

Un modelo de televisión pública: qué virtudes debe tener y qué defectos evitar

Destacados periodistas opinan sobre cuál debe ser el modelo de televisión pública en España, contestando a la pregunta de qué requisitos debe cumplir y qué deficiencias nunca debe tener. Algunos de ellos lo hacen desde su **experiencia en Televisión Española**, como es el caso de los periodistas que integran el Consejo de Informativos de TVE; otros, como **observadores desde canales privados** o como **expertos en medios de comunicación** y, en particular, en el sector televisivo.

CONSEJO DE INFORMATIVOS DE TVE

Todo el periodismo es un servicio público, pero este precepto se está olvidando, porque los medios tradicionales se han convertido en empresas multimedia con intereses en diversos sectores económicos. Por este motivo, los únicos medios que pueden garantizarlo son la radio y televisión públicas.

Una televisión pública debe ser útil a los ciudadanos y debe ser plural. Por ello, los principios básicos e irrenunciables han de ser el rigor, la independencia, la neutralidad y garantía del acceso de los grupos sociales significativos. La ley de 2006 marcó el inicio de una nueva etapa y sentó las bases para una radio y

televisión estatales independientes y de servicio ciudadano.

Una de sus funciones esenciales es satisfacer el derecho constitucional a la información de todos los ciudadanos, imprescindible en toda democracia, es decir, cumplir con su papel de servicio público. Por ello, es necesario que su dirección, gestión y edición estén despolitizadas y la información se elabore siempre con criterios profesionales y con respeto a los principios deontológicos.

Como medio para conseguir y garantizar esto, la ley de 2006 creó los consejos de informativos, una vieja reivindicación de los profesionales de RTVE. Los

consejos son elegidos por los profesionales de la información. Como órganos de representación profesional, tienen la función de garantizar el control interno y la independencia, tanto editorial como profesional.

Pero el modelo de una televisión pública independiente no está asentado aún. Es necesario contar no solo con un marco normativo, sino también con la voluntad política para garantizar el desarrollo de esta televisión pública, de calidad, de servicio público y con un modelo de financiación equilibrado, eficiente, sostenible y criterios de rentabilidad social. En caso contrario, los ciudadanos solo tendrán lo opuesto: una televisión gubernamental.

LUIS ÁNGEL DE LA VIUDA

Hablar de televisión pública inevitablemente nos retrotrae a un tiempo pasado, al enfrentarse con el concepto de televisión privada. ¿Por qué televisión pública? ¿Por qué radio pública y no prensa pública?

Hablemos de televisión. A secas. La televisión es un medio de información frío y atractivo, que debe cumplir –sea pública o privada– con los principios de veracidad, actualidad, compromiso, independencia y buscar, hasta donde pueda, la objetividad y la equidistancia. Lo que, desde luego, no es poco.

En el continente americano mayoritariamente toda la televisión es privada, con un apéndice marginal y respe-

table, *Public Television*, financiada por las grandes corporaciones norteamericanas, con una clara intencionalidad de acercamiento al pensamiento y a la cultura. No es el caso de Europa, y mucho menos de la Europa meridional. Aquí, en Italia y hasta en Francia, la televisión en sus contenidos hay que diferenciarla por matices y no por conceptos. Al final, lo que de verdad las distingue es su forma de financiación: las privadas se nutren del mercado publicitario y las públicas del canon o de la ayuda estatal directa. En España, hasta hace poco, hemos tenido un sistema mixto –publicidad y subvención gubernamental– y, ahora, parece que nos movemos en un terreno teóricamente más claro, pero cambiante, discutido e impredecible. El último estatuto ha sido alabado por muchos, pero evidentemente no puede ser un modelo definitivo, pues nos ha llevado a una situación tan esperpéntica como la actual, en que un consejo de administración, acéfalo y sin poderes, gobierna en un terreno que no es el suyo y unos directivos siguen ocupando sus puestos porque no existe una forma legal para su confirmación o renovación.

No me olvido de la BBC, pero aquel es otro país, otra ciudadanía y, dígame lo que se diga, siempre el Gobierno británico, con mano de hierro y guante de seda y usos *british*, ha gobernado con firme delicadeza la prestigiosa British Broadcasting Corporation.

