

Fernando Segundo

## **La propuesta electoral de eliminar la publicidad en TVE**

**29 may, 2009**

En vísperas del debate del Estado de la Nación, en el que el comunicador Zapatero venció a Rajoy, pasados ambos por un Durán Lleida impecable, que pidió un pacto entre todos a largo plazo, frente a políticas "cortoplacistas" para solucionar la crisis económica, emerge el anuncio de eliminar la publicidad en Televisión Española. Y ello en vísperas también de las elecciones europeas. Conviene ante este hecho hacer un ejercicio de memoria histórica. En junio del 2008 el gobierno anunció por boca de M<sup>ª</sup> Teresa Fernández de la Vega, vicepresidenta, que se reduciría de once a nueve minutos en 2010. lo dijo ante el Senado. Las televisiones privadas a través de la Unión de Televisiones Comerciales (UTECA), pidieron inmediatamente una mayor reducción y acusaron a la televisión pública de contratar publicidad por debajo de los precios de mercado. El Consejo de Administración de RTVE acusó a UTECA de querer arrebatar los ingresos a TVE. Un mes más tarde en la Universidad de Verano de El Escorial, De la Vega dijo que "no se puede ir tan deprisa sino de forma gradual en eliminar la publicidad en el canal público", y rechazó eliminar la publicidad ya que la televisión pública se enfrenta a un nuevo modelo audiovisual en España... Todavía en la clausura de la jornada anual de UTECA en noviembre, la ministra aclaró que "sería irresponsable reducir publicidad sin alternativa de financiación". En abril pasado, al respecto, descartó el canon por tenencia de receptor, como forma de financiación, y que el ministerio de industria estudiaba varias vías alternativas. El PP por boca de su portavoz en el Congreso Sáenz de Santamaría consideró que "el gobierno se comprometió públicamente a reducir drásticamente la publicidad sin tener ni idea de como va a financiar TVE". Poco después de conocerse las medidas del Presidente Sarkozy sobre la televisión pública francesa, a principios de mayo, Fernández de la Vega lanzó el scoop periodístico que la Televisión Española reducirá de manera inminente la publicidad. Para ello e igualar los 700 millones de euros de publicidad de la RTVE, se mantendrá la aportación del Estado, se cobrará un 3% de los ingresos de explotación brutos de las televisiones comerciales, un 1,9% por el mismo concepto a operadores de telecomunicaciones y se dedicará el canon que aportan a hacienda los canales privados por la utilización del espacio radioeléctrico, a sufragar la televisión pública. La medida que no gustó a algunas asociaciones del sector publicitario, fue acogida favorablemente por UTECA, que lo consideró día histórico, mientras que el PP de nuevo, consideró que no se puede retirar la publicidad a costa del contribuyente y que supondrá reducir a la mitad la plantilla en la entidad pública. La medida del gobierno prevé además que la Corporación Pública destine solamente el 10% del presupuesto a la adquisición de derechos deportivos y limitar la partida de derechos de emisión de cine internacional. Como había solicitado UTECA. Izquierda Unida ha considerado esta medida como una "utilización de la televisión pública como moneda de cambio ante la pérdida de imagen pública del ejecutivo socialista". Paralelamente, el nuevo Presidente de la Junta de Andalucía, José A<sup>º</sup> Griñán, ha encargado al Consejero de Presidencia A<sup>º</sup> Ávila un estudio para analizar la posibilidad de eliminación de publicidad en la Radio Televisión Pública Andaluza y encontrar nuevas vías de financiación. La medida ha sido bien vista, con matices, por los partidos andaluces PP e IU. Hasta aquí todo muy bien, pero habría que aclarar que ambas medidas, estatal y autonómica, no tendrán sentido sin un claro modelo, una apuesta definitiva por una televisión de servicio público. Que no podrá ser igual a lo que hasta ahora venimos acostumbrándonos, desde el punto de vista programático. Esta publicación es testigo del nuevo modelo que venimos reclamando desde hace tiempo, y que nos llevó hace unos años a

dirigir el curso de la Universidad de Sevilla, "Nuevas Estrategias de las Televisiones Públicas en el horizonte europeo". El tiempo, ahora nos da la razón, aunque se ha perdido la ocasión de poder estar a la vanguardia y no por detrás de los acontecimientos. Se prefirió siempre ir por detrás de TVE, y copiar miméticamente contenidos de las privadas con menor éxito y medios, antes de ir adaptando nuestra televisión a las nuevas exigencias de unos share que pasaban a la historia. Y en lugar de generar toda clase de compromiso con entidades públicas y privadas, apostar por el propio nicho de mercado e implicarse en la dinamización de los sectores productivos, se prefirió competir con las privadas, creando un segundo canal para lo público, que ahora en una redefinición del papel de la televisión autonómica puede quedar en entredicho.