de puntos de vista sobre tales asuntos. No se puede colocar un vínculo en un sitio de Internet de servicio público o dentro del contenido editorial de algún sitio comercial en contraprestación por dinero en efectivo, servicios o alguna otra consideración similar. La BBC debe revisar los contenidos de los sitios de Internet de terceros antes de instalar el vínculo correspondiente en las páginas Web de la BBC. La misma revisión deberá realizarse regularmente después de que el vínculo haya sido instalado en el sitio de Internet. Asimismo, no se deberán instalar vínculos de sitios externos si resulta claramente inapropiado para la BBC recomendar una visita a los mismos.

Los vínculos deben estar justificados editorialmente y deben guiar hacia sitios que sean claramente relevantes respecto del contenido de la página de la BBC que los señala, adecuados para todo tipo de audiencia (la que en algunas ocasiones pueden ser niños), que sean actualizados continuamente, cuyo acceso sea libre y que sean precisos y objetivos.

La BBC podrá presentar vínculos a sitios externos que brinden un panorama particular sobre una persona u organización significativas respecto a alguna noticia actual, en cuyo caso la BBC no podrá garantizar la precisión y objetividad de tales sitios. La BBC no deberá respaldar el mensaje, la información o las promociones de los sitios de terceros. También, la BBC no deberá dar la impresión de hacer publicidad poco equitativa de algún producto comercial o servicio cuando instale en su sitio Web el vínculo de una página de Internet comercial.⁴⁰⁰

400 Editorial Guidelines

Online links to third party websites

Part of the BBC's role is to act as a trusted guide on the web. When we create content on a BBC site we should consider which external websites it may be editorially justifiable to link to. We offer external links from the BBC public service site and from the editorial pages of the commercial site, for example, to provide additional information, source material or informed comment. We should

Cultura de la transparencia

Los criterios editoriales de la BBC señalan en su capítulo 14 cómo deben desarrollarse las relaciones “externas” de la BBC. De esta manera, el capítulo mencionado se refiere a los siguientes temas:⁴⁰¹

- Los principios editoriales sobre las relaciones externas
- Coproducciones
- Iniciativas editoriales conjuntas
- Co-financiación
- Obras de caridad
- La lotería nacional

be seen to be impartial. BBC websites which cover controversial subjects or public policy matters should normally offer links to external sites which represent a reasonable range of views about the subject.

We must never include a link on a public service website or within the editorial content of a commercial site, in return for cash, services or any other consideration in kind.

We must check the contents of third party websites before installing a link on a BBC page.

The same check should be repeated regularly after the link is established. We should not link to an external site if it is clearly inappropriate for us to recommend a visit. It may be appropriate to add a disclaimer, and additional information, if the links are to controversial material.

The links we make must be editorially justified and should lead to sites which are:

-clearly relevant to the content of the BBC page where the link is placed.

-suitable for the likely audience which in some cases may be children.

-regularly updated and refreshed.

-normally free to access.

-normally factually accurate.

We may link to external sites which give particular views of a person or organisation significant to a current news story and in such cases we may not be able to guarantee their factual accuracy. But we should not support the message, information or promotions on third party sites.

We must not give the impression that we are unfairly endorsing a commercial product or service when linking to a commercial site.

<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/editorial/onlinelinkstoth.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

401 BBC Editorial Guidelines, Chapter 14, External Relationships, pp. 129-136.

External relationships editorial principles

Co-productions

Public value partnerships

Joint editorial initiatives

Co-funding

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Eventos patrocinados por terceros
- Eventos patrocinados por la BBC

Por otro lado, la BBC publica sus políticas de compra en su sitio de Internet.⁴⁰² Tales políticas señalan al personal una serie de lineamientos que deben cuidarse respecto de las adquisiciones que pretendan realizar. Por ejemplo, considerar cuidadosamente lo que se necesita comprar, especificar lo que se requiere y estar autorizado para realizar tal adquisición.

Asimismo, es importante que el personal de la BBC que desee realizar una adquisición revise el índice de productos de la A-Z, ya que la BBC ha firmado diversos convenios respecto de varios productos y servicios.⁴⁰³

Todas las órdenes y contratos de compra deben basarse en los términos y condiciones que fija la BBC, los cuales están diseñados para proteger los intereses de ésta última. En caso de que tales términos y condiciones no hagan referencia respecto de algún asunto, el personal de la BBC debe solicitar asesoría al Departamento Legal de la BBC.⁴⁰⁴

402 http://www.bbc.co.uk/foi/docs/finance/purchasing/Purchasing_policy.pdf

403 Purchasing policy

General guidelines

Consider carefully what you need to buy

It is important to specify what your requirement is and check that the expenditure is appropriate, before you commit. It's also important that you are authorised to spend and that you Understand the BBC's requirements regarding professional conduct and behaviour.

Does a preferred supplier exist?

Check the A-Z index of products and services. For many products and services, competitive agreements (frameworks) have been established at prices and levels of service which reflect aggregated BBC demand.

For a number of the preferred supplier agreements we've made it easy to buy online and be internally recharged (no need to raise a SAP purchase order). For example tapes and stationery can be purchased via Quick Order. Air & rail travel, hotels, taxis, hire cars and couriers can also be booked online.

http://www.bbc.co.uk/foi/docs/finance/purchasing/Purchasing_policy.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

404 All purchase orders and contracts must be based on the standard BBC Terms and Conditions. These are designed to protect the interests of the BBC. Exceptionally if non-standard terms are required, seek advice from the BBC Legal department. http://www.bbc.co.uk/foi/docs/finance/purchasing/Purchasing_policy.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Así, las políticas de compras o adquisiciones que publica la BBC en su sitio de Internet señalan lo siguiente al personal de la BBC:⁴⁰⁵

- Considere cuidadosamente lo que necesita adquirir.
- Sea claro sobre el propósito de la adquisición del producto o servicio.
- Asegúrese que la adquisición no compromete o perjudica los estándares de salud y seguridad.
- Asegúrese de tomar en consideración los aspectos ambientales.
- Asegúrese que el monto a pagar es el que corresponde. Asimismo, debe tomarse en cuenta la calidad del producto o servicio respecto de su precio y no optar solamente por el más barato.

