En medio de viejas polémicas

POR **PERE ARTIGAS**

La financiación de la radio pú- blica en España no es distinta a la de los otros países de la Unión Europea. Un canon, la publicidad y la subvención con cargo al presupuesto son las fórmulas -en algunos casos combinadas entre sí- que habitualmente se utilizan (1).

La aparición de las radios autonómicas en el panorama radiofónico español resucitó una vieja polémica por parte de sectores vinculados a las emisoras comerciales consistente en denunciar una presunta competencia desleal basada en que parte de la financiación de las citadas radios públicas provenía de los ingresos publicitarios.
He calificado de vieja la controversia porque hace años ya se levantaban voces en el mismo sentido contra Radio Peninsular y Radiocadena Española. Se argumenta que las radios privadas no cuestan un duro al ciudadano, mientras que las públicas, además de recibir una subvención con cargo al presupuesto autonómico, también se financian con la emisión de publicidad. Considero que se trata de una simple argucia dialéctica; si bien es cierto que tenemos una doble financiación, no es menos cierto que a más ingresos en concepto de publicidad, menos subvención y, por tanto, más ahorro público. Por otra parte el concepto «no cuesta un duro» no deja de ser un sofisma: el dinero que los anunciantes destinan a la publicidad de sus productos repercute directamente en el coste de los mismos.

En el caso concreto de Catalunya Ràdio, la facturación por publicidad representa un 35 por ciento del presupuesto de explotación. De las siete emisoras autonómicas sólo una -Canal Sur- no emite publicidad, al igual que Radio Nacional, aunque cada vez más esta privilegiada situación está en peligro por cuanto los presupuestos, tanto estatales como autonómicos, devienen más restrictivos. Recuerdo que cuando formé parte del Consejo de Administración de RTVE (1983-1986) ya se estudió en diversas ocasiones la posibilidad de que RNE se financiase también por la vía de la publicidad.

Admito que la fórmula de la doble financiación es susceptible de mejora. En este sentido cabe apuntar que algunas emisoras autonómicas ya hemos firmado un contrato-programa con los respectivos gobiernos para establecer la definición de un marco estable de financiación para los próximos ejercicios, así como la optimización del equilibrio financiero y los resultados de las empresas.

Creo, sin embargo, que hoy por hoy es impensable el renunciar a parte de la tarta publicitaria. El duro y necesario recorte presupuestario que se autoimponen los gobiernos hace

Fundación Telefónica
Telefónica

prácticamente inviable que las emisoras autonómicas podamos ofrecer la actual programación contando únicamente con la vía de la subvención. De llegarse a esta situación, es indudable que nos veríamos abocados a ser una mera radio testimonial. Y entonces, claro está, no faltaría quien clamara por el cierre argumentando lo cara que resulta la radio de las autonomías a los contribuyentes y la escasa atención que merece.

Quisiera, por un momento, dejar el tema específico de la financiación para subrayar el importante protagonismo que hemos conseguido las radios autonómicas en cada territorio. Sin apartarnos de nuestra obligación de servicio público, que algunos interesadamente pretenden reducir a un simple papel subsidiario, se están alcanzando unas elevadas cotas de credibilidad y audiencia basadas en una programación totalmente competitiva realizada por excelentes profesionales. Catalunya Ràdio, por ejemplo, lidera desde hace tres temporadas las audiencias y actualmente, según Dympanel, cifra su audiencia en casi 600 mil oyentes.
Estimo necesario, también, llamar la atención sobre el importantísimo trabajo que estamos desarrollando las radios autonómicas que operamos en territorios de lengua distinta al castellano, al constituirnos en eficaz vehículo de recuperación de nuestra identidad como pueblo, de nuestro idioma, de nuestra cultura. Finalmente, no resisto la tentación de manifestar mi total discrepancia de quienes afirman que la programación de una radio pública y una privada son como dos gotas de agua. Creo sinceramente que la primera suena de manera muy diferente; basta comparar los informativos y las tertulias….

Retomo el tema de la financiación con dos apuntes. En primer lugar creo que no es correcto hablar indistintamente de radio y televisión públicas a la hora de buscar nuevas soluciones a su financiación; se trata de dos medios muy distintos y por tanto su problemática hay que analizarla de manera diferente. Sirva como ejemplo el hecho de que en la radio todo es producción propia, mientras que en televisión un porcentaje muy elevado de programas proviene de adquisiciones. Finalmente quisiera concluir mi intervención haciendo mía una propuesta que Claude Martí (publicitario y consejero de comunicación francés) publicó en el periódico Liberation bajo el título de «Cruzada por una televisión pública sin publicidad» y donde puede substituirse perfectamente la palabra TV por la de radio.
Propone Martí que «para tener una televisión pública que cumpla sus objetivos de servicio público y calidad hay que modificar su sistema de financiación y liberarla de las contingencias de los ingresos publicitarios (…) y ante las dificultades de recibir una subvención suficiente, propongo que sean los propios medios privados de comunicación, todos, los que sufraguen este servicio…»

Mucho me temo, sin embargo, que esta propuesta tampoco sería del agrado de muchos de los presentes en las Jornadas sobre la Radio.

(1) Este artículo es una síntesis redactada por el propio autor de su intervención en las Jornadas sobre la Radio.

Fundación Telefónica