



## **Radiotelevisiones autonómicas y cambio digital: El salto a la TV social y a los portales polivalentes**

**Ramón Zallo**

*Catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco*

Aun constatando su menguante peso en el panorama televisivo -tanto por la competencia de los nuevos usos comunicativos como por la ampliación de la oferta privada en abierto y de pago- en la actualidad hay una segunda oportunidad para una redefinición de los servicios públicos (SP en adelante) de RTV autonómica si previamente se redefinen problemáticas, tendencias y espacios a ocupar.

El punto de inflexión presupuestario de los SP ha comenzado a producirse en algunas comunidades tras los ligeros ascensos en subvenciones de los años 2015 y los previstos para 2016 y, también, en base a una mejoría del mercado publicitario. Así en el contrato programa de EITB para 2016- 2019 las subvenciones de explotación del Gobierno Vasco a EITB pasarían de 115,72 millones € en 2016 de forma progresiva hasta 121,56 millones en 2019.

Con ser importantes los temas de presupuestos y audiencias -ahora mismo han comenzado a recuperarse presupuestos y subvenciones en los de algunas comunidades tras los ligeros ascensos en subvenciones y en base a una mejoría del mercado publicitario- lo más relevante es la mirada a medio plazo. Y ahí hay dos centros a visualizar. Por un lado el rebrote social de sensibilidades democráticas que reclaman herramientas de participación. Y por otro, las transformaciones tecno-sociales que cambian el modelo relacional entre sistema de RTV y audiencia en claves de multiplicación de presencias ubicuas (vía plataformas webs, redes sociales y dispositivos móviles y todas las combinaciones entre PC- televisión, Internet y dispositivos móviles). Otro reto -distinto al retorno social- será el retorno del valor económico comprometido en los contenidos, lo que por el momento resulta complicado.

La digitalización -con sus convergencias (TV-TDT e IPTV, Web, plataformas, aplicaciones, dispositivos móviles) y usos interactivo hay que verla como una oportunidad para el SP autonómico ya que está especialmente bien situado en las encrucijadas de cultura, identidad y proximidad. Y ello siempre que haya un compromiso institucional. En efecto y en negativo, en los casos de gobiernos que han manifestado su falta de interés por el SP "la audiencia ha sufrido un descalabro



mayor que en el resto de las televisiones "(Olmo y Navarro 2015) y las posibilidades de regeneración se alejarán.

Cualquier proyecto de afianzar una RTV autonómica con vocación de híbrida en un primer instante, y de portal polivalente e interactivo posteriormente, pasará por responder al menos a cinco cuestiones: el nuevo encaje de sus finalidades (para qué); la redefinición del sujeto, que ya no puede ser la corporación misma sino el usuario, lo que implica un cambio relacional (para quién y cómo); con unos contenidos adaptados a las competencias, las misiones y las tecnologías (el qué); una estructura adaptada (agencia); y una legitimación consagrada en norma parlamentaria como apuesta colectiva (regulación).

1) **Finalidades.** A las misiones clásicas de los SP y a las específicas de las RTVs autonómicas –y tras la caída exponencial de los costes de clonación o acceso- hay que añadir las nuevas misiones derivadas del paradigma de "cultura compartida" propia de la sociedad digital (Zallo 2016: 285).

El empoderamiento social y participativo también puede prender con fuerza en los espacios sub-estatales puesto que son más fáciles los procesos de transparencia y fiscalización de lo político. Igualmente los factores de identidad y proximidad de las RTV autonómicas permiten explorar la ventaja de todas las combinaciones posibles de comunicación mediada, interactiva y presencial.

No es extraño así que estos sistemas radiotelevisivos estén ensayando estrategias multiplataforma y se planteen gobernanzas cualitativas mediante una institucionalización participativa y la innovación en formatos.

2) **El sujeto central.** La concreción de las misiones en forma de funciones concretas no es ajena a dos parámetros: la posible expansión de la democracia en el aparato RTV (en forma de responsabilidad, transparencia, rendición de cuentas, seguimiento e indicadores de valor social que permitan una evaluación constante) y el uso de todas las herramientas tecnológicas necesarias para pasar de una comunicación vertical extendida y en busca de usuarios, a una comunicación horizontal en la que los usuarios son parte del proceso comunicativo.

