

MANIFIESTO POR UN INTERNET DE SERVICIO PÚBLICO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE SERVICIO PÚBLICO

Manifiesto: <http://bit.ly/psmmanifesto>



**Firma el manifiesto aquí:
<http://bit.ly/signPSManifesto>**

#PSMIManifiesto

Manifiesto por un Internet de Servicio Público y Medios de Comunicación de Servicio Público

Principios y mensajes clave

Principio 1

La democracia y la democracia digital requieren de Medios de Comunicación de Servicio Público. Hacemos un llamado a salvaguardar la existencia de los Medios de Comunicación de Servicio Público.

Principio 2

Un Internet que proteja la democracia demanda que los Medios de Comunicación de Servicio Público se transformen en plataformas de Internet de Servicio Público que ayuden a promover oportunidades e igualdad en la sociedad. Hacemos un llamado a la creación de las bases legales, económicas y organizacionales de tales plataformas.

Principio 3

El contenido de los Medios de Comunicación de Servicio Público se distingue de los medios comerciales y de las empresas de datos. Se dirige a ciudadanos, no a consumidores.

Principio 4

El Internet de Servicio Público promueve la justicia, la democracia, la participación y el diálogo cívico en Internet.

Principio 5

El Internet de Servicio Público requiere de nuevos formatos, nuevos contenidos y una cooperación activa con los sectores creativos de nuestras sociedades.

Principio 6

Los Medios de Comunicación de Servicio Público deben seguir recibiendo apoyo y financiamiento así como los recursos necesarios para realizar y continuar desarrollando su misión. Además, el Internet de Servicio Público requiere de financiamiento sostenible, basado en mecanismos como el pago por derechos de licencia, el modelo nórdico de impuesto al servicio público y sistemas transnacionales de financiamiento.

Principio 7

El Internet de Servicio Público promueve la igualdad y la diversidad.

Principio 8

El Internet de Servicio Público ofrece oportunidades para el debate público, la participación y la promoción de la cohesión social.

Principio 9

El Internet de Servicio Público es un motor de cambio hacia la creación de nuevos contenidos y servicios, al tiempo que genera un ecosistema sostenible para la innovación en medios.

Principio 10

Los Medios de Comunicación de Servicio Público y el Internet de Servicio Público contribuyen a una sociedad democrática, sostenible, justa y resiliente.

1. Crisis y utopía: Renovar el Servicio Público

La idea original era simple y cambió la sociedad: un servicio público de radiodifusión pagado con fondos públicos, independiente del gobierno, accesible para todos, que ofrece información confiable y análisis sobre asuntos de interés común, que crea programas que reflejan la diversidad y complejidad de la vida contemporánea. Introducida por primera vez en Gran Bretaña con el lanzamiento de la BBC en los años 20, la visión de la radiodifusión de servicio público fue adoptada y adaptada alrededor del mundo. Tras la devastación causada por la Segunda Guerra Mundial, la radiodifusión de servicio público volvió a emerger en Alemania, donde ayudó a restaurar la democracia. Fue una piedra angular para futuras olas de democratización.

En 2021, el mundo nuevamente se enfrenta a una crisis global: una pandemia, cambio climático acelerado, desigualdades sociales persistentes y profundas, polarización política en aumento y una crisis de información donde la desinformación se propaga en línea. Las formas y usos dominantes de las tecnologías digitales y del Internet ponen en riesgo a la democracia. Estos socavan los recursos indispensables para la información confiable, el análisis en profundidad, el debate racional y la representación de la diversidad que nos permiten entender los retos que enfrentamos.

El que los Medios de Comunicación de Servicio Público simplemente se trasladen a las plataformas operadas y controladas por los gigantes digitales comerciales no es suficiente. Establecer un canal de servicio público en YouTube o Facebook solo consolida la centralidad cultural de estas empresas digitales y no ofrece alternativas a sus

procedimientos operacionales y modelos de negocio. Los Medios de Comunicación de Servicio Público requieren de un Internet de Servicio Público.

Este Manifiesto es un llamado a salvar y promover las comunicaciones democráticas a través de la renovación de los Medios de Comunicación de Servicio Público y la creación de un Internet de Servicio Público.

