

El audiovisual público como potente altavoz de un país ante el mundo: el ejemplo francés

Catalina Guerrero *

Tema: Consciente del poder de los medios de comunicación para difundir una perspectiva propia de la actualidad internacional y del reto que supone la llamada “segunda revolución digital”, Francia ha decidido reunificar todos sus activos que posee en el sector audiovisual exterior en una plataforma conjunta para intentar que su voz se oiga con más claridad e intensidad en el mundo.

Resumen: Francia, por decisión de su presidente, Nicolas Sarkozy, ha decidido reagrupar este año todas las participaciones del Estado en los medios de comunicación con proyección internacional en un *holding* llamado France Monde y bautizado después como Audiovisual Exterior de Francia (AEF). De este modo, Radio France International (RFI) y las televisiones France 24 y TV5 Monde aunarán sus fuerzas para proyectar con más fuerza y mayor eficacia la voz de Francia en el mundo, al tiempo que –crisis obliga– se consiguen sinergias. Esta decisión, acompañada de otra no menos polémica –la supresión paulatina de la publicidad en el audiovisual público francés–, ha convulsionado a este sector, que está pendiente ahora de que se conozcan en breve los detalles del proyecto de ley que debe plasmar la ambiciosa reforma, una futura norma cuyo trámite parlamentario está previsto para este otoño.

Análisis: El 8 de enero de 2008 todo el mundo esperaba que Nicolas Sarkozy aprovechara su primera rueda de prensa tras la pausa vacacional de Navidad para hacer algún tipo de anuncio que le permitiera seguir fiel a su eslogan de “ruptura” con la anterior etapa presidencial personificada por el también conservador Jacques Chirac y sobre el cual construyó la campaña electoral que le llevó al Elíseo en mayo de 2007. Pero lo que nadie se imaginaba es que la diana en la que el flamante presidente francés iba a lanzar su dardo de reformas sería el sector del audiovisual público.

No lanzó una, sino dos flechas. Por un lado, Sarkozy manifestó su deseo de reformar el audiovisual exterior para reagrupar Radio France International (RFI) y la televisión France 24 y las participaciones del Estado francés en TV5 Monde en un único *holding* llamado France Monde, nombre que con el correr de los meses daría paso ya en septiembre al de Audiovisual Exterior de Francia (AEF).

Por otro lado, anunció su deseo de suprimir toda la publicidad en las televisiones públicas del país. “Revolución”, “estupor”, “fogonazo”, “bomba”, “*big bang*”... fueron las palabras pronunciadas por sindicatos, medios de comunicación y productores audiovisuales para definir la sorpresa causada por las palabras de Sarkozy.

* Jefa de sección de Cultura y Sociedad Internacional de la Agencia Efe y corresponsal de Efe en París desde julio de 1999 hasta octubre de 2007

La primera sorprendida por el alcance de las medidas que piensa tomar Sarkozy fue la ministra de Cultura y Comunicación, Christine Albanel, quien no pudo ocultar –al igual que el resto de miembros del Gobierno de François Fillon– que no estaba al corriente de las intenciones del jefe del Estado.

El asunto, al parecer, se fraguó en *petit comité* y sólo estaban al corriente dos o tres de los consejeros más próximos de Sarkozy, incluidos los dos que elaboraron el informe que defendía la creación de este *holding*: Jean-David Levitte, consejero diplomático, y Georges-Marc Benamou, consejero audiovisual.

En ese informe, Levitte y Benamou abogaban por una reforma “profunda”, pero “suave” del audiovisual exterior francés que se prolongase hasta el año 2012, por lo que desaconsejaban una revolución en las estructuras de RFI, TV5 Monde y France 24 por considerarla “peligrosa tanto en el plano diplomático como social”.

El diario *Le Monde* apunta también a Alain Minc, consejero de Sarkozy en estrategia financiera, como el ideólogo de esta gran reforma e incluso pone en su boca la frase que habría activado el interés de Sarkozy: “Debes continuar jugando a contracorriente. ¿Por qué no la televisión? François Mitterrand fue quien la privatizó, tu podrías ser quien la nacionalizase”.

Si Sarkozy retuvo la idea de Minc, según *Le Monde*, fue por dos motivos: porque intenta seguir los pasos de Mitterrand y porque le gusta poner trampas a la oposición, que no consigue retomar el aliento tras los últimos batacazos electorales de la primavera de 2007 (presidenciales) y de principios del verano del mismo año (legislativas). Y es que la supresión de la publicidad del servicio público es una vieja utopía de la izquierda.

