

# LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA DESDE UNA PERSPECTIVA LIBERAL

**N**o es sencillo escribir sobre televisión porque cualquier televidente –e incluso los que presumen de no serlo– se considera un experto en la materia. Por lo que respecta a la misma, todo el mundo tiene una opinión formada y hasta un par de ideas infalibles. Se dice con razón, que todo español almacena en su cabeza no sólo la alineación futbolística ideal, sino también la parrilla televisiva perfecta. No es extraño, al menos si tenemos en cuenta que, después de trabajar y dormir, la principal de nuestras tareas cotidianas es ver la televisión; “ocupación” a la que dedicamos casi cuatro horas diarias, nada más y nada menos. Además, se trata de un entretenimiento en auge.

## Evolución del consumo televisivo

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	2006	2007	2008	Enero -julio 2009
TTV (minutos)	209	211	214	211	209	212	214	219	217	219	224	227	228

Fuente: TNS (Península y Baleares). TARGET: Individuos 4+ (\*) Año en el que Canal+ deja de emitir en abierto y Cuatro comienza sus emisiones.  
TTV (Total televisión)

Jesús Andréu Ardura es consejero de Administración de la Corporación RTVE

El consumo de televisión varía como nuestros ciclos vitales: desciende en época veraniega, cuando encontramos distracciones distintas y los días soleados nos sacan de casa; sube en invierno con los fríos y la brevedad de la luz e incluso, en otras circunstancias, como ha sucedido este mismo año con motivo de la crisis económica y la necesidad de encontrar un pasatiempo barato.

Naturalmente, el mundo de lo audiovisual y de las telecomunicaciones es mucho más amplio y complejo que la televisión, entendida esta como instrumento de ocio y entretenimiento masivo; sin embargo, lo audiovisual hunde sus raíces más profundas, su desarrollo, su trascendencia social y también, sus poderosos intereses, en esa práctica habitual, rutinaria y, en apariencia, inofensiva de manejar un mando a distancia.

Antes de abordar el presente y el futuro de la televisión, y singularmente la televisión pública estatal, parece imprescindible realizar un brevísimo recorrido por los principales hitos recorridos en su camino; pues aunque TVE cuenta ya con una dilatada historia, durante un largo periodo de tiempo su funcionamiento se caracterizó por una indeseable singularidad.

El “Estatuto de la Radio y la Televisión” (Ley 4/1980, de 10 de enero), por el que se regía, se quedó obsoleto e inoperante muy pronto. Por eso y porque nada inquietaba su existencia, TVE acabó por no observar unas previsiones legales que estaban claramente desbordadas por la evolución del tiempo, el desarrollo tecnológico, las condiciones del sector y la multiplicación de las ofertas audiovisuales. Tampoco se adaptó su estructura y su organización institucional al papel que le correspondería desempeñar como servicio público esencial en el siglo XXI, cuando el régimen de monopolio que practicaba fuera sencillamente insostenible.

Ya desde el año 1988, cuando se aprobó la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de “Televisión Privada” y se podía atisbar con bastante facilidad la importancia que habría de tener este sector, TVE demostró no tener visión de futuro ni la agilidad y la previsión bastantes para adecuar su gestión como servicio público a la nueva y pujante realidad.

El fin del monopolio, la aparición de nuevos operadores públicos y privados y los rápidos avances tecnológicos modificaron radicalmente el sector de la televisión en un plazo muy breve.

Para la legislación española toda la actividad televisiva (salvo el cable y el satélite) es un “servicio público esencial” y por tanto, es el Gobierno quien concede las autorizaciones necesarias para poder emitir y quien administra la capacidad del espectro radioeléctrico. Este sistema se ha ido puliendo con el tiempo hasta diferenciar un modelo público en sentido estricto, el de la televisión pública, sin una finalidad comercial o mercantil y al margen de las condiciones que impone la competencia. Junto a él, convive otro servicio público, definido por la rentabilidad económica y el beneficio, prestado por empresas u operadores privados porque, no olvidemos, las televisiones privadas, en la medida que son concesiones, son también servicio público.

## TELEVISIÓN Y SERVICIO PÚBLICO

Estamos hablando de un sector que legalmente no goza de la libertad de creación ni de explotación de empresas que caracteriza a otros ámbitos económicos en los que priman, por encima de cualquier otra consideración, las reglas del mercado. En este caso, tan sólo se permite un limitado número de operadores que deben obtener una licencia oficial para legalizar y llevar a cabo su actividad. Estamos hablando, por tanto, de un mercado cerrado en el que operan sólo unos pocos. Unos pocos actores que no quieren ampliar el círculo. Baste recordar las protestas furibundas de los que ya están en el “club” cuando alguien quiere acceder a él o cuando se abre la puerta a un nuevo socio. Por ello, es imprescindible tener en cuenta estas circunstancias para enmarcar adecuadamente al sector de la televisión en un terreno económico singular y poner de relieve las restricciones que le afectan.

Que sea exclusivo y cerrado, tampoco quiere decir que permanezca inmóvil. Muy al contrario. En los últimos veinte años se han producido diversos movimientos empresariales estratégicos en el mundo de la televisión

que es interesante recordar, porque han modificado de modo trascendental el mercado televisivo español y no una sino numerosas veces. Es lo que algunos han llamado “el baile accionario”.