JORGE DEL CORRAL

Antes de responder a la pregunta, quízá convenga decir algo sobre la propia existencia de la televisión pública. A mi juicio, España no puede permitirse el número actual de televisiones públicas (estatal, 13 autonómicas y varias docenas municipales), y cada una de ellas, en el caso de la nacional y las autonómicas, viviendo de espaldas una de otra y con tres, cuatro, cinco y hasta seis canales diferentes y haciéndose la competencia entre ellos. Ni hay recursos económicos suficientes ni es necesario. Es un despropósito.

Admitiendo la existencia de una televisión pública nacional (en tanto que vertebradora de un Estado con varias fuerzas centrífugas que utilizan su propia televisión pública para fomentar el independentismo) y de algunas en autonomías con dos idiomas propios, la televisión pública debe ser de servicio público, independiente del Gobierno de turno, sujeta a mayorías reforzadas en el Parlamento, bien gestionada, y suficientemente financiada y sin publicidad, sin que compita deslealmente con la televisión privada ni ofrezca contenidos que sean emitidos gratuitamente y en abierto por la privada (derechos deportivos de alto coste y cine norteamericano de estreno, entre otros).

Entiendo por servicio público que sus contenidos entretengan al espectador, atiendan todos los gustos de la ciudadanía en horarios normales y no

cuando se levanta el lechero; potencien la industria audiovisual española, incluida la cinematográfica, que forma parte de la audiovisual, y cuente en su parrilla con programas informativos y de actualidad potentes, elaborados con periodistas propios y con una amplia y eficaz red mundial de corresponsales españoles.

Por independencia del Gobierno de turno y sujeta a mayorías reforzadas en el Parlamento quiero decir que el Gobierno no mande sobre sus directivos y que el presidente y los consejeros sean elegidos por plazos improrrogables de seis años y por dos tercios de los miembros de la Cámara, sin que se pueda recurrir a la mayoría simple en tercera votación, como ocurre ahora.

En lo tocante a la buena gestión y a la financiación suficiente, me refiero a un exigente control interno y externo de la llevanza empresarial (con auditorías económicas y de cumplimiento de servicio público, anuales, públicas y realizadas por organismos independientes) y a la financiación mediante un canon de tres tramos (nacional, autonómico y municipal) a los titulares de la vivienda, que se cobraría en el impuesto de bienes inmuebles (IBI). ¿Por qué tres tramos?: porque el ciudadano que viva en una localidad en la que no hay televisión pública autonómica ni municipal pagaría únicamente el tramo nacional. Allí donde vea tres públicas, pagará el cien por cien del canon, y cuando un partido po-

lítico quiera crear una nueva televisión pública allí donde ahora no hay, deberá consultar a sus ciudadanos e informarles de que, si la aceptan, deberán pagar el tramo correspondiente. España es el único país de la UE a 27 en el que no hay canon para financiar la televisión pública.

Por último y para ceñirme al espacio asignado, considero que TVE debe tener un máximo de tres canales de TDT (generalista, cultura-infantil con estos últimos contenidos a horarios apropiados para los niños y un tercero de 24 horas de noticias y programas de actualidad) y dos canales internacionales vía satélite: uno de elaboración propia que difunda la cultura española y su industria audiovisual, defendiendo los intereses económicos y estratégicos de la nación y con unos programas informativos y de actualidad muy potentes, y un segundo elaborado conjuntamente por RTVE y las públicas autonómicas, con contenidos nacionales y autonómicos y distribución global similar.

En lo tocante a las públicas autonómicas, creo que las pocas que se justifican deben tener un canal generalista como máximo y participar en un segundo con producción y gestión editorial compartida entre ellas y RTVE, que sea de cobertura nacional y completando la cuarta señal del múltiplex de RTVE que admite desconexión autonómica. Aquellas comunidades autónomas que decidan cerrar sus actuales canales o las que ahora

no tienen (Castilla y León, Cantabria, La Rioja y Navarra) podrían elaborar contenidos propios o encargarlos a terceros y difundirlos en ese último canal, e incluso hacer desconexión territorial el número de horas que crean conveniente.