Cuando Sarkozy hizo público el 8 de enero de 2008 su deseo de reagrupar “lo más rápidamente posible, en todo caso en este año”, todos los medios de RFI, TV5 y France 24 en un único *holding*, el anuncio quedó un tanto solapado por la decisión de suprimir la publicidad en nombre de “una televisión pública de calidad”.

Ese día, el presidente se limitó a explicar que esa decisión estaba motivada por la necesidad de unir todos los medios “para llevar la presencia de Francia de una forma más masiva (al resto del mundo) que en la actualidad”.

Para Sarkozy, es necesario reorganizar y racionalizar los instrumentos de la política audiovisual exterior de Francia para lograr “una presencia audiovisual más fuerte, más coherente, más ambiciosa y más eficaz”.

La tercera pincelada que da entonces Sarkozy de lo que será France Monde la dibuja monolingüe, ya que sólo hablará francés, aunque –matiza el presidente– “puede perfectamente tener subtítulos en español, árabe e inglés para aportar una visión francesa” de la actualidad.

Esa restricción idiomática generó una primera controversia en los medios afectados, ya que RFI difunde su programación en francés y en otras 19 lenguas, mientras que France 24 –la llamada CNN francesa– emite en francés, inglés y árabe y estaba en proyecto que en no demasiado tiempo también lo hiciera en español.

Ya entonces se empezó a vislumbrar además lo que sería el segundo punto polémico de este proyecto. Se trataba del malestar de los socios francófonos de TV5, Suiza, Bélgica y Canadá (Quebec), un trío de países que financian, aunque en menor proporción que Francia, esa televisión internacional y que no ocultan su temor a quedar completamente diluidos en un proyecto franco-francés. Bélgica y la televisión suiza TSR llegaron incluso a amenazar con retirarse de la cadena.

Pero fue un mes más tarde cuando estalló la verdadera controversia al precisar Sarkozy, en un comunicado del Elíseo, los nombres de los dos encargados de llevar las riendas de France Monde: el publicista Alain de Pouzilhac, jefe del directorio de France 24, y la periodista Christine Ockrent, compañera del ministro francés de Exteriores, Bernard Kouchner.

Pouzilhac, que se perfiló entonces como presidente de la nueva sociedad, recibió el encargo de “modernizar y dinamizar el audiovisual público francés exterior y francófono”, según el comunicado del Elíseo hecho público el 20 de febrero de 2008.

La misión encargada al antiguo presidente del grupo de publicidad HAVAS incluye la puesta en marcha “rápida” de la entidad y definir su plan operativo, acompañado de un plan de negocio (2009-2013), después de “una concertación en profundidad con el conjunto de los actores del audiovisual exterior público francés y francófono”.

Ese plan, que deberá ser sometido a Sarkozy y al primer ministro François Fillon, definirá igualmente “una estrategia de grupo adaptada a la era digital” apoyándose en France 24, RFI y TV5 Monde, “cuyo carácter multilateral será respetado y preservado”, así como la oferta de servicios digitales reunidos en un portal común de Internet.

La perspectiva de que la compañera y madre del hijo del jefe de la diplomacia francesa dirija la futura entidad levantó ampollas entre los sindicatos de los tres medios concernidos, por temor a una merma de la credibilidad del futuro *holding*.

También generó las críticas de la Federación Europea de Periodistas, no por las cualidades profesionales de Ockrent –que nadie niega– ni por un machismo soterrado que vería en su ascenso el hecho de ser “la mujer de...”, sino por una cuestión de “sentido común”.

Y es que al asumir la dirección general de la futura fábrica de información conjunta de TV5, France 24 y RFI, la llamada “reina Cristina”, como se conoce a esta hija de diplomático por sus maneras y su porte un tanto aristocrático, estará abocada a gestionar continuamente conflictos de intereses.

La aludida, de origen belga (Bruselas, 1944), juzgó entonces esas críticas de “injustas”, “sexistas” y “humillantes”, al tiempo que recordaba que en 35 años de carrera, en los que ha ejercido puestos de responsabilidad en televisión, radio y prensa escrita, nadie había “cuestionado” su “competencia profesional” y su “ausencia total de compromiso partidario”.