### Mercado televisivo español (accionariado)

<b>RTVE</b>	Ente Público	Sepi	Corporación
<b>TELECINCO</b>	Mediaset/ONCE	Correo/Planeta	Mediaset
<b>Antena 3</b>	Godó/Zeta	Telefónica	Grupo Planeta
<b>Canal +</b>		Sogecable	
<b>Cuatro</b>		Sogecable	
<b>La Sexta</b>		Imagina (Mediapro-Globomedia)	
<b>Canal Satélite</b>		Sogecable	
<b>VíaDigital</b>		Telefónica/RTVE/Televisa	
<b>Canal Satélite Digital Digital+</b>		Prisa (Sogecable) Telefónica	

¿Cuál es la situación audiovisual española en estos momentos? Podemos sintetizar las principales claves del cuadro de situación en los siguientes apartados:

- Dispersión normativa.
- Fragmentación de audiencias, ofertas y contenidos.
- Innovación tecnológica. Nuevos conductos, canales, servicios y accesos a la comunicación audiovisual como derecho universal.
- Alianzas y fusiones entre operadores privados.
- Incertidumbres de futuro.

### DISPERSIÓN NORMATIVA

En el campo de la legislación, fueron precisos 26 años para conseguir acordar en el Parlamento una modificación del Estatuto de RTVE de

1980. Sin embargo, durante el último periodo ha ocurrido todo lo contrario y hemos asistido a un auténtico aluvión de normas que ha derivado, por una parte, en una redefinición constante del modelo público audiovisual, y por otra, en una frondosidad jurídica compuesta por numerosas disposiciones y reglas que parchean las necesidades y circunstancias de unos y otros.

Es precisamente la dispersión normativa uno de los rasgos más característicos de la televisión en España. En los últimos cinco años se ha seguido un itinerario legal, cuanto menos, desconcertante. Un rumbo insólito, muy alejado de lo que se puede entender o convenir como una ordenación reflexiva, adecuada y juiciosa del sector y de la actividad audiovisual. Ahora bien, el aparente desorden regulatorio no es casual, azaroso ni ingenuo, y tampoco responde a un afán compulsivo o desenfrenado de los poderes públicos. Tiene mucho que ver con los intereses y las condiciones del negocio que los operadores privados han ido anteponiendo en cada momento al orden y concierto general sobre las reglas del juego.

Así se puede resumir el confuso panorama del último lustro:

- La Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo, concedió la autorización para un nuevo canal analógico (La Sexta) y el único canal de acceso condicional (Canal +) pasó a convertirse en un canal abierto (Cuatro) manteniendo asimismo su versión de pago (Canal Satélite Digital).
- La Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, creó –fruto de un consenso político insólito– un nuevo y completo modelo de radiotelevisión pública.
- Este modelo se ha puesto en entredicho sólo tres años después con la nueva Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española, aprobada velozmente el pasado verano y que impone a TVE nuevas y adicionales obligaciones de servicio público.

- Al inicio de este mismo año se aprobó el Real Decreto-ley 1/2009, de 23 de febrero, de Medidas Urgentes en Materia de Telecomunicaciones y con él la supresión de los topes accionariales en las cadenas privadas, desmintiendo así la constante e histórica afirmación según la cual, la imposibilidad de concentración fomenta el pluralismo de las ofertas.
- En pleno mes de agosto pasado, el Gobierno dicta el Real Decreto-Ley 11/2009, de 13 de agosto, “por el que se regula, para las concesiones de ámbito estatal, la prestación del servicio de televisión digital terrestre de pago mediante acceso condicional”; esto es, sobre la TDT de pago que le había sido reclamado por algunos operadores privados; aunque no todos, según supimos después por algunas de las reacciones que se produjeron en contra de la decisión.
- Se queda para el final lo que hubiera sido el comienzo más razonable: la Ley General Audiovisual (actualmente como proyecto en tramitación parlamentaria) que debería armonizar el conjunto del sector y clarificar la enmarañada situación actual bajo reglas precisas, así como la creación de una Autoridad Audiovisual Independiente que vele y supervise el correcto funcionamiento de todos los actores y herramientas de la comunicación audiovisual.

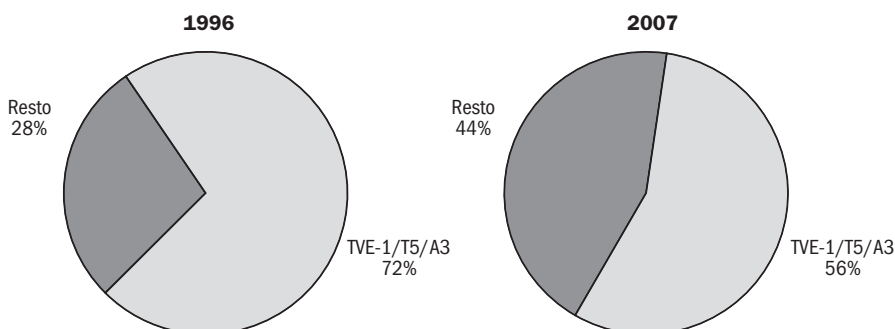
En resumen, ha habido mucha prisa, demasiadas urgencias no siempre justificadas, lagunas clamorosas en ciertos aspectos y, como consecuencia de todo ello, un importante enredo legal.

