

10.01.08

A propósito del anuncio del presidente francés sobre la eliminación de la publicidad en las cadenas públicas

Sarkozy y la televisión: ¿un regalo envenenado?

AUC considera que la propuesta es ambigua y peligrosa para el futuro de la televisión pública

Ante el eco despertado en nuestro país por el anuncio del presidente de la República Francesa, Nicolás Sarkozy, de eliminar la publicidad en las cadenas televisivas públicas, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) quiere manifestar lo siguiente:

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación ha defendido siempre una drástica reducción de la ocupación publicitaria en las televisiones públicas, tasando el peso de los ingresos por esta vía en torno a un 35% como máximo de su volumen total de financiación. Ello reduciría la competencia desleal hacia las televisiones privadas y favorecería en las públicas la búsqueda de la calidad, de la innovación, de la satisfacción de las demandas e intereses de los espectadores y no sólo la lucha por la audiencia propia de las cadenas comerciales.
2. Ahora bien, en la situación actual de oligopolio televisivo, la eliminación total de la comunicación comercial en las cadenas públicas estatales y autonómicas perjudicaría el desarrollo del mercado publicitario y aumentaría aún más el poder de las televisiones comerciales sobre los anunciantes, con los previsibles aumentos de precios y de presión publicitaria. Algo que, en el caso español, si hipotéticamente se aplicara la medida, supondría agravar la de por sí ya insoportable saturación publicitaria que, para desesperación del espectador, mantienen las principales cadenas privadas.
3. La propuesta de Sarkozy, a poco que se analice según ha sido formulada, no parte de una preocupación por mejorar la calidad de la televisión pública y su papel de referencia en la sociedad. Lo que busca, por un lado, es rediseñar la oferta televisiva al exterior, concentrando recursos y priorizando la lengua propia, y por otro, liberar mercado publicitario para las televisiones privadas, que verían así incrementados notablemente sus ingresos.
4. Aunque en principio estos operadores privados han mostrado su satisfacción por la medida, (como aquí ha hecho UTECA, pidiendo "un Sarkozy para España"), no tardarán en rechazar que una parte del mercado deba subvencionar a otra, como ya han hecho en el caso de las películas de cine. Y lo mismo ocurrirá con los operadores de telecomunicaciones y de otros medios, a los que se quiere aplicar el "canon extra" que compensaría los actuales ingresos publicitarios de las televisiones públicas. Hay que pensar además que en Francia el "lucro cesante" a compensar a las televisiones públicas por la pérdida de la publicidad es muy inferior al español, puesto que en el país vecino los ingresos por esta vía suponen sólo un tercio del presupuesto total, cubierto fundamentalmente por canon e impuestos.
5. Tras la medida, en definitiva, surge la sombra amenazadora de un proyecto para reducir la televisión pública a su mínima expresión, con el señuelo de acercarse a la BBC. La sombra amenazadora de la privatización de cadenas y de servicios digitales rentables. La sombra amenazadora de la reducción de plantillas hasta adecuarlas a una televisión minoritaria, aunque, eso sí, "cultural" y, sobre todo "francesa".

Para más información:

Esperanza Rodríguez (91 501 67 73)

Alejandro Perales (600 56 46 92)

Comunicado de Prensa