Todos los administradores encargados de las adquisiciones y de los contratos en la BBC poseen autoridad financiera, la que les permite comprometer los fondos de la BBC y celebrar contratos al respecto.⁴⁰⁶

También los criterios editoriales de la BBC se refieren a la adquisición de programas. Los que se adquieran deben cumplir con los criterios sobre daños e infracciones (*Harm and offence*). La BBC debe revisar los programas antes de transmitirlos para asegurar que el contenido es adecuado para el espacio televisivo o radiofónico propuesto. La clasificación de las películas constituye solo una guía, por lo que debe tenerse especial cuidado respecto de las películas clasificadas

405 Consider carefully what you need to buy

Be clear about the purpose for which the product or service is required, don't over or under specify. Ensure that Health and Safety standards are not compromised in any way.

Ensure that environmental issues are taken into account.

Ensure that the price to be paid is the right one. It is important to take into account long term or "full-life" costs and not just the purchase price. Reliability, quality and fitness for purpose are also vital in ensuring value for money - not just the cheapest

http://www.bbc.co.uk/foi/docs/finance/purchasing/Purchasing_policy.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

406 Authorised to spend

All managers engaged in purchasing and contracting activity have financial authority levels set by their divisions, up to which they may commit BBC funds and sign contracts.

http://www.bbc.co.uk/foi/docs/finance/purchasing/Purchasing_policy.pdf

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

como “18”, las cuales no deberán transmitirse antes de las 12 horas. Asimismo, los criterios editoriales de la BBC señalan que no podrán transmitirse películas, programas o cortos ilustrativos de alguna película o programa cuya clasificación haya sido negada por el Consejo Británico de Clasificación de Películas (BBFC).⁴⁰⁷

En 2007, el subsidio previsto para la BBC fue de 239.5 mil libras esterlinas, mientras que en 2006 fue de 239.1 mil libras esterlinas.⁴⁰⁸

Según la información que puede encontrarse en el Reporte Anual de la BBC, el modelo de financiación de ésta es el siguiente:⁴⁰⁹

2007	BBC World Service (Servicios de la BBC) £m	BBC Monitoring £m	Total £m
Grant-in-Aid (Subsidio)	239.5	-	239.5
Other income (Otros ingresos)	2.8	-	2.8
Total income (Total de ingresos)	242.3	-	242.3

2006	BBC World Service (Servicios de la BBC) £m	BBC Monitoring £m	Total £m
Grant-in-Aid (Subsidio)	239.1	-	239.1
Subscriptions (Suscripciones)	-	15.8	15.8
Intra BBC World Service trading (Servicio comercial dentro de BBC World)	(5.2)	5.2	-
Other income (Otros ingresos)	2.7	2.9	5.6
Total income (Total de ingresos)	236.6	23.9	260.5

407 Editorial Guidelines

Acquired programmes

Acquired programmes must comply with our Editorial Guidelines on harm and offence. We should check them prior to broadcast to ensure the content is suitable for the proposed slot. A film classification is only a guide and special care should be taken with films rated as “18” certificate, which should not play before 21.00 on any service.

We should not normally broadcast a film or programme refused certification by the British Board of Film Classification (BBFC). For further details refer to rule 1.20 of the Ofcom Broadcasting Code.

We should not normally broadcast illustrative clips from a film or programme refused certification by the BBFC without clear editorial justification.

<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/harm/acquiredprogram.shtml>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

408 <http://www.bbc.co.uk/annualreport/>

409 <http://www.bbc.co.uk/annualreport/>

El Estatuto Real prescribe que los protocolos deben establecer disposiciones detalladas que requieran al *BBC Trust* garantizar la publicidad de los puntos principales de sus procedimientos, así como las razones y consideraciones que son tomadas en cuenta en la toma de decisiones importantes.⁴¹⁰

Asimismo, el Estatuto Real dispone que la BBC debe permitir al Secretario de Estado, al Secretario de Asuntos Exteriores, así como a cualquier persona designada al efecto por el mismo Estatuto Real o por los Secretarios mencionados, examinar cualquiera de las cuentas de la BBC, así como facilitar cualquier pronóstico, estimación, información y documentos que pueda requerir, en el formato que señale, en relación con las transacciones y compromisos financieros de la BBC.⁴¹¹

Conversión digital

Toda la información sobre la digitalización que ofrece la BBC puede consultarse en el sitio: <http://www.bbc.co.uk/digital/>.

Sudáfrica: South African Broadcasting Corporation (SABC)

Descripción del medio: <http://www.sabc.co.za>

410 Royal Charter

27. Protocols on openness and transparency

(1) Protocols must (as an aspect of how the Trust will discharge its general duty under article 23(f) to ensure that the BBC observes high standards of openness and transparency) make provision in appropriate detail requiring the Trust to ensure, and setting out how it will ensure, as far as is reasonable, that the principal points of its proceedings and the reasons and key considerations behind important decisions (including decisions on proposals submitted by the Executive Board for the Trust's approval) are made public.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

411 Royal Charter

46. Inspection of accounts

(1) The BBC must at all reasonable times upon demand—

(a) allow any of the persons mentioned in paragraph (2) to examine any of the accounts of the BBC;
(b) furnish any of those persons with all forecasts, estimates, reconciliations, information and documents which she may require, in such format as she may require, with regard to the financial transactions and engagements of the BBC.

(2) The persons are the Secretary of State, the Foreign Secretary, and any person nominated for the purposes of this article by either of them.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Las funciones y responsabilidades que el Parlamento ha otorgado a SABC son establecidas por la Ley de Radiodifusión, número 4 de 1999, aprobada el 23 de abril de 1999.⁴¹²

Particularmente, la sección 6 de la Ley mencionada resume la Carta (*Charter*) con la cual SABC debe cumplir.⁴¹³

El Capítulo IV, Parte 1, sección 6, de la Ley de Radiodifusión establece que SABC es una Corporación que se encuentra gobernada por la Carta (*Charter*) y señala asimismo que la Autoridad Independiente de Radiodifusión (*Independent Broadcasting Authority*) estará encargada de vigilar y de asegurar el cumplimiento de las disposiciones de la Carta por la SABC.⁴¹⁴

La Autoridad Independiente de Radiodifusión se encuentra establecida por la sección 3 de la Ley de la Autoridad Independiente de Radiodifusión de 1993 (Ley número 153 de 1993).⁴¹⁵

412 Broadcasting Act No.4 of 1999, assented to 23 april, 1999

413 The functions and duties that Parliament has given to the SABC are set out in the Broadcasting Act No 4 of 1999 (as amended). Section 6 of the Act outlines the Charter with which the SABC must comply. <http://www.sabc.co.za/portal/site/sabc/menuitem.7aa814d0b29610dc9727eaa7a24daeb9/>
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

414 BROADCASTING ACT
CHAPTER IV

PUBLIC BROADCASTING SERVICE AND CHARTER OF CORPORATION

This Chapter provides for the incorporation of the Corporation and for the Charter. The Charter is dealt with by Parliament as part of the broad national policy framework. The Authority monitors and enforces compliance with the provisions of the Charter of the Corporation.

