

ANTEPROYECTO DE LEY DE RADIODIFUSIÓN PÚBLICA

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto de la Ley

La presente Ley tiene por objeto establecer el marco que regula la prestación del Servicio de Radiodifusión de Titularidad del Estado (en adelante Radiodifusión Pública). La presente Ley se rige, en lo que le sea aplicable, por lo señalado en la Ley de Radio y Televisión (Ley 28278) y demás normas conexas en lo que fuera pertinente. La presente norma dá cumplimiento al mandato de la Tercera cláusula de las disposiciones complementarias finales de la ley 28278, para lo cual se entiende que las referencias a la Radiodifusión Pública incluye la denominada Radiodifusión Estatal.

Artículo 2.- Naturaleza del servicio

El Servicio de Radiodifusión es un Servicio Privado de Interés Público. El Servicio de Radiodifusión Pública se define fundamentalmente por su objetivo de servicio a la sociedad, sin fines de lucro.

Artículo 3.- Principios

El servicio de Radiodifusión los principios consignados en los Artículos I y II del Título Preliminar de la Ley de Radio y Televisión (Ley N° 28278). Adicionalmente,

El servicio de Radiodifusión Pública se rige por los siguientes principios:

- a) **UNIVERSALIDAD:** Sirve a toda la ciudadanía en general, dándole especial atención a las minorías que no acceden a la radiodifusión comercial
- b) **DIVERSIDAD:** debe reflejar la diversidad de los intereses públicos, ofreciendo diferentes tipos de programas que van desde las noticias a los programas livianos; debe llegar a todos.
- c) **INDEPENDENCIA Y OBJETIVIDAD:** Informa con la verdad, sin defendiendo los derechos de la ciudadanía en general. Cuando se emita posiciones de partes, éstas deben ser claramente identificadas como tal.
- d) **PLURALIDAD:** Las posiciones de todas las partes pertinentes en los temas que se traten deben estar presentes.

- e) **DIFERENCIACIÓN:** Se debe distinguir por su calidad, tanto en la imagen emitida como en la limpieza de sus contenidos, elaborados con respeto a las leyes, derechos y valores sociales.
- f) **DEFENSA DE LA CULTURA:** Se debe a la cultura en todas sus formas, manifestaciones y orígenes.
- g) **DEFENSA DE LA LEY Y EL ESTADO DE DERECHO:** El respeto a los Derechos, la Constitución, leyes y normas es parte estructural de la forma en que prepara su programación.
- h) **SERVICIO INSTITUCIONAL:** Da acceso y sirve a sus necesidades comunicacionales a las instituciones de la nación y de la sociedad en general, y en especial cuando en su norma constitutiva se le asigna a una institución, como es el caso de los Poderes del Estado.
- i) **PARTICIPATIVA:** Despliega mecanismos para que los ciudadanos y grupos de interés accedan a su contenido.

Todos estos principios son de observancia obligatoria para todos los medios que conforman el Sistema de Medios de Radiodifusión Pública, además de aquellos establecidos en la Ley de Radiodifusión.

Artículo 4.- Rol del Estado

El Estado en defensa del interés público de la Nación promueve el desarrollo del servicio de Radiodifusión Pública de alcance nacional, regional y local.

Artículo 5.- Fortaleza institucional de la Radiodifusión Pública.

La Radiodifusión Pública tiene autonomía funcional, administrativa, económica y financiera, con estructura organizativa de gestión eficiente en lo técnico y lo económico. Cuentan con un transparente mecanismo de designación de sus cuerpos directivos.

Cada Medio de Radiodifusión Pública debe contar con un Código de Ética aprobado por el Directorio que corresponda, considerando para su elaboración, mecanismos de participación pública. Dicho Código de Ética deberá ser remitido al Ministerio de Transportes y Comunicaciones para su aprobación y posterior difusión.

Artículo 6.- Uso de frecuencias.

El uso de frecuencias del espectro radioeléctrico para el servicio de Radiodifusión Pública y la instalación de las estaciones requeridas, se rigen bajo el régimen de Autorización establecido para los servicios de radiodifusión según lo señalado en la Ley de Radio y Televisión (Ley 28278), siendo los títulos habilitantes requeridos, otorgados por el órgano competente del Ministerio de Transportes y Comunicaciones,

de acuerdo al Plan Nacional Atribución de Frecuencias y demás normas aplicables en lo que resulte pertinente.

Artículo 7.- Reserva de frecuencias.

Por Resolución del Consejo de ministros el Estado reserva un porcentaje las frecuencias o canales en cada una de las bandas atribuidas al servicio de radiodifusión sonora y por televisión, por localidad, las que estarán bajo la operación del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP) y las instituciones que por ley se les asigne el derecho de operar una empresa de radiodifusión pública. En ningún caso los operadores de Radiodifusión Pública podrán tener fines de lucro, directo o indirecto. La asignación será libre del pago de canon o tasas. Al IRTP se le asignará un mínimo de dos canales en cada área concesionable.

Artículo 8.- Difusión de la Radiodifusión Pública en Cable.

Los operadores de televisión por cable obligatoriamente darán acceso equitativo a las señales de radiodifusión pública licenciadas para operar a nivel nacional. Esta obligatoriedad deberá constar en los respectivos contratos de concesión y aplicable cuando sea posible técnica y legalmente.

Artículo 9.- Uso de tecnologías de vanguardia.

La operación del servicio de Radiodifusión Pública debe utilizar la mejor tecnología disponible en términos de eficiencia técnica y económica. Para ello debe contar con un programa de inversiones de largo plazo sustentado y aprobado como parte del presupuesto anual asignado.

Estas tecnologías deben apuntar hacia un uso más eficiente del espectro radioeléctrico y el acceso a nuevas aplicaciones de servicio por parte del usuario. Dichas tecnologías deben permitir la interacción del servicio de Radiodifusión Pública con los demás servicios de la Sociedad de la Información, así como, facilitar su evolución hacia sistemas de radiodifusión digital en función a las pautas que para tal efecto dicten las autoridades competentes.

Los operadores de radiodifusión pública podrán suscribir convenios con operadores de servicios de radiodifusión sonora o por televisión a efectos de compartir la infraestructura que las partes tengan instaladas en determinada localidad, buscando siempre criterios de reciprocidad.

CAPITULO II

DEL INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ

Artículo 10.- Régimen.

El IRTP es un Organismo Público Descentralizado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, con autonomía funcional, administrativa, técnica, económica y financiera.

Artículo 11.- Autonomía e Independencia.

