

La televisión pública en la era digital: una propuesta para España

Alejandro Perales Albert

Presidente de la Asociación de Usuarios
de la Comunicación

Este documento propone criterios básicos para la **configuración de un modelo de televisión pública** que asegure su supervivencia, viabilidad e incluso potenciación en el nuevo entorno de digitalización y convergencia tecnológica.

En la primera parte se analiza el marco normativo de la televisión en la Unión Europea. Ello permite poner de relieve la importancia adquirida en dicho marco por conceptos como la **función social** de la comunicación, la misión de **servicio público** de la oferta audiovisual y **la existencia de televisiones públicas como garantes de dicho servicio**. Una existencia imprescindible ya que, por su propia naturaleza, las televisiones públicas deberían orientar prioritariamente su proyecto organizativo, su estrategia empresarial y sus recursos a satisfacer los intereses, necesidades y deseos de los ciudadanos, mientras que en el caso de las televisiones privadas la rentabilidad económica prima sobre cualquier otra consideración.

Se describe luego la situación de la televisión en España desde el punto de vista legal, atendiendo a sus diferentes modalidades de oferta: pública o privada; estatal, autonómica o local; por satélite, por cable o terrestre; analógica o digital. En todos estos casos, se rastrea de forma prioritaria el **mantenimiento del concepto de servicio público** y sus diferentes tratamientos.

Finalmente se recogen una serie de conclusiones y propuestas sobre el futuro de la televisión pública, entre las que cabe destacar las siguientes:

- El nuevo entorno digital conlleva una “opulencia de oferta”, por lo que la reivindicación de la **necesidad de la televisión pública** se fundamenta cada vez menos en razones técnicas (como la escasez de espectro) y cada vez más en razones ideológicas. Entre ellas, la **cohesión social** frente a la dualización económica y tecnológica; la defensa de los **intereses de la ciudadanía**, lo que implica tener en cuenta no sólo sus deseos, sino también sus necesidades; la búsqueda no sólo de la **veracidad**, sino también del **pluralismo** para garantizar la formación de una opinión pública libre y fundamentada, o la **defensa in extenso de los valores constitucionales**.

- En este entorno, además, es previsible que las televisiones privadas acaben orientándose al modelo temático de pago por razones de viabilidad económica, con lo que **la televisión pública puede constituirse a medio plazo en la única posibilidad de existencia de una televisión generalista en abierto**. Ello, por supuesto, sin menoscabo de su desarrollo y extensión en el ámbito temático y siempre que se realicen los cambios necesarios de concepción, organización y funcionamiento para garantizar su supervivencia.
- Pero para que la televisión pública pueda cumplir su papel socialmente estratégico en la nueva era digital es fundamental una voluntad política que asegure al menos:

- La “desgubernamentalización” o **independencia del Gobierno**, con elección parlamentaria del Presidente y de los miembros del Consejo de Administración (u otras alternativas como su elección por el Consejo Superior de lo Audiovisual).
- El fortalecimiento de aquellas características diferenciales que dotan a las televisiones públicas de un valor añadido frente a las cadenas de gestión privada: un concepto más amplio de su función de **servicio público**; un mayor esfuerzo en la búsqueda de **variedad, innovación y calidad en sus contenidos**; el **derecho de acceso** de los grupos sociales y políticos; la **participación social** en las decisiones (a través de un Consejo Asesor operativo en el que esté presente la sociedad civil; es decir, los propios espectadores).
- La adopción de un **modelo mixto de financiación, apoyado de forma prioritaria en los ingresos públicos**. Ello evitará situaciones de competencia desleal en el mercado, pero además permitirá el desarrollo de una televisión pública que, sin renunciar a su vocación mayoritaria y de referencia, no dependa de conseguir a toda costa grandes audiencias que vender a los anunciantes como única fuente de ingresos.

A lo anterior se añade la necesidad de una política audiovisual que asegure a las televisiones públicas un **protagonismo decidido en el nuevo entorno digital**. Un protagonismo que pasa por destinar desde estas televisiones recursos económicos, materiales y humanos al desarrollo tecnológico. Y también por dar relevancia a la televisión pública como prestadora de servicios (gestión de la información, producción de contenidos) en ese nuevo mercado.