## **FRAGMENTACIÓN DE LAS AUDIENCIAS**

Como ya se ha dicho, se han multiplicado las ofertas sin que hayan crecido a la misma velocidad los televidentes, lo que produce inexorablemente la fragmentación de las audiencias.

## El reino de la fragmentación

NUEVOS SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN  
 MULTIPLICACIÓN CANALES TEMÁTICOS  
 NACIMIENTO DE CUATRO Y LA SEXTA  
 INTEGRACIÓN DE NUEVAS CADENAS EN FORTA  
 MÁS DE 1.000 EMISORAS LOCALES



## Audiencia de televisión (ranking de cadenas 2004-2009)

	2004	2005	2006	2007	2008	31/10/2009
<b>Telecinco</b>	22,1	22,3	21,2	20,3	18,1	15,2
<b>TVE 1</b>	21,4	19,6	18,3	17,2	16,9	16,3
<b>Antena 3</b>	20,8	21,3	19,4	17,4	16	13,8
<b>Forta</b>	17,7	17,6	15,1	14,5	14,5	12,9
<b>Temáticas</b>	5,9	7,4	8,9	10	13	19
<b>Cuatro</b>	—	5	6,4	7,7	8,6	7,9
<b>La Sexta</b>	—	—	1,8	4	5,5	6,8
<b>La 2 -TVE</b>	6,8	5,8	4,8	4,6	4,5	3,5

En 2004, el 71,1% de la audiencia total de televisión se repartía entre las tres grandes cadenas generalistas (TVE, Telecinco y Antena 3) y el liderazgo entre ellas se obtenía con registros superiores al 22%. Cinco años después, y con dos nuevos canales en antena (Cuatro y La Sexta), la audiencia generalista ha descendido hasta el 60,0% y el liderazgo se consigue hoy con un discreto 16,3% de cuota de pantalla.

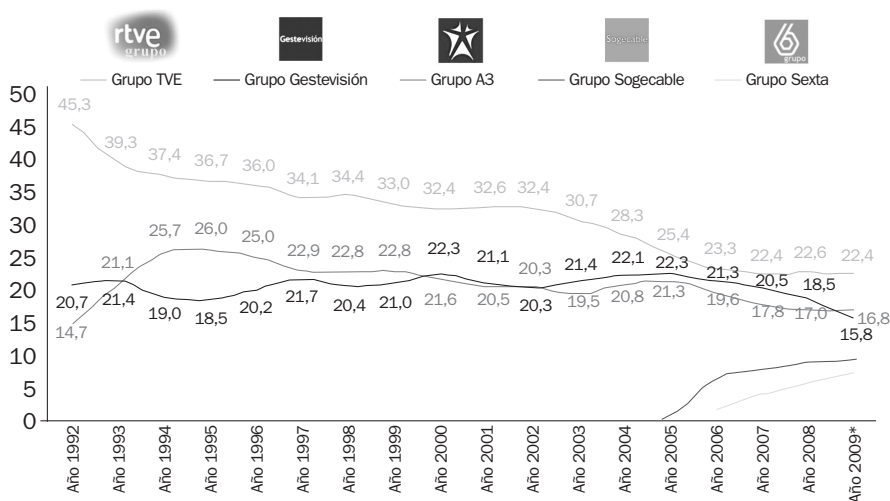
En este mismo periodo de tiempo ha sido muy llamativa la evolución de los canales temáticos. La oferta de las emisiones temáticas ha pasado del

5,9% en 2004 al 19,0% –según los datos de octubre– siendo durante los últimos meses, la primera opción en la preferencia de los espectadores.

La Sexta mantiene la evolución más favorable desde su creación y Antena 3 y Telecinco son las que atraviesan por los momentos más críticos y sufren el descenso más importante.