El IRTP funciona de manera autónoma con respecto a los poderes del Estado, incluyendo las autoridades elegidas en el ámbito nacional, regional, provincial, distrital, local o municipal. Asimismo, el IRTP debe mantener autonomía e independencia de cualquier otra influencia ajena a dicha institución. El IRTP destina recursos para las necesidades comunicacionales del Poder Ejecutivo en la forma y oportunidad que se establezca, diferenciando claramente estos contenidos de los relativos del resto de la programación. Atiende análogamente a los demás poderes y entidades representativas del Estado

Artículo 12.- Estructura del IRTP

El IRTP cuenta con la siguiente estructura orgánica:

- a) Directorio;
- b) Dirección Ejecutiva;
- c) Gerencia General;
- d) Órganos Técnicos de Gestión, Asesoramiento y Control.

Las funciones específicas de cada instancia de la estructura orgánica del IRTP estarán definidas en el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de dicha institución.

Artículo 13.- Directorio del IRTP

El Directorio es el órgano máximo de dirección del IRTP encargado entre otros de:

- a) Formular las Políticas Públicas de Comunicación de largo plazo del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública, a ser aprobadas por la Presidencia del Consejo de Ministros;
- b) Formular el Plan Anual del Servicio sujeto a Compensaciones, a ser aprobado por la Presidencia del Consejo de Ministros;
- c) Proponer los criterios para la formulación de los planes anual del servicio sujeto a Compensaciones, a ser aprobados por la Presidencia del Consejo de Ministros;

- d) Proponer los objetivos anuales de desarrollo y consolidación del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública en el Perú;
- e) Evaluar el cumplimiento de los objetivos señalados en el literal anterior.
- f) Tomar las acciones necesarias para el buen funcionamiento del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública; y,
- g) Las demás funciones que establezca el ROF.

Artículo 14.- Composición del Directorio

El Directorio está compuesto por ocho (7) miembros elegidos por un periodo de cinco (5) años no renovables. El Directorio es plural en su composición y esta conformado por personas con reconocida experiencia en periodismo, comunicación social, telecomunicaciones, derecho, regulación de servicios públicos, humanidades, economía, o ciencias sociales, y que cuentan con reconocida solvencia moral.

Artículo 15.- Mecanismo de designación de los miembros del Directorio.

El Presidente del Consejo de Ministros elevará al Presidente de la República, la propuesta de miembros del Directorio para su aprobación mediante Resolución Suprema. La propuesta debe someterse a un proceso de consulta ciudadana, cuyo resultado no vinculante debe ser considerado en el proceso de selección. En su composición, que debe ser plural, se debe considerar una adecuada presencia de la sociedad civil. La Presidencia del Consejo de Ministros designa al Presidente de Directorio.

Artículo 16.- Requisitos para ser designado miembro del Directorio.

Para ser miembro del Directorio se requiere:

- a) Ser profesional con no menos de cinco (5) años de ejercicio; y
- b) Contar con reconocida solvencia e idoneidad profesional. Este requisito se acreditará demostrando no menos de cuatro (4) años de experiencia en materias referidas a periodismo, comunicación social, telecomunicaciones, derecho, regulación de servicios públicos, humanidades, economía o ciencias sociales.

Artículo 17.- Incompatibilidades

No pueden ser miembros del Directorio:

- a) Las personas naturales con vinculación directa o indirecta de carácter profesional o técnico, a empresas o instituciones audiovisuales, de producción de programas radiales o televisivos, discográficas, de cine, de video, de prensa, de publicidad, de informática, de telecomunicaciones, de servicios de la sociedad de la información o cualquier otro tipo de entidades relacionadas con el suministro,

dotación de material o programas de radiodifusión al IRTP u otros medios de Radiodifusión Pública, así como respecto de cualquier otro medio de radiodifusión privada;

- b) Los que hayan sido sancionados con destitución en el marco de un proceso administrativo o por delito doloso;
- c) Los inhabilitados por sentencia judicial o por resolución del Congreso de la República;
- d) Los directores, gerentes y representantes de personas jurídicas declaradas judicialmente en quiebra y las personas naturales declaradas insolventes;
- e) El Presidente y los Vicepresidentes de la Republica, los Ministros de Estado, los Presidentes Regionales, los Alcaldes y Regidores, los representantes al Congreso, los Vocales de la Corte Suprema de Justicia de la Republica, los titulares y los miembros del órgano colegiado de los organismos constitucionalmente autónomos, el Contralor y el Subcontralor General de la Republica, el Presidente Ejecutivo de Essalud, los Viceministros y los Directores Generales de los Ministerios o funcionarios de rango equivalente, mientras ejerzan el cargo.

Artículo 18.- Causas que cesan a los miembros del Directorio

Los miembros del Directorio cesarán en sus cargos por las siguientes causas:

- a) Fallecimiento;
- b) Incapacidad permanente;
- c) Renuncia aceptada;
- d) Impedimento legal sobreviviente a la designación;
- e) Remoción por falta grave; y
- f) Inasistencia injustificada a tres (3) sesiones consecutivas o cinco (5) no consecutivas del Directorio, en el periodo de un (1) año, salvo licencia autorizada.

En relación al literal e), los miembros del Directorio solo podrán ser removidos en caso de falta grave debidamente comprobada y fundamentada, previa investigación de acuerdo a los procedimientos aplicables. La remoción se realizara mediante Resolución Suprema refrendada por el Presidente del Consejo de Ministros.

En caso de vacancia, la institución a la que corresponde designará un reemplazante para completar el periodo correspondiente.

Artículo 19.- Asignación de dietas para el Directorio.

Salvo el Director Ejecutivo, los miembros del Directorio no perciben remuneración. Mediante Resolución Ministerial, la Presidencia del Consejo de Ministros, fijará el monto de las dietas que se les asignará por cada sesión de Directorio, de acuerdo a las normas vigentes.

Artículo 20.- Mecanismo para la adopción de acuerdos.

Los acuerdos del Directorio se adoptarán por mayoría de los miembros presentes. En caso de empate el Presidente del Directorio tiene voto dirimente.

El quórum para sesionar es el de la mitad más uno del número hábil de sus miembros. Las sesiones son convocadas por lo menos una (1) vez al mes por el Presidente del Directorio. De manera excepcional, la mitad más uno de los miembros hábiles pueden solicitar al Presidente del Directorio que convoque a sesión.

Artículo 21.- Dirección Ejecutiva

La Dirección Ejecutiva está a cargo de un Director Ejecutivo. El Presidente del Directorio se constituye en el Director Ejecutivo del IRTP. Sus funciones específicas serán establecidas por el ROF del IRTP.

