

**Fernando Segundo**

## **Referéndum y la RTVA**

**31 ene, 2007**

Coincidiendo en fechas de publicación mensual de esta revista los andaluces vamos a refrendar el 'Estatuto de Autonomía de Andalucía'. Conviene recordar algunos aspectos del título octavo, 'Medios de Comunicación Social' para repensar el modelo de la RTVA. El artículo 210 reconoce que el servicio y la gestión de la radiotelevisión andaluza tiene carácter público y se prestará por gestión directa. "La Junta de Andalucía" -dice- "gestionará directamente un servicio de radiotelevisión pública". El siguiente orienta esta gestión en la promoción de los valores educativos y culturales andaluces mediante los principios de independencia y neutralidad informativa y garantiza el acceso a los medios públicos de asociaciones, organizaciones e instituciones representativas de la diversidad política, social y cultural de Andalucía, respetando el pluralismo de la sociedad. El artículo 212 obliga a promover la cultura andaluza tanto en sus formas tradicionales como en las nuevas creaciones. El 214 reconoce el papel del control parlamentario sobre los medios de comunicación social, la elección del director o directora de la radiotelevisión pública por el pleno parlamentario, por mayoría cualificada. Y el 217, por último, recoge que corresponde al Consejo Audiovisual de Andalucía velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios de comunicación audiovisual, en consonancia con el 131, dedicado al Consejo como autoridad audiovisual independiente.

Son temas de suficiente interés, junto a los demás del Estatuto, para garantizar nuestra participación el 18 F. Pero también merecerían una dedicación minuciosa artículo por artículo en esta página. Prefiero en esta ocasión centrarme en temas más generales sobre el futuro de nuestra RTVA. En los trabajos recientes de la profesora Cafarel sobre la futura Corporación Pública de RTVE por encargo del presidente Zapatero, el Gobierno dejó claro junto a algunos directores generales de televisiones autonómicas, que esta reforma serviría como guía a las mismas. Para empezar la elección del director general será por mayoría cualificada y no por dos tercios como en radiotelevisión española. Cuando se creó nuestra radiotelevisión pública andaluza se siguió el modelo casi miméticamente de la estatal, ya sumida en una crisis de identidad, ante la pérdida del monopolio televisivo con el advenimiento además de canales privados. En esos momentos ya se planteaban estudios y alternativas para unas nuevas estrategias del servicio público en el horizonte europeo. Fue motivo de un curso unos años después que organicé con el Rectorado de la Universidad de Sevilla y en el que expertos en Europa junto a directores de televisiones, representantes políticos y profesores universitarios, analizamos en profundidad esta cuestión. Y todo ello en el contexto, de la esperada globalidad, multiplicidad de canales, anunciadas pérdidas de los grandes 'share', etc., que obligaban a una reorientación de los contenidos públicos televisivos, lejos de las copias contraprogramadoras, para competir en audiencias con los grandes canales sin sus recursos, por cierto.

La anunciada futura Ley de la RTVA, ¿que habrá de traernos?... , lejos de los consabidos basamentos de igualdad, defensa de la juventud, nuestra identidad y demás principios programáticos tantas veces incumplidos, ¿nos dará una televisión centrada en su propio nicho de mercado, que le es competitivo?; ¿fomentará nuestras tradiciones culturales, por ejemplo, el flamenco y nuevas creaciones, como nuevas formas expresivas musicales? Los ejemplos anteriores no invitan a la esperanza, cuando japoneses o ingleses se han beneficiado largo

tiempo, más de la producción-distribución del flamenco que Canal Sur. La reformada radiotelevisión andaluza deberá tener un Consejo de Administración propio de una empresa y no exclusivamente de cuotas políticas sin conocimiento de las profesiones audiovisuales. La televisión regional deberá tener su espacio en primer lugar en la relación con su entorno próximo, perfectamente compatible con el proceso de mundialización de la comunicación, hoy transfronterizo, pero también nacional, regional y local. Y ello apostando por productos de calidad, capaz de traspasar fronteras y aprovechar economías de escala, pero acostumbrándose a menor coste, basándose en producciones propias y abriendo el abanico de posibilidades a las pequeñas y medianas empresas. O dicho de otro modo, más producción propia, más barata y competitiva. La viabilidad económica va a depender del mayor o menor apoyo decidido de políticas culturales y comunicativas, en conexión con los dinámicos sectores productivos, y de toda clase de interconexiones y oportunidades para entidades e instituciones, las empresas y todos aquellos que representen intereses colectivos y sociales, facilitándoles mecanismos 'contables' en minutos y espacios de acceso al medio, para la difusión de entidades públicas y privadas. En definitiva, a aquellos implicados en el desarrollo, la tecnología y la investigación. Que además de generar recursos, colaboren garantizando la continuidad del medio.

Como diría un aforismo hispanoamericano, 'no nos den realidades, dennos promesas'. Lo que en román paladino viene a decirle a la clase política: "no nos vendan la moto de realidades que no vemos por ningún lado, sino prométannos lo que estén dispuestos a cumplir".