Part 1: Public broadcasting service

6. South African Broadcasting Corporation.—

(1) The Corporation is governed by the Charter.

(2) In terms of this Charter, the Corporation will in pursuit of its objectives and in exercise of its powers, enjoy freedom of expression and journalistic, creative and programming independence.

(3) The Authority must monitor and enforce compliance with the Charter by the Corporation.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

415 Broadcasting Act

Chapter I

1. Definitions and interpretation.--(1) In this Act, unless the context otherwise indicates, radio, sound broadcasting service and television set have the meaning assigned thereto in the IBA Act, and—

“Authority” means the Independent Broadcasting Authority established by section 3 of the IBA Act;

...

“IBA Act” means the Independent Broadcasting Authority Act, 1993 (Act No. 153 of 1993);

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

Visión: Radiodifusión para un poder total de los ciudadanos.

Misión: La SABC debe ser:

- Enfocada en la gente
- Conductora de los contenidos
- Habilitada tecnológicamente
- Dirigida estratégicamente
- Una transmisora de telecomunicaciones de servicio público sostenible.

Valores de la Organización:

- Conversación y compañerismo
- Restauración de la dignidad humana
- Construcción de un futuro común.⁴¹⁶

Por otro lado, los valores editoriales de SABC son los siguientes:⁴¹⁷

416 1] Vision: Broadcasting for Total Citizen Empowerment.

2] Mission - to be:

People centered.

Content driven.

Technologically enabled.

Strategically focused.

Sustainable public service broadcaster.

3] Organisational Values:

Conversations and Partnerships.

Restoration of Human Dignity.

Building a Common Future.

<http://www.sabc.co.za/portal/site/sabc/menuitem.7ddb6388f2d6e524bc5194f0064daeb9/>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

417 SABC Editorial Code of Practice

Among the core editorial values for the SABC are these:

Equality

The SABC provides programmes for everyone, in all the official languages, and promotes universal access to its services.

Editorial Independence

The SABC is governed by the Charter of the Corporation, which enshrines the journalistic, creative and programming independence of the staff of the corporation, and the constitutionally protected

- **Igualdad.** SABC proporciona programas para todos, en todos los idiomas oficiales y promueve el acceso universal a sus servicios.
- **Independencia Editorial.** SABC está gobernada por la Carta de la Corporación, la cual consagra la independencia periodística, creativa y de programación del personal de la Corporación así como la libertad de expresión que protege la Constitución.
- **Construcción de la Nación.** SABC celebra la identidad nacional y la cultura de Sudáfrica y proporciona a sus ciudadanos la información que necesitan para participar en la construcción de la democracia.
- **Diversidad.** SABC refleja en sus programas la diversidad de los idiomas, de las culturas, de las provincias y de la gente de Sudáfrica.
- **Dignidad humana.** SABC respeta la dignidad inherente de todos los sudafricanos, refleja a éstos en toda su diversidad y no utiliza lenguaje o imágenes que transmitan nociones de estereotipos o de prejuicios sobre las razas, culturas y sexos de Sudáfrica.
- **Responsabilidad.** En el cumplimiento de sus responsabilidades editoriales, la administración y el personal de SABC son responsables del Consejo de SABC, el cual se encuentra

freedom of expression.

Nation Building

The SABC celebrates South Africa's national identity and culture, and provides its citizens with the information they need to participate in building our democracy.

Diversity

The SABC reflects South Africa's diverse languages, cultures, provinces and people in its programmes.

Human Dignity

The SABC respects the inherent dignity of all the South Africans, reflects them in all their diversity, and does not use language or images that convey stereotypical or prejudiced notions of South Africa's races, cultures and sexes.

Accountability

In discharging their editorial responsibilities, SABC management and staff are accountable to the SABC Board, which is charged with ensuring that the corporation complies with the Charter.

Transparency

The SABC ensures that the principles of honesty, openness and transparency are core to every aspect of its relationships with shareholder, stakeholders, suppliers and the public.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

encargado de asegurar que la Corporación cumpla con las disposiciones de la Carta.

- **Transparencia.** SABC asegura que los principios de honestidad, franqueza y transparencia sean el centro de cualquier aspecto de sus relaciones con sus acciones, proveedores y el público.

De conformidad con la Ley de Radiodifusión, SABC cuenta con dos entidades operativas, una de servicio público y otra de servicio comercial, las cuales son administradas separadamente.

El servicio público proporcionado por SABC debe:⁴¹⁸

- a) Hacer disponibles sus servicios a los sudafricanos en los idiomas oficiales.
- b) Reflejar la audiencia, la unidad y la naturaleza diversa, cultural y multicultural de Sudáfrica y de todas sus culturas y regiones.

418 Broadcasting Act

9. Organisation. --(1) The Corporation consists of two separate operational entities, namely--

(a) a public service; and
(b) a commercial service.

(2) The public and commercial services of the Corporation must be separately administered.

