



OFICIO N°:

MAT.: Propuesta de norma constitucional sobre Medios de Comunicación Públicos.

Santiago de Chile, 28 de enero de 2022

DE: Bernardo De La Maza y
Convencionales Constituyentes Firmantes

PARA: **Sra. MARÍA ELISA QUINTERO**
Presidenta de la Convención Constitucional
Sr. GASPAR DOMINGUEZ
Vicepresidente de la Convención Constitucional

Por medio de la presente, nos dirigimos a ustedes en su calidad de presidenta y vicepresidente de la Convención y, en virtud de lo dispuesto en los artículos 81 y siguientes del Reglamento General de la Convención Constitucional, dentro del plazo establecido y conforme a los fundamentos que se indican a continuación, venimos a presentar la siguiente propuesta de norma constitucional sobre “Medios de Comunicación Públicos”, solicitando en el mismo acto sea remitida a la Comisión N° 7, de Sistemas De Conocimientos, Culturas, Ciencia, Tecnología, Artes y Patrimonios, según se indica a continuación:

I. ANTECEDENTES.

Chile tiene experiencia en lo que refiere a medios de comunicación públicos. En el caso de la televisión pública, ésta fue creada en 1969 durante el gobierno del presidente Eduardo Frei Montalva con el nombre de Televisión Nacional de Chile (TVN), con la intención de integrar al país y la expresa idea de que fuera un medio de comunicación de pleno independiente de los gobiernos de turno.

Desde sus inicios, TVN instauró su independencia del gobierno y, en poco tiempo, logró un alto prestigio, transformándose en un medio creíble y respetado. Esto cambió a partir de noviembre de 1970, cuando el canal comenzó a ser utilizado en beneficio de los intereses del gobierno de la época, lo que se acentuó, durante la dictadura militar, período en que la televisión pública se transformó en un manifiesto medio de propaganda del régimen.

A partir del 11 de marzo de 1990, con el retorno de la democracia, TVN retomó su línea de independencia de los gobiernos que siguieron y, pronto, se transformó en el canal líder, superando en prestigio y audiencia a los canales universitarios y al canal privado, que recién nacía. Ese año, TVN recibió un leve aporte del Estado para enfrentar sus primeros meses de funcionamiento ante la bancarrota en que fue dejada y, de ahí en adelante, por más de dos décadas, se autofinanció.

Durante muchos años, TVN tuvo una programación apreciada por buena parte de la población, especialmente, en sus áreas informativa, deportiva y dramática, además de ser el único canal en cubrir todo el territorio nacional.

Desde 1995, la señal internacional de TVN es vista en todos los continentes al alcance del más de un millón de chilenos que viven en el exterior. TVN es el vínculo diario que tienen con el país.

Debido a malos manejos administrativos y la incapacidad de adaptarse a los nuevos tiempos de cambios vertiginosos que llegaron con la aparición de internet, a partir de 2014, las audiencias bajaron dramáticamente. Al mismo tiempo, TVN, en competencia directa con los canales privados, siguió deteriorando la calidad de su programación a niveles inaceptables para un canal público. Ese año, cayó en una profunda crisis financiera que puso en riesgo incluso su viabilidad como empresa. A partir del 2018, el Estado le otorgó una serie de aportes económicos para enfrentar la crisis y reprogramar pasivos. Desde el 2021, dejó de tener pérdidas económicas, en parte, debido a una drástica disminución del personal de planta y a una programación de bajos costos, muy lejana de lo deseable para un canal público.

Más allá de sus cifras económicas azules o rojas, en la práctica, TVN se parece mucho a cualquier canal privado, y perdió credibilidad, la que, junto a la independencia, es el principal valor que debe tener un medio público.

Es indispensable una revisión del esquema de financiamiento, para dotar a TVN de las herramientas necesarias para asegurar tanto su continuidad como el cumplimiento de su misión. También, resulta necesario establecer nuevas normas para la elección de su directorio, de forma de separarlo de los intereses políticos, y reforzar su pluralismo, independencia y autonomía con profesionales independientes de alta calificación.

II. FUNDAMENTOS.

El Estado tiene la obligación de garantizar los derechos humanos básicos de sus nacionales, entre los que se encuentran los derechos de información, educación y libertad de opinión¹. Para que esos y otros derechos puedan ser ejercidos de forma plena, es fundamental que existan medios de comunicación². Sin embargo, para cumplir con lo anterior, no basta con que el Estado se limite a asegurar simplemente la existencia y pluralidad de los medios de comunicación, sino que también es necesario garantizar la operación de medios públicos de alcance regional y nacional, que tengan como principal objetivo la creación y difusión de contenido de calidad, diverso e independiente.

