

RESEÑA/REPORT

Recibida: 08/10/2022

Aceptada: 09/10/2022

Publicada: 02/01/2023

**LOS RETOS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA ANTE LA
MULTIDIFUSIÓN DIGITAL**

Coordinado por Miquel Francés, Rosa Franquet y Gabriel Torres.

Gedisa, Barcelona, 2022



Samia Benaissa Pedriza. Universidad Complutense de Madrid. España.
samia.benaissa@ucm.es

Los retos de la televisión pública ante la multidifusión digital, la obra colectiva coordinada por Miquel Francés, Rosa Franquet Calvet y Gabriel Torres Espinoza, expone desde una perspectiva plural y abierta los desafíos actuales a los que se enfrentan las empresas públicas de radiodifusión en Europa. Las últimas transformaciones del modelo de producción y difusión de contenidos audiovisuales, así como los cambios producidos en el consumo de infoproductos están suscitando dudas sobre la supervivencia de los medios de titularidad pública en el nuevo ecosistema audiovisual. Los retos a los que se enfrentan los medios europeos se analizan desde tres tipos de perspectivas: la del estudio de la estructura, modelos y tendencias de la industria audiovisual europea, la que aborda el estudio de los contenidos y formatos elaborados por los medios y, finalmente, aquella que analiza la evolución del consumo de información audiovisual por parte de la audiencia.

En la primera parte de la obra, Emili Prado y María Trinidad García Leiva analizan el papel que desempeña el servicio público audiovisual en la escena informativa actual y avanzan las mejoras que recientemente se han logrado en la accesibilidad a este tipo de servicio gracias a los medios públicos europeos. Por su parte, Carmina Crusafon, afirma que la forma de prestación del servicio público audiovisual dependerá en gran medida de las obligaciones impuestas a los Estados miembros de la Unión Europea por el desarrollo del Mercado Único Digital. Será el modelo de financiación pública elegido por cada país el que condicionará la elaboración de las políticas audiovisuales a nivel nacional y la oferta de un catálogo de servicios esenciales de mayor o menor calidad.

Por otro lado, es inevitable reconocer el descenso del interés manifestado por las audiencias respecto a los contenidos audiovisuales emitidos por las cadenas de televisión del viejo continente. La necesidad de mejorar la eficiencia de la gestión empresarial de las entidades audiovisuales de titularidad pública es un hecho generalmente aceptado tanto por los profesionales del sector como por la doctrina académica (Campos-Freire, 2013). En ese sentido, los avances logrados por la convergencia digital posiblemente contribuyan a dibujar un nuevo escenario donde los servicios públicos puedan estar gestionados por un número mayor de operadores y no solo a través del actual modelo de gestión alternativa pública o privada-concertada. Esta posibilidad supone en todo caso un desafío, ya que implicaría facilitar la gestión de los servicios públicos a los más directos competidores de las empresas de radiodifusión pública (plataformas de *streaming* y demás plataformas de contenidos digitales).

Coinciden los autores de la obra reseñada en admitir la importancia que están adoptando las plataformas de vídeo emitido por Internet, también conocidas como plataformas OTT (*over-the-top platforms*), en el espacio de radiodifusión europeo. Emili Prado señala los cambios en el modo de consumir información audiovisual, introducidos por los actuales rivales de la televisión tradicional, emitida ahora a través de cable o satélite. Así, durante el reinado de la televisión analógica eran los contenidos los que circulaban por los canales de comunicación tradicionales hasta llegar al espectador, mientras que, con la llegada de la digitalización y la revolución tecnológica propiciada por Internet, son los consumidores los que tienen que desplazarse por la red para acceder a los contenidos que les interesan.

Las transformaciones que conllevan los nuevos modelos de consumo de información audiovisual se basan esencialmente en la introducción de un factor impensable hasta entonces: la movilidad en el consumo de contenidos televisuales. El uso de dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes, ha generado el denominado consumo *on the go*, así como el empleo de tabletas ha dado lugar al consumo *curled up*, ambos opuestos al visionado de contenidos clásico y estático practicado frente a una pantalla de televisión o *couch potato*. Sin embargo, no son estos los tipos de consumo más generalizados ya que la posibilidad actual de recibir toda clase de contenidos digitales a través de una misma pantalla de televisión ha impuesto un nuevo tipo de consumo mayoritario denominado por los expertos como *lean back*.

Esta multidifusión de contenidos se desarrolla acertadamente en la segunda parte de la obra por Gabriel Torres Espinosa y Beatriz Narbaiza Amillategi. En los capítulos que

forman la parte central del libro se aborda con mayor profundidad el tema de los contenidos difundidos por los medios audiovisuales de titularidad pública en Europa. Los autores hacen referencia a la necesidad de diversificar no solo los contenidos de los productos informativos, sino también los formatos a través de los cuales se difunden entre los distintos públicos objetivo. Se hace hincapié en adaptar los contenidos que se ofrecen a los gustos y preferencias de los públicos más jóvenes, así como seguir elaborando informaciones de proximidad, que contribuyen a mantener el *engagement* de la audiencia más fiel. Todo ello sin olvidar la producción de noticias de alcance internacional, las cuales sin duda contribuyen en muchos casos a construir una imagen de marca determinada, como ocurre en el caso de la cadena pública de radiodifusión británica, BBC, a través de su portal digital de información internacional, *BBC News Mundo* (Thorsen *et al.*, 2010).