Part 3: Public service

10. Public service. --(1) The public service provided by the Corporation must--

(a) make services available to South Africans in all the official languages;
(b) reflect both the unity and diverse cultural and multilingual nature of South Africa and all of its cultures and regions to audiences;
(c) strive to be of high quality in all of the languages served;
(d) provide significant news and public affairs programming which meets the highest standards of journalism, as well as fair and unbiased coverage, impartiality, balance and independence from government, commercial and other interests;
(e) include significant amounts of educational programming, both curriculum based and informal educative topics from a wide range of social, political and economic issues, including, but not limited to, human rights, health, early childhood development, agriculture, culture, justice and commerce and contributing to a shared South African consciousness and identity;
(f) enrich the cultural heritage of South Africa by providing support for traditional and contemporary artistic expression;
(g) strive to offer a broad range of services targeting, particularly, children, women, the youth and the disabled;
(h) include programmes made by the Corporation as well as those commissioned from the independent production sector; and
(i) include national sports programming as well as developmental and minority sports.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- c) Esforzarse por mantener una alta calidad en todos los idiomas en que transmita.
- d) Proporcionar programación sobre noticias significativas y sobre asuntos públicos que cubran los más altos estándares del periodismo así como una cobertura justa e imparcial, el balance y la independencia de los intereses del gobierno, comerciales y otros.
- e) Incluir cantidades significativas de programación educativa, basada en temas educativos de *curriculum* e informales, de entre un rango amplio de asuntos sociales, políticos y económicos, incluyendo derechos humanos, salud, desarrollo temprano de la infancia, agricultura, cultura, justicia y comercio, que contribuyan a la formación de una conciencia compartida y de la identidad sudafricana.
- f) Enriquecer la herencia cultural de Sudáfrica mediante el apoyo de la expresión artística tradicional y contemporánea.
- g) Esforzarse por ofrecer un amplio rango de servicios enfocados particularmente a los niños, mujeres, a la juventud y a los discapacitados.
- h) Incluir programas desarrollados por la Corporación así como aquellos elaborados por el sector de producción independiente.
- i) Incluir programación nacional deportiva, así como sobre deportes en desarrollo y minoritarios.

Por otro lado, los servicios comerciales de SABC deben:⁴¹⁹

419 Broadcasting Act

Part 4: Commercial services

11. Commercial services.--The commercial services provided by the Corporation must--

- (a) be subject to the same policy and regulatory structures as outlined in this Act for commercial broadcasting services;
- (b) comply with the values of the public broadcasting service in the provision of programmes and service;
- (c) commission a significant amount of their programming from the independent sector;
- (d) subsidise the public services to the extent recommended by the Board and approved by the Minister; and
- (e) be operated in an efficient manner so as to maximise the revenues provided to its shareholder.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- a) Estar sujetos a las mismas estructuras políticas y reguladoras establecidas por la Ley de Radiodifusión para los servicios de radiodifusión comerciales.
- b) Cumplir con los valores del servicio público de radiodifusión en el suministro de programas y de servicios.
- c) Destinar una cantidad significativa de su programación para el sector independiente.
- d) Subsidiar los servicios públicos en la medida recomendada por el Consejo y aprobada por el Ministro.
- e) Ser operados en una manera eficiente a efecto de maximizar los ingresos obtenidos por sus accionistas.

Trabajo informativo

SABC cuenta con las siguientes *Políticas de Programación (SABC Programme Policies)*:⁴²⁰

- SABC Education
- SABC Language
- SABC Local Content
- SABC Mandate
- SABC News
- SABC Programming
- SABC Religion

420 <http://www.sabc.co.za/portal/site/sabc/menuitem.7ddb6388f2d6e524bc5194f0064daeb9/>
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

También cuenta con un *Código Editorial de Prácticas (SABC Editorial Code of Practice)* y con un *Manual de Identidad Corporativa (South African Broadcasting Corporation Corporate Identity Manual)*.⁴²¹

El *Manual de Identidad Corporativa* contiene información sobre el diseño del logo de SABC así como de sus productos promocionales. Dentro de las *Políticas de Programación* de SABC existe un apartado especial para el contenido de noticias o periodístico. En éste se tratan ampliamente los asuntos siguientes:

- Objetividad, precisión, justicia, imparcialidad y equilibrio
- Lenguaje y el tono en las noticias
- Entrevistas
- Noticias económicas y de negocios
- Periodismo investigativo
- Uso de testigos, analistas y comentarista especialistas
- El pago por información
- Encuestas a la opinión pública
- La protección de las fuentes
- Género y representación
- Privacidad
- Reportaje de sufrimiento y de desastres
- Transmisión de eventos de importancia nacional

421 <http://vcnstatic.sabc.co.za/VCMStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/Document/CIManual2007.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- Transmisión de elecciones
- Restricciones en el patrocinio de noticias, en programas de asuntos actuales y de información⁴²²

Contenidos y producción

Las Políticas de programación de SABC se refieren a los requisitos y a los compromisos de la Corporación al respecto. Los principales requisitos de los contenidos locales de SABC son los siguientes:⁴²³

- 422 SABC Programme Policies. SABC News
Objectivity, accuracy, fairness, impartiality and balance
Language and tone in news
Interviewing
Economics and business news
Investigative journalism
Use of guests, analysts and specialist commentators
Paying for information
Public opinion surveys
Protection of sources
Gender and representation
Privacy
Reporting on suffering and distress
Broadcasting events of national importance
Election broadcasts
Restrictions on sponsorship of news, current affairs and information programmes
<http://vcmstatic.sabc.co.za/VCMStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/Document/About%20SABC/Legislative%20%26%20Regulatory%20Organs/news.pdf>
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo
- 423 SABC Programme policies. SABC Local content
Requirements and Commitments
Various regulatory and legislative requirements applicable to the SABC in terms of local content were taken into account in developing this policy. They include those of the Independent Broadcasting Authority Act, the Broadcasting Act, and relevant ICASA regulations. Specifically, the SABC has been guided by the following:
-The requirement that broadcasting services, viewed collectively, develop and protect national and regional identity, culture and character
-The obligation of the SABC to take into account the needs of its audiences
-The requirement that the SABC display South African talent
-The requirement that the SABC reflect South African attitudes, opinions, ideas, values and artistic creativity
-The requirement that the SABC offer a plurality of views and a variety of news, analysis and information from a South African point of view
-The need to support the production of local content by South Africans; particularly by historically disadvantaged people
<http://vcmstatic.sabc.co.za/VCMStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/StaticDocument/About%20SABC/local.pdf>
Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- El requisito de que los servicios de radiodifusión desarrollen y protejan la identidad nacional y regional, así como la cultura y el carácter.
- La obligación de que SABC tome en cuenta las necesidades de sus audiencias.
- El requisito de que SABC exponga el talento sudafricano.
- El requisito de que SABC refleje las actitudes, las opiniones, las ideas, los valores y la creatividad sudafricanas.
- El requisito de que SABC ofrezca una pluralidad de puntos de vista y una variedad de noticias, análisis e información desde una perspectiva sudafricana.
- La necesidad de apoyar la producción de contenido local por los sudafricanos, particularmente por la gente que ha estado en desventaja históricamente.

