

El imperio Murdoch contra la BBC: ¿información de pago o gratuita?

Considerado como su sucesor al frente del imperio, el hijo menor de Rupert Murdoch, James, lanzó un duro ataque contra la BBC por “inundar el mercado” de información gratuita, sobre todo en Internet, y defendió a ultranza el sector privado televisivo.

ENRIQUE PERIS

Cobrar o no cobrar por los servicios y la información de calidad en televisión y, sobre todo, en Internet. Esta es, para muchos, la cuestión en esta época de crisis y cambios tecnológicos dramáticos, en que los periódicos cierran y desaparecen, se hunde la economía de muchas empresas informativas centenarias, se pone en entredicho la supervivencia de la propia prensa impresa y se anuncia el final inevitable del periodismo tal como lo hemos conocido.

Como trasfondo de esa cuestión

aparece claramente la discusión, espinosa y feroz a veces, en torno al papel que debe jugar la televisión pública (entendida, en términos ideales, como un servicio a los ciudadanos, independiente y fuera del control y de la influencia del Gobierno y del poder), en el panorama audiovisual de un país: de si debe ser un servicio público amplio y fuerte en cuanto a potencia y protagonismo, como lo es actualmente la BBC británica, o debe reducirse a la mínima expresión, o desaparecer incluso, para no “distorsionar el mercado” y para no “ha-

Enrique Peris es periodista y ha sido corresponsal de TVE en Londres durante siete años.

cer competencia desleal” a los medios privados, que se atribuyen el derecho a ofrecer esas mismas prestaciones con un carácter comercial, en términos de legítimas oportunidades de negocio y, a ser posible, sin interferencias. La incógnita es si esos cambios que se están produciendo y que van a modificar de manera esencial el ejercicio del periodismo y la estructura de las empresas periodísticas, podrán acabar finalmente con el carácter de la BBC y con su tradición de ser siempre un servicio puntero, que cubre un campo amplio y exhaustivo en todos los terrenos del audiovisual (los tradicionales y los de nuevo desarrollo), reivindicando sus objetivos clásicos de informar, formar y divertir y brindando un servicio de noticias riguroso y de calidad, independiente... y gratuito. No parece probable, por el momento, pero eso es lo que propugna enfáticamente James Murdoch, responsable para Europa y Asia de News Corporation, el poderoso grupo mediático que controla, entre otros, el conglomerado British Sky Broadcasting.

Hijo menor de Rupert Murdoch y considerado como su sucesor al frente del imperio forjado por el magnate de origen australiano, el joven y dinámico James lanzó hace unas semanas un ataque sangriento contra la BBC, a la que acusó de tener un tamaño y unas dimensiones desmesuradas y alucinantes y de invadir terrenos que no le correspon-

den. Aprovechando la tribuna del Festival Audiovisual de Edimburgo (el MediaGuardian Edinburgh International Television Festival), James Murdoch hizo una defensa cerrada del sector privado en el terreno de la televisión y de la información en la red, y culpó a la BBC de “ahogar el mercado” con su posición de dominio y de contribuir a arruinar el pluralismo y la independencia del periodismo digital. En su opinión, para mantener ese pluralismo y esa independencia, es esencial que el usuario pague un precio por el servicio y no permitir que la BBC “inunde el mercado” con información gratuita. A Murdoch le duele especialmente la existencia de la página web de la BBC (www.bbc.co.uk): un espléndido servicio de noticias, siempre a la última, y una magnífica fuente de información y de imágenes que está ahí, en Internet, al alcance de cualquiera y gratis, por supuesto. Es, no solo una prestación valiosa para el público en general, sino un auxiliar muy apreciado por periodistas e informadores de todo el mundo, que la consideran una página de referencia. A James Murdoch le parece que ese y otros servicios de la BBC, gratuitos todos, desincentivan la inversión de los competidores de la cadena pública y les ponen muy difícil lanzar o expandir sus propios servicios, sobre todo en la red, y cobrar por ellos y obtener beneficios. “La única garantía fiable, estable y durade-



EPA/LUKAS BARTH

James Murdoch, presidente y director ejecutivo de News Corporation para Europa y Asia, durante la Convención de Medios de Comunicación de Munich (Alemania) del año pasado.

ra de la independencia es el beneficio”, sentenciaba Murdoch en su muy sonada intervención en Edimburgo. Y su queja es especialmente significativa en estos momentos, cuando su grupo (que, por lo demás, tiene prácticamente el monopolio de la televisión de pago en el Reino Unido) se plantea empezar a cobrar por

los servicios *online* de, al menos, dos de sus periódicos más emblemáticos: el *Sun* y el *Times*.