### Evolución por años y grupos

El Grupo RTVE es líder frente al resto de competidores

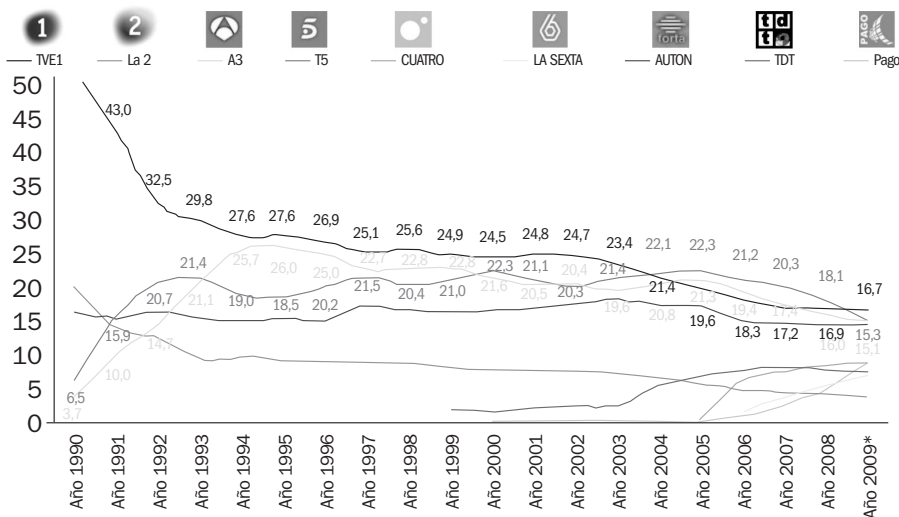


- En cuanto a RTVE, en los dos últimos años, desde 2007, el Grupo ha mantenido su cuota global en el 22.4%, compensando la caída de las cadenas generalistas (-1,1) con la ganancia de la oferta temática (+1,1). Dentro de esta, destaca el incremento en dos años de Clan TVE (+0,7 en el comparativo 2009-2007), pero también los crecimientos de Teledeporte y Canal 24 horas, que han duplicado sus registros en este periodo.
- Los resultados del grupo RTVE cobran mayor mérito, cuando se analiza la situación de los competidores directos: el grupo Antena 3 ha cedido 1 punto de *share*, a pesar de la subida de su oferta TDT (+1,3) y el grupo Gestevisión ha retrocedido casi 5 puntos respecto a 2007.



## Evolución por años y cadenas

La 1 recupera el liderato anual, tras cinco años en poder de Telecinco



- En cuanto a la oferta generalista, tras cinco años consecutivos de liderato de Telecinco, La 1 ha roto esta tendencia y se erige como firme candidata a liderar el 2009, después de haber obtenido la segunda plaza en 2008, desbancando a Antena 3. El crecimiento de Cuatro y de La Sexta están provocando un acusado adelgazamiento de los datos anuales, que se sitúan ya por debajo de los 17 puntos de *share*, lo que supone una caída de 1,5 puntos respecto a 2008 (Telecinco con 18,1%). De mantenerse la tendencia, la cadena líder en 2010 podría serlo con poco más de 15 puntos de cuota de pantalla.

## EMPOBRECIMIENTO DE CONTENIDOS

No hay duda alguna del impacto que sobre la audiencia de la televisión ha tenido la proliferación de canales. Sin embargo, no ha ocurrido lo mismo en lo que se refiere a la multiplicación y variedad de las ofertas y contenidos. Todos tenemos la sensación contrastada de que la mayoría de las cadenas de televisión generalistas ofrecen el mismo tipo de programas y en

horarios muy similares, incluso han logrado ponerse de acuerdo para hacer las pausas publicitarias casi al mismo tiempo, con el fin de contener en lo posible las fugas que provoca el popular e impulsivo acto de “zapear” con el mando a distancia.

Es verdad que las propuestas temáticas han crecido de forma extraordinaria en muy poco tiempo, y que hoy es posible acceder cómodamente a canales específicos sobre arte, historia, cocina, música, etc., pero, como hemos visto antes, el 60% de los televidentes es fiel todavía a las emisiones de las cadenas generalistas y en este terreno la diversidad de contenidos es más que discutible.

El mimetismo, cuando no la copia descarada, en los contenidos de las principales cadenas, es innegable y eso, claro está, con todos los matices que se pueden establecer sobre la mayor o menor vulgaridad o dignidad en la forma de ofrecer los mismos. Este fenómeno adquiere singular trascendencia en el mundo de hoy en el que, como dice el profesor Daniel Innerrarity, “la sociedad que se ha ido generando en torno a la televisión está acostumbrada a no creer nada salvo lo que ve y a creerse todo lo que ve”.

Contra la extendida versión teórica, la multiplicidad de canales no garantiza automáticamente una mayor posibilidad de elección de contenidos y además un programa sólo tiene posibilidades de sobrevivir cuando obtiene altas cotas de audiencia. Este hecho subvierte el significado distintivo de la calidad y nubla la apariencia de una oferta televisiva casi infinita. Por eso, quizá sea oportuno hacer una reflexión y un recordatorio sobre unas tendencias preocupantes y que podemos ejemplificar en el caso del diputado brasileño Wallace Souza.

Este “comunicador” brasileño ha sido acusado hace algunos pocos meses de ordenar asesinatos selectivos y una gama amplia de crímenes para poder filmarlos, aumentando así la audiencia de su programa policiaco de televisión. A propósito de este caso Wallace Souza, el escritor Mario Vargas Llosa escribió unas líneas esclarecedoras y arriesgadas que son una manifestación sagaz de la situación y un análisis muy lúcido sobre los resultados de ciertos excesos:

“No es difícil para cualquier aficionado a la esgrima intelectual, demostrar que Wallace Souza es un producto del siglo XXI, en el que la cultura predominante, en gran parte por la miseria que ha generado la televisión –en su frenética carrera por conquistar audiencia escarbando en las sentinas de la vida–, destruyendo la privacidad, explotando sin el menor escrúpulo las experiencias más indignas y degradantes, ha pulverizado todos los valores, trastocándolos, de manera que ‘divertir’, ‘entretener’, ha pasado a ser el valor supremo, la prioridad de prioridades, aunque para conseguirlo, como hizo Wallace Souza, haya que disparar y hundir puñales en el prójimo. Desde este punto de vista, asesino y todo, el director y productor de ‘Canal Libre’ es un héroe, o un mártir, de la cultura que, con ayuda de la prodigiosa revolución audiovisual, hemos fabricado para nuestra época”.