También, las *Políticas de Programación* de SABC se refieren a diversos asuntos relacionados con los contenidos de la Corporación, entre ellos:

- Buen gusto y decencia
- Avisos a las audiencias
- Televisión
- Radio
- Clasificación de películas
- Horarios
- Privacidad y dignidad
- Cobertura del sufrimiento y de los desastres
- Programas de discusión y participación por teléfono

- Sexo y desnudos
- Naturaleza y contenidos de los programas religiosos
- Distribución de tiempos
- Transmisiones pagadas⁴²⁴

Programación

De conformidad con las políticas de programación de SABC, los contenidos dirigidos a los niños deben observar lo siguiente:⁴²⁵

424 SABC Programme policies. SABC Programming

The SABC's approach to programming

Taste and decency

Audience advisories

Screening of films

Scheduling and the watershed

Privacy and dignity

Intrusion into grief; coverage of suffering and distress

Phone-in and discussion programmes

Sex and nudity

Nature and content of religious programmes

Allocation of time

Scheduling

Paid broadcasting

<http://vcnstatic.sabc.co.za/VCMStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/StaticDocument/About%20SABC/religion.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

425 SABC Programme Policies. SABC Programming

Children

The Code provides the following regarding children:

Broadcasters may not transmit material that is unsuitable for children at times when large numbers of them may be expected to be in the audience. Broadcasters are to exercise particular caution, as provided below, in the depiction of violence in children's programmes.

In children's stories portrayed by real-life characters, violence - whether physical, verbal or emotional - may be portrayed only when it is essential to the development of a character and plot

Animated programmes for children, although they are accepted as a stylised form of storytelling that could contain non-realistic violence, may not have violence as their central theme, nor invite dangerous imitation

In children's programmes, due care should be taken in dealing with themes that could threaten their sense of security, such as the portrayal of domestic conflict, death, crime, or drug abuse

In children's programmes, due care should be taken in dealing with themes that could invite imitation, such as the use of plastic bags and dangerous household products as playthings, use of matches, and other hazardous physical acts

Children's programmes may not contain realistic scenes of violence, or which create the

impression that violence is the preferred or only method to resolve conflict between individuals

Children's programmes may not contain frightening or otherwise excessive special effects that are not required by the story line.

- Las transmisoras no deben transmitir material que no sea recomendable para niños en el horario en el cual se espere que un gran número de ellos será parte de la audiencia. Las transmisoras deben tomar precauciones especiales respecto de la representación de la violencia en los programas para niños.
- En las historias de niños representadas por personajes de la vida real, la violencia -física, verbal o emocional- debe ser presentada solo cuando sea necesario para el desarrollo del personaje y de la trama.
- Los programas animados para niños no deben presentar violencia como tema central ni invitar a la imitación peligrosa de ella.
- En los programas para niños debe tomarse cuidado en el tratamiento de los temas que podrían perjudicar su sentido de seguridad, así como de la representación de los conflictos domésticos, de la muerte, del crimen o del abuso de drogas.
- En los programas para niños debe tenerse cuidado con los temas que podrían invitar a la imitación, tales como el uso como juguetes, de fundas plásticas o de productos del hogar peligrosos.
- Los programas para niños no deben contener escenas reales de violencia o crear la impresión de que la violencia es el único método o el método preferido para resolver los conflictos entre los individuos.
- Los programas para niños no deben contener efectos especiales que los espanten, así como cualquier efecto especial excesivo que no sea necesario de acuerdo con la línea de la historia.

En cuanto a la programación, la oferta es la siguiente:

TELEVISIÓN*	RADIO*
<ul style="list-style-type: none">• SABC 1• SABC 2• SABC 3• SABC Africa	<ul style="list-style-type: none">• 5 FM Music• Channel Africa• CKI FM• Good hope FM• IKWEKWEZI FM• Lesedi FM• Ligwalagwala FM• Lotus FM• Metro FM• Motswedding FM• Munghana Lonene FM• Phalaphala FM• Radio 2000• RSG• SAFM• Thobela FM• Ukhozi FM• Umhlobo Wenene FM• X-K FM

Relación con las audiencias

Las políticas de programación de SABC se refieren a la presentación de quejas sobre los programas por parte de la audiencia. Tales quejas pueden versar sobre diversos temas, incluso, sobre contravenciones a las políticas editoriales de SABC.⁴²⁶

También, la página de Internet de la SABC pone a disposición del público un foro de discusión y una sección de *blogs*.⁴²⁷

426 SABC Programme Policies. SABC Programming Process for dealing with programme complaints
Complaints lodged with the broadcasting complaints Commission of sa
Complaints lodged with the advertising standards Authority of sa
Complaints about contravention of the sabc's editorial Policies
<http://vcnstatic.sabc.co.za/VCMStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/StaticDocument/About%20SABC/program.pdf>

427 <http://www.sabc.co.za/portal/site/sabc/menuitem.1607cdb0f48665b453314c51a24daeb9/>

Las *Políticas de Programación* de SABC se refieren ampliamente al tratamiento de asuntos relacionados con las minorías tales como:⁴²⁸

- Discriminación y estereotipos
- Discapacidad
- Raza
- Género
- Violencia
- VIH/SIDA

Otras actividades y servicios con las que cuenta el medio son los mostrados a continuación:

- Air Time TV Outside Broadcasts
- Content Enterprises
- Henley Television Facilities
- RBF Radio Broadcast Facilities
- SABC Commercial Enterprises
- SABC Education
- SABC Mobile
- SABC News

428 SABC Programme Policies. SABC Programming

Discrimination and stereotypes

Disability

Race

Gender

Violence

HIV/AIDS

<http://vcmstatic.sabc.co.za/VCMStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/StaticDocument/About%20SABC/program.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- SABC Sport
- TV Licences⁴²⁹
- RSS Feeds⁴³⁰

Publicidad y patrocinios

SABC Online Rate Card 2008/2009 establece los términos y las condiciones generales de la contratación de publicidad con SABC, tales como.⁴³¹

- Derechos y obligaciones de SABC
- Derechos y obligaciones de la agencia o del anunciante
- Garantías
- Indemnización
- Confidencialidad
- Resolución de controversias
- Incumplimiento, terminación y efectos de la terminación
- Fuerza mayor

429 <http://www.sabc.co.za/portal/site/sabc/menuitem.7745fa21303cb53a5f1de217a24daeb9/>

430 <http://www.sabc.co.za/portal/site/sabc/menuitem.d06e6767b94e8a22f22fa121a24daeb9/>

431 A. Rights and obligations of the SABC

B. Rights and obligations of the Agency/Advertiser

C. Warranties

D. Indemnities

E. Confidentiality

F. Dispute resolution

G. Breach, termination and effect of termination

H. Force majeure

I) General

J) Terminology

K) Contact details

<http://vcmstatic.sabc.co.za/VCMStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/Document/SABCOnlineRate20089.pdf>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- General
- Terminología
- Contacto

Gestión y dirección

El gobierno de la Corporación corresponde al Consejo. El Consejo está constituido por:⁴³²

- a) Doce miembros no ejecutivos
- b) El oficial jefe ejecutivo del grupo
- c) El oficial jefe de operaciones y el oficial jefe de finanzas o sus equivalentes, quienes serán miembros ejecutivos del Consejo.