“Espero que llegue el día en que se diga ‘el marido de...’ y se pida al ‘marido de...’ que sacrifique su identidad, sus competencias profesionales y su currículum para hacer ramos de flores”, manifestó en plena tormenta Ockrent en una entrevista a la emisora RTL.

En plena polémica algunos creyeron ver en una frase de Kouchner (“No veo por qué son siempre las mujeres las que deberían dimitir”) una posibilidad de que el ministro llegase incluso a pensar en aquel momento en abandonar su puesto en caso de que la controversia adquiriese cuotas más elevadas.

Lo que sí prometió fue no “mezclarse” en los asuntos del audiovisual exterior francés, que pasará a depender de la partida presupuestaria del primer ministro y no de Exteriores, como ha sido el caso hasta la fecha de RFI y de TV5 Monde, que complementan sus ingresos con la publicidad, así como de France 24, que tiene un estatuto diferente al responder a un esquema mitad público y mitad privado.

Tanto Ockrent como Pouzilnac fueron confirmados en sus respectivos cargos a mediados de abril, al mismo tiempo que se creaba oficialmente France Monde, que reunirá las “participaciones” del Estado francés en los tres medios de comunicación afectados.

La creación de France Monde hará posible el lanzamiento de un gran portal de Internet al que contribuirán los tres medios que lo integran. De este modo, Francia se sumará a la gran tendencia mundial que hace de Internet la vía de acceso principal a todos los medios de comunicación.

Otro aspecto importante de la reforma es el ahorro, ya que la nueva estructura supondrá sinergias en los sectores administrativos (recursos humanos y finanzas, por ejemplo), y tampoco se descarta que suceda otro tanto en la comercialización y distribución, sin olvidar el acercamiento entre las distintas redacciones, lo que inquieta a los sindicatos.

Los tres pilares sobre los que se apoya el Audiovisual Exterior de Francia (AEF)

(1) *Radio France Internationale (RFI)*. Es la tercera estación de radio internacional más escuchada en el mundo, tras la británica BBC World Service y la estadounidense Voice of America, y está en igualdad con la alemana Deutsche Welle.

Su lanzamiento con el nombre actual se llevó a cabo en 1975, pero RFI es la heredera de Poste Colonial, creada en los años 30 del siglo pasado y que ya entonces emitía en una decena de lenguas y en todos los continentes. Entre Poste Colonial y RFI, la emisora se ha llamado sucesivamente Paris Ondes Courtes, Paris Mondial, Radio Paris, RTF Radio Paris y ORTF Radio Paris.

Presidida desde el mes de julio pasado por Alain de Pouzilnac, RFI está volcada principalmente sobre la información y la cultura. Tiene una media de 44 millones de oyentes en el mundo (según los últimos datos sobre audiencias), la mayor parte de ellos en África (25,8 millones), seguida de Oriente Medio (10,5), América (4,05), Europa (2,05) y Asia-Oceanía (1,9).

Tiene un millar de efectivos, de los cuales unos 350 son corresponsales en diferentes partes del mundo, para un presupuesto de unos 130 millones de euros anuales financiados con los presupuestos del Ministerio de Exteriores francés y los ingresos por publicidad.

RFI emite de forma continúa 24 horas al día, los siete días de la semana, y lo hace en francés y otras 19 lenguas. Su señal puede ser captada, según los diferentes puntos geográficos, en FM, ondas medias o cortas, cable, Worldspace o Internet.

(2) *TV5 Monde*. Nació el 2 de enero de 1984 bajo el impulso del Ministerio de Exteriores francés. Al principio, cinco cadenas participaron en su creación, de ahí su nombre, TV5 (TF1, Antenne 2, RF3, TSR y RTBF). TF1 se retiró del proyecto debido a su privatización en 1987, pero se sumaron a la aventura Radio Canada y Télé Québec (1986), La Cinquième y Arte France (1999). Su capital está repartido como sigue: France Télévision 47,5%, ARTE France 12,5%, TSR 11,11%, RTBF 11,11%, Télévision-Radio Canada y Télé Québec 11,11%, INA 6,61%, Jean-François Boneman 0,6% y Patrice Duhamel 0,6%.