Artículo 22.- Gerencia General

La Gerencia General depende directamente de la Dirección Ejecutiva del IRTP y estará a cargo de un Gerente General el cual será designado por el Directorio. El Gerente General podrá estar presente en las sesiones del Directorio. Sus funciones específicas serán establecidas por el ROF del IRTP.

Artículo 23.- Cumplimiento de planes y objetivos del IRTP.

Corresponde a la Presidencia del Consejo de Ministros la supervisión del cumplimiento de:

- El Plan Anual del Servicio sujeto a Compensaciones aprobado;
- Los objetivos anuales de desarrollo y consolidación del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública en el Perú aprobados; y
- Otras que se establezcan expresamente.

Para ello, el Directorio presentara a la Presidencia del Consejo de Ministros, un informe anual al cierre de cada año sobre el cumplimiento de dicho plan y objetivos anuales.

Para los demás efectos, le son aplicables los mecanismos de control a que esta sujeto el IRTP en su calidad de Organismo Público Descentralizado.

Artículo 24.- Recursos económicos del IRTP

El IRTP goza de autonomía económica, administrativa y financiera para el cumplimiento de sus funciones, para lo que elabora, aprueba y ejecuta su presupuesto anual en el monto que corresponda a sus necesidades institucionales.

Son recursos del IRTP:

- a) Los que le asigne el Presupuesto General del República;
- b) Los que obtenga por la administración de sus recursos y por los servicios que presta y los productos que comercializa;
- c) Los que obtenga provenientes de donaciones, legados o cooperaciones técnicas con Organismos Nacionales e Internacionales; y,
- d) Otros que obtenga de acuerdo a ley.

Artículo 25.- Naturaleza de las actividades del IRTP

Sin desvirtuar su naturaleza de entidad sin fines de lucro, el IRTP está autorizado a realizar sus actividades bajo las modalidades que le sean aplicables en el ámbito empresarial y las propias a la actividad de radiodifusión. Para tal efecto, podrá:

- a) Recibir una contraprestación económica por los servicios que presta y los productos que comercializa;
- b) Realizar contrataciones y celebrar convenios, para la adquisición de bienes y la contratación de servicios no personales y consultorías, que resulten necesarios para el desarrollo de sus actividades;
- c) Contratar la producción, así como, realizar co-producción de programas en el ámbito de la radiodifusión;
- d) Comercializar directamente, o través de terceros, nacionales o extranjeros, los derechos de sus producciones y servicios; y,
- e) Otras de acuerdo a Ley.

Artículo 26.- Régimen especial de Control

Dada su naturaleza de entidad radiodifusora, la Contraloría General de la República aplicará normas de control idóneas para su naturaleza, buscando el control efectivo dentro de los cánones en que se desarrolla la radiodifusión. Este régimen se extenderá a otras entidades del estado que operen Radiodifusoras Públicas.

Artículo 27.- Operaciones financieras y crédito

El IRTP podrá realizar todo tipo de operaciones financieras y, en particular, concertar operaciones de crédito y préstamo, en cualquiera de sus formas y de acuerdo con los límites establecidos en las leyes aplicables.

Artículo 28.- Régimen laboral.

El personal del IRTP se encuentra sujeto al régimen laboral de la actividad privada. La administración del personal se regirá por lo normado en la presente Ley, el Reglamento Interno de Trabajo y demás disposiciones que regulan la relación jurídica laboral dictada para el sector privado.

CAPITULO III

DEL DEFENSOR DEL RADIOYENTE Y TELEVIDENTE

Artículo 29.- Designación del Defensor del radioyente y televidente

La Presidencia del Consejo de Ministros designará al Defensor del radioyente y televidente, por un período de cinco (5) años no renovables.

Los Medios de Radiodifusión Pública brindaran al Defensor del radioyente y televidente del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública, todas las facilidades e información que requiera para el ejercicio de su función.

Artículo 30.- Remuneración e incompatibilidades

El Defensor del radioyente y televidente percibe remuneración del IRTP, quien le suministra las facilidades requeridas para su trabajo, la que serán equivalentes a las que tiene el funcionario de mas alto nivel de la entidad.

Artículo 31.- Funciones del Defensor del radioyente y televidente

Son funciones del Defensor del radioyente y televidente del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública, las siguientes:

- a) Recibir, evaluar y canalizar las propuestas y quejas de los usuarios en el ámbito nacional.
- b) Proponer al Directorio y/o a la Dirección Ejecutiva del IRTP y de los demás operadores de radiodifusión pública los correctivos y dispositivos para mejorar la calidad de la programación y contenidos que ofrece el Sistema de Radiodifusión Pública desde la perspectiva del usuario;
- c) Informar anualmente sobre los resultados de su gestión.
- d) Implementar en el IRTP un espacio radial y televisivo de 30 minutos semanales como mínimo, destinado a difundir y ejercer los derechos de los usuarios de medios de Radiodifusión Pública;

- e) Coordinar estrechamente con los Defensores de los demás medios de Radiodifusión Pública, a fin concretar iniciativas conjuntas en beneficio de los usuarios del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública; y,
- f) Otras que le sean asignadas.

CAPITULO IV

OTROS OPERADORES DE RADIODIFUSIÓN PÚBLICA

Artículo 32.- Otros operadores de Radiodifusión Pública del Estado y la sociedad civil.

El Estado promueve la participación como Radiodifusores Públicas a otras entidades del Estado cuya función, mandato o naturaleza requiere que tengan un sistema de rendición de cuentas a la ciudadanía. Esta asignación se efectúa con criterio de racionalidad, tomando en consideración la capacidad que tiene el IRTP de cubrir dicha necesidades comunicacionales, para lo cual se le consultará como parte del proceso de evaluación de la asignación. La asignación se efectúa por ley.

Artículo 33.- Código de Ética

Cada medio de Radiodifusión Pública deberá formular su Código de Ética, el que será aprobado por el Directorio Regional correspondiente. Luego de ello, dicho Código de Ética deberá ser remitido al Ministerio de Transportes y Comunicaciones para su aprobación y posterior difusión.

Artículo 34.- Defensor del radioyente y/o televidente del medio del medio de Radiodifusión Pública regional o local.