Los doce miembros no ejecutivos del Consejo deben ser nombrados por el Presidente con el consejo de la Asamblea Nacional. Los miembros no ejecutivos del Consejo deben ser designados de tal manera que se asegure la participación del público en el proceso de nombramiento, la transparencia y la publicación de una lista de los candidatos, tomando en cuenta los principios de la Ley. El Presidente debe nombrar uno de los miembros del Consejo como Presidente y a otro como Vicepresidente. Ambos, Presidente y Vicepresidente, deben ser miembros no ejecutivos del Consejo.⁴³³

432 Broadcasting Act

Part 5: Governance of Corporation

12. Composition of Board.--The Board consists of--

- (a) twelve non-executive members;
- (b) the Group Chief Executive Officer; and
- (c) the Chief Operations Officer and the Chief Financial Officer or their equivalents, who will be executive members of the Board.

13. Members of Board.--(1) The twelve non-executive members of the Board must be appointed by the President on the advice of the National Assembly.

(2) The non-executive members of the Board must be appointed in a manner ensuring--

- (a) participation by the public in a nomination process;
- (b) transparency and openness; and
- (c) that a shortlist of candidates for appointment is published, taking into account the objects and principles of this Act.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

433 Broadcasting Act

Los miembros del Consejo permanecen en el cargo por el período que determine el Presidente, el cual no puede exceder de cinco años. Cada nombramiento de miembro del Consejo debe ser publicado en la *Gaceta*.⁴³⁴

Corresponde al Consejo el control de los asuntos de la Corporación así como la protección de los asuntos señalados por la sección 6 (2) de la Ley.⁴³⁵ Sin embargo, es importante señalar que la sección 14 (2) de la Ley establece que el Oficial Jefe Ejecutivo del Comité Ejecutivo de SABC será el funcionario responsable de la Corporación.⁴³⁶

Los asuntos de SABC son administrados por un Comité Ejecutivo constituido por el Oficial Jefe Ejecutivo y por otros seis miembros designados por el Consejo. El Oficial Jefe Ejecutivo será el funcionario responsable de la Corporación. El Comité Ejecutivo es responsable ante el Consejo y desarrollará aquellas funciones que determine éste último.⁴³⁷

Part 5: Governance of Corporation

12. Composition of Board.--The Board consists of--

(3) The President must designate one of the members of the Board referred to in subsection (2) as the chairperson and another member as a deputy chairperson, both of whom must be non-executive members of the Board.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

434 Broadcasting Act

Part 5: Governance of Corporation

12. Composition of Board.--The Board consists of--

(5) The members of the Board must hold office for such period as the President may determine which period must not exceed five years.

(7) Every appointment of a member of the Board must be published in the Gazette.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

435 Broadcasting Act

Part 5: Governance of Corporation

12. Composition of Board.--The Board consists of--

(11) The Board controls the affairs of the Corporation and must protect matters referred to in section 6 (2) of this Act.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

436 Broadcasting Act

14. Executive committee.--(1) The affairs of the Corporation are administered by an executive committee consisting of the Group Chief Executive Officer and six other members appointed by the Board.

(2) The Group Chief Executive Officer will be the accounting officer of the Corporation.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

437 Broadcasting Act

14. Executive committee.--(1) The affairs of the Corporation are administered by an executive com-

Servicios, ambiente laboral y servidores públicos

La Ley de Radiodifusión establece que la Corporación debe contratar aquellos funcionarios y empleados que sean necesarios para cumplir con sus objetivos y que debe, asimismo, determinar sus obligaciones y salarios, sueldos, pensiones u otras remuneraciones y condiciones del servicio en general.

Dentro del régimen contractual de empleados, la SABC puede:⁴³⁸

- a) Establecer un fondo de vivienda o cualquier otra forma de suministro de vivienda para sus funcionarios y empleados, en los términos y condiciones que determine.
- b) Establecer o apoyar asociaciones o instituciones para la promoción de intereses de sus funcionarios y de otros empleados.
- c) Establecer o apoyar fondos de ayuda para la asistencia de sus funcionarios y de otros empleados.

mittee consisting of the Group Chief Executive Officer and six other members appointed by the Board.

(2) The Group Chief Executive Officer will be the accounting officer of the Corporation.

(3) The executive committee is accountable to the Board.

(4) The executive committee will perform such functions as determined by the Board.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

438 Broadcasting Act

Part 7: Staffing of Corporation

26. Staff of Corporation.--(1) The Corporation may engage such officers and other employees as it may deem necessary for the attainment of its objects, and may determine their duties and salaries, wages, allowances or other remuneration and their other conditions of service in general.

(2) The Corporation may--

(a) establish a housing fund or in any other manner provide for housing to its officers and other employees on such terms and conditions as it may determine;

(b) establish or support associations or institutions for the promotion of the interests of its officers and other employees of their dependants;

(c) establish or support aid funds for the rendering of assistance to its officers and other employees or their dependants under such circumstances as it may approve;

(d) establish a bursary fund to finance or assist in financing in the interest of the Corporation the training or further training of existing or prospective officers and other employees of the Corporation; and

(e) provide for its officers, other employees and pensioners or their dependants, by means of insurance with an insurance company or by means of a pension or provident fund or in any other manner, pecuniary benefits upon retirement or termination of service or at any other time.