La elaboración de contenidos audiovisuales de naturaleza informativa es un signo de identidad que comparten las empresas de radiodifusión públicas que operan en el continente europeo. La cobertura de los servicios públicos que deben asumir los entes de radiodifusión pública supone incluir un porcentaje muy significativo de géneros periodísticos informativos que destaca sobre el que representan los contenidos de entretenimiento. Por el contrario, a pesar de que la tendencia actual muestra un incremento de este tipo de contenidos (documentales, *biopics* y reportajes) ofertados por las grandes plataformas digitales (Blanco-Pérez, 2021), lo cierto es que la mayor parte de su catálogo está formado por géneros relacionados con el entretenimiento, los cuales constituyen en gran medida el secreto de su éxito.

Como bien apuntan los autores, a finales de 2021 Netflix alcanzaba los 223 millones de suscriptores en todo el mundo, seguida por Amazon Prime (175 millones), Disney + (108 millones) y HBO (64 millones). Una situación que evidencia el cambio de paradigma en el consumo de información audiovisual que se detecta desde hace aproximadamente una década y que se intensificó durante el período de confinamiento impuesto por la epidemia de Covid-19 a nivel global. Estos cambios están afectando tanto a la producción de contenidos creados por las empresas de radiodifusión públicas como a su forma de su distribución. Estas últimas no son ajenas al éxito cosechado por las plataformas OTT, y como coinciden en afirmar los autores que participan en esta sección, su éxito a corto y medio plazo reside en abrazar la transmedialidad y apostar por la multidifusión de contenidos.

En el apartado dedicado a los cambios introducidos en la elaboración de nuevos contenidos, quizá se eche de menos la presencia de una visión más europeísta que ponga en valor el extraordinario fondo histórico y cultural que protegen mediante su conservación los entes de radiodifusión pública de la Unión Europea. El patrimonio cultural europeo se expresa en múltiples documentos de naturaleza audiovisual de inapreciable valía y buen número de ellos se encuentra disponible en acceso abierto a través de los sitios web de algunas cadenas públicas de radiotelevisión (RTVE en España, France Télévisions en Francia) o de instituciones públicas especializadas (Instituto Nacional del Audiovisual de Francia). Todos ellos constituyen contenidos informativos o de entretenimiento de calidad y representan una oferta audiovisual destacable sobre los contenidos que ofrecen el resto de las plataformas digitales en la actualidad.

La última parte de la obra se dedica a los cambios experimentados por los diferentes tipos de públicos, las audiencias y su socialización. Destacan, por un lado, las voces de Carmen Peñafiel-Saiz y Lázaro Echegaray-Eizaguirre, quienes analizan la complejidad del proceso de adaptación de la televisión pública al nuevo panorama audiovisual sin dejar de lado la obligación de informar conforme a los principios del servicio público y las características de los nuevos públicos y, por otro, las de Guillermo Orozco Gómez y Darwin Franco Migués, quienes describen la evolución sufrida por los sistemas de medición de audiencias tradicionales y la elaboración de perfiles en base a la información aportada por el *big data* y el uso de algoritmos.

Los retos de la televisión pública ante la multidifusión digital finaliza con una oportuna reflexión de Miquel Francés sobre el proceso de adaptación constante al que se ve sometido el sector público audiovisual y la necesidad de encontrar una imagen identitaria de calidad para las entidades de radiodifusión pública europeas que sea capaz de atraer de forma simultánea y eficaz tanto el interés del público tradicional como la atención de los nuevos públicos que consumen contenidos televisuales.

Referencias

- Blanco-Pérez, M. (2021). Serie documental: el nuevo documental periodístico en la era Netflix. En: Sánchez-Gey Valenzuela, N. y Cárdenas-Rica, M. L. (Eds.), *La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas, 1998-2012*. Fragua.
- Campos-Freire, F. (2013, 29-31 de mayo). *Crisis y dilemas de la financiación de la TV pública en Europa*. [Actas de Congreso] XIII Congreso Ibercom. <https://onx.la/3b6b1>
- Francés, M., Franquet, R. y Torres, G. (Coord.). (2022). *Los retos de la televisión pública ante la multidifusión digital*. GEDISA
- Thorsen, E., Allan, S., & Carter, C. (2010). Citizenship and Public Service: The Case of BBC News Online. En: Monaghan, G., & Tunney, S. (Eds.), *Web Journalism: A New Form of Citizenship?*, 1-10. Sussex Academic Press.

Samia Benaissa Pedriza: Investigadora científica, docente universitaria acreditada por la ANECA y doctora en Periodismo con Premio Extraordinario de doctorado por la Universidad Complutense de Madrid. Posee dos licenciaturas en Derecho y Periodismo, así como varios másteres oficiales y estudios de especialización en centros internacionales (Escuela Diplomática, Moody College of Communication-The University of Texas at Austin). Ha trabajado como jurista experta en derecho comunitario y periodista en diversas instituciones públicas y privadas antes de dedicarse a la investigación científica y el desarrollo de proyectos europeos. Sus líneas de investigación versan sobre el análisis de los mensajes informativos, los estudios de recepción de audiencias, el uso de las fuentes de información y la evolución de los medios de comunicación social desde una perspectiva europeísta y global.