Hecho todo esto, reordenaría el espectro radioeléctrico asignado a la televisión y todo el sobrante, incluido el de las televisiones públicas municipales –que deben cerrar– y el asignado a los privados de cualquier ámbito territorial que no lo utilizan o incumplen olímpicamente la concesión, lo subastaría entre las compañías telefónicas y de otros servicios radioeléctricos, con el consiguiente ingreso para el Tesoro Público.

RAFAEL DÍAZ ARIAS

Misión de servicio público. La televisión pública tiene que estar en el marco de un servicio público esencial para la cohesión social: acceso universal a la cultura y a la información relevante; promoción de la identidad social, el pluralismo y la participación; promoción de los valores y principios constitucionales; promoción de los derechos de colectivos como las mujeres, los menores, los discapacitados y las minorías. Estos fines están bien formulados para RTVE en la Ley 17/2006, concretados adecuadamente en el Acuerdo Marco de 2007... pero son papel mojado mientras no se concreten presupuestariamente en un Contrato Programa (como preveía la Ley 17/2006). Esta definición legal no debe ser rebajada.

Televisión pública vs. televisión privada. La televisión pública, con la misión anteriormente indicada, no puede ser subsidiaria de la privada; programar lo que las privadas desechan porque no interesa a la audiencia. La televisión pública, cumpliendo las normas europeas y con una financiación estricta que se ciña a la misión de servicio público, tiene que ser competitiva. La televisión pública debe ser líder en la transformación tecnológica.

Independencia. La televisión pública tiene que ser independiente del Gobierno, los partidos y los poderes económicos. Desde 2006, es institucionalmente independiente del Gobierno. No puede haber marcha atrás. Sus gestores tienen que seguir siendo nombrados con un alto consenso parlamentario, separando el tiempo de su mandato de las legislaturas. Hay que acentuar su profesionalidad, exigiendo el cumplimiento estricto de los requisitos exigidos por la Ley 17/2006. Un cambio positivo sería la elección del presidente por el Consejo de Administración mediante convocatoria pública y examen de sus méritos profesionales, como ocurre con el director general de la BBC.

Programación. Es muy difícil definir la programación de calidad. Diríamos que los programas tienen que tener una atracción mayoritaria, siempre al servicio de la misión de servicio público. Del paradigma

del liderazgo de audiencia ha de pasarse al de la diversidad de contenidos: ofrecer a cada ciudadano el contenido que desee en la plataforma que prefiera y en el momento que elija. Por eso es tan importante la diversidad y especialidad de canales (perder un múltiplex sería un grave cercenamiento del servicio público) y la “televisión a la carta”. La 1 tiene que seguir siendo la televisión generalista de referencia, pero en términos de servicio público es más importante el deporte minoritario de Teledeporte que la Liga de Campeones de fútbol de La 1. Dicho en términos académicos: pasamos del servicio público de la radiotelevisión al servicio público multimedia.

Pluralismo informativo. En los últimos ocho años, TVE ha logrado una más que aceptable neutralidad y pluralismo institucional. Tampoco en esto puede darse marcha atrás. Pero no basta con respetar la proporcionalidad parlamentaria. TVE ha avanzado en el pluralismo social, pero faltan todavía muchas voces (las de las minorías, las de las nuevas tendencias) y sobran políticos y tertulianos. Una institución como el Consejo de Informativos es esencial para garantizar la independencia y pluralismo informativo.

Financiación. Estable, adecuada y suficiente a su misión pública. El retorno pleno a la publicidad hoy es imposible, pero, en cambio, sí puede admitirse el patrocinio y explorar nuevas formas de

comercialización. Debe mantenerse la tasa sobre las privadas. El actual recorte de 204 millones convertirá a TVE en irrelevante socialmente.

Gestión. Eficaz y transparente. Hay que poner a trabajar a toda la estructura. Debe haber transparencia en la contratación. También, un sistema de incompatibilidades y terminar con la puerta giratoria TVE/productoras de televisión privadas.

DIEGO CARCEDO

Aunque una televisión pública debe tener público que la siga, porque de otra forma carecería de sentido, no debe caer en la tentación de buscar audiencia a cualquier precio, como algunas han hecho a veces y quizás todavía hacen. Este principio implica de partida la renuncia a incluir en la rejilla cierto tipo de programas que proporcionan una audiencia elevada con la ventaja añadida de que su coste de producción es barato. Para eso ya están algunas televisiones comerciales, cuyo objetivo casi único es obtener unos buenos resultados económicos al final de cada ejercicio.