2. El camino a seguir

El Internet y el panorama mediático están corrompidos. Las plataformas de Internet dominantes ponen en riesgo a la democracia. Han creado un entorno mediático dominado por la vigilancia, la publicidad, noticias falsas, discursos de odio, teorías de conspiración y la asignación algorítmica de contenido personalizado según los gustos y opiniones de los usuarios. Tal y como está organizado, el Internet separa y divide en lugar de crear espacios comunes para negociar la diferencia y el desacuerdo. Las plataformas comerciales de Internet han hecho daño a los ciudadanos, a los usuarios, a la vida cotidiana y a la sociedad. A pesar de las grandes oportunidades que el Internet ofrece a la sociedad, los gigantes digitales liderados por Apple, Alphabet/Google, Microsoft, Amazon, Facebook y Tencent han adquirido un poder político, económico y cultural sin precedentes.

Sin embargo, la comunicación pública es más que un negocio. Es un propósito común. Es por esto que llamamos a la acción.

Tenemos una visión. **Buscamos la revitalización y la renovación de los Medios de Comunicación de Servicio Público en la era digital.** Medios de Comunicación de Servicio Público que sean aptos para el siglo XXI. Soñamos con un Internet diferente y un panorama mediático diferente. Visualizamos la creación de un **Internet de Servicio Público: un Internet del público, por el público y para el público**, un Internet que promueva y no amenace la democracia y la esfera pública, que ofrezca un espacio nuevo y dinámico para la conexión, el intercambio y la colaboración.

El Internet de Servicio Público está basado en **plataformas de Internet operadas por variedad de Medios de Comunicación de Servicio Público, llevando la misión del servicio público a la era digital** en cooperación con la sociedad civil, los usuarios de medios, los ciudadanos y el sector cultural, creativo y educativo. El Internet de Servicio Público promueve la democracia. Realza la esfera pública. Promueve la ciudadanía activa al ofrecer información y análisis en profundidad, diversidad en la representación social y expresión creativa, y al ampliar las oportunidades de participación. Las plataformas de Internet de Servicio Público pueden fomentar la cohesión social y apoyar a los creativos nuevos y jóvenes que construirán las industrias culturales del mañana.

Es tiempo de un Internet de Servicio Público y de Medios de Comunicación de Servicio Público revitalizados.

3. Visiones para los Medios de Comunicación de Servicio Público

La crisis del Covid-19 ha demostrado la importancia de los Medios de Comunicación de Servicio Público. Confinados en casa y enfrentados al riesgo constante del contagio, las

audiencias se han tornado a los Medios de Comunicación de Servicio Público en busca de fuentes confiables de información objetiva e imparcial, materiales educativos de alta calidad para la educación en casa, diversos programas de entretenimiento y drama, y también como puntos de referencia en tiempos de crisis. Desde su fundación, la radiodifusión de servicio público ha estado definida por su compromiso con la universalidad y la independencia. Estos valores centrales deben ser preservados y ampliados.

Los Medios de Comunicación de Servicio Público deben proveer un servicio universal que sea accesible para todos. Esto requiere un compromiso continuo con el financiamiento público para asegurar que el acceso al Internet y a los Medios de Comunicación de Servicio Público estén disponibles para todos como un derecho ciudadano.

Los Medios de Comunicación de Servicio Público deben defender su independencia y asegurar que las decisiones creativas y editoriales sean independientes de intereses gubernamentales y privados. Salvaguardar el rol de los Medios de Comunicación de Servicio Público como una fuente de información y análisis confiable e independiente, y como un mediador y moderador responsable del contenido y comentario generado por los usuarios, requiere de procesos transparentes de rendición de cuentas. Tales procedimientos deben estar basados en principios éticos claros.

Los Medios de Comunicación de Servicio Público deben promover la diversidad. Para asegurar la provisión de un servicio universalmente relevante y atractivo, los Medios de Comunicación de Servicio Público deben apuntar a reflejar la diversidad y complejidad social, regional, económica, política, cultural y religiosa de la vida cotidiana. Garantizar que todo el rango de experiencias y voces sean vistas y escuchadas requiere de un compromiso renovado para ampliar las bases sociales de reclutamiento en posiciones creativas e institucionales que abran oportunidades para las minorías subrepresentadas en los medios comerciales tradicionales.

Los Medios de Comunicación de Servicio Público deben ser un motor de cambio hacia la creación de nuevos contenidos y servicios. Las noticias y la producción de entretenimiento deben prestar atención particular a desarrollar estilos innovadores de producción que enfatizen, expliquen y contextualicen temas con implicaciones sociales de gran alcance y sus posibles consecuencias.