Cada medio de Radiodifusión Pública nombrará un Defensor del televidente y/o radioyente del medio en cuestión, el cual tendrá las siguientes funciones:

- a) Recibir, evaluar y canalizar las propuestas y quejas que los usuarios dirijan al Medio de Radiodifusión Pública para el que fue designado. En el caso de que algún usuario no se sienta satisfecho con lo resuelto por el Defensor del medio en cuestión respecto de su reclamo, dicho usuario podrá solicitar que su reclamo sea elevado en segunda instancia al Defensor del radioyente y televidente del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública;
- b) Proponer a su Directorio Regional, los correctivos y dispositivos para mejorar la calidad de la programación y contenidos que ofrece el Sistema de Radiodifusión Pública desde la perspectiva del usuario;
- c) Informar anualmente sobre los resultados de su gestión, a su Directorio Regional y al Defensor del radioyente y televidente del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública;

- d) Implementar un espacio radial y/o televisivo de 30 minutos semanales como mínimo, destinado a difundir y ejercer los derechos de los usuarios de medios de radiodifusión del Estado;
- e) Coordinar estrechamente con el Defensor del radioyente y televidente del Sistema de Medios de Radiodifusión Pública, a fin concretar iniciativas conjuntas en beneficio de los usuarios de dicho sistema; y,
- f) Otras que le sean asignadas.

Dicho Defensor del radioyente y/o televidente percibe remuneración del Medio de Radiodifusión Pública para el que fue designado, y está sujeto al régimen de incompatibilidades fijado para los miembros del Directorio Regional.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Entrada en vigencia de la Ley

La presente Ley entrará en vigencia a los ciento veinte (120) días siguiente de su publicación en el Diario Oficial “El Peruano”.

SEGUNDA.- Normas del sistema de Control

Encargar a la Contraloría General de la República en un plazo de noventa (90) días, después de promulgada la presente Ley, redacte la normas aplicables al control de la Radiodifusión Pública operada por el Estado.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS Y FINALES

PRIMERA.- Aplicación supletoria

En todo aquello no previsto en la presente Ley, será de aplicación supletoria lo dispuesto en la Ley de Radio y Televisión (Ley 28278) y demás normas conexas en lo que le fuera aplicable, en ese orden.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS (fundamentos)

No hay una definición única sobre lo que es un medio de radiodifusión pública, por ello no ensayaremos definiciones propias; sino más bien comenzaremos con el desarrollo histórico de los medios públicos en el mundo, Latinoamérica, y nuestro país. Sobre esta base construiremos el enfoque más adecuado para nuestra realidad.

Nacimiento y Evolución de la Televisión en el Mundo

La televisión en el mundo nació pública, es decir como servicio financiado y promovido por los Estados salvo contadas excepciones. Así nació en Europa, Asia y Latinoamérica. La más significativa excepción ha sido Estados Unidos, quien consecuente con su modelo capitalista, inició las transmisiones televisivas desde la

empresa privada, un modelo vigente hasta hoy. Sin embargo, el ejercicio de las libertades y el interés público ha llevado a la mayoría de los países a instaurar un sistema dual, donde convive la radiodifusión pública con la privada. Así vemos que Europa, en la última década del siglo pasado, autorizó la radiodifusión privada con interés comercial, un fenómeno que ha permitido arrebatarse a los canales públicos, buena parte de su audiencia.

El Caso Latinoamericano

En Latinoamérica, a poco del nacimiento de la televisión, se instalaron canales privados, y en ningún caso la televisión estatal logró posicionarse mayoritariamente en la audiencia. La agilidad, inventiva y agresividad del empresario televisivo barrió con la ineficiencia y burocracia que controlaba los canales estatales, reduciendo su área de influencia a un sector muy reducido de personas. Si bien siempre existió un clamor por potenciar la TV pública en Latinoamérica, hasta hace poco, ninguno de los países de la región pudo o quiso promover un marco legal que facilite el desarrollo y la modernización de la TV pública. Al respecto, muchos culpan a la empresa privada, a quienes acusan de establecer alianzas soterradas con los gobiernos de turno para evitar el desarrollo de la TV pública, sin embargo, esto no es enteramente cierto, la verdad es que la poca institucionalidad vigente en nuestros países, la escasez de recursos económicos, y la imposibilidad de mantener en el servicio público, el talento humano necesario, impidió el desarrollo de una TV pública que satisfaga las expectativas.

El Tema del Financiamiento

El principal elemento que frenó el desarrollo de la TV pública en Latinoamérica, ha sido el financiamiento. En Europa, la mayoría de los canales se financian con impuestos directos al consumidor, muchas veces recaudados por las mismas instituciones televisivas, esto les da salud financiera y predictibilidad en los ingresos futuros, así como una financiación independiente de los vaivenes políticos. En América Latina, esta opción es impensable; cobrar un nuevo impuesto directo a consumidores, mayoritariamente de bajos ingresos, es imposible. Es así que la ausencia de financiación, junto con el uso y abuso para fines proselitistas de los medios del Estado, sumieron a este sector a un rol prácticamente inexistente en el espectro de la TV masiva en el continente.

Avances de la Radiodifusión Pública

Se han dado casos en Latinoamérica de establecimiento de marcos legales que funcionan bastante bien para la TV pública, aunque no necesariamente aplicables a nuestra realidad. El gobierno de la Concertación en Chile que asumió el poder al término del régimen de Augusto Pinochet cambió el status de la Televisión Nacional (TVN), convirtiéndolo en un exitoso modelo de TV pública, auto sostenida por ingresos publicitarios; en Colombia, recientes disposiciones legales han dado el marco para una coexistencia equilibrada entre la TV privada y la pública, facilitando la

existencia y sostenimiento de canales Públicos de dimensión Nacional, Regional, Comunitarios y otros.

El caso peruano

La radiodifusión por televisión en el Perú se desarrolló predominantemente privado (modelo americano). Los canales compiten por nuestra preferencia con programación que apela a los gustos de las mayorías, buscando maximizar su rating con el mínimo de costos, atrayendo así, a la inversión publicitaria que es su objetivo empresarial primordial. En este ambiente de televisión privada competitiva, existe como medio de servicio público Televisión Nacional del Perú (TV PERU).

Canal 7 inició sus transmisiones desde el edificio del entonces Ministerio de Educación en la Avenida Abancay (hoy una sede del Poder judicial), en los años cincuenta, desde entonces hasta el día de hoy, ha tenido una historia abundante en vivencias por decir lo menos. Por un lado, ha sido simiente de muchos talentos de la Televisión Peruana de todos los tiempos, produjo programas que en su momento destacaron nítidamente en el ámbito local e internacional y ha podido instalar, la red de cobertura nacional más amplia del país, y liderar el desarrollo tecnológico de la televisión digital de alta definición. Pero por otro lado, ha sido maltratado muchas veces por los gobiernos de turno con el nombramiento de autoridades poco idóneas para el cargo, usado como instrumento de propaganda política, enviado a obtener ingresos y competir en el mercado publicitario, o asignándole escasos recursos financieros para su renovación tecnológica y su propia subsistencia. Al margen del mérito de algunas administraciones del canal 7, la norma general fue el maltrato y explotación.