Por el momento, y tras lo escuchado en el congreso CICOM 2015 (Larrondo, 2015; Gómez-Domínguez, 2015), todo parece indicar que hay unas áreas más desarrolladas que otras en las RTVs autonómicas. Han hecho ya los deberes la mayoría de ellas en TV a la carta, programación on line, difusión en redes sociales, mensajes, acceso a comentarios. En cambio, estarían menos desarrolladas las aplicaciones móviles, los foros activos, los envíos personalizados de información; y hay otras, como fraguar comunidades y propiciar encuentros experienciales, en las que apenas se ha comenzado, a pesar de que es un campo propicio para las RTVs autonómicas, que por tamaño y cercanía son ámbitos muy gestionables.



3) **Contenidos.** LA RTV es un sistema de servicios (clásicos y nuevos) y lo es desde sus contenidos: programación y programas. El nuevo discurso comunicativo interactivo reclama contenidos diferenciales o transversales y con variadas formulaciones transmedia, flujos webs, adaptaciones de contenidos a móviles....

Por un lado, los contenidos por fuerza redundarán en los formatos consagrados aunque su puesta a disposición de unas audiencias fragmentadas requerirá adaptarlas. Por otro lado, interesa reformular lo que se hace profesionalmente (dentro del aparato público y en la industria audiovisual y multimedia), pero también acoger la aportación del sistema amateur y local en contenidos de ficción y no ficción en sus vertientes informativa, documental y relacional, de cara a unas ofertas personalizadas o, al menos, para atender a grupos con comportamientos diferenciales.

4) **Agencia.** La capacidad de responder a esos retos requiere una Corporación de nuevo tipo (un agente articulado con una estructura adaptada) con profesionales aptos a un nuevo modo de producir y comunicar y empoderados desde un estatuto del profesional, una financiación (pensada desde la eficiencia en la relación coste y beneficio social) y una consideración del contexto competitivo (cultivando la diferencia), unas relaciones externas (medios locales, sistema educativo, FORTA ) que faciliten sus funciones.

La refundación en RTV pasa por la participación y gobernanza democrática (Consejo audiovisual, contratos programa, Consejos de Administración no politizados, lógicas de transparencia, rendición de cuentas y responsabilidad social) pero también por la colaboración en igualdad de condiciones entre el conjunto de radiotelevisiónes públicas autonómicas y RTVE.

En este terreno el mayor problema es la mentalidad conservadora de partidos y autoridades sobre el cambio de contexto y, por ende, la pereza para afrontar los problemas políticos del proyecto digital y la concreción de unas reformuladas misiones y estructuras.

Tampoco está siendo, por el momento, proactiva la actitud de los sindicatos, más atentos a defender el status quo que al desarrollo del SP con mirada de futuro. Nótese que será necesario el profesional especializado sí, pero actuando en multiplataforma y necesariamente la estructura de las corporaciones habrá de sustituir sus organigramas por soporte (Radio, Televisión y web) por organigramas funcionales multiplataforma.

5) **Regulación.** La normativa de Estado no deja excesivos márgenes para un vuelco legislativo en cualquier autonomía. Pero hay un espacio decisional que solo depende de las comunidades. Partir de un diagnóstico general y de los retos de la

comunicación en la comunidad autónoma de que se trate, sería un buen punto de partida para proponer cambios legislativos adaptados y con expectativas de futuro y que no queden obsoletos al día siguiente como le ocurrió a la Ley General de la Comunicación Audiovisual (2010) y a las normativas autonómicas que le sucedieron.

Claro que todo ello está condicionado a un proceso de debate y de legitimación social.

### **Bibliografía**

- Gómez Domínguez, Pablo (2015): "Era digital y TV autonómica. Un estudio comparativo de las plataformas web, aplicaciones móviles y redes sociales de TV3 y BBC One". Cicom 2015. Universidad de Navarra
- Larrondo, Ainara (2015): "El avance de las televisiones públicas autonómicas en el escenario convergente. Análisis de experiencias transmedia en EITB y CCMA". Cicom 2015. Universidad de Navarra
- Olmo, Agustín y Navarro, J. Antonio (2015): "*Audiencia y servicio público en las televisiones autonómicas*". Ámbitos: Revista internacional de comunicación, nº 29. Universidad de Sevilla
- Suárez Candel Roberto (2012): "Redefining and Repositioning Public Service Media in the Multplatform Scenario", Bruselas: Bredow Institut. Disponible en línea: <http://es.slideshare.net/rscandelbcn/redefining-and-repositioning-public-service-broadcasting-in-the-multiplatform-scenario-challenges-opportunities-and-risk>
- [Zallo Ramón \(2016\): \*Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder\*. Barcelona: Gedisa](#)