No me cabe duda que este es, felizmente, un caso extremo y desconocido en Europa, pero muestra cómo se pueden extender unas prácticas indeseables por mor de la audiencia y, aún más, cómo el afán de espectacularidad lo puede contaminar todo. En la misma UE se está produciendo un fenómeno creciente en algunas cadenas que es el de la confusión entre información, entendida esta como un ejercicio de comunicación riguroso, y entretenimiento, como aspiración audiovisual dominante. Este hecho debilita y confunde el verdadero sentido de la información y desdibuja con nefasto éxito su otrora estricto contorno.

El efecto consecutivo más perverso que ya se puede apreciar es el de alcanzar ese estadio en el que se mezcla la información, no sólo con el entretenimiento, sino con el simple y puro espectáculo. Podemos definir esta maliciosa práctica, para que se entienda bien lo que digo, como la “tomatización” de la información, un quebranto arrollador de lo que acontece y que lo infecta todo de falta de rigor, sensacionalismo, intromisión en la vida privada, etc.

La información política, social o cultural no son compartimentos estancos sino vasos comunicantes. Por eso la frivolidad y la ligereza, que han sido bendecidas por el éxito de audiencia, pasan a caracterizar el conjunto de las crónicas informativas, llegando muchas veces a los sacrosantos telediarios y a los llamados programas de actualidad, antes caracterizados por su rigor.

Las noticias de cualquier índole, que deben precisar o ampliar un hecho, una materia o una realidad, se tiñen constantemente de un rosa espeso y disoluto. En este sentido, opina el sociólogo Gilles Lipovetsky, que “los nuevos *media* degradan la democracia y convierten la vida política en un espectáculo, destacan los hechos secundarios, atentan contra la vida privada, hacen y deshacen arbitrariamente las notoriedades, superficializan los espíritus, dicen cualquier cosa”.

Siendo así, podemos comprobar tristemente que la “actualidad” se inventa, los personajes “populares” se crean, se reproducen, se alimentan y “mueren” a voluntad de las cadenas. Hay un momento que lo cambia todo en la historia de la televisión –y me atrevería a decir que en la de la sociedad moderna– y es aquel en que los programadores descubren que más útil y fácil que recurrir a personajes prominentes, es crearlos por la misma televisión. Simplemente porque el que crea a su antojo también puede destruir a su conveniencia, inventado así una suerte de personajes de “usar y tirar”. Una expresión elocuente y reiterada de esta práctica es, por ejemplo, “Gran Hermano”.

“Las noticias no informan de lo que acontece –escribe también Inerarity– sino de lo que otros consideran importante. No hablan de gente famosa, sino que hacen famosos a aquellos sobre los que hablan. No existe una prominencia objetiva”. Creo que TVE, con todas las tentaciones a las que pueda sucumbir y deban corregirse, ofrece en general una programación más variada y con una vocación bastante más respetuosa con un concepto aceptable del buen gusto, de la información y del entretenimiento que el resto de las cadenas. No me parece estar exagerando. Simplemente, constato la mayor sensibilidad y tacto aplicados a la actividad audiovisual por parte de TVE; tacto y sensibilidad que se justifican, además, como un principio esencial de su propia naturaleza de servicio público.

Servicio público que, al contrario de lo que algunos manifiestan se extiende también al deporte, ese oscuro objeto de deseo que es el único capaz de congregarse sin esfuerzos al 50% de la audiencia, mientras que cualquier otro contenido tiene un arrollador éxito con “sólo” llegar al 25 de *share*. Son auténticas luchas fratricidas las que libran las cadenas de televisión por conseguir determinados derechos de emisión deportivos, porque tienen un no-

table efecto de arrastre en la audiencia y a través de los cuales se busca “marcar la diferencia” y, lógicamente, ampliar el negocio.

Aunque, digamos que no somos los únicos ni los más apasionados con el fútbol en televisión, ni los que cometemos más excesos cuando hablamos del deporte rey. Recuerden que hace no mucho tiempo la presidenta de Argentina, Cristina Fernández, comparaba el fútbol de pago con los secuestros cometidos por la dictadura en su país y decretaba su emisión en abierto.

## LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

La velocidad a la que circulan las opciones de comunicación y los medios para canalizarlas nos produce, en ocasiones, un cierto vértigo como consumidores. El tradicional modelo pasivo de consumo –que quedaba a expensas del criterio que imponía el programador– ha dado paso gradualmente, a una participación más activa por parte de los usuarios.

Apenas nos hemos acostumbrado a digerir una nueva tecnología que conlleva soportes y usos distintos a los que estábamos tradicionalmente acostumbrados, cuando ya nos están empujando a utilizar una versión mejorada del invento; ésta multiplica a su vez las oportunidades y los servicios audiovisuales que se ofrecen en un proceso de actualización permanente y vertiginosa.