Los Medios de Comunicación de Servicio Público deben partir de sus fortalezas acreditadas para producir programas y contenidos digitales innovadores que apoyen al desarrollo educativo de los niños y niñas, apelen a los diversos intereses y preocupaciones de los y las jóvenes, y provean recursos variados para el aprendizaje continuo de los adultos. En el futuro digital, así como en el pasado, el entretenimiento, el drama y el deporte seguirán siendo sitios centrales de expresión cultural y solidaridad social.

Los Medios de Comunicación de Servicio Público deben ocupar un rol central en maximizar el valor social de los recursos culturales públicos. La radiodifusión de servicio público emergió junto a otras instituciones culturales financiadas con fondos públicos: museos, librerías, galerías de arte, universidades, archivos y espacios escénicos. Los Medios de Comunicación de Servicio Público ofrecen una plataforma de fácil acceso para proyectos colaborativos. Los Medios de Comunicación de Servicio Público están

idealmente posicionados para crear y albergar un nuevo motor de búsqueda y plataforma de servicio público, canalizando a los usuarios hacia un amplio rango de materiales relevantes de acceso libre, producidos y curados por instituciones públicas educativas y culturales.

Los Medios de Comunicación de Servicio Público deben ofrecer nuevas oportunidades para la participación con el objetivo de salvaguardar la inclusión y la democracia. La sociedad civil sostiene una rica variedad de recursos comunes auto-organizados, colaborativos y productivos, desde coros comunitarios a grupos que protegen la vida silvestre y trabajan por los sectores desaventajados, junto a nuevas formas de acción digital, desde el software de acceso abierto, hasta proyectos ciudadanos de ciencia. Los Medios de Comunicación de Servicio Público deben aprovechar las iniciativas de participación voluntaria y desarrollar nuevas formas de participación popular en áreas clave, como la producción de programas y la creación de recursos públicos en Internet.

4. Medios digitales de Servicio Público: hacia un Internet de Servicio Público

Los gigantes digitales han debilitado la democracia y el Internet. Necesitamos un nuevo Internet. Necesitamos reconstruir el Internet. Mientras que el Internet contemporáneo está dominado por monopolios y el comercio, **en el Internet de Servicio Público rige la democracia.** Mientras que el Internet contemporáneo está dominado por la vigilancia, el Internet de Servicio Público favorece la privacidad y es transparente. Mientras que el Internet contemporáneo desinforma y polariza al público, el Internet de Servicio Público involucra, informa y apoya al público. Mientras que el Internet contemporáneo está impulsado por el lucro, el Internet de Servicio Público pone las necesidades sociales como prioridad.

La **privacidad de datos** es un aspecto central del Internet de Servicio Público. El Internet de Servicio Público es un modelo a seguir en prácticas de procesamiento de datos. El software y contenidos del Internet de Servicio Público son un bien común y pueden ser reusados con fines no comerciales. En las plataformas del Internet de Servicio Público, los usuarios pueden administrar sus datos, bajar y reusar datos que ellos mismos han curado en otras plataformas. Los gigantes digitales almacenan cada clic y cada movimiento que hacemos en línea, con el objetivo de monitorear y monetizar nuestro comportamiento. Las plataformas del Internet de Servicio Público **minimizan y descentralizan el almacenamiento de datos** y no tienen necesidad de monitorear ni monetizar el uso del Internet. Las plataformas de Internet de Servicio Público experimentan con nuevas formas de licencias de contenido que fortalecen la cultura y los bienes comunes digitales para propósitos sin fines de lucro y no comerciales.

Hacer realidad el Internet de Servicio Público requiere de **nuevas ideas, nuevas tecnologías, nuevas políticas y nuevos modelos económicos.** Los Medios de Comunicación de Servicio Público tienen el potencial que se necesita para que se conviertan en la fuerza clave para el fortalecimiento de las comunicaciones democráticas en la era digital. Los Medios de Comunicación de Servicio Público y el Internet de Servicio Público necesitan apoyo y habilitación. El pago de derechos de licencia que sostiene a los Medios de Comunicación de Servicio Público no es un mecanismo del pasado, sino uno para el futuro digital. El pago de derechos de licencia digital se transformará y extenderá a los Medios de Comunicación de Servicio Público en la era digital.