Presidida por Alain de Pouzilnac desde abril pasado, TV5 Monde cuenta con un presupuesto anual de unos 75 millones de euros y una plantilla de 320 asalariados. Su divisa es la defensa y el fomento de la francofonía y despliega sus redes en los cinco continentes, con emisiones específicas para cada uno de ellos.

TV5 Monde llega a 176 millones de hogares en más de 203 países, con una audiencia media de 25 millones de telespectadores diarios, lo que la convierte en una de las tres grandes redes de televisión en el mundo, junto a MTV y CNN. Emite en francés con subtítulos en 10 lenguas: francés, inglés, árabe, español, portugués, holandés, alemán, sueco, danés y ruso.

(3) *France 24*. France 24 nació el 6 de diciembre de 2006 gracias al anterior presidente francés, Jacques Chirac, quien impulsó la creación de esta cadena, también conocida como “la CNN a la francesa”, tras constatar al principio de los años 90 las lagunas informativas de los grandes medios de información internacionales –fundamentalmente anglosajones– durante la primera Guerra del Golfo y especialmente en la invasión de Irak. “Las disensiones entre EEUU y Francia a raíz del segundo conflicto iraquí incrementaron la necesidad de hacer valer la perspectiva francesa sobre política internacional”, según explica el propio Ministerio francés de Exteriores en su página *web*.

Su ambición es competir no sólo con la estadounidense CNN, sino también con la británica BBC World y con la qatarí al-Yazira. “Sin ser la voz de Francia, France 24 desarrolla el punto de vista del Hexágono (como también se conoce al país) y trata la información internacional con objetividad e independencia, que son las premisas del periodismo, pero además con valores específicamente franceses”, apuntaba, por su parte, el presidente de la cadena, Alain de Pouzilnac.

En su página *web*, France 24 subraya que la cadena “aporta una mirada y una sensibilidad francesa a la actualidad internacional” y “afirma su especificidad con un acercamiento a la información respetuosa a la diversidad y atenta a las diferencias y a las identidades políticas y culturales”, al tiempo que “propone un análisis profundo de la actualidad para descubrir la parte sumergida y mostrar lo que el público debe ver, saber y comprender” y, por último, “trata con una atención particular la cultura y el arte de vivir” al estilo francés.

Su estatuto es particular, ya que es una sociedad anónima de derecho privado con un directorio y un consejo de vigilancia propiedad a partes iguales del grupo público France Télévisions y de la principal televisión privada francesa, TF1.

Precisamente con la intención de concentrarse en las negociaciones para la salida de TF1 del capital de France 24, Alain de Pouzilnac anunció este 29 de septiembre que dejaba “momentáneamente” su puesto en la cadena de información continua “con el fin

de no hacer incompatibles sus diferentes funciones en el seno del audiovisual exterior de Francia”.

En el momento de su creación, TF1 había invertido 17.500 euros en el capital social de France 24 y ahora reclama varios millones de euros, según informes periodísticos. Un estudio del banco Rothschild, efectuado a petición de TF1, valora France 24 en 90 millones de euros, de los que 45 millones de euros corresponderían a TF1. France 24 tiene un presupuesto de unos 80 millones de euros al año y cuenta con 430 trabajadores en nómina, de 35 nacionalidades diferentes.

Emite en abierto y de forma simultánea en inglés y en francés, así como en árabe cuatro horas diarias desde abril de 2007 y estaba previsto que en breve empezase también a hacerlo en español, algo que queda ahora en el aire al haber especificado Nicolas Sarkozy su deseo de que France Monde “sólo difunda en francés”. France 24 puede verse en todo el mundo por Internet –de hecho, simbólicamente, arrancó sus emisiones por esta vía– y en más de 90 países por satélite, cable y ADSL. Los programas en inglés pueden ser captados por los satélites Nilesat y Arabsat Badr-4, mientras que en francés pasan por Hot-Bird.

Supresión de la publicidad: “una auténtica revolución cultural”

“Propongo una auténtica revolución cultural en el servicio público de la televisión”, lanzó Nicolas Sarkozy aquel señalado 8 de enero de 2008 al expresar su deseo de abrir una reflexión sobre “la supresión total de la publicidad en las cadenas públicas, que podría ser financiada por una tasa sobre el incremento de los ingresos publicitarios en las cadenas privadas y una tasa infinitesimal sobre el volumen de negocios de los nuevos medios de comunicación, como la telefonía móvil y el acceso a Internet”.