Por su lado, la sociedad civil nunca dejó de reconocer los méritos, cuando los tuvo, el canal 7; ni tampoco dejó de reclamar una televisión pública adecuada al país; reclamo que hoy subsiste. Por ello estamos en una situación de privilegio, donde confluye no solo la obligatoriedad de definir un marco normativo para la Radiotelevisión Pública, sino también, la buena disposición de las autoridades de avanzar hacia una televisión verdaderamente pública.

El Estado de las Cosas Hoy en el Perú

La TV Privada

El mercado publicitario ha crecido con dos dígitos en los últimos años, de la mano con el crecimiento de la economía del país. Las principales cadenas nacionales han visto sus ingresos crecer saludablemente, lo que les ha permitido invertir en tecnología y capital humano para la mejora de la calidad técnica y de contenidos de su programación. Se ha priorizado la programación nacional, no por un asunto de obligación legal, sino como consecuencia de ser los televidentes un mercado que

consumen los contenidos de programación extranjera en las señales de cable, y recurre a los canales peruanos para la programación local.

Atrás han quedado los elementos desestabilizadores de la industria del principio de siglo: la falencia económica y los conflictos entre accionistas. Esa situación, junto con la entonces reciente historia de corrupción no abonaba en favor de la recuperación de la confianza del ciudadano con los medios televisivos. Hoy la televisión privada ha recuperado su estabilidad y goza de la preferencia de las mayorías, tanto en su programación de entretenimiento como en la noticiosa.

TV Perú hoy

Desde la terminación del régimen de Alberto Fujimori, el IRTP ha migrado hacia una política de apertura informativa y pluralidad de contenidos, a la vez de mejorar la calidad técnica y de contenidos de su programación, en una ruta no carente de altibajos, cuando el poder político de turno ha hecho uso y abuso del canal como herramienta de comunicación del gobierno.

La administración del TV PERÚ ha enmendado rumbos y despliega loables esfuerzos por recuperar su posicionamiento ante los televidentes, pero la situación exige más que esfuerzos puntuales e inorgánicos, se requiere de un esquema de TV estatal verdaderamente pública.

La relación de la prensa con el poder político no es ni debe ser grata y permisiva, pero es importante analizar los aspectos específicos que a juicio del Poder Político hacen necesario que los poderes públicos requieran una televisión de servicio informativo para comunicarse con la ciudadanía

La historia de la televisión pública y la situación actual muestran que en el caso peruano hubieron avances y retrocesos, en los intentos de la institucionalización de los medios públicos. Han habido momentos en que los medios estatales se acercaron a los objetivos del interés público, pero esos esfuerzos no perduraron, pues duraron lo que duró la administración que los implementó.

Las voces que están a favor de dejar las cosas como están en la estructura de mando del Canal 7, argumentan que la apertura e imparcialidad ya está abierta en el medio estatal, que el objetivo ya está cumplido, que no es necesario hacer más. Sin discutir si la apertura existe o no, hoy en día, es interesante distinguir que cuando las autoridades de un medio público dan paso a principios de equidad y pluralidad, lo hacen como una concesión de ellos mismos y no como un acto que compromete al Estado en sí.

Es decir, mientras las autoridades de los medios públicos sean electas y removidas por la simple voluntad del Gobierno de turno, no habrá institucionalidad ni continuidad de las acciones emprendidas. El respeto a la pluralidad e independencia de los medios

públicos no se deben considerar concesión de un gobierno de turno, se trata de obligaciones que deben ser asumidas a nivel de políticas de Estado.

Por ello, una condición que legitima al medio público es la forma en que se nombran a sus autoridades. Mientras éste no sea un procedimiento que brinde autonomía y continuidad a la gestión, y garantice la idoneidad de sus miembros y el control ciudadano, no habrá una verdadera televisión pública.

Existen otras condiciones necesarias para la independencia y autonomía del medio público, pero ninguna tan relevante y contundente como una plural y adecuada metodología para el nombramiento de sus autoridades. Esta es una condición necesaria, aunque no suficiente, como veremos más adelante.

Perfil de un Medio Independiente y Objetivo

Son muchas las características que definen un medio público. Usando fuentes como la UNESCO, y necesidades propias de nuestra ciudadanía, identificamos las siguientes: UNESCO ha compilado las principales que presentamos a continuación:

a) **Universalidad:** La difusión pública debe estar al alcance de todos los ciudadanos a través de todo el país. Constituye un objetivo profundamente igualitario y democrático ya que implica a todos los ciudadanos, sin diferenciar su nivel social o ingresos. Obliga al difusor público a dirigirse a toda la población y trata de ser “utilizado” por el mayor número posible. Da especial atención a las minorías que no tienen fácil acceso a la radiodifusión comercial.

b) **Diversidad:** Los servicios ofrecidos por la difusión pública deberían diversificarse en al menos tres direcciones: los géneros de programas ofrecidos; las audiencias determinadas; y los temas discutidos. La difusión pública debe reflejar la diversidad de los intereses públicos ofreciendo diferentes tipos de programas que van desde las noticias a los programas livianos. Algunos programas deben dirigirse a solo una parte del público cuyas expectativas son variadas. En último término, la difusión pública debe llegar a todos, no a través de cada programa, sino a través de todos los programas y sus correspondientes variedades. Finalmente, mediante la diversidad de los temas discutidos, la difusión pública también debe intentar responder a los diferentes intereses del público y de esta manera reflejar el amplio abanico de tópicos en boga en la sociedad. La diversidad y la universalidad son complementarias en cuanto a que la producción de programas a veces son destinados a la juventud, en otras a gente adulta y en oportunidades a otros grupos, en último término significa que la difusión pública los incluye a todos sin excepción.

c) **Independencia y Objetividad:** La difusión pública es un foro donde las ideas deben expresarse libremente, donde puedan circular la información, opiniones

y críticas. Esto solo será posible si el difusor es independiente y con ello permite mantener la libertad de la difusión pública frente a la difusión comercial o la influencia política. Cuando se emitan posiciones de parte, se deben señalar como tal. Si la información entregada por el difusor público fue influenciada por el gobierno, la gente estará menos predispuesta a creer en el contenido. Además, si los programas de la difusión pública fueron creados con fines comerciales, el público no comprenderá por qué les piden financiar un servicio que les ofrece una programación que no difiere sustancialmente de la presentada por difusores comerciales.