La televisión pública, sea del ámbito geográfico que cubra, tiene que fijar sus objetivos en aportarle a la sociedad elementos que la enriquezcan y que la dignifiquen. Esto –que, en absoluto, excluye el entretenimiento– obliga a una selección de los contenidos en función de su interés general pero nunca en el cultivo ni de la chabacanería, ni de lo esperpéntico, ni

menos aún de lo morboso. La información, seleccionada con rigor y respeto a la pluralidad y elaborada bajo principios de calidad, es fundamental.

También es primordial todo lo que pueda implicarse en el ámbito más amplio de la cultura y cuanto afecte a otros aspectos de interés social no menos importantes. Aunque debe contribuir a la formación de las personas que la siguen, la televisión pública no debe confundir sus contenidos con los de las aulas universitarias o escolares. Tiene que abrirse al horizonte más amplio de la vida, la convivencia y los denominadores comunes de la sociedad a la que sirve, evitando sembrar motivos de discordia o actitudes de discriminación entre las ideas o las creencias.

En resumen, la televisión pública en su concepción más amplia debe responder a la realidad de ser la televisión de todos y, por lo tanto, la que mejor contribuya a aportar a todos un servicio de información, de distracción y de ilustración, que nos ayude a valorar más su compañía y su necesidad. Su más elemental sentido de existencia es establecer una diferencia clara con las ofertas que, por supuesto, legítimamente –de eso que no queden dudas–, vuelcan su talento en otras direcciones.

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA

RTVE sufre demasiadas conspiraciones que buscan su punto final, unas explícitas y otras no tanto, porque entre sus

defensores más entusiastas no faltan quienes la empujan al abismo con la pretensión de volver a unos tiempos imposibles. No lo tiene fácil la actual RTVE en una etapa de ajustes presupuestarios y de competencia que exige flexibilidad en las organizaciones, uso de tecnologías avanzadas, innovación, realismo y audacia. En resumen, todo menos burocracia y derechos adquiridos. Es cierto que en RTVE atesoran habilidades y talentos (pese al desgaste de los últimos años), pero con tendencia a esconderlos, con una burocracia y un inmovilismo que conducen a arruinar las esperanzas.

¿Qué virtudes debe buscar la nueva RTVE?: fundamentalmente, la seriedad, el rigor, la calidad. Una empresa con financiación asegurada (luego aludiré a cuánta financiación) tiene el deber de una administración ejemplar y también de colocar la calidad como objetivo central. RTVE no tiene que pelear por el último punto de audiencia cuantitativa que permite captar unas decenas de millones de euros adicionales de publicidad; su competición está en la respetabilidad, en la calidad, que puede dar algún punto menos de *share*, pero varios más de influencia y de credibilidad.

Anunciar que TVE se hunde por perder un punto de *share* son ganas de enredar y de no entender nada. El liderazgo de la audiencia, del 10 al 13% de *share*, no puede significar el ser o no ser de TVE. Sus objetivos están en emitir calidad, la audiencia vendrá por añadidura. El *share*

obsesiona a quien tiene que captar publicidad y defender su bono, pero no a quien tiene un compromiso con los ciudadanos que pagan impuestos. RTVE tiene que huir de los defectos que implican e imponen el partidismo y el despilfarro: esos son los males a evitar, que llevan al actual modelo a la liquidación por imposible.

Que el debate sobre TVE esté en cuántos minutos dedica a cada partido o cómo se sienten tratados sus aparatos de propaganda es decepcionante, arruina cualquier esperanza. Habrá que elevar el debate, colocarlo en la búsqueda de una gestión excelente y una programación decente y responsable, de calidad; lo cual no quiere decir intrascendente o aburrida. Se puede hacer una buena televisión pública.