Aquí, de nuevo, fue el consejero de estrategia financiera de Sarkozy, Alain Minc, quien le habría sugerido al jefe de Estado francés la fórmula para sacar adelante airoso el desafío de hacer realidad la vieja utopía de la izquierda: suprimir la publicidad del servicio público, según el diario *Le Monde*. “Es necesario que la nueva cultura (audiovisual) pague por la antigua”, aseguró el vespertino que le dijo Minc a Sarkozy, quien lo que sí tenía claro era que bajo ningún concepto iba a aumentar la tasa anual de 116 euros que pagan los franceses para sufragar los medios públicos, la cual es bastante impopular.

Interrogado en septiembre por radio France Inter sobre la veracidad de esas informaciones, Minc rehusó responder a esa pregunta, pero a cambio sí que se mostró dispuesto a explicar porqué piensa que es una buena idea suprimir la publicidad de la televisión pública.

“En todos los países en los que la televisión pública funciona sin publicidad, ya sea en Inglaterra o esencialmente en Alemania, en general el modelo es mejor que en los países en los que funciona con publicidad, como Italia o España”, dijo, al tiempo que arremetió contra el “oligopolio” de los operadores de telefonía móvil o de Internet que “fijan los precios como quieren” y luego denuncian como “indecente” que se les cobre “unos centenares de millones de euros para sufragar un proyecto cultural”.

Esta fórmula, además de imponer una tasa a los ingresos publicitarios de las cadenas privadas, figura en las recomendaciones de la comisión, presidida por el ex ministro Jean-François Copé e integrada por 28 parlamentarios y profesionales, a la que Sarkozy encargó a principios de año que hiciese propuestas de financiación de la televisión pública alternativas a la publicidad.

“¡Sed lo más imaginativos posibles!” para “inventar la televisión del servicio público del siglo XXI” y convertirla en “un ejemplo para el mundo”, instó Sarkozy a los integrantes de la llamada “Comisión para la nueva televisión pública” el 19 de febrero pasado, día en que quedó oficialmente constituida con un acto oficial en el palacio del Elíseo.

Respecto al tema principal de su reflexión, cómo eliminar toda publicidad de los canales y radios públicas, Sarkozy dio a elegir entonces entre “dos opciones”: la supresión total a partir del 1 de enero de 2009, y la de “vislumbrar esta supresión de manera progresiva, empezando en 2009” a partir de la franja horaria “de las 20 horas”, cuando empieza el telediario de la noche.

“Consciente” de que la reforma del audiovisual público será una “de las más importantes” que llevará a cabo durante su quinquenio, iniciado en mayo de 2007, el presidente francés garantizó que no privatizará ningún canal, aunque sí se potenciará su complementariedad para “superar mejor el reto de la revolución digital” y poder hacerlo “sin la tiranía de la audiencia cotidiana”.

La perennidad del grupo fue una de las principales exigencias que días antes, el 13 de febrero, había movilizado masivamente al grito de “Sarkolocura no, francofonía sí” a los trabajadores de France Télévisions, Radio France, RFI y TV5 Monde, en una jornada de huelga nacional sin precedentes desde 1974, cuando se desmanteló por ley la Oficina de Radiodifusión Televisión Francesa (ORTF) que reunía a todas las cadenas y radios públicas.

Esa inquietud se plasmó casi cuatro meses después en el “Llamamiento del 2 de junio para que viva la televisión”, lanzado por más de 40 organizaciones y sindicatos del sector audiovisual para pedir “responsabilidad” a los parlamentarios que tendrán que votar este otoño el proyecto de ley de reforma del audiovisual público (<http://www.appeldu2juin.com>).

El 15 de septiembre, un mes antes de la fecha prevista para la presentación del proyecto de ley, un millar de profesionales del audiovisual (productores, autores, actores y técnicos) se reunieron en el teatro Châtelet de París para pedir a sus señorías que apoyaran “la creación, la innovación y la información”, que garantizaran “la independencia y pluralismo de los medios”, así como “la financiación del servicio público de televisión”.

La factura global de la planeada supresión de la publicidad sólo en el grupo France Télévisions se estima en unos 1.200 millones de euros, pues además de perder el 30% de sus ingresos tendrá que rellenar con producción propia el espacio de tres horas que los anunciantes dejarán vacantes.