d) **Pluralidad:** Ante los temas de agenda pública que debe tocar, la inclusión de las posiciones de todas las partes relevantes involucradas debe estar presentes. Este principio se consagra con la aplicación de una política de respetar el derecho de réplica, pero siempre con un enfoque de que dicho principio debe ser la excepción y no la regla; es decir el manejo informativo de la cosa pública debe ser completo, buscando que las partes distingan que su posición ya estuvo adecuadamente presente; así, el recurso de atender un pedido de réplica, solo se debe dar por errores involuntarios en la cobertura informativa.

e) **Diferenciación:** El servicio ofrecido por la difusión pública debe distinguirse del que entregan otros servicios de difusión. Se debe distinguir por su calidad, tanto en la imagen emitida como en la limpieza de sus contenidos, elaborados con respeto a las leyes, derechos y valores sociales. En la programación de servicio público, en la calidad y en las características peculiares de sus programas, el público tiene que ser capaz de identificar que lo distingue de otros servicios. No se trata solamente de producir el tipo de programas que a otros no interesa, dirigido a las audiencia que otros no toman en consideración, o manejando temas que otros ignoran. Es asunto de hacer las cosas en forma diferente, sin exclusiones de ninguna especie. Este principio debe alentar a los difusores públicos a innovar, crear nuevos espacios, nuevas producciones, marcar el rumbo en el mundo audiovisual y liderar nuevos rumbos de otras empresas de difusión.

f) **Defensa de la Cultura:** Se debe a la cultura en todas sus formas, manifestaciones y orígenes. Se ocupa de la cultura local, pero sin chauvinismos o falsos nacionalismos; así la cultura que viene de afuera o de otras épocas también se presentan y difunde. La difusión llamada cultura popular es parte de su objetivo, pero sin menospreciar la llamada cultura elitista, atendiendo también así, a los grupos selectos más sofisticado de la comunidad.

g) **Defensa de la Ley y el Estado de Derecho:** El respeto a los Derechos, la Constitución, leyes y normas es parte estructural de la forma en que prepara su

programación. La institucionalidad que está en construcción en el Perú obliga a consagrar la defensa de la ley y el Estado de Derecho como una de las vigas maestras de la programación.

h) **Servicio Institucional:** Da acceso y sirve a sus necesidades comunicacionales a las instituciones de la nación y de la sociedad en general, y en especial cuando en su norma constitutiva se le asigna a una institución, como es el caso de los Poderes del Estado. Así en el caso de Poder ejecutivo, que gestiona la administración de la cosa Pública, tiene espacio y uso de recursos de la TV pública para su estrategia comunicacional. Esta función no debe confundirse con la cobertura noticiosa que el medio público hace de las actividades gubernamentales. La diferencia fundamental radica en el hecho de que mientras la cobertura periodística es efectuada con criterio propio del medio, los servicios comunicacionales que se dan al gobierno se hacen con el formato y criterio que optan los aparatos comunicacionales del estado, dentro de los límites de los tiempos y recursos que se establecen para este servicio.

i) **Participativa:** Despliega mecanismos para que los ciudadanos y grupos de interés accedan a su contenido. En la era actual de desconcentración del flujo de información, se debe hacer uso de todas las ventajas que da la tecnología para recibir de la teleaudiencia insumos para enriquecer el rol comunicacional de la señal pública.

Radiodifusión Pública y la Estatal

Es pertinente establecer la diferencia entre TV pública y estatal, recordando que hoy día se puede considerar que el canal 7 es un canal del Estado. Existe una errónea opinión generalizada que la RADIOTELEVISIÓN PÚBLICA y los difusores estatales son sinónimos. Este error se origina del hecho que muy pocos países en el mundo cuentan con una genuina RADIOTELEVISIÓN PÚBLICA y que la mayoría posee sistemas de difusión estatales. Además, cuando se le compara con la difusión comercial, la difusión estatal aparece como más orientada al servicio público, lo que nos conduce a esta frecuente confusión entre la RADIOTELEVISIÓN PÚBLICA y los sistemas de difusión estatales. Mientras los sistemas de difusión bajo control estatal cumplen algunas actividades de servicio público, su control gubernamental, ceñido a modelos presupuestarios, carencia de independencia e imparcialidad en la programación y administración, no permite se les identifique como RADIOTELEVISIÓN PÚBLICA. De este modo, mientras los difusores estatales ejecutan algunas funciones de servicio público, no pueden definirse como verdaderas RADIOTELEVISIÓN PÚBLICA

Condiciones Requeridas

Sin pretender que sea una lista excluyente pero basada en la experiencia de la Radiodifusión en el Perú, particularmente en la Radio y TV estatal, enunciaremos las principales características de los medios que puedan ejercer una función pública, autónoma e independiente.

Dirigencia idónea, autónoma y estable

Países como Chile que han establecido sus propios esquemas de TV Pública hace poco, reservan la elección del Presidente de Directorio a la Presidencia de la República, sujeto a una ratificación congresal. Este puede ser un esquema transaccional para el nacimiento de la TV Pública. El Presidente de Directorio deberá contar con la confianza y respeto del Poder Ejecutivo: confianza, porque si bien el Canal debe ser independiente, no debe ser enemigo del gobierno, más bien servirlo en la aplicación de sus políticas comunicacionales; respeto para el gobierno en todas sus instancias para que éste también respete la labor de TV PERÚ sin obstrucciones, como herramienta de presión para restarle independencia.

En líneas generales los miembros del directorio deberán ser profesionales o comunicadores sociales de prestigio en el medio. La duración del período del Directorio debería ser de plazo fijo, idealmente cinco años, para que se puedan desarrollar planes y programas sin angustias de corto plazo. El directorio sería nombrado por el Ejecutivo con un proceso no vinculante de consulta ciudadana. De esa manera se asegura que el Directorio responda a los intereses de toda la nación, y no de un solo grupo político. Directorio compuesto por representantes de diferentes entidades, por más respetables que sean, puede conducir a un conflicto de intereses paralizante, o a una inorgánica sectorización de la programación, en función de los intereses individuales de los representados.

La Gerencia General, los principales ejecutivos y directores deberán ser nombrados o removidos por el Directorio. El Gerente General propone los nombramientos de sus subalternos al Directorio.

Financiamiento

Un canal público debe tener un realista, estable y predecible esquema de financiamiento, sin dependencias a desgastantes gestiones ante el Ejecutivo o Legislativo. En líneas generales existen tres opciones:

Subsidio al 100%

Esquema en el cual no se interviene en una actividad privada, se garantiza la financiación para desarrollar los contenidos adecuados, sin

caer en extremos mercantilistas. Para garantizar su desarrollo, se deberán establecer metas de participación de audiencia y costos operativos. El presupuesto asignado debe ser establecido y desembolsado mediante un procedimiento transparente, para evitar que ello se vuelva una herramienta de presión por parte del gobierno de turno.