Las incertidumbres de futuro son tan numerosas que es mejor resumir las más importantes:

- Apagón analógico (o encendido digital).
- Televisión en alta definición.
- Televisión Digital Terrestre de pago.
- Televisión en movilidad.
- Vídeo a la carta. Interactividad.

Todos los retos que plantean estos enunciados tienen dos elementos en común: son la consecuencia de una revolución tecnológica y deben facilitar el acceso universal. Sin embargo, las dudas y los interrogantes que sur-

gen a los usuarios son muy numerosos. Pensemos por ejemplo en el famoso encendido digital. Dentro de muy pocos meses, en abril de 2010, está previsto que se produzca la transición de lo analógico a lo digital.

Las campañas oficiales de difusión de este cambio tecnológico trascendental y sustitutivo, así como las fases que ya se han cubierto como paso previo en algunos territorios, no han logrado todavía que se popularice lo suficiente. Cuando casi se regalan los decodificadores de Televisión Digital Terrestre comprando unos yogures, ya sabemos que muchos de esos aparatos serán inservibles para acceder a la “alta definición”, a la TDT de pago o a los servicios interactivos. Mientras tanto, además, se siguen vendiendo receptores de televisión analógicos.

Por si esto fuera poco, ya se anuncia una nueva transición tecnológica de la televisión a partir del año 2015 como consecuencia del llamado dividendo digital. ¿Cómo se puede componer este rompecabezas sin volver un poco locos a todos los ciudadanos?

Es evidente que tendremos que aprender mucho y muy deprisa para poder estar a la altura de las oportunidades que se avecinan si queremos “llenar” las cuatro horas diarias que dedicamos a ver la televisión accediendo a un menú mucho más amplio y variado. Por eso, llegados a este punto, debemos hacernos la pregunta crucial:

¿Tiene sentido la televisión pública estatal en semejante panorama? Creo sinceramente que sí.

## **LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA**

Que quede bien claro que apostar por la televisión pública no es lo mismo que aferrarse a ningún tipo de control ni defender ninguna tutela sobre los ciudadanos. Tampoco de imponer un modelo cultural, informativo o educativo a la población. Ni de discutir ningún grado de madurez de la sociedad. Ni de erigirse en valedores de ninguna custodia de esencias, rancias o modernas.

Es tan solo proclamar que los ciudadanos tenemos el derecho a disponer de la más amplia libertad de elección en este terreno que, por otra parte, sería absurdo –y literalmente imposible– querer limitar o restringir. Se trata simplemente de mantener una ventana abierta y atrayente para acceder a algo distinto de lo que ofrece en este momento el sector privado y obtener a la vez un beneficio social.

La abundante y persistente corriente de opinión que rechaza la razón de ser de la televisión pública estatal (a veces sólo la estatal y no otras televisiones públicas) lo hace, sin excepción, sobre dos objeciones sustanciales: el control político del medio y la práctica de una competencia desleal. Sin embargo, ninguno de estos dos temores representa obstáculos insalvables o características inevitables, si consideramos que merece la pena hacer el esfuerzo de que exista un medio público estatal de radiotelevisión, en unos términos estrictos de utilidad y rentabilidad sociales.

En primer lugar, la Ley 17/2006 fijó las bases de la autonomía y neutralidad en RTVE. Las Cortes Generales eligen al Consejo de Administración y a su Presidente mediante una mayoría reforzada de dos tercios de las Cámaras, lo que impide la discrecionalidad en los nombramientos por parte de los grupos mayoritarios, y es ante el propio Parlamento donde el Consejo rinde cuentas de su gestión en una Comisión de control parlamentario específicamente creada para ello.

Existen además otros órganos y controles a los que se somete constantemente la actividad de RTVE, y que la distancian de una tutoría política u oficial: Tribunal de Cuentas, Auditorías (internas y externas), Consejo Asesor, Consejo de Informativos, etc.

Por su parte, la Ley de Financiación de RTVE, aprobada hace sólo unos meses, ha establecido la independencia económica de la Corporación al margen de la actividad comercial.

La televisión pública existe para el ciudadano, que es su mayor y mejor guardián. Una televisión solamente será pública si es intelectual y administrativamente independiente. Pero siendo así, cabe preguntarse:

¿en qué condiciones es sensato defender la existencia de una televisión pública estatal?

Veamos las más importantes de sus funciones:

- Ligar inseparablemente su existencia a los principios y valores constitucionales.
- Contribuir a la formación de una opinión pública plural.
- Disponer de una financiación exenta de los vaivenes y condicionamientos del mercado publicitario y sin afectar a la libre competencia.
- Practicar una actividad y programación cuyo único norte sea el de la calidad.
- Aportar un enfoque constructivo “de” y “a” la sociedad.
- Extremar todas las cautelas respecto a los sectores de audiencia más vulnerables como son los menores.
- Prestar atención a aquellos ciudadanos y grupos sociales que no son destinatarios naturales de la programación mayoritaria.
- Favorecer la cohesión territorial atendiendo a lo común sin necesidad de enfrentarlo a lo diferencial.
- Coadyuvar a la mejor proyección internacional de España.
- Servir a la divulgación cultural de nuestras comunidades y de la lengua española.
- Promover el desarrollo de la producción nacional y europea.
- Enseñar a “ver” la televisión de la forma más provechosa.
- Aspirar a obtener las más amplias audiencias sin perder un ápice de calidad.
- Mostrar con su ejemplo que excelencia, rigor y apoyo masivos pueden ir unidos.

