

El País 15 de octubre de 2007

## REPORTAJE

# "YouTube es un aliado formidable"

**Pouzilhac, presidente de France 24, apuesta por la convergencia entre televisión e Internet**

ROSARIO G. GÓMEZ - Madrid - 15/10/2007

El canal informativo France 24 lleva apenas diez meses en el aire. Nacido con el objetivo de ofrecer "una mirada específicamente francesa sobre la actualidad", emite en inglés, francés y árabe, y pronto incorporará el español. Para este año tiene un presupuesto de 86 millones de euros, que llegarán a 90 en 2008. Antes de saltar a las ondas, France 24 (que en España se recibe en Digital +) se instaló en Internet como una muestra de la convergencia entre la televisión e Internet. Sus responsables, el presidente, Alain de Pouzilhac, y el director general de programación, Gérard Saint-Paul, afirman que la Red ha cambiado los medios y también la actitud de los ciudadanos. "La gente no quiere ser un mero espectador. Quiere ser actor. Contrastar la información. Busca interactividad y reactividad, tener la posibilidad de profundizar en un tema o de pasar muy rápidamente sobre otro". Ambos tenían claro desde el principio que, para que un canal pudiera llegar a todos los ciudadanos, "tenía que posicionarse en Internet y adoptar los modos y costumbres de la Red: blogs, foros, interactividad".

### La noticia en otros webs

- [webs en español](#)
- [en otros idiomas](#)

El director general de France 24 -que en 1996 creó Havas Advertising, un *holding* que pronto se convirtió en el sexto grupo de comunicación mundial- es de los que creen que con Internet no llegará el fin de la televisión, aunque apunta que "las grandes redes de televisión están perdiendo entre uno y tres puntos de cuota de mercado a favor de otros soportes". "Ya no hay público cautivo en televisión como antes. El 85% se dedica a otra cosa a la vez: Internet, móviles, videojuegos. Antes de lanzar un canal hicimos un estudio entre 24.000 personas de 12 países. Les preguntamos sobre expectativas, comportamientos y actitudes frente a la televisión, y realmente France 24 es un producto de *marketing*".

En esta convergencia tecnológica, el presidente de France 24 está convencido de que YouTube "es un aliado formidable". Y recalca: "Más tenía que haber. Es fantástico, una oportunidad sin parangón. Hemos firmado acuerdos con YouTube, y estamos en conversaciones con Microsoft para desarrollar esas partes de vídeo que son más

irreverentes respecto a la información convencional. Hay que salir a toda costa de los códigos".

### **Periodismo ciudadano**

Los nuevos soportes están provocando, en su opinión, cambios en el periodismo tradicional, pero sólo hasta cierto punto. "El periodismo tiene que cambiar y adaptarse a los nuevos formatos, pero sin perder sus valores". En el nuevo entorno tecnológico, ¿qué papel tiene el periodismo ciudadano? Para Pouzilhac, los vídeos grabados por los ciudadanos tienen un valor documental, aunque alerta sobre su utilización. "Yo no tengo derecho a rechazar una imagen que llega de un *tsunami* o de un acontecimiento dramático o feliz, pero mi deber es controlarla. Han circulado imágenes trucadas y falsas."

Por eso defiende a capa y espada el oficio del periodista: "Debemos mantenernos atentos y vigilantes. El periodista tiene una deontología, una experiencia y una perspicacia que le permite filtrar. Solamente un periodista tiene ese sentido de la responsabilidad. Es lo que le diferencia de un publicista. Yo he sido publicista muchos años, y un publicista, como tiene que vender, no tiene por qué tener sentido de la responsabilidad. Puede mentir para vender. Pero un periodista tiene que ver la realidad y transmitirla".

Para el presidente de France 24, la independencia es el bien máspreciado en un canal dedicado a las noticias. "La objetividad no existe en el mundo de la información. Cada uno ve las cosas desde su perspectiva cultural o religiosa o educativa o desde su nacionalidad. Pero la independencia, la honestidad, la imparcialidad son fundamentales para el éxito o el fracaso de un canal de noticias. Mi principal papel es prohibir las prohibiciones".

Ambos directivos coinciden en que el futuro de la televisión es la movilidad. "Poder verla donde uno quiera. Todo será móvil". Saint-Paul recuerda que en su época de periodista la técnica marcaba el ritmo de la información - "Había que conseguir línea para transmitir una noticia"-, pero es consciente de que el periodista no debe dejarse llevar por la tecnología.

Tras el despegue, la cadena multilingüe puesta en marcha por TF-1 y France Télévision busca nuevos mercados. "Lo peor para un canal es que no tenga audiencia o que no se le entienda. Emitiendo en francés sólo se accede al 15% de la población. Por eso, si realmente un canal quiere ser internacional, tiene que emitir en los idiomas internacionales: inglés; español, para todo el mundo hispanoamericano; francés, que es el nuestro; árabe, porque su entorno es el problema más inmediato para los países occidentales, y, en un futuro, chino. Si alguien quiere acceder a la parte más dinámica del planeta, tiene que desarrollar esos cinco idiomas", explica Saint-Paul.

Hasta que la versión española esté en el aire, los directivos de France 24 se muestran especialmente orgullosos de ser una de las siete cadenas de información internacional que han dado el salto al universo árabe. "El árabe es fundamental en nuestro canal. Tenemos voluntad de extender el horario de 4 a 12 horas", agrega el director general. France 24 lanza, también hacia ese universo árabe, una mirada francesa. Saint-Paul explica que "es una mirada multilateral, muy abierta, equilibrada, sobre el mundo. No es

una visión maniquea del mundo. Hasta hace poco, la mirada dominante era la anglosajona, la de la CNN o la BBC. Al Yazira emite en árabe y en inglés una versión occidentalizada, más matizada, menos radical, más moderada. En cambio, France 24 habla en tres idiomas pero con el mismo lenguaje".