Autofinanciamiento

Así el tesoro público se libra de la carga de sostener al canal, sin embargo por la experiencia pasada es la opción con menos probabilidades de éxito. El riesgo de que abandone sus objetivos educativos y culturales en la persecución de su ingreso es bastante grande e interviene de una manera cuestionable en una actividad privada. Esta opción no la encuentro recomendable a nuestra realidad actual.

Esquema Mixto

Es decir, contar con presupuesto del sector público e intervenir en el mercado publicitario. Las ventajas de esta opción son que al tener que rentabilizar parte de su programación, existe una manera de incentivar la llegada (rating) de sus programas; las desventajas son que se pueden confundir los roles y objetivos del canal. En esta opción es necesario definir cómo y cuanta publicidad puede vender (límites en minutos a comercializarse por hora, estructura lo menos intrusiva posible de cortes comerciales, programas libres de comerciales, restricción en la publicidad estatal que puede recibir, etc.). Esta es la situación de facto que existe hoy en la TV Estatal, la que me parece la más recomendable para nuestra realidad.

Los ingresos de un canal público no deben depender del mercado publicitario, pues ello desvirtúa sus fines. Sin embargo, si conviene que esté conectado con el mismo, como una manera de mantener cierta competitividad con la TV privada. Esto se logra estableciendo restricciones a su actividad comercial, de manera que su participación en el mercado de la publicidad por televisión sea poco relevante, buscando de esta manera no arrebatar a la TV privada su ya menguado mercado publicitario.

Al establecerse una participación del presupuesto Nacional, se deben establecer los mecanismos que garanticen la estabilidad del ingreso ante eventuales vaivenes políticos. Confieso no tener una solución certera sobre este tema. Recordemos que existen normas de muy alto nivel que establecen pautas para el presupuesto nacional que hoy no se cumplen. Para esta fórmula se necesita la colaboración de expertos en la materia.

No se debe dejar de lado las fuentes de financiamiento de la cooperación internacional, y los auspicios institucionales que se pueden recibir de entidades privadas o públicas que provengan sin objetivo comercial o de lucro.

Normas de Control de Fondos Públicos Idóneas

Tratándose de una entidad pública requiere de mecanismos de control hoy establecidos en el marco legal del Sistema Nacional de control administrado por las normas pertinentes y aplicado por la Contraloría General de la República. La actividad de radiodifusión opera en un marco más amplio que una entidad pública tradicional; se aplican criterios subjetivos para la elección del talento que participa en la producción de programas y en la elección de programación filmica a emitirse. Por ello es necesario normas específicas dentro del Sistema Nacional de Control para dar la flexibilización del caso, sin que se abandone el rol de supervisión. Deberán ser especialistas en las normas de control quienes sugieran los cambios a efectuarse.

Política Laboral y de contratación de talentos

Debe estar premunido de la capacidad de contratar su personal y talento artístico en niveles salariales competitivos con el mercado, así como contratar en los formatos usuales en la industria. Si fuera el caso, inclusive efectuar contrataciones en el exterior para generar escuela en los talentos nacionales. Deberá desplegar un agresivo programa de capacitación en las diferentes ramas de la actividad de la radiotelevisión, beneficiando así la productividad y excelencia en el medio público, a la vez de generar fidelidad con su personal por recibir ellos capacitación permanente, un beneficio intangible muy apreciado por los profesionales jóvenes.

Estándares de Calidad

La globalización en la radiotelevisión ha permitido que nuestros ciudadanos puedan acceder programación de calidad a través del sistema de cable. Los productores del primer mundo con acceso a los recursos financieros que les permiten tener recursos técnicos para hacer producciones de calidad, se agrupan alrededor de empresas transnacionales que proporcionan programación con contenidos que en su forma y fondo superan cada día más las posibilidades del mercado interno peruano de producciones audiovisuales.

Se debe establecer dentro de las políticas de la TV Pública los mejores estándares técnicos en los que se debe operar. Los estudios de grabación, los formatos de grabación y edición, la calidad de las escenografías y la iluminación de los sets, los talentos que se contraten para producción, los creativos, animadores, escritores y guionistas, camarógrafos y editores, deben ser de primer nivel dentro de estándares internacionales.

La imagen de pantalla debe ser atractiva y calidad. Con esquemas homogéneos a lo largo de todos los programas para establecer y mantener vínculos afectivos entre el medio y el televidente deben ser la norma.

Los planteamientos aquí presentados para la política laboral y de contrataciones, así como la adecuación del sistema de control de fondos (Auditoría) permite implementar lo aquí señalado. Para esto se debe crear un sistema de asesoramiento técnico con los buenos profesionales nacionales, que los hay, para definir estas pautas.

Recursos del Periodismo

El trabajo del periodismo en la TV Pública debe ser una vitrina de ética y buenas prácticas periodísticas para la colectividad nacional, principios como el balance informativo presentando la versión de todas las partes, el derecho de réplica, el cruce de fuentes informativas y otros deben ser estrictamente respetados. La línea informativa debe priorizar lo importante antes de lo interesante, se deben escoger cuidadosamente los voceros y líderes de opinión a entrevistarse, sin asumir posición de parte que no sea a favor de la democracia, la legalidad y los derechos humanos.

El Código de Ética será el instrumento que sostenga estas políticas, asimismo, la experiencia diaria deberá generar una suerte de jurisprudencia y casuística a ser debidamente registrada para consulta, construyéndose así un Manual de Estilo, dinámico y actualizado.

En los programas periodísticos se debe usar la capacidad inquisidora de periodistas especializados, inclusive si son del staff de otros medios, privados o públicos. Muchas veces es más ilustrativo el contar en la pantalla con periodistas especializados dialogando sobre un tema en profundidad.

El equipamiento técnico y el capital humano deberán poder dar un servicio eficaz, en especial en la recolección de noticias a nivel nacional. Estando el país en un proceso de descentralización, se debe desplegar un esfuerzo especial para poder contar con noticias de la actualidad en las regiones. Esto es importante no sólo para las ediciones nacionales de los noticieros, sino también para las ediciones de los noticieros regionales, en este caso la Central de Lima actúa como en centro de tráfico (clearing house) de las noticias entre los canales regionales.

El periodismo de investigación debe ser ejercido con los mejores niveles de calidad y excelencia. Ello implica costo, y habrá que afrontarlo. Se deben fijar plazos razonables, si es que se deben fijar, para que se concluya los trabajos de prensa de investigación. Prensa de Investigación no es sinónimo de denuncia.