En efecto, el acceso que tiene la población a la información es vital para la construcción del proceso democrático, y es una herramienta central para asegurar la participación de la sociedad en el mismo. Así, se hace necesario que los integrantes de la Nación puedan acceder a medios de comunicación pluralistas y confiables, en un mundo de imperios mediáticos que sirven los intereses de sus dueños, de Estados que usan los utilizan con fines políticos y de las redes sociales donde abundan la desinformación y las noticias falsas.

Por lo anterior, Chile precisa la existencia medios de comunicación públicos fuertes y modernos, con la función de garantizar a la ciudadanía el libre acceso a la cultura, la

¹ Naciones Unidas Declaración Universal de los Derechos Humanos Artículos 19 y 26.

² Cea Egaña, José Luis. "Derecho constitucional chileno. Tomo II". Ediciones Universidad Católica, Chile, 2012, segunda edición actualizada, PP. 382-383.

entretenimiento y la información neutral y plural. En este sentido, los medios de comunicación públicos son fundamentales para crear una sociedad más informada y educada, con las herramientas esenciales para desarrollar un pensamiento crítico.

Así, es innegable la necesidad de servicios autónomos, universales, independientes de los intereses del gobierno de turno y del mercado, que den acceso a la población sin restricciones a contenidos de interés general de una manera gratuita e imparcial; contribuyendo al proceso democrático, a la diversidad y el pluralismo. Este no solo debe limitarse a la televisión, sino que debe incluir, como hizo la BBC de Londres, una red multiplataforma de televisión, radio, digital, social y podcast; adaptándose así a los cambios que trajo la llegada masiva del internet.

A nivel normativo, es importante que los medios de comunicación públicos cuenten con principios que garanticen la promoción y protección de los derechos fundamentales de la ciudadanía señalados anteriormente. Basándose en los principios mencionados por la UNESCO³, estos debiesen ser:

1. Universalidad. Los medios de comunicación públicos deben tener alcance nacional y regional, y ser accesibles a todos los ciudadanos con independencia de su condición o ingresos.
2. Diversidad y pluralidad. Los medios de comunicación públicos deben generar y difundir contenido de distintas categorías, y para diversas audiencias. A su vez, estos deben procurar una visión pluralista de los temas tratados en su contenido acorde a la realidad social chilena y a todos los actores que la integran.
3. Independencia y autonomía. A pesar de ser propiedad del estado, los medios de comunicación públicos, deben funcionar con la autonomía suficiente para poder

³ “Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información: Principios y “buenas prácticas” para los medios públicos en América Latina”, Martín Becerra y Silvio Waisbord, Publicado en 2015 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

tomar sus propias decisiones tanto desde el punto de vista administrativo, como en lo referente a los contenidos, para así asegurar la independencia en el proceso de creación y difusión de material informativo, educativo, cultural y de entretenimiento.

Para tal efecto, es crucial la existencia de un organismo capaz de regular el cumplimiento de estos principios básicos garantizando el correcto desempeño, la competitividad y los estándares editoriales que se le exigen a los medios públicos de comunicación, sin interferir en la autonomía de los mismos. Además, es necesario un sistema de financiamiento mixto que impida que estos deban recurrir a privados y actores externos para su subsistencia, afectando así su independencia.

El medio de comunicación público debiera financiarse mediante un sistema mixto de aportes mayoritariamente estatales y, también, privados. Los estatales podrán devenir, en parte, de los ingresos públicos provenientes de arriendos e impuestos por las bandas radiofónicas, servicios digitales, propiedad del Estado, o similares. Los aportes minoritarios privados se podrán obtener de los ingresos generados por el mismo medio, a través de avisaje y la venta de contenidos propios, eventos y formatos.

4. Transversalidad. Dada la creciente existencia de múltiples plataformas en las cuales la ciudadanía puede informarse, los medios de comunicación públicos deben procurar desarrollarse en estas mismas, e ir innovando y adelantándose a los cambios tecnológicos.
5. Servicio público: Los medios de comunicación públicos, deben regirse por un mandato de servicio a la sociedad, cuyo cumplimiento debe estar sujeto a la supervisión de un ente regulador, y que obligue a la producción de contenidos guiado por el interés ciudadano y no por intereses comerciales, de privados o partidistas.