Para ello, son necesarias, aunque no suficientes, dos condiciones:

Primera: un consejo de administración (no solo un presidente) muy competente, como manda la ley, sin cuotas, sin infiltrados, sin intereses de parte. Un consejo reducido, de cinco a siete personas, con plena dedicación, personas competentes y respetables, con currículum, capaces de trabajar en equipo, de elegir directivos, de resistir presiones y de gestionar. Es responsabilidad de Rajoy y Rubalcaba componer ese consejo.

Segunda: una financiación clara y suficiente. En ningún caso, esos 1.200 millones de euros en los que lleva instalado el gasto de RTVE desde hace años. Sirve como referencia una cifra intermedia

entre las que gastan las dos grandes televisiones en abierto, en torno a 600-700 millones de euros, con una transición a esa cifra que sea razonable. Cantidad que debe salir del Presupuesto y no de impuestos artificiosos y de dudosa legalidad aplicados a compañías privadas.

MANUEL MARTÍN FERRAND

Supongo que todos los colegas miembros de la Asociación de la Prensa de Madrid manifestarían su escrúpulo ante la idea, ya caducada, de una “Prensa de Estado” y, curiosamente, somos muy pocos los que defendemos, ya avanzado el siglo XXI, que no debiera existir una “Televisión del Estado”. ¿La deferencia tecnológica que media entre lo impreso y lo audiovisual es suficiente razón para condenar lo uno y defender lo otro? Cuesta mucho entender que, entre las funciones del Estado, en cualquiera de sus planos administrativos, esté la de ofrecernos una película de Hollywood, un telediario sesgado según el turno en la alternancia del poder o un concurso dicharachero.

La televisión, en Europa, nació pública porque Joseph Goebbels la había convertido en arma de guerra; pero, según lo entiendo, su condición estatal va contra las esencias de la libertad y el pluralismo. La pérdida de valor estratégico de los medios audiovisuales clásicos rechaza la presencia pública en su propiedad, elaboración y difusión; aunque son muchos los intereses acumulados en su entorno.

Puestos a admitir una televisión pública como mal menor y fruto de la voluntad de la mayoría, habría que entenderla sobre los principios de la subsidiaridad del Estado. Sin competencia con las privadas, que viven en rebeldía contra los supuestos de la ley que las germinó, y consagradas al apoyo del trabajo docente en las escuelas, la formación permanente de adultos y, generalizando, dedicadas al servicio y la difusión de la cultura y, si fuéramos capaces de crear un marco objetivo y profesional, de la información. No de la opinión. Naturalmente, salvo en las autonomías bilingües –en las que, sobre el mismo patrón, cabría la emisión en el idioma local–, solo una televisión pública, con una sola cadena. Cubriría todo el territorio nacional. ¿Tendría una emisión destinada a la propagación internacional del idioma español? Pues también, pero sin olvidar el principio de que la emisión audiovisual no es una función del Estado, como pueda serlo la Justicia, la Educación, la Sanidad o el orden público.

FELIPE SAHAGÚN

Hay tantos modelos de radiotelevisión pública como países, y muchos de esos modelos han cambiado con el tiempo, con los vaivenes políticos y económicos, y con la revolución tecnológica. A pesar de todo, no hay país que aspire a tener voz propia e influencia en la sociedad internacional que no disponga de una radiotelevisión pública y, cuando más

fragmentado sea el mercado de la información, más necesario será un servicio público que informe, eduque, entretenga y dé voz a todos por igual, independientemente de su clase, ideología y condición.

De los tres modelos tradicionales –el comercial, el estatal y el de servicio público independiente–, es difícil encontrar modelos puros, pero creo que el ideal, al que debe aspirar toda democracia para consolidarse, es el de servicio público.

Significa apostar por una radiotelevisión independiente tanto de los Gobiernos de turno como del mercado, con un sistema de financiación suficiente para preservar su independencia y para cumplir su misión al interés general.

Todas las fuentes de financiación disponibles –canon, presupuestos, publicidad, donaciones y comercialización de programas– pueden servir. La importancia de unas u otras depende de la historia, de la tradición y de la cultura. Tan adecuada puede ser una como otra, varias o todas a la vez, si la financiación se gestiona de modo que no pueda interferir en la misión de interés público.