Pero Murdoch se queja también de la competencia de los canales de 24 horas de noticias de la BBC, a la que acusa de estar al margen de las crisis y de los problemas económicos que afectan a otras empresas del sector gracias a la seguridad que le dan sus ingresos, procedentes del canon: la licencia que pagan en el Reino Unido todos los que dispongan de, al menos, un televisor en su casa. El costo anual de esa licencia es actualmente de 142,5 libras (unos 156,5 euros); esa es la tarifa que pagan los poseedores de un televisor en color, porque en el caso, cada vez menos frecuente, de alguien que puede justificar que solo cuenta con un aparato de televisión en blanco y negro, lo que tiene que pagar son 48 libras (algo más de 52 euros al año). En ese sentido, Murdoch protesta por el hecho de que la corporación pública británica disponga de más medios que todos sus competidores juntos, califica al canon de regresivo, pide que se reduzca y exige, en resumen, “una BBC mucho, mucho más pequeña”.

Las críticas y los reproches del joven Murdoch no son nuevos, ni surgen directamente de la actual crisis general de los medios o de la revolución de Internet. Ya hace 20 años, en 1989, su padre, Rupert, en el mismo escenario del Edinburgh International Television Festival, expre-

saba su desprecio por el concepto de la televisión como servicio público que venía a encarnar la BBC y denunciaba el espíritu “anticomercial” imperante en el panorama audiovisual británico. Y antes, su abuelo, Keith Murdoch, un potentado de la prensa en Australia, se oponía, en los años 30 del siglo XX, a la financiación pública de la cadena ABC (Australian Broadcasting Corporation), porque el nuevo servicio de noticias de titularidad estatal constituiría así una “competencia injusta”.

O sea que la cosa viene de familia. Resulta perfectamente explicable, pues, que en la actualidad James Murdoch califique de “autoritario” el modelo audiovisual británico y que critique con dureza, no solo a la BBC, sino al regulador independiente Ofcom, el organismo que controla con eficacia y contundencia las emisiones y el espacio radioeléctrico en Gran Bretaña en interés y defensa de los usuarios y los ciudadanos en general. (Es un panorama bien diferente, por cierto, del que se ha generado en España, donde la regulación y el control han brillado por su ausencia: en el Reino Unido sería inimaginable la proliferación de televisiones piratas, espontáneas, paralelas, ilegales en definitiva, o aleales, o como se las quiera llamar, sean nacionales, locales, municipales o autonómicas). La cuestión es que Murdoch protesta ahora contra el “exceso de regulaciones” que, se-

gún él, “asfixia a la industria audiovisual” en Gran Bretaña. Rechaza, por supuesto, las normas sobre los tiempos y porcentajes de publicidad en televisión inspiradas por la Unión Europea, porque pueden comprometer la viabilidad comercial de las empresas. No acepta que desde un organismo como Ofcom le digan a una cadena lo que puede hacer o no hacer, y decir o no decir en sus programas, y considera, en resumen, que lo que caracteriza a la verdadera independencia es “la ausencia de aparatos de supervisión”. Hay que decir que Ofcom está llevando a cabo actualmente una investigación sobre la posición de dominio de BSkyB en la televisión de pago en el país, y que este operador puede verse obligado a desprenderse de algunos de sus contenidos.

Pero aunque los ataques y las reclamaciones de Murdoch parecerían tener más que ver con la genética familiar y los intereses permanentes de su grupo que con la coyuntura económica y los problemas actuales de los medios, parte de los reproches que aquel lanzó contra la BBC durante y después de su intervención en Edimburgo han debido encontrar cierto eco en algunos sectores de la industria audiovisual británica, inequívocamente afectados por las dificultades del momento. Con todo y ser una auténtica leyenda y “admirada en todo el mundo” (como lo decía, en su respuesta al

Su grupo se plantea empezar a cobrar por los servicios *online* de, al menos, dos de sus periódicos más emblemáticos: el *Sun* y el *Times*.

ataque de Murdoch, Sir Michael Lyons, presidente del BBC Trust, el órgano de gobierno de la corporación), la radiotelevisión pública británica arrastra ciertas contradicciones y ciertos desajustes estructurales y de adaptación que la hacen un tanto vulnerable. Se le atribuye una cierta prepotencia y un gran volumen de gasto: entre otras cosas, se le han reprochado los altísimos sueldos que la corporación paga a algunas de sus estrellas más conocidas, como el presentador Jonathan Ross.