En su informe final, remitido a Sarkozy el pasado 25 de junio y que debe servir de base a la futura ley, la Comisión Copé recomendó la combinación de tres fuentes de ingresos para compensar los 450 millones de euros que necesitará France Télévisions debido a la supresión parcial de la publicidad en 2009, y los 650 millones que serán necesarios a partir de enero de 2012 con la eliminación total de los anuncios en la pequeña pantalla (<http://www.matelepublique.fr>). Esas tres fuentes son:

- (1) El aumento del impuesto audiovisual según la inflación, lo que en 2009 supondría unos 2,32 euros más sobre los 116 que se paga actualmente, y ésta tasa se ampliaría a aquellos que usan el ordenador para ver la televisión. El fruto de estas dos medidas supondría 110 millones de euros anuales.
- (2) Un gravamen a los ingresos publicitarios de las cadenas privadas, que serían compensadas con una reglamentación más flexible sobre las normas publicitarias.
- (3) Una cantidad que proporcionarían las empresas de telecomunicaciones y de electrónica.

Pero el mismo día que recibió el informe, Sarkozy no dudó en obviar la primera sugerencia y optar por las dos segundas.

Así, el 0,9% de la facturación de los operadores de telefonía fija y móvil y de proveedores de acceso a Internet se destinará al sector audiovisual público, explicó el jefe de Estado tras recibir el informe de la comisión mixta que durante cuatro meses estudió el futuro de esos medios sin publicidad.

También se impondrá un gravamen del 3% sobre los ingresos publicitarios de “todas las cadenas” de televisión privadas, agregó Sarkozy, que calculó que supondrá unos 80 millones de euros.

La publicidad desaparecerá en la televisión pública después de las 20:00 horas y hasta las 06:00 locales desde el 1 de enero de 2009 (nueve meses antes de lo recomendado por la comisión), y totalmente a partir del 1 de diciembre de 2011, explicó Sarkozy, al señalar que ese plazo dará tiempo a las cadenas para adaptarse al nuevo régimen.

Sarkozy excluyó que el presupuesto del Estado contribuya con recursos, en nombre del problema del déficit público de Francia, pero sí confirmó la atribución al ente público France Télévisions de una dotación de capital de 150 millones de euros.

Un Gobierno que dota a un ente público con ese monto “no prepara” su privatización, dijo el presidente para “acabar” con los rumores de que pretende privatizar la televisión pública, al tiempo en que calificó de “histórica” su reforma.

El jefe de Estado, por otra parte, manifestó su deseo de que en el futuro el presidente de France Télévisions sea nombrado por el Ejecutivo, tras recabar la opinión del Consejo Superior del Audiovisual y siempre y cuando una “mayoría cualificada” del Parlamento no se oponga.

Se prevé que todas estas medidas estén incluidas en el proyecto de ley que será presentado al Parlamento este otoño y en el que algunos creen ver un intento de Sarkozy de “berlusconizar” la televisión francesa pero desde el Estado.

Conclusión: ¿Podría exportarse el modelo France Monde a España? En España, el Canal Internacional es “la gran asignatura pendiente” del ente público español Radio Televisión Española (RTVE). “Una nueva señal del Canal Internacional... será presentada a finales de octubre en la Cumbre Iberoamericana, en San Salvador”, anunció el presidente de la Corporación RTVE, Luis Fernández, a mediados de septiembre en un acto público en Madrid.

Otras de las grandes apuestas de RTVE es el Canal 24 horas, de información continua y proyección internacional, el Canal Cultura, su recientemente estrenado portal en Internet, y una nueva sede, que es “un objetivo estratégico, que debe desarrollar la ingente tarea de modernización de sus estructuras, un replanteamiento global de su equipamiento tecnológico”, añadió Fernández en la misma comparecencia pública.

Vaticinó que viene “un gran *shock* derivado de la segunda gran ola o conmoción digital”, por lo que consideró que hay que “replantear la manera en la que concebimos, encargamos, producimos, empaquetamos y distribuimos nuestros contenidos”.

“RTVE es la televisión pública más barata de España y de Europa, la que menos cuesta a sus ciudadanos”. Así de rotundo es Fernández al hablar de financiación de RTVE: “Sí, de la Europa en la que nos miramos. A cada alemán, la televisión pública le cuesta 88 euros al año; a los británicos, la BBC, más de 85 euros. A cada francés, 28 euros; y a cada español, 13 euros. Pero RTVE es también la cadena pública más barata de toda España: las autonómicas cuestan bastante más euros por habitante que los 13 euros de RTVE”.