Debemos entenderla como una forma de entrar en los principales puntos de la agenda pública, analizarlos, evaluar escenarios y actores, plantear opciones, proyectar resultados, etc. El reto es plasmar el producto final en un audiovisual que resulte ilustrativo, interesante y entretenido. Eso no es fácil. Requiere de tiempo y dinero.

Lo dicho no excluye la posibilidad de hacer investigación sobre denuncias de corrupción u otros actos ilegales. Se debe hacer si es que se presenta la circunstancia, pero esto no debe ser la orientación primordial del trabajo de los equipos de prensa investigativa. Recordando la complementariedad que debe existir entre la TV Privada y la Pública, no debemos orientar los esfuerzos de lo público a un campo que ya está bastante servido por los Privados.

La Agenda Comunicacional del Gobierno

El uso y abuso de los recursos de la Tv estatal por parte del gobierno de turno es un lugar común en muchos países latinoamericanos. En nuestro país llegamos a los excesos de todos conocidos de los regímenes anteriores al 2000. Felizmente hoy hemos recuperado mucho de los valores perdidos y estamos construyendo otros. Sin embargo, siendo realistas, debemos reconocer que para que se obtenga independencia en el canal del Estado, es necesario precisar la forma en que la TV Pública debe servir a los requerimientos comunicacionales del Gobierno.

El Gobierno necesita tiempo en el aire para los mensajes del Presidente y otros altos funcionarios del Estado, no obstante esto debe normarse y regularse. Se le debe dar espacio al gobierno para sus mensajes siempre que lo necesite, pero dentro de un formato de tiempos, horarios y duraciones preestablecidos y previamente negociados.

Otras necesidades del Ejecutivo pueden ser espacio para cuñas publicitarias o programas informativos de divulgación de su Agenda política. De igual manera, se deberán establecer los recursos humanos, técnicos y de espacio en la programación que se destinarán para este fin. Esta actividad no debe confundirse con el trabajo periodístico del propio medio; los equipos de tarea, especialmente el personal, no se deben mezclar, pues tienen diferentes fines: unos hacen labor periodística y los otros trabajan en pos de difundir la agenda de gobierno y la mejora de su imagen pública.

Este servicio al gobierno central se puede negociar en períodos anuales o bianuales, en un formato transparente y público. La emisión de los espacios del gobierno deberá contar con la misma excelencia y calidad que el resto de la programación. El etiquetado de los programas del Gobierno señalándolos como tales, se debe hacer de una manera discreta y elegante, para que la ciudadanía lo distinga y reconozca.

La experiencia muestra que la ciudadanía acepta las emisiones informativas gubernamentales y las considera lícitas, pero reacciona negativamente cuando las

mismas se mezclan con programas periodísticos generales. Creo que las emisiones oficiales tienen posibilidad de calar positivamente en la población, siempre que se hagan con el tiempo estrictamente necesario, con transparencia y objetividad, bien producidas y con buen gusto, sin recurrir a elementos manipulativos que son claramente identificados y rechazados por los televidentes.

Los Canales de la TV Pública

La televisión pública en los países europeos y en Norteamérica consta de varios canales, cada uno orientado a diferentes segmentos de la sociedad en función de los intereses ciudadanos y los niveles culturales. En nuestro país en donde los perfiles del variopinto colectivo nacional son mucho más distantes, la necesidad de segmentar la programación de TV pública en más de un canal es aún más aplicable.

Por otro lado, existen estamentos en el Estado que pueden y deben aprovechar las facilidades tecnológicas que existen para producir señales radiales y televisivas para comunicarse y construir institucionalidad con la ciudadanía. Tal es el caso de los Poderes Legislativo y el Judicial, Gobiernos regionales y locales. También es el caso de determinados organismos de la sociedad civil.

Reserva de frecuencias.

El Estado reservará un porcentaje las frecuencias o canales en cada una de las bandas atribuidas al servicio de radiodifusión sonora y por televisión, en cada zona de la República. Esa capacidad se destinará para el uso del IRTP (dos canales) y para las demás entidades a quien se concesione el uso de frecuencias para operar una señal de Televisión Digital Terrestre. El porcentaje de espacio radioeléctrico a reservar lo determinará el Consejo de Ministros, y las entidades elegibles para dar concesiones de TDT se determinan por Ley. Dada la característica de entidad de servicio sin fines de lucro, los concesionarios de televisión pública estarán exonerados del pago de canon y tasas según lo define la ley general de Telecomunicaciones.

Felizmente, hoy con el uso de la tecnología digital, la capacidad de tener señales televisivas en el aire usando concesiones del espectro radioeléctrico se ha multiplicado, y crecerá aún más con los futuros avances tecnológicos. Esta realidad hace que para efectos prácticos no exista escasez del recurso radioeléctrico para dar en concesión canales públicos, como se plantea en el presente proyecto de ley.

Cabe mencionar que para que se produzca y distribuya señales televisivas no es condición necesaria el contar con una concesión de uso de frecuencia, ya que la difusión puede hacerse por señal de cable, en donde los operadores son libres de pactar la emisión de señales televisivas, puesto que no usan un recurso limitado del estado como es el caso de las frecuencias radioeléctricas.

La Defensa del Televidente

La figura de la defensa del ciudadano es un instrumento moderno que en la práctica procura la salvaguarda de los derechos ciudadano ante posibles abusos de gobiernos y otras entidades de servicio público. Existe la Defensoría del Pueblo a nivel Gobierno, y diferentes entidades del sector público y privados, tales como la SUNARP o los bancos y aseguradoras tienen Defensores del consumidor o cliente. En organizaciones de prensa, en algunas latitudes existe el Defensor del Lector o del Televidente, al cual pueden recurrir los ciudadanos o personas jurídicas cuando consideren que sus derechos han sido violados.

Un esquema de radiodifusión pública no puede dejar de considerar esta esquema, dada su propia naturaleza. Así se presenta en el proyecto la figura del Defensor del Radioyente o Televidente, que tiene en su campo de acción a toda la radiodifusión pública. Su accionar si bien no tiene carácter vinculante, si tiene mecanismos para difundir sus juicios, opiniones y observaciones, inclusive dentro del mismo medio de comunicación pública, lo que le da la fuerza requerida para que cumpla con su rol preventivo y disuasivo, así como para que se atiendan sus resoluciones de rectificación o aplicación del derecho de réplica, si fuera el caso. Asimismo, cada entidad de radiodifusión pública tendrá su propio Defensor.