Todos estos objetivos y muchos más están plenamente respaldados por la Unión Europea. No son un anacronismo, ni una veleidad o el capricho de unos recalcitrantes estatistas enemigos de la libertad. Son empeños imprescindibles para servir a una sociedad moderna y a una población inteligente que cohabitan con una oferta comercial demasiado parecida aunque con finalidades muy diferentes.



Una televisión pública de esta naturaleza superaría todas las críticas que la consideran una carga presupuestaria, un servicio restringido o un instrumento al servicio del poder. Sería considerada no como un gasto, sino como una inversión y no como algo caro, sino como un ahorro de las consecuencias de no tenerlo.

Insisto en la idea de que el mercado televisivo español es un coto cerrado en el que sólo la televisión pública estatal puede marcar la diferencia con las escasas ofertas restantes y explorar caminos de calidad e innovación por los que las cadenas privadas no pueden o no quieren transitar.

El riesgo que se plantea a corto plazo es el de suponer que esos objetivos generales conducen, necesariamente, a prestar un servicio público de televisión de tipo marginal, sin un gran interés ni un elevado atractivo. Un servicio público condenado a desaparecer paulatinamente por el simple efecto de la inanición. Pero tengamos muy en cuenta que las limitaciones del mercado unidas a la similitud de las ofertas hacen muy necesaria la existencia de la televisión pública.

La ventaja que acredita y garantiza su conveniencia actual y su futuro debe nacer, precisamente, de la conveniencia de hacer variadas las ofertas, de la sabia forma de combinar rentabilidad social y seducción, calidad verdadera y reconocimiento público.

El profesor de Comunicación, Eugenio Bucci, defiende la independencia de la televisión pública estatal de cualquier papel subalterno proponiendo para ella “cuatro banderas estéticas”:

- Anhelar lo invisible, o sea, salir de la postura de adulator de plateas, actitud que define más a la industria privada del entretenimiento-espectáculo.
- Desmontar la oferta de gozo prefabricado, ofreciendo lo diferente y no reiterando dosis de las mismas sensaciones.
- Buscar contenidos que no caben en la televisión comercial, sin temer a la calidad como si fuera un abismo.

- Emancipar en lugar de vender, no debiendo sucumbir al impulso de de-searse deseada como si ello fuera un cautiverio.  
¿A qué precio?

## **TELEVISIÓN PÚBLICA Y MERCADO PUBLICITARIO**

La televisión pública estatal debe evaluar rigurosamente su costo como cualquier otro servicio público esencial. Ni más, ni menos. Si tiene una razón de ser para existir, debe tener también los recursos públicos suficientes para actuar con la eficacia necesaria en pos de los objetivos marcados.

La Guía de la Unión Europea de Radiodifusión (UER) de 2007 (actualizado el dato de RTVE a 2008 y por tanto con ingresos comerciales) concluía que Televisión Española es la televisión pública más barata de Europa, con un coste anual por habitante de 12,4€, mientras el de Italia es de 29€, el del Reino Unido de 82€ y la de Alemania de 88€. Obsérvese que la media del coste de las televisiones públicas en España es de 34€. Incluso cuando TVE emitía toda la publicidad que le era legalmente posible, no mermaba la rentabilidad económica de los operadores privados, como en algunos momentos se ha podido dar a entender tendenciosamente.

De acuerdo con los datos publicados, los beneficios de las principales televisiones privadas en 2008, por ejemplo, fueron los siguientes:

- Telecinco: 211,28 millones de euros
- Antena 3: 91,02 millones de euros

Las televisiones privadas españolas (Telecinco y Antena 3) lideran la clasificación de rentabilidad de las cadenas de televisión europeas (con datos de los informes elaborados por Deloitte en 2006). Es verdad que la crisis económica ha afectado de manera muy directa a la cuenta de resultados por publicidad en todas las cadenas (como vemos en los cuadros siguientes), pero no lo es menos que la renuncia definitiva de TVE a esa fuente de ingresos producirá, en una medida todavía no bien evaluada,

efectos muy positivos sobre los beneficios de los operadores privados y ello, a pesar de la fuerte crisis publicitaria que vivimos en la actualidad y que se ve claramente en los siguientes cuadros.