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

- d) Establecer un fondo bursátil para financiar o apoyar en el financiamiento, en interés de la Corporación.
- e) Proporcionar para sus funcionarios, otros empleados y pensionados, beneficios pecuniarios por retiro o terminación el servicio o en cualquier otro tiempo, por medio de seguros con compañías aseguradoras o por medio de una pensión, de un fondo o de cualquier otra manera que determine.

No se encontró en la página de Internet información sobre el número de empleados, ni tampoco sobre el sistema de selección y evaluación de los empleados

Internet

Cuenta con un portal de Internet; no obstante, no se encontró ningún documento que establezca políticas sobre accesibilidad en la red.

Cultura de la transparencia

SABC cuenta con una *Política de Administración de la Cadena de Suministros y de Abasto Preferente* que contiene directrices sobre los aspectos siguientes:

- El abuso del abasto preferencial
- La administración de riesgos
- La administración de los proveedores
- La administración de la demanda
- El sistema de administración del abasto
- Proceso de evaluación
- Administración de contratos concluidos
- El registro y reporte de la información

- Medición del desempeño del abasto
- Documentos aplicables⁴³⁹

El modelo de financiación de SABC consiste en lo siguiente:⁴⁴⁰

439 Group Supply Chain Management & Preferential Procurement Policy

Preferential procurement abuse and fronting

Risk management

Management of suppliers

Preferential procurement

Demand management

System of procurement management

Evaluation process

Management of contracts concluded

Recording and reporting of information

Performance measurement of procurement

Applicable documents

<http://vcnstatic.sabc.co.za/VCNStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/Document/About%20SABC/The%20SABC%20In%20Detail/supchain.doc>

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

440 Funding model

Public funding

TV Licence Fees (S21 Co taxation)

Public Private Partnerships

Government Dept Funding

4. Direct Funding for Projects

- Technology Infrastructure (DTT)

Commercial funding

1. Content Sales

- Channels

- Pay to View Channels (DtH & DTT)

- Advertiser Funded Programmes

- News Bureau

- Joint Venture

- Music

- Film

- New Media

- IPTV

- Content on Demand

- Trade Exchange

2. Consumer Products

- Retail

- Publishing

- Facilities

- Mobile WASP

- Portal Services

- Access Services

- Trade Exchanges

FINANCIACIÓN PÚBLICA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tasas de permiso de licencia 2. Asociaciones públicas y privadas 3. Financiación del Departamento de Gobierno 4. Financiación directa para los proyectos
FINANCIACIÓN COMERCIAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ventas de contenido <ul style="list-style-type: none"> - Canales - Canales por cobrar - Programas financiados por los anunciantes - Oficina de noticias - <i>Joint venture</i> - Música - Películas - Nuevos medios - IPTV - Contenido a petición - Intercambio comercial 2. Productos al consumidor <ul style="list-style-type: none"> - Venta al público - Publicidad - Facilidades - Móvil WASP - Acceso a los servicios - Intercambios comerciales
VENTA DE TIEMPO AIRE	<ul style="list-style-type: none"> - Radio - Televisión - Sitio de Internet - Interactivo - Patrocinio de programas - Patrocinio de deportes - Servicios SMS - Intercambio comercial

Por otro lado, el modelo de ingresos de SABC durante 2005, 2006 y 2007 es el siguiente:⁴⁴¹

3. Airtime Sales

- Radio
- Television
- Website
- Interactive
- Programme Sponsorships
- Sport Sponsorships
- SMS Services
- Trade Exchanges

Traducción Gabriela Rodríguez Arguijo

441 Annual report 2006-2007, p. 22. <http://vcnstatic.sabc.co.za/VCMStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/StaticDocument/Annual%20Reports/Annual%20Rep%202006/governance.pdf>

Ingresos	2007	2006	2005
Análisis de ingresos (R en millones)			
Comercial	3297	3054	2670
Permisos	760	739	568
Otros ingresos	127	100	96
Gobierno	84	50	49
Estados			
Financieros anuales	4268	3943	3383

En 2007, los ingresos que recibió SABC del Gobierno ascendieron a 84 millones de R.⁴⁴²

Conversión digital

La SABC ofrece el servicio de Podcasts, sin embargo, no es posible conocer sus modelos y políticas de conversión.⁴⁴³

442 Annual report 2006-2007, p. 22. <http://vcmstatic.sabc.co.za/VCMStaticProdStage/CORPORATE/SABC%20Corporate/StaticDocument/Annual%20Reports/Annual%20Rep%202006/governance.pdf>

443 <http://www.sabc.co.za/portal/site/sabc/menuitem.1f31214415b09ecc304e9207a24daeb9/>

Bibliohemerografía

Alberstat, Philip; Cassels, Tom y Obres, Estelle, Law and the Media, United Kingdom, Focal Press, 2006, 373p.

Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, Public service broadcasting in South Asia: Legal, financial and administrative issues. Kuala Lumpur, Malaysia: Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, 2000.

Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (eds.), Deontología y autorregulación informativa, México, Universidad Iberoamericana-Fundación Manuel Buendía-UNESCO, 2000.

Azurmendi, Ana, Derecho de la información. Guía jurídica para profesionales de la comunicación, Pamplona, Eunsa, 1997.

Bröhmer, Jürgen y Ukrow, Jörg Ukrow, Self-Regulation of the Media in Europe, Saarbrücken, Institute of European Media Law, 1999.

Caffarel, Carmen, Hacia la Radio Televisión Española de Los Ciudadanos, España, Laberinto Político, 2007, 221pp.

Camacho Ordóñez, Rafael, El ajuste de las cuentas en el Sector Audiovisual, Teoría y Práctica de la Nueva Financiación de la Televisión en España, España, Instituto Andaluz de Administración Pública, 2006

Campbell, Angela J., "Self-Regulation and the Media", en FCLJ, vol. 51, núm. 3, 1999, pp. 711-771.

Carrillo, Marc, "Los consejos de prensa como forma de autocontrol: propuestas y prevenciones respecto a su viabilidad en España", en *Revista de Estudios Políticos*, Madrid, núm. 54, Madrid, 1986.

Carta de la Organización de Estados Americanos <http://www.oas.org/juridico/spanish/carta.htm>;

Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Opinión Consultiva OC-5/85 Serie A, núm. 5, párrafo 69.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos, OEA/ser LV/II.88, Doc. 9 rev., 1995.

