

EL MODELO EUROPEO DE RADIOTELEVISION PUBLICA

Martín Carrillo Calle
Profesor de
Legislación en Comunicaciones-PUCP



SUMARIO

1.- Modelo

(¿cual es su función?)

2.- Obligaciones

(¿cuáles son sus deberes?)

3.- Programación

(¿que la caracteriza?)

4.- Posicionamiento

(¿cual es la respuesta del público?)

5.- Financiación

(¿quién la paga?)

6.- Gobierno corporativo

(¿como se gestiona?)



MODELO

El modelo audiovisual europeo está estrechamente vinculado con su modelo social, caracterizado por la cohesión social y la participación democrática (Italia, Francia, Portugal y Bélgica, reconocen el derecho de acceso de organizaciones sociales, sindicales y profesionales, a la radiodifusión pública)



OBLIGACIONES

Se fijan un conjunto de obligaciones que deben de cumplir los operadores estatales en la prestación del servicio público, ya sea por un plazo determinado o por periodos renovables que están sujetos al cumplimiento de un contrato-programa (Carta Real (*Royal Charter*) de la BBC 2007-2016)



OBLIGACIONES

Mayores porcentajes de producción propia.

Compromisos de emitir producción nacional/europea e invertir en producciones independientes.

Mayor restricción en el tiempo de emisión de avisos publicitarios.



PROGRAMACION

Autonomía editorial sobre la información y la programación general.

Para la consolidación de esta autonomía ha sido importante la existencia de instancias independientes de control (autoridad de lo audiovisual) a la que están sometidos los operadores estatales.



PROGRAMACION

La programación de la radiodifusión pública se caracteriza por la **preponderancia de la información** y la **presencia importante de programación cultural y educativa.**

También da cabida a largometrajes y miniserias, concursos y deportes.



PROGRAMACION

Misión tradicional: **canales generalistas**
para todos los públicos.

Reto actual: segmentación del público según
diversos intereses y gustos, lo que lleva a la
personalización de contenidos y servicios.



POSICIONAMIENTO

La audiencia de los canales públicos europeos sostenidamente se mantiene -en promedio- en tasas que oscilan entre el 38% y 46%.



POSICIONAMIENTO

Las cadenas públicas deben estar presentes
en todas las redes de cable/satélite
de contenidos audiovisuales
(*must carry*)



POSICIONAMIENTO

Se busca liderar el uso de las tecnologías digitales (DAB/TDT) para que el público acceda a ellas en señal abierta y de forma gratuita, impulsando para el efecto la creación de contenidos novedosos y la oferta de nuevos servicios.



FINANCIACION

Fuentes: Tasa o canon / asignaciones del presupuesto estatal / ingresos propios (espacios publicitarios, producción de programas)



FINANCIACION

Aportaciones públicas (datos del 2002):

Alemania: 82,3%
Reino Unido: 72,9%
Francia: 64%
España: 57%
Italia: 54%



FINANCIACION

Se puede “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 Comunidad en un grado que sea contrario al interés común, debiendo tenerse en cuenta la realización de la función de dicho servicio público”
(Protocolo N° 32, anexo al Tratado de Amsterdam de 1997)



GOBIERNO CORPORATIVO

Hay diversas formas de nombrar a los directivos de la radiodifusión pública, pero todas ellas buscan garantizar la representatividad plural de la sociedad y tomar distancia del gobierno de turno (La Reina designa a los integrantes del directorio de la BBC. Las Cortes Generales designan a los miembros del Consejo de Administración de la Corporación RTVE)