Desde el propio Gobierno laborista, el ministro de Cultura, Ben Bradshaw, ha llegado a dudar públicamente de que el modelo actual de

la BBC sea “sostenible a largo plazo” y a advertir que una reducción de sus ingresos puede ser inevitable. El Gobierno está molesto por el rechazo frontal de la BBC a su propuesta de dedicar una parte del dinero procedente del *licence fee*, es decir, del canon que paga el espectador (que se cifra actualmente en 3.700 millones de libras anuales: más de 4.000 mil millones de euros), a financiar ciertos servicios de las cadenas comerciales de televisión, rivales de la corporación pública. Los conservadores, por su parte, han advertido que, cuando lleguen al poder, limitarán el crecimiento de la BBC, congelarán, como poco, los ingresos por el canon y pondrán un tope a los sueldos de sus profesionales y directivos. Y también en la prensa, en sectores empresariales y entre miembros de la Cámara de los Comunes, la corporación ha sido objeto de críticas frecuentes por la expansión de sus servicios o por algunas de sus operaciones comerciales especialmente conflictivas y chocantes, como la compra (por parte de su división comercial, BBC Worldwide) de la editorial de libros y guías de viajes Lonely Planet.

Curiosamente, los ataques casi fundamentalistas de James Murdoch parecen haber traído la cuestión de la BBC a primer término y van a favorecer un debate que muchos, incluido el Gobierno británico, estaban deseando suscitar.

Respondiendo a Murdoch, el director general de la BBC, Mark Thompson, le acusó de estar absolutamente desconectado de la realidad y al margen de la actitud de la gente y de los espectadores, que –según las encuestas que maneja el grupo público– se sienten, en su gran mayoría, orgullosos de lo que representa la BBC y satisfechos del servicio que reciben a cambio del canon que se paga. Es más, según esos datos, el 69% de la audiencia cree que la información de la radiotelevisión pública es plenamente fiable. Pero el propio Thompson ha reconocido, y lo ha hecho en un mensaje dirigido al personal de la corporación, que va a haber que poner en marcha cambios significativos en la casa y que habrá que adoptar “decisiones difíciles”. El director general admite que la crisis económica, al castigar sobre todo a las cadenas comerciales, ha venido a alterar el equilibrio o el reparto de espacios y papeles entre estas y la BBC, y que el grupo público tendrá que replantearse su situación a partir del apagón analógico, previsto en Gran Bretaña para el año 2012.

Por su parte, Sir Michael Lyons, presidente del BBC Trust, respondió a los ataques de Murdoch con una carta abierta a los usuarios en la que reafirmaba su determinación de seguir ofreciendo a los británicos información fiable y de calidad, imparcial y gratuita, y proclamaba que la presi-

dencia de la corporación tiene que preocuparse por el interés de la audiencia y no por los beneficios o los intereses comerciales de otras empresas u otros medios. También insistía en rechazar la propuesta gubernamental de dedicar una parte del canon (que siempre ha ido en exclusiva a la BBC, que a cambio no emite publicidad) a financiar a otras cadenas que tienen carácter comercial y cuyos ingresos proceden esencialmente de los anuncios. Lyons argumenta que eso debilitaría a la corporación, afectaría a su independencia y dañaría su relación con los usuarios y su responsabilidad con ellos. (En este punto, la BBC recuerda que del canon anual o *licence fee* que paga cada usuario, una pequeña parte –5,5 libras, algo más de seis euros– se destina actualmente a ayudar a ciertos sectores de la población a preparar sus instalaciones domésticas para el cambio de analógico a digital).

Pero, al mismo tiempo, Sir Michael Lyons ha dejado claro que también la BBC tendrá que enfrentarse a un “cambio de época”, y que, para la corporación, ese cambio puede pasar por reducir su tamaño, su envergadura, y reconsiderar o suprimir algunos de sus servicios (para no echar del mercado a otros operadores), aunque sin dejar de ser lo que es. La diversidad de sus emisiones y su oferta, y la variedad de sus fuentes de financiación, “representan la fuerza de la BBC y no su debilidad”, según el presidente,

La presidencia de la BBC ha encargado a su director general, Mark Thompson, un estudio y un dictamen detallado sobre el modelo y las dimensiones ideales del grupo.

que afirma que la entidad tiene que ser más eficaz y mantener su independencia e imparcialidad informativa, pero “con un modelo y unas dimensiones adecuadas”, es decir, que “no sea más grande de lo necesario”. En particular, Lyons mencionaba la posibilidad de limitar los sueldos más altos y de reducir parte de las actividades de BBC Worldwide, la división comercial de la corporación: una activa y muy rentable unidad de negocio con amplias ramificaciones en sectores muy diversos (ventas y distribución, revistas y publicaciones, canales temáticos, programas, contenidos, licencias, etc.) y que en el último año ha tenido una facturación de más de

1.000 millones de libras (casi 1.100 millones de euros).