III. PROPUESTA CONSTITUCIONAL QUE CONTIENE EL ARTICULADO SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS:

“Capítulo XX”

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS

ARTÍCULO XX . - Existirán medios de comunicación públicos, autónomos, con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuya finalidad será crear y difundir material informativo, cultural y de entretenimiento para la población. Los medios de comunicación públicos serán universales, independientes, diversos, pluralistas y cumplirán con un mandato de servicio público.

ARTÍCULO XX . - La autoridad máxima de los medios de comunicación públicos será un directorio técnico e independiente, cuya composición, organización y funciones serán determinadas por ley.

Los medios de comunicación públicos se financiarán mediante un sistema mixto, compuesto principalmente por aportes del Estado y, en parte, de privados, en la forma que determine la ley.

ARTÍCULO XX . – Los medios de comunicación públicos deben:

- 1°.- Crear y difundir contenido diverso y pluralista, que promueva la herencia y cultura nacional.
- 2°.- Garantizar la universalidad del servicio entregado por el medio, asegurando que la población pueda acceder a su contenido de manera gratuita.
- 3°.- Establecer y seguir altos estándares de calidad para la producción y difusión del contenido informativo, educativo, cultural y de entretenimiento.

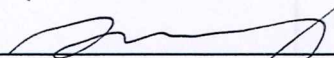
4°.- Procurar que el material difundido contribuya a la construcción y mantenimiento del proceso democrático y a la participación de la ciudadanía en este, en la forma que establezca la ley.

5°.- Mantener la independencia de actores externos con intereses personales, comerciales y/o partidistas, tanto en lo que respecta al funcionamiento interno del medio de comunicación como en su línea editorial, y en la creación y difusión de su contenido.

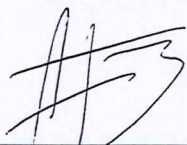
6°.- Rendir cuentas ante los organismos competentes y la ciudadanía.

PATROCINAN

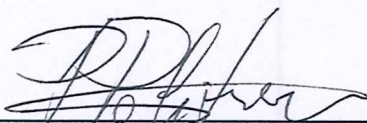
I. Firmas.



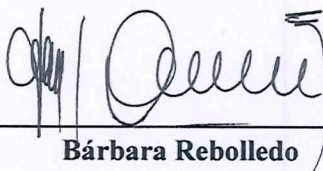
Bernardo de la Maza



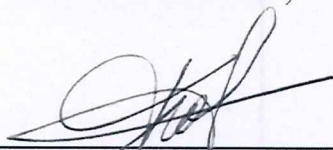
Patricio Fernández



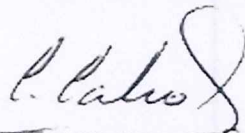
Patricia Politzer



Bárbara Rebolledo



Francisco Caamaño



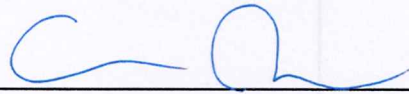
Carlos Calvo



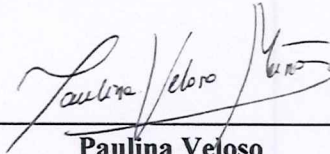
Miguel Ángel Botto



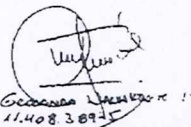
Angélica Tepper



Cristina Dorador

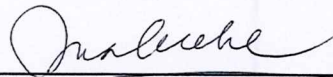


Paulina Veloso

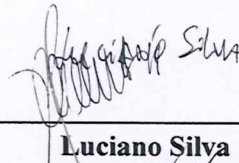


Geoconda Navarrete
11.408.389-5

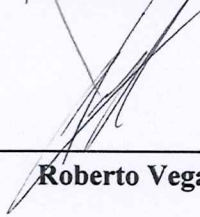
Geoconda Navarrete



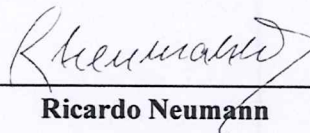
Malucha Pinto



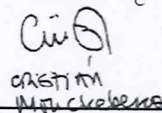
Luciano Silva



Roberto Vega

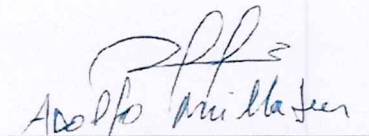


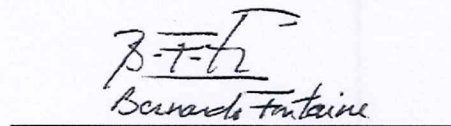
Ricardo Neumann



Cristian Monckeberg
11.408.389-5

Cristian Monckeberg


Adolfo Millabur


Bernardo Fontaine