Los **Medios de Comunicación de Servicio Público** deben seguir recibiendo apoyo y financiamiento de forma que tengan los **recursos** para realizar y continuar desarrollando su misión. Además, el **Internet de Servicio Público requiere de financiamiento sostenible**, basado en mecanismos como pago de derechos de licencia, el modelo nórdico de impuesto al servicio público y sistemas transnacionales de financiamiento.

Las plataformas de Internet de Servicio Público **tratan justamente a sus usuarios y a sus trabajadores**. Son independientes del poder político y corporativo. Son espacios donde periodistas independientes y críticos producen noticias de alta calidad y donde profesionales creativos producen también programas de alta calidad que educan, informan y entretienen reflejando las posibilidades de la era digital. Estas plataformas involucran a los ciudadanos de nuevas maneras a partir de las experiencias, estructuras y contenido del modelo de radiodifusión de servicio público. Las plataformas de Internet de Servicio Público parten del modelo de radiodifusión y van más allá al hacer uso y transformar los potenciales creativos del contenido digital y de la participación de los usuarios. El cometido de los Medios de Comunicación de Servicio Público será entonces transformado en una nueva misión de servicio público digital.

Los algoritmos del Internet de Servicio Público son **algoritmos de servicio público**. Tales algoritmos son transparentes y de fuente abierta. Están programados de forma que favorezcan la misión del servicio público digital. Los algoritmos de servicio público son algoritmos del público, por el público y para el público. Los algoritmos de servicio público ayudan a organizar las plataformas, formatos y contenidos del Internet de Servicio Público al hacer recomendaciones y sugerencias libres de publicidad, comercio y vigilancia, basadas en procedimientos transparentes. Los algoritmos de servicio público están comprometidos con reflejar la diversidad del público y fortalecer la accesibilidad, justicia e inclusión.

El Internet es global. La esfera pública es global. El Internet de Servicio Público y sus plataformas también deben ser **globales, regionales y locales**. Tales plataformas deben ser accesibles para cualquier persona, a cualquier hora y desde cualquier lugar. Las plataformas del Internet de Servicio Público maximizan la disponibilidad y preservación de los contenidos del Internet de Servicio Público que contribuyen al patrimonio cultural de la humanidad. Las plataformas de Internet de Servicio Público son idealmente operadas por redes internacionales de organizaciones de Medios de Comunicación de Servicio Público. Para operar las plataformas del Internet de Servicio Público, las organizaciones de Medios de Comunicación de Servicio Público cooperan con otras, incluyendo organizaciones públicas (universidad, museos, librerías y más), la sociedad civil, medios comunitarios y cívicos, artistas, proyectos relacionados al procomún digital, plataformas cooperativas y más. Los contenidos son compartidos entre tales organizaciones públicas y cívicas en una plataforma conjunta. Como resultado, las organizaciones de Medios de Comunicación de Servicio Público, junto a organizaciones de interés público, crean espacios públicos abiertos mediados por la comunicación vía Internet y que juntos conforman el Internet de Servicio Público. Una idea de cómo alcanzar un Internet de Servicio Público es que plataformas europeas de Internet de Servicio Público basadas en la infraestructura ya existente de las radiodifusoras europeas de servicio público cooperen en la creación de una plataforma europea de Internet de Servicio Público.

El Internet de Servicio Público requiere de una **infraestructura global de comunicaciones**. Esa infraestructura es independiente de intereses comerciales y gubernamentales, y está al servicio de los ciudadanos y la democracia.

5. Imaginando utopías de Medios de Comunicación de Servicio Público para 2040

El Internet contemporáneo es el internet de las gigantes corporaciones digitales. Pero **un Internet alternativo es posible**. Un **Internet de Servicio Público** es posible. De hecho, un Internet de Servicio Público es necesario. Soñamos con un mundo en el que el Internet esté al servicio del público y promueva la democracia.

Imagina el 2040:

En 2040, los Medios de Comunicación de Servicio Público habrán recordado su futuro. Han adaptado y transformado su misión de informar, educar y entretener de acuerdo a una sociedad digital abierta y transparente. Promueven la ciudadanía cultural y renuevan su contrato con la sociedad.

En 2040, la calidad de los Medios de Comunicación de Servicio Público los **distingue de la de los medios comerciales y empresas de datos**. Alcanzan a la mayor parte de la población y están al servicio de las necesidades cotidianas de las personas y la sociedad. Están dirigidos a ciudadanos, no a consumidores.

