

Innovación en Comunicación. Retos en la TV pública europea y en el periodismo móvil

Miguel Túñez Lopez / Francisco
Campos-Freire (Editores)

Cuadernos Artesanos de Comunicación /
141 Edición Sociedad Latina de
Comunicación Social

Este Cuaderno Artesano de Comunicación (CAC), sitúa el foco en la revisión de la gestión de la innovación en los servicios audiovisuales de las radiotelevisiónes públicas europeas, así como en el estudio de la innovación aplicada a los sistemas de gobernanza, financiación y/o rendición de cuentas; y la creatividad e innovación en las programaciones, emisiones, redes sociales, realidad aumentada, narrativas transmedia y difusión de contenidos informativos, de entretenimiento y otros servicios aplicados en los medios audiovisuales públicos europeos. En torno a nueve artículos de veintisiete profesores de once Universidades de España (Carlos III, A Coruña, Sevilla, Navarra, Barcelona, Ramón Llull Blanquerna, Castilla-La Mancha, Santiago, Pompeu Fabra, Málaga y EAE Bussines School), se pretende avanzar en un asunto medular para los medios audiovisuales en el siglo XXI, la innovación como clave para adaptarse a los avances tecnológicos y hacerlos compatibles con la demanda de contenidos de calidad en el entorno europeo.

Las estrategias para la revalorización de los archivos audiovisuales son el objeto de análisis del primer capítulo cuyas autoras son las profesoras Mercedes Cari-

dad Sebastián, Ana María Morales García, Sara Martínez Cardama y Fátima García López, de la Universidad Carlos III de Madrid aborda. Se enfrentan modelos de conservación y difusión y se concluye que la estrategia más frecuente se relaciona con el Acceso Expandido, constatándose que estrategias transmedia no se aplican y que en lo referente a los archivos audiovisuales se encuentran en una etapa prematura en relación con este tipo de usos de reutilización del contenido.

Los canales de televisión públicos no son ajenos a la crisis derivada de los cambios que se han registrado en los mercados televisivos y al debate que se ha instalado sobre la necesidad de su existencia y a sus formas de gestión. Europa se está cuestionando la fórmula de los canales públicos de televisión. Las profesoras Carmen Costa-Sánchez, de la Universidade da Coruña, y Victoria Guarinos, de la Universidad de Sevilla, en el capítulo 2, determinan tres indicadores sintéticos para medir y evaluar la solidez de la comunidad de seguidores online, para analizar el grado de transparencia en la información corporativa y de balance y para conocer el nivel de lo que conceptúan como orgullo de representación generado. La necesidad de observar a las radiotelevisiónes públicas en el entorno web es el objetivo del capítulo 3, elaborado por María-Magdalena Rodríguez-Fernández, Eva Sánchez Amboage, profesoras de la Universidade de A Coruña, y Carlos Tournal Bran, profesor de la Universidade de Santiago de Compostela. La conclusión es que los sitios web de las radiotelevisiónes públicas europeas no cumplen con las expectativas de sus usuarios y habiéndose detectado una duración de las visitas limitada y una tasa de rebote elevada. Ana Azurmendi, de la Universidad de Navarra, destaca la tendencia observada entre las televisiones de

servicio público de los países europeos para reconectar con las audiencias jóvenes ante la dramática pérdida que se ha sufrido ese rango de edad. En el capítulo 4, se realiza una revisión exhaustiva del contenido transmedia de las televisiones públicas, que han registrado mayores audiencias tanto en áreas de contenidos de entretenimiento como de informativos webdocs.

El volumen recoge, además la investigación sobre un asunto que es de candente actualidad por los acontecimientos políticos registrado en Cataluña, El discurso reproducido como indicador del pluralismo interno de los medios de comunicación: el caso de los telediarios de TVE y TV3. M.^a Ángeles García Asensio, Carlos Aguilar Paredes, Lucía Jiménez Iglesias y Lydia Sánchez Gómez, profesoras de la Universitat de Barcelona, y Cristina Ruiz Moreno, de la Universitat Ramon Llull-Blanquerna, en el capítulo 5, realizan un análisis de las noticias políticas emitidas por dos televisiones públicas (TVE1 y TV3) en periodo preelectoral, desde la faceta lingüística, y también desde la discursiva. La conclusión es que se pone de manifiesto la necesidad de incorporar el discurso reproducido como indicador de la calidad democrática del medio.

El impacto de la crisis económica que sacudió particularmente a algunos países, entre ellos, España tuvo sus resultados en las radiotelevisiones públicas que se han podido cuantificar. Se advierten dos trienios con tendencias diferentes: la constricción presupuestaria que caracteriza al periodo 2010-2013 y una cierta recuperación en los años 2013-2016. Son datos que se obtienen en el capítulo 6, que aborda La Europa de dos velocidades reflejada en la financiación del servicio audiovisual público a través de un análisis basado en los presupuestos. Los profesores Óscar Juanatey-Boga, Valentín Alejandro y Martínez-Fernández, profesores

de la Universidade da Coruña, y Marta Rodríguez-Castro, de la Universidade de Santiago de Compostela, realizan un análisis exhaustivo sobre la evolución de la financiación de las radiotelevisiones públicas (RTVP) europeas entre 2010 y 2016.

Tres de cada cuatro informaciones (74%) emitidas por Televisión Española (TVE) son temas de información institucional con un enfoque que «favorece, refuerza o avala la imagen del Gobierno y de los organismos afines», relevante conclusión que ha obtenido en su investigación los profesores, Xosé Soengas-Pérez, de la Universidade de Santiago de Compostela, Carlos Elías-Pérez, de la Universidad Carlos III, y Ana María López Cepeda, de la Universidad de Castilla-La Mancha y que se recoge en el capítulo 7.

La innovación en la rendición de cuentas de los medios de comunicación de servicio público (PSM). El caso de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais (CCMA), en el capítulo 8, aborda uno de los aspectos que contribuye a legitimar, o no, a las empresas e instituciones: la transparencia. Con mayor relevancia si se aplica a los servicios públicos de radiotelevisión y a través del estudio de los sistemas de gobernanza y Responsabilidad Corporativa de los medios audiovisuales públicos catalanes. Los profesores Joaquín Marqués-Pascual y Juan Morillo Bentué, profesores de EAE Business School, y Joan-Francesc Fondevila Gascón, profesor de la Universidad Pompeu Fabra, se decantan por la actualización de los instrumentos de rendición de cuentas, ya que los vigentes se encuentran estancados desde hace 10 años.

Los profesores Sara Pérez-Seijo y María Melle Goyanes, de la Universidade de Santiago de Compostela, y Francisco Javier

Paniagua Rojano, profesor de la Universidad de Málaga, en el último capítulo, abordan las narrativas inmersivas y organización de los contenidos 360 grados en plataformas digitales analizando, a tal fin, las páginas webs y los canales de YouTube de las radiodifusoras que implementan narrativas inmersivas en contenidos con vídeos 360°.

Las palabras clave o descriptivas seleccionadas, ponen de manifiesto la voluntad de quienes han intervenido en la edición de este Cuaderno, las bases sólidas sobre las que habrá de cimentar las televisiones públicas si se quiere garantizar su futuro (algo que para una sociedad desarrollada debería estar fuera de toda duda): la innovación (como garantía de una sana competencia con las privadas), los indicadores de calidad (para tener herramientas que aporten parámetros objetivos del estado de la cuestión) y el periodismo móvil (que debe considerarse como algo sinérgico y no como un pariente pobre).

María Yolanda Martínez Solana
Universidad Complutense