Dicha misión exige una información imparcial y rigurosa, libre de tintes propagandísticos o partidarios; una programación de interés general y de servicio a todos, en especial a las minorías; la promoción de los valores constitucionales y de los intereses nacionales; contenidos que impulsen la vertebración social, y atenta siempre a las necesidades culturales de los ciudadanos sin renunciar al

interés, a la mayor audiencia posible y a la calidad.

Los principios fundamentales que deben guiar a la radiotelevisión pública no han cambiado con la revolución de Internet y la digitalización. Todo servicio público debe responder a los principios de universalidad (accesible a todos y democrático), diversidad (de géneros, temas y audiencias), independencia (sin muros que impidan la libre expresión de información, opinión y crítica) y la marca distintiva que todo servicio público necesita en lo que hace y, sobre todo, en la forma de hacerlo.

Dicho modelo exige un control y una supervisión independiente de los políticos de turno y del mercado publicitario, y una evaluación permanente del cumplimiento de su misión de servicio al interés común por parte de una comisión formada no solo por los partidos con representación parlamentaria, sino también por los educadores, los periodistas, los académicos, los espectadores, los sindicatos y los empresarios.

ANTONIO SAN JOSÉ

Soy firme partidario y convencido defensor de la televisión pública. Y más en tiempos en los que cierta competencia audiovisual ha tendido a abaratar intelectualmente los contenidos hasta el punto de hacernos añorar tiempos pasados, de mayor calidad, en las emisiones que configuran las parrillas de las diferentes cadenas.

Una televisión pública no tiene que ser forzosamente aburrida ni exenta de interés para una amplia panoplia de espectadores. Ese es el pretexto que algunos interesados ponen para conjurar las posibilidades de un modelo que ha de servir forzosamente a los intereses informativos, culturales, formativos y de ocio de amplias capas de la sociedad. Defiendo “una televisión pública con público”, con vocación de llegar al mayor número de espectadores posible y con una serie de contenidos susceptibles de interesar, formar, entretener y enriquecer a los mismos.

El modelo añorado es aquel que se aleje no de la política, sino de los chatos intereses partidistas. El que sea capaz de convocar a miles de personas ante contenidos que no les hagan perder el tiempo y, en consecuencia, sean útiles para su desarrollo como personas. El que se conforme con una parrilla atractiva, interesante y apetecible, que no tiene que ser forzosamente la más cara, sino la más imaginativa y original. El modelo que cuente con la excelente plantilla de profesionales que conforman la estructura de Televisión Española y Radio Nacional de España.

Cuanto más profesionalicemos la Corporación RTVE, mejor servicio estaremos prestando a la sociedad. Lógicamente, ello ha de tener un control objetivo y plural del Parlamento para garantizar el cumplimiento de los objetivos que esta tiene asignados por ley.

Saquemos, por favor, a la radiotelevisión pública de la discusión política barata. Actuemos con altura de miras y grandeza democrática. Garanticemos a los ciudadanos un modelo audiovisual del que puedan sentirse orgullosos. Una televisión plural, abierta, respetuosa y útil para la sociedad a la que sirve. Ese es el camino. No es fácil, y menos viniendo de donde venimos, pero hay por delante una tarea apasionante que exige generosidad de los partidos y sosiego en el debate. Una televisión austera que nos permita sentirnos orgullosos por lo que aporta. Una televisión de todos en la que podamos entender el presente y mirar el futuro.

Ahí está el reto...

JUAN VARELA

Es hora de refundar el servicio público de radiotelevisión en la era digital. Superar la televisión y la radio para centrarse en el acceso abierto de los ciudadanos a los contenidos de servicio público (por su función) y de dominio público (propiedad o participación pública: los llamados procomunes).

Cuando los medios, la tecnología y la sociedad viven el impacto de Internet, las nuevas tecnologías y la sociedad de la información, la discusión no puede seguir anclada en la herencia del siglo XX. El futuro del servicio público está en la convergencia digital, la redefinición de sus objetivos para promover una sociedad abierta, ampliar el acceso

de los ciudadanos a los contenidos (información, cultura, ciencia, educación, etc.), convertirse en un espacio ciudadano en la era de las redes sociales y garantizar el acceso a la información y los contenidos sociales o financiados con dinero de todos (procomunes).

