La tortuosa búsqueda de un modelo de televisión pública

La creación por parte del Gobierno de un Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad Estatal ha marcado un punto de inflexión en la política general de comunicación emprendida por el nuevo Gobierno y, previsiblemente, tendrá importantes consecuencias en todo el sistema español de medios. Las decisiones de este consejo que, entre otros cometidos, deberá proponer un nuevo modelo de televisión pública, concentran el interés de los políticos, empresarios y profesionales y hacen que afloren otros problemas pendientes del sector audiovisual, en una nueva encrucijada.

La comisión de «sabios» comenzó sus trabajos el pasado mes de mayo. Presidida por el filósofo Emilio Lledó e integrada además por el también filósofo y escritor Fernando Savater, los catedráticos Victoria Camps y Enrique Bustamante y por el periodista Fernando González Urbaneja, tiene todavía unos meses de plazo para entregar los resultados de su estudio.

El Gobierno ha dicho a los miembros de este comité que únicamente tengan en cuenta que los medios públicos deberán ser libres, plurales y de calidad. Estas premisas servirán de base para la posterior discusión parlamentaria acerca de la adopción de medidas que han de aplicarse a los medios públicos (esencialmente Radiotelevisión Española y la Agencia EFE).

Pero, si así lo estima, el comité no parte de cero desde el punto de vista de los principios: El Partido Socialista, en el programa con el que se presentó a las elecciones generales, decía que «la radio y la televisión públicas constituyen la pieza esencial del servicio público de comunicación» y por ello «el PSOE se compromete a transformar el actual Estatuto de RTVE en un Estatuto del Servicio Público donde se defina y concrete el carácter de servicio público esencial», que atienda a los criterios de «cohesión social, interés general, pluralismo, defensa de los valores constitucionales, variedad, innovación y calidad de contenidos, acceso de los grupos y participación social».

Fundación Telefónica

Telefónica

Todos los sectores implicados en este importante mercado comparten la misma opinión: la situación del audiovisual no puede seguir en las condiciones en las que se encuentra desde hace casi catorce años, cuando comenzaron a emitir las televisiones privadas. Por esta razón, la nueva legislatura se ha calificado como la del audiovisual. Ya en la campaña electoral todos los partidos dieron la sensación de haber llegado a un acuerdo para «poner orden» en un sector que pedía urgentes intervenciones, especialmente en el ámbito de lo público, pero también en el sector privado.

Tras las elecciones, el Gobierno socialista creó esta comisión como una de las primeras medidas tendentes a redefinir el espacio audiovisual que desembocará lo antes posible ?en cualquier caso en el transcurso de esta legislatura? en la promulgación de una Ley del Audiovisual, en la creación de un Consejo Superior de los Medios Audiovisuales y en la aplicación del Plan de Digitalización que ya se ha anticipado en parte con la publicación del plan técnico de las televisiones digitales locales.

Todos estos proyectos son promovidos básicamente desde los ministerios de la Presidencia y de Economía, en aquello que concierne a los servicios públicos, y desde el Ministerio de Industria, en lo que concierne al sector privado y a telecomunicaciones y Sociedad de la Información.

Desde la perspectiva del cambio necesario, el Gobierno entiende que los tres grandes aspectos que se deben tener en cuenta en el proceso de la reforma de los medios públicos son: en primer lugar cómo elegir los órganos directivos de los citados medios; en segundo lugar qué tipos de programas deben emitir, y en tercer lugar cuál debe ser su modelo de financiación.

La deuda de RTVE

La nueva directora del Ente Público RTVE, Carmen Caffarel, ha heredado una situación de la televisión pública ciertamente envenenada, sobre todo desde el punto de vista económico. Y, aunque se haya dicho que su mandato es provisional ?hasta que se adopte el nuevo modelo que proponga en consejo de expertos?, tiene que hacer frente a problemas de alto calado.

El nuevo modelo de televisión pública, adopte las formas que adopte, tendrá que ser capaz, por ejemplo, de proponer ideas para solucionar el espinoso tema de la deuda de RTVE, que asciende a 6.800 millones de euros y que aumenta por momentos. También deberá marcar nuevas fuentes de financiación que permitan superar los contenidos basura que han afectado a la televisión pública aunque en menor grado que a las televisiones privadas.

En la redefinición concreta del modelo de financiación del Ente tendrá también mucho que decir la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), entidad asignada al Ministerio de Economía que desde hace dos años se ha responsabilizado de la financiación y gestión de RTVE. Están en marcha algunas medidas adoptadas por la SEPI para sanear la casa. Se han sellado acuerdos con los trabajadores del Ente (en torno a 9.000) para adelgazar la plantilla, rejuvenecerla y reducir categorías. Algunas estimaciones indican que próximamente podría

Fundación Telefónica
Telefónica

aplicarse un plan de prejubilaciones que supondría un ahorro de un 40 por ciento de los costes salariales. Mientras tanto se ha ultimado un presupuesto del Ente para 2005, que es continuista (en torno a 1.500 millones de euros).