Y crisis obliga, los presupuestos de RTVE para 2009 se ajustan el cinturón. Su Consejo de Administración aprobó el 1 de octubre una partida de 1.097 millones de euros, lo que supone un ahorro de gastos de casi 99 millones de euros (un 8,3%) con respecto al año anterior, según un comunicado emitido por la Corporación.

En 2009, el Estado aportará 555 millones de euros y por ingresos comerciales se prevén 520 millones de euros. Todo ello, sumado a los 22 millones que se obtendrán por otros ingresos (fundamentalmente financieros y otros ingresos de gestión), eleva la cifra final a 1.097 millones.

La partida de ingresos comerciales, indica el comunicado, sufre también una disminución, de unos 77 millones de euros, ya que RTVE reduce un minuto más la publicidad por hora de emisión: en 2008 se pasó de 12 minutos a 11; en 2009 serán 10 y en 2010, nueve.

Precisamente, la financiación es un asunto que Fernández no quiere eludir y por ello ofreció su “mano tendida” para abrir “un debate con seriedad, rigor, claridad y honestidad”.

“Nicolas Sarkozy quiere inventar ‘la televisión de servicio público del siglo XXI’, basada en un modelo que elimina la publicidad de todos los canales públicos. Este anuncio tiene el mérito de la claridad”, en opinión de Fernández, para quien “el conjunto del sector audiovisual debe reflexionar serenamente sobre el servicio público de radiotelevisión y sobre nuestro audiovisual”.

¿Podría exportarse el modelo France Monde a España? En el artículo 3 del Título I de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal, por la que se crea la Corporación RTVE como “sociedad mercantil estatal dotada de especial autonomía, sujeta en lo esencial a la legislación reguladora de las sociedades anónimas y cuyo capital social será íntegramente estatal”, se encomienda al servicio público de radio y televisión “editar y difundir canales radiofónicos y de televisión de cobertura internacional que coadyuven a la proyección hacia el exterior de las lenguas y culturas españolas y a la adecuada atención de los ciudadanos españoles residentes o desplazados en el extranjero”, así como “impulsar el intercambio de información y de

conocimiento mutuo entre los ciudadanos de los Estados miembros de la Unión Europea como espacio común de convivencia”.

Además del Canal Internacional de RTVE, cuya nueva singladura será presentada con toda solemnidad en la próxima Cumbre Iberoamericana, la Corporación cuenta con dos potentes medios para proyectar la visión de España en el extranjero: el Canal 24 horas y Radio Exterior de España.

El Canal 24 horas “es el vehículo de información inmediata más importante para millones de hispanohablantes en Europa y América, y presta especial atención a los acontecimientos de la comunidad iberoamericana”, según se publicita en www.rtve.es. Se puede ver gratuitamente por TDT y por Internet en la página *web* de RTVE, por los satélites Hispasat 1B en América y Eutelsat en Europa y en el dial 71 de Digital+.

Radio Exterior de España “es un medio de radiodifusión dependiente de RNE que tiene encomendada la transmisión en Onda Corta, satélites e Internet de programas para los españoles que se encuentran fuera y para los extranjeros interesados por España”. A sus oyentes en otras lenguas (inglés, francés, árabe, ruso y sefardí), REE les informa sobre la actualidad de España y los acontecimientos internacionales y les ofrece una visión general de la vida y la cultura españolas.

Con todos esos medios, según el responsable de Relaciones Internacionales de la Agencia Efe, Juan María Calvo, “sólo falta aplicar recursos y, sobre todo, voluntades para potenciar el uso de medios públicos de comunicación españoles. Si España quiere jugar un papel más destacado en el mundo y luchar por ejercer un cierto liderazgo internacional, acorde con su peso económico, debe aplicar más atención a las instituciones y organismos que pueden dar realce a su acción exterior” (Juan María Calvo, “Una herramienta infrautilizada: los medios de comunicación estatales con proyección exterior”, ARI nº 47/2006, Real Instituto Elcano).

Catalina Guerrero

Jefa de sección de Cultura y Sociedad Internacional de la Agencia Efe y corresponsal de Efe en París desde julio de 1999 hasta octubre de 2007