Cuando redes sociales y nuevas tecnologías crean plataformas privadas donde los usuarios son “prosumidores” (consumidores y creadores), el servicio público digital puede garantizar una plataforma abierta en la que creadores, productores, desarrolladores y público se encuentren para compartir contenidos e información sin restricciones privadas o comerciales.

El servicio público digital debe avanzar en independencia política y económica; coordinación de los recursos estatales, autonómicos, municipales y sociales; en tecnología, para superar la televisión y convertirse en una plataforma digital abierta y con estándares, accesible desde cualquier equipo y plataforma sin limitaciones comerciales; redefinirse como un espacio público de contenidos y relaciones entre ciudadanos; promover el acceso a los contenidos de interés público; estimular la producción, y empujar la innovación, tecnológica y de contenidos.

Ser una plataforma social, de contenidos y tecnológica, en la que los ciudadanos encuentren, compartan y accedan a la oferta pública de la sociedad de la información. Un Google de lo pú-

blico, donde los ciudadanos busquen, exploren y encuentren contenidos, y un Facebook social, un nuevo espacio público digital alrededor de los intereses públicos y ciudadanos.

El nuevo servicio público digital necesita:

1. Convergencia tecnológica: convertirse en una plataforma digital multipantalla en la que se distribuyan y promuevan los contenidos públicos, tanto de la televisión y el cine como de la investigación, la ciencia y la cultura. La puerta de una gran red para llegar a todas las fuentes públicas: radiotelevisión, museos y archivos, educación e investigación, recursos y datos. Superar la TDT y estimular la convergencia entre televisión, Internet y aplicaciones.

2. Independencia: gobernado por un consejo independiente con objetivos públicos y revisados periódicamente. Integrado por miembros profesionales y de prestigio. Elegidos por concurso a propuesta del Parlamento, autonomías y municipios, representantes de los medios, la producción y la tecnología, la audiencia y los consumidores, las instituciones culturales y científicas, y los trabajadores. Ese consejo debería seleccionar las direcciones profesionales de las diferentes empresas y medios: independientes, con objetivos concretos y auditables.

3. Sostenibilidad económica: financiación transparente y pública. Con recursos obtenidos de la compensación del uso del espectro radioeléctrico y las

redes por los medios y las empresas de telecomunicaciones. Una financiación para rentabilizar los bienes comunes, más que con un canon sobre los ciudadanos.

4. Colaboración y coordinación de todos los recursos públicos: sostener canales y servicios estatales y autonómicos con sentido propio y uso de las diferentes lenguas no está reñido con colaborar en objetivos, recursos y producción para maximizar la eficiencia y garantizar el acceso a los contenidos a todos los ciudadanos.

5. Contenidos públicos y multipantalla: promover la innovación y el acceso a todos los contenidos de propiedad, gestión o promoción pública. Del entretenimiento de calidad a la cultura, la ciencia o los datos públicos. A través de todas las pantallas y con aplicaciones para mejorar el acceso desde los nuevos soportes.

6. Enfoque social: alejarse de la oferta comercial y centrarse en la rentabilidad social: información, conocimiento y educación, contenidos de calidad e interés social, promoción de la producción independiente, atención a los menores y a colectivos sociales, y una decidida apuesta

por la innovación y el descubrimiento de nuevos contenidos y ofertas de valor.

7. Innovación e I+D: convertirse en motor de la industria y la convergencia. Superar las limitaciones interactivas de la TDT, reordenar el espectro y la oferta de canales, estimular el desarrollo y las ventajas de la televisión híbrida y conectada (VoD, *streaming*, HD y 3D, etc.) y garantizar el acceso a toda la población.

Los cambios en los hábitos y demandas de la sociedad, la revolución tecnológica, la Agenda Digital europea y la necesidad de repensar las necesidades de un ciudadano hiperconectado en un mercado con alta competencia y abundancia de oferta son la oportunidad para refundar un servicio público para ciudadanos empoderados: con mayor acceso y participación a los contenidos, la información y los datos públicos.

Un servicio que necesita ser atractivo, con alta usabilidad y de gran audiencia, pero enfocándose a la calidad de la oferta y el estímulo social y de innovación, sin competir por el *target* y los contenidos más comerciales. Un servicio de dominio público. ■