### Mercado inversión publicitaria en TV (millones de euros). Enero - octubre

	tve1	tve2	SATELITES	tve	5	Antena 3	cuatro*	laSexta	for1a	TOTAL
'09	293,8	55,5	7,5	356,9	459,5	453,5	195,4	157,2	167,41	1.789
'08	393,7	87,6	4,9	486,3	764,0	565,5	253,9	127,6	207,6	2.404
var%	-25,4%	-36,6%	52,9%	-26,6%	-39,9%	-19,8%	-23,1%	23,2%	-19,4%	25,6%

SHI	tve1	tve2	SATELITES	tve	5	Antena 3	cuatro*	laSexta	for1a
'09	16,4	3,1	0,4	19,9	25,7	25,3	10,9	8,8	9,4
'08	16,4	3,6	0,2	20,2	31,8	23,5	10,6	5,3	8,6
var	0,0	-0,5	0,2	-0,3	-6,1	1,8	0,4	3,5	0,7

### Mercado publicitario en televisión. Enero-octubre 2009

- En el acumulado del año, la inversión publicitaria se ha reducido un 25,6%.
- Telecinco es la que más pérdida de ingresos acumula (-39,9%), seguida de TVE (-26,6%) y de Cuatro (-23,1%)
- Antena 3 con un descenso más moderado (-19,8%), se aproxima a los ingresos de Tele 5.
- La Sexta es la única cadena que incrementa su facturación publicitaria (+23,2%) y la que más aumenta su cuota de mercado.

A pesar del reducido coste de TVE y de los datos reseñados, el Gobierno ha ideado un nuevo sistema de financiación de RTVE por el que TVE deja de financiarse en parte con publicidad, compensando esas pérdidas –que son de unos 700 millones de euros– del siguiente modo:

- Un porcentaje del 80% sobre el rendimiento de la tasa del dominio público radioeléctrico con un máximo anual de 330 millones de euros.
- Un 0,9% de los ingresos brutos de explotación de los operadores de telecomunicaciones (esta aportación no podrá ser superior al 25% del total de ingresos previstos para cada año por RTVE).

- Un 0.3% de los ingresos brutos de explotación de los concesionarios o prestadores del servicio de televisión en régimen abierto. Esta aportación no podrá superar el 15% del total de ingresos previstos para cada año por RTVE.
- El 1,5% de los ingresos brutos de explotación de los concesionarios o prestadores del servicio de televisión de acceso condicional o de pago. Esa aportación no podrá superar el 20% del total de ingresos previstos para cada año por RTVE.
- Las aportaciones con cargo a los Presupuestos Generales del Estado y los ingresos derivados de la propia actividad completan el cuadro de financiación aprobado para RTVE. De acuerdo con la Ley 8/2009, durante el bienio 2010-2011 el total de ingresos y gastos por todos los conceptos de la Corporación RTVE no superará la cifra de 1.200 millones de euros anuales.

Aclaremos, por último, en este apartado sobre la financiación que, si bien la nueva Ley de Financiación de RTVE entró en vigor el pasado 1 de septiembre y con ella el fin de la actividad comercial, está permitida la emisión de publicidad para aquellas campañas contratadas anteriormente. Este es el motivo por el que todavía se pueden ver anuncios en TVE.

La Corporación RTVE está ejecutando en este momento un plan de transición que contempla distintas actuaciones encaminadas a la sustitución definitiva de los anuncios. Sin embargo, la voracidad de las cadenas privadas les ha llevado a cuestionar este mismo periodo de transición. La efectiva y prácticamente completa desaparición de los anuncios en TVE se producirá a partir del 1 de enero de 2010.

Como si fuera un tributo inexorable, la televisión pública está siempre inmersa en el debate de la renovación de su modelo, de su viabilidad y de su futuro. Sin embargo, mientras la televisión pública estatal tenga objetivos estratégicos de servicio público que cumplir (“necesidades democráticas, sociales y culturales de los ciudadanos que atender”) estará garantizada la utilidad y rentabilidad sociales de sus actividades. Si, por el contrario, la

televisión pública se mimetiza con la oferta privada, sin distinguir claramente las funciones, objetivos y medios para conseguir los de cada cual, estará comprometiéndose seriamente su existencia.

El modelo europeo, frente al americano, es el de una televisión fuerte, saneada y con grandes audiencias; el de una televisión de calidad pero con vocación de líder que aumente la libertad de elección del ciudadano, al ofrecer algo distinto de lo puramente comercial. No obstante, no creo que defender la existencia de una radiotelevisión pública estatal desde esta perspectiva que acabo de exponer tenga que suponer una posición férrea o sempiterna y, por eso cabe pensar que quizá llegará el día en que no hará falta hacerlo, por más que hoy por hoy sea más que aconsejable. Además, ese momento no parece cercano.

## PALABRAS CLAVE

Sociedad de la información - Política audiovisual • España • Telecomunicaciones

## RESUMEN

En un mundo en el que la competencia no significa necesariamente el aumento de la calidad ni de la diversidad de canales ni una mayor capacidad de elección, y en un escenario en el que priman la guerra por las audiencias y la obsesión por los beneficios sin importar el servicio público, la defensa de una TV pública rentable socialmente, competitiva, de calidad, independiente del poder político y más barata que las demás, no es una opción de trasnochados estatistas sino una garantía de libertad y pluralidad.

## ABSTRACT

*In a World where competition does not necessarily mean higher quality, greater diversity of channels or more choice, and within an environment where the battle for audiences or the obsession for profit neglecting public service is paramount; the defence of a public TV that is socially profitable, competitive, of quality, independent from political powers, and cheaper than the rest, is not the option of stale statist but a guarantee of freedom and plurality*