En 2040, los Medios de Comunicación de Servicio Público tienen **financiamiento sostenible** basado en un pago **de licencia reformada** y aprobada por los ciudadanos. El retorno monetario del Internet de Servicio Público está debidamente documentado y evaluado, controlado públicamente y disponible de forma transparente para el público.

En 2040, una estructura de gobernanza nueva y radical ha hecho que los Medios de Comunicación de Servicio Público **estén libres de influencias externas**, como intereses gubernamentales y comerciales. Hay auditoría pública y control de calidad. Los individuos se sienten representados por los Medios de Comunicación de Servicio Público y su programación. Ellos perciben que el reporte de los Medios de Comunicación de Servicio Público es neutral y libre de la influencia de presiones externas. Las noticias de los Medios de Comunicación de Servicio Público difunden la opinión pública.

En 2040, los Medios de Comunicación de Servicio Público son **universales**. Alcanzan a todos los sectores de la sociedad, incluyendo las audiencias fragmentadas con menos educación, aquellos que evitan la información y las minorías.

En 2040, las organizaciones de Medios de Comunicación de Servicio Público son generadoras de riqueza para el sector creativo y dan visibilidad a variedad de artistas como músicos y cineastas. En 2040, los Medios de Comunicación de Servicio Público crean y distribuyen entretenimiento de alta calidad que refleja y representa **la cultura y diversidad de la vida cotidiana**.

En 2040, los Medios de Comunicación de Servicio Público operan a **nivel local, nacional,**

regional y global. Invierten en periodismo de calidad, incluyendo periodismo investigativo, formatos innovadores, nuevas tecnologías con experiencias de usuario atractivas para distintos grupos de la sociedad. Los jóvenes ven al periodismo de servicio público como un entorno atractivo y viable de información, comunicación, colaboración y participación.

En 2040, los Medios de Comunicación de Servicio Público **están presentes y son accesibles** a través de todas las plataformas relevantes. En 2040, los Medios de Comunicación de Servicio Público están totalmente presentes en la esfera digital y ofrecen contenido adecuado en el momento adecuado, ajustándose a la pluralidad de dispositivos y hábitos de los usuarios. Los Medios de Comunicación de Servicio Público se mantienen en contacto y escuchan atentamente a sus audiencias y grupos de interés. Responden a los retos y temas de discusión de la sociedad. Comunican efectivamente su contribución a la sociedad y su valor público.

En 2040, los Medios de Comunicación de Servicio Público han desarrollado un **programa colaborativo** con escuelas y colegios, enfocado en la **alfabetización mediática y digital** a través de cursos en línea y paquetes educativos. La promoción de la alfabetización digital y mediática en la sociedad, basada en los valores de los medios de servicio público, es un aspecto clave de la educación.

En 2040, la fuerza de trabajo de los Medios de Comunicación de Servicio Público es **altamente diversa** en términos de clase social, etnia, género, edad, contexto cultural y origen geográfico. Los mecanismos de contratación de los Medios de Comunicación de Servicio Público son inclusivos y transparentes.

En 2040, los Medios de Comunicación de Servicio Público han pasado de ser instituciones radiodifusoras de uno a muchos a convertirse en una **infraestructura en red** guiada por los principios de una red de valor público (public network value). La red de valor público se refiere al uso de redes de comunicación digitales como el Internet para promover la misión de los Medios de Comunicación de Servicio Público de facilitar el beneficio público, la información, la educación y aprendizaje, la democracia, la ciudadanía, la cultura, la sociedad civil, la creatividad y el entretenimiento. El Internet de Servicio Público es una infraestructura en red que promueve el procomún digital y la ciudadanía digital.

Un **mundo mediático distinto** es posible. Crear un Internet de Servicio Público y revitalizar los Medios de Comunicación de Servicio Público es urgente para sostener la democracia. Hacemos un llamado a todos los miembros de la audiencia, ciudadanos, usuarios, lectores, expertos y no expertos, fuera y dentro de los Medios de Comunicación de Servicio Público, de hecho a todos los ciudadanos a quienes les importa el futuro de la democracia en nuestros países, a **participar en este proyecto para fortalecer los Medios de Comunicación de Servicio Público y crear un Internet de Servicio Público.**

Puedes firmar el Manifiesto aquí: <http://bit.ly/signPSManifesto>

Los nombres de los nuevos firmantes serán añadidos regularmente.