En el proceso de espera de la propuesta del comité de expertos no han faltado ruidos mediáticos, en forma de globo sonda o simplemente como expresión de lo que podría ser una postura o un deseo de una parte del Gobierno, procedentes del Ministerio de Economía. Ha sido precisamente el Secretario de Estado de Hacienda, Miguel Ángel Fernández Ordóñez, quien ha dado a entender que podría incluso privatizarse la primera cadena de TVE. El Vicepresidente segundo y Ministro de Economía, Pedro Solbes, ha señalado que hay que esperar a la «decisión de los sabios» pero no ha ocultado que la solución a la financiación podría ser drástica, aunque no ha especificado en qué términos.

Rentabilidad social

El concepto de servicio público televisivo en la era digital está cambiando. Los actores comunitarios y españoles del sector lo vinculan ahora a criterios de rentabilidad social, eficacia económica, calidad y excelencia en sus programas, información equilibrada, capacidad de innovación y creatividad, independencia, promoción de la diversidad cultural y lingüística. En definitiva, ha de poderse acceder de forma gratuita a un conjunto equilibrado de contenidos informativos, culturales, educativos y de entretenimiento.

¿Cómo va este consejo a aportar luz para que la televisión pública logre hacer compatible el objetivo de rentabilidad social con el principio de eficacia económica? Además de solicitar la opinión de organismos, instituciones y principales empresas y expertos españoles los miembros de este comité de expertos seguramente se habrán mirado en el espejo europeo para analizar otros modelos de televisión pública.

Tampoco en este punto lo tienen nada fácil, ya que no podrán aplicar de forma automática un modelo común cuya eficacia esté homologada en varios países de la Unión. Es verdad que en todos estos países existe televisión pública, pero se aplican diferentes modelos de organización y financiación.

En muchos lugares, para evitar la distorsión del desarrollo de la competencia que puede provocar la doble financiación (publicidad y subvenciones), las autoridades con competencias en el audiovisual han optado por imponer límites a la participación en la tarta publicitaria. Algunas cadenas, como la británica BBC, tienen prohibida la emisión de publicidad y otras, como las públicas alemanas, están sometidas a fuertes restricciones.

En contrapartida, en estos y otros países los ciudadanos pagan un canon por tenencia de aparato receptor. ¿Estará dispuesto el ciudadano español a pagar una cantidad anual de entre 100 y 200 euros por poseer y usar un televisor, como sucede en el Reino Unido, Italia o Alemania?

Fundación Telefónica
Telefónica

El caso español es distinto. Televisión Española es el canal que más publicidad acapara y es previsible que lo siga haciendo pese a que momentáneamente haya perdido el liderazgo de audiencia a favor de *Telecinco* y *Antena 3* (junio de 2004). Del total de 2.315,2 millones de euros invertidos en 2003 en publicidad televisiva, RTVE ingresó en sus arcas 697,2 millones de euros. Su inmediato competidor, la cadena privada *Antena 3*, facturó 150 millones menos de euros.

Cuestiones pendientes

La creación de la comisión de expertos ha servido también para poner en alerta sobre otras cuestiones espinosas que hay que afrontar del sector audiovisual. Por ejemplo: ¿cuál va a ser el papel de la televisión pública en el desarrollo de la televisión digital terrenal?, ¿de simple actor, de locomotora, de suministrador de contenidos? Por otra parte, ¿va a pronunciarse este comité sobre las televisiones autonómicas que reproducen en el ámbito regional prácticamente los mismos problemas de financiación y de programación que la televisión pública de cobertura nacional? Probablemente, no, porque este tema es competencia de las Administraciones regionales. El comité podría manifestarse también sobre la conveniencia de crear una autoridad nacional reguladora del audiovisual y de unificar las actuales y dispersas leyes del sector en un nuevo código general.

Mientras trabaja a toda máquina el comité que alumbrará el nuevo modelo de televisión pública, el Gobierno prepara de forma paralela ?aunque al final se encontrarán las propuestas de «los sabios» y las del Ejecutivo? los borradores de la ley integradora de todo el sector, de la estructura del Consejo Nacional de los Medios Audiovisuales y un Plan de Televisión Digital que coordine la carrera por la digitalización que ya se ha iniciado con el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local, que permitirá a partir de 2005 explotar 1.064 estaciones locales de televisión.

Es de suponer que cuando se haya diseñado un nuevo modelo de televisión pública, que en cualquier caso deberá ser debatido en el Parlamento, RTVE deje de ser protagonista y de ocupar permanentemente el primer plano de la actualidad. Pero todavía al día de hoy todo lo que hace o deja de hacer el Ente tiene fuertes repercusiones económicas, políticas o simplemente informativas en el enmarañado paisaje audiovisual español.

José Fernández-Beaumont

Fundación Telefónica
Telefónica