Consejo de Europa, Proceedings of the information seminar on self-regulation by the media, Estrasburgo, 7 y 8 de octubre, 1998

Convención Americana sobre Derechos Humanos, Capítulo I, Obligaciones Generales, Artículo 1: Obligación de Respetar los Derechos y Capítulo II sobre Derechos Civiles y Políticos, Artículo 13: Libertad de Expresión.

Creech, Kenneth C., *Electronic Media Law and Regulation*, United States, Elsevier Science, 2003, 460pp.

Davis, Richard y Owen, Diana, *New Media and American Politics*, United States, Oxford University Press, 1998, 304pp.

De Moragas Spà, Miquel; Garitaonandía, Carmelo y López, Bernat (edits.), *Television on your doorstep, Decentralisation Experiences in the European Union*, United Kingdom, Univeristy of Luton Press, 1999, 451pp.

Derieux, Emmanuel, *Cuestiones ético-jurídicas de la información*, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, 1983.

Desantes Guanter, José María, *El autocontrol de la actividad informativa*, Madrid, Edicusa, 1973.

Feintuck, Mike, y Varney, Mike, *Media Regulation, Public Interest and the Law*, United Kingdom, Edinburgh University Press, 2006, 306pp.

Fiss, Owen, *The theory of free speech*, Boston, Harvard University Press, 1996

Godoy, Antonio, *El derecho de la televisión sin fronteras*, Alicante, Aguaclara, 1995.

Herreros López, Juan Manuel, *El servicio público de televisión, España*, Fundación de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, 2004, 269pp.

Huber, Rudolf y Villanueva, Ernesto, *Reforma de Medios Electrónicos ¿Avances o Retrocesos?*, México, UNAM-Fundación Konrad Adenauer, 2007

Indrajit Banerjee and Kalinga Seneviratne (edit.), *Public Service Broadcasting, A Best Practices Sourcebook*, UNESCO, 2005.

Irving, Larry. *Introduction to Privacy and Self-regulation in the information age*, NTIA, 1997, http://www.ntia.doc.gov/reports/privacy/privacy_rpt.htm

Islas L., Jorge. “El derecho de réplica y la vida privada” en ALFONSO JIMÉNEZ, Armando (Coord.) *Responsabilidad social, autorregulación y legislación en radio y televisión*, México, UNAM, 2002

Laguna de Paz, José Carlos, *Régimen jurídico de la televisión privada*, Madrid, Marcial Pons, 1994.

Löffler, Martin y Hébarre, Jean-Louis, *Form und funktion der presse-selbstkontrolle in weltweiter sicht*, Munich, Verlag C. Beck, 1968.

McKenzie, Robert, *Comparing Media, From Around the World*, United States, Pearson Education Allyn and Bacon, 2006, 372pp.

Molinero, César, *Teoría y fuentes del derecho de la información*, Barcelona, EUB, 2a ed, 1995

Open Society Institute, *Television across Europe: regulation, policy and independence*, Hungría, EU Monitoring and Advocacy Program, Network Media Program, 2005.

Organización de los Estados Americanos, *Demanda ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos, Baruch Ivcher Bronstein contra la República del Perú*, Caso 11.762, pág. 27.

Rebollo Delgado, Lucrecia, "El derecho de rectificación" en Tenorio J, Pedro y Fernández Miranda, Carmen (Coords.) *El derecho de la información*, Madrid, UNED ediciones, 2001 pp.73-120

Rincón, Omar (comp.), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Argentina, La Crujía Ediciones, 2005, 302pp.

Rivera, Julio César, *La constitucionalidad del derecho de rectificación o respuesta*, Buenos Aires, Rubinzal-Culzoni, 2004.

Romero Umlauff, Gustavo, Rodríguez Villafañe, Miguel Julio, et. al. (edits), *Televisión Pública: Información para Todos*, Perú, Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información de la Comunicación (AIDIC), Fundación Konrad Adenauer, 2005, 272pp.

Serrano Caldera, Alejandro, *Marcos Constitucionales y el Servicio Público de Radiotelevisión en América Latina*, Un tema relevante para la UNESCO, San José, UNESCO, 2006, 323pp.

Villalobos Quirós, Enrique, "El derecho de rectificación o respuesta" en Villanueva, Ernesto (coord.), *Diccionario de Derecho de la Información*, México, UNAM, Porrúa, 2006, 616pp.

Villanueva, Ernesto, *Regulación jurídica de la radio y la televisión*, México, UNAM, 253pp.

-----, Derecho de la Información, México, LIX Legislatura Cámara de Diputados, Miguel Ángel Porrúa, Universidad de Guadalajara, 2006, 398pp.

_____(coord.), Diccionario de Derecho de la Información, México, UNAM, Porrúa, 2006, 616pp.

World Association of Press Councils, Paper presentations and deliberations, Nueva Delhi, Press Council of India, 1998.

Yañez Rojas, Eugenio, Medios de Comunicación Social y Periodismo, Una aproximación desde la ética, Chile, Centro de Estudios Bicentenario, Universidad Adolfo Ibáñez, 2007, 249pp.

Este libro se terminó de imprimir
en julio de 2010, siendo
Director General del CIESPAL
el Dr. Fernando Checa Montúfar
y jefe de Publicaciones
Raúl Salvador R.

Medios de servicio público y transparencia: Análisis y medición de su desempeño


INTIYAN
EDICIONES CIESPAL

59


INTIYAN
EDICIONES CIESPAL

¿Por qué los medios gubernamentales no son medios público? ¿Cuáles son las características de los medios televisivos y radiofónicos de servicio público? ¿Cómo son los diferentes modelos que hay en el mundo? ¿Cuáles son los elementos jurídicos y teóricos que justificarían la decisión de transitar de un modelo gubernamental a otro verdaderamente público? ¿Tienen un marco jurídico adecuada? ¿Desempeñan bien su función? ¿Cómo podemos medir su desempeño?

Los autores de este trabajo de investigación responden a éstas y otras preguntas con fundamentos teóricos y experiencias prácticas. A lo largo de esta obra plantean las razones para la existencia de los medios públicos, los lineamientos internacionales en la materia y sus características particulares. Estudian los diferentes modelos en el mundo bajo parámetros de calidad específicos.

Medios de servicio público y transparencia:
Análisis y medición de su desempeño

ISBN 978-9976-55-079-3



9 789978 550793

 EDITORIAL
QUIPUS


CIESPAL
porque la comunicación es un derecho


CIESPAL