Para todo eso, la presidencia de la BBC ha encargado a su director general, Mark Thompson, que lleve a cabo un estudio urgente y amplio y un dictamen detallado sobre el modelo y las dimensiones ideales del grupo público, sobre sus límites y sobre las áreas y sectores en que debe concentrarse en el futuro y, en definitiva, sobre el papel de la BBC en el inmediato futuro digital. Se anuncia una reforma —el tiempo dirá cómo de radical y significativa—, basada, eso sí, “en la voluntad de la gente, es decir, de los que pagan el canon y mantienen la corporación, y no respondiendo a presiones políticas o comerciales”, en palabras de Sir Michael Lyons, que también advierte de que habrá que tomar “decisiones difíciles”. Así pues, algo tendrá que cambiar para que la BBC siga siendo lo que siempre ha sido.

Porque, como decía Mark Scott, director ejecutivo de la televisión pública australiana ABC, comentando las aspiraciones de Murdoch, si este consiguiera su propósito de acabar con la BBC tal como la conocemos, eso sería “una tragedia para el Reino Unido y para el mundo”. La corporación pública británica sigue siendo una gran referencia y un gran motor y una fuente de actividad para la poderosa industria audiovisual de Gran Bretaña, y aunque algunos le reprochan su altanería, su omnipresencia y su tendencia a gastar sin tasa, y no

entienden que pueda estar al margen de la crisis y que pretenda seguir creciendo, frente a los problemas que afectan a los demás, lo que está claro es que gran parte de esa industria, desde los artistas y creadores hasta los productores, y sobre todo muchos productores independientes, verían con gran preocupación que la BBC tuviera que renunciar a una parte sustancial de sus proyectos y actividades, y más, precisamente, en tiempos de dificultades generales y recortes y caídas de ventas y contratos.

En España, que las cadenas privadas acusaran a la radiotelevisión pública de hacerles una competencia desleal y exigieran restricciones para ella, cuando no su desaparición pura y simple, ha sido una tradición constante desde el nacimiento de aquellas. Y RTVE ha tenido muy mala defensa. En el Reino Unido, la BBC ha sabido y podido mantenerse como un servicio público y un valor democrático, y conservar, desde la primera *Royal Charter*, en 1927, una imagen de ecuanimidad y de independencia, al margen de las presiones e influencias del poder político y económico y de las servidumbres comerciales y presupestarias.

Así que, aunque muchos le tienen ganas a la BBC, y aunque el ataque vitriólico del heredero del imperio Murdoch ha llegado en el momento en que más receptividad podía encontrar, hasta el punto de que bas-

tantes comentarios parecen haber saludado el mensaje como necesario y útil para el debate, todo indica que la corporación tiene argumentos y fuerza moral para resistir los embates y seguir con lo esencial de su oferta de programas e información. Murdoch se queja de que la BBC se cree con derecho a ofrecer, de forma gratuita, servicios que deberían ser cosa del mercado (y de pago). Pero con todos sus problemas y desajustes, y a pesar de que corren malos tiempos, la BBC parece seguir contando, en el Reino Unido, con el respaldo de la gente, del público, espectador asiduo o no (BBC 1 sigue siendo la cadena con más audiencia: en torno al 20% del *share*, varios puntos por delante de la comercial ITV, mientras Sky, con sus emisiones por satélite, se lleva entre el 7 y el 8%). Y en el exterior sigue siendo un poderoso instrumento de difusión de la imagen y la cultura del país. En general, es –y cabe esperar que por mucho tiempo– una valiosa fuente de información y ejemplo y referencia positiva de lo que se puede hacer desde una televisión pública... que alguien paga, porque la televisión de calidad no es precisamente barata, ni es siempre fácil de justificar en un panorama donde el control, aun el control democrático, está mal visto y donde, según la doctrina Murdoch, la independencia equivale y va unida a la ausencia de cualquier tipo de supervisión y su mayor garantía es el beneficio. ♦