

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 33, año 2025. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-07-2

Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal (2025)

Aurora Labio-Bernal; Carlos del-Valle-Rojas (editores)

Separata

Capítulo 1

Título del Capítulo

«Repensar la noción de servicio público en España»

Autoría

Aurora Labio-Bernal; Mohamed Assif
Jaime Romero Ruiz-de-Castro

Cómo citar este Capítulo

Labio-Bernal, A.; Assif, M.; Romero-Ruiz-de-Castro, J. (2025): «Repensar la noción de servicio público en España». En Labio-Bernal, A.; Del-Valle-Rojas, C. (eds.), *Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

ISBN: 978-84-10176-07-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c1.emcs.33.p112>



El libro *Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Este libro analiza cómo la transformación tecnológica y la existencia de un ecosistema mediático híbrido exigen una revisión del concepto de servicio público en el sector de la comunicación. A través de un estudio comparativo entre España, Portugal y varios países de América Latina, se abordan aspectos clave como el papel del Estado en los medios, la accesibilidad a la información y el impacto del periodismo de datos en la democracia. Además, se examinan las políticas de comunicación y el papel de los servicios públicos de radiotelevisión en la promoción del pluralismo social y político, con un enfoque en la gobernanza, la independencia y la lucha contra la desinformación.

El volumen se organiza en tres bloques temáticos. El primero actualiza el concepto de servicio público mediático, con estudios sobre España, Portugal y Chile. El segundo se centra en la calidad de la información y el acceso a la radiodifusión pública en España, Portugal y Cuba, incluyendo estudios sobre el periodismo de datos y la accesibilidad audiovisual. El tercer bloque analiza las políticas de comunicación en Brasil, Bolivia y Argentina, destacando la influencia de los gobiernos en la regulación mediática y el acceso a la información, con especial atención a la lucha contra la desinformación y la comunicación como herramienta de identidad y resistencia ciudadana.

Este libro representa la primera parte de un proyecto de investigación sobre servicios públicos y pluralismo mediático en el ámbito ibero-latinoamericano. Frente a la hegemonía de modelos mediáticos anglosajones y nórdicos, los autores proponen una visión crítica desde el Sur, basada en narrativas propias que reivindican la identidad y autonomía de los sistemas de comunicación en Iberoamérica.

Sumario

Introducción	11
---------------------	-----------

BLOQUE I

Servicio público. Una mirada ibero-latinoamericana

1. Repensar la noción de servicio público en España, <i>por Aurora Labio-Bernal; Mohamed Assif;</i> <i>Jaime Romero Ruiz de Castro</i>	19
Introducción	19
Preguntas de investigación, objetivos y metodología	20
Las radiotelevisiónes autonómicas. Recortes y politización	21
El caso de RTVE	23
Repensar la idea de servicio público	26
Discusión y conclusiones	34
Referencias	37
2. Portugal: procurando la sostenibilidad de los <i>Public Service Media</i>, <i>por Francisco Rui Cádima</i>	41
Introducción	41
Hipótesis de investigación	42
Objetivos y metodología	44
Discusión de los resultados	48
Conclusiones	56
Referencias	58

3. El ecosistema de los medios de comunicación en Chile: Los desafíos del servicio público	63
<i>por Carlos del Valle-Rojas</i>	
Introducción	63
Preguntas de investigación, objetivos y metodología	63
La polarización de los argumentos y la enemización de las posiciones	64
Sobre la calidad de la información y la libertad de expresión	65
Contexto. Estado, mercado y marco normativo	67
Estado, mercado y pluralismo	68
Los medios de comunicación, el mercado y el servicio público	70
El ecosistema de medios de comunicación en Chile	71
Análisis y resultados	74
Medios, pluralidad y pluralismo	74
Medios, gobernanza y financiamiento	75
Los medios y los desafíos interculturales	76
Discusión y conclusiones	78
Información y derechos	78
Libertad de expresión y derecho a la información	79
La necesidad de aperturas	80
Algunos desafíos urgentes	80
Futuras líneas de investigación	81
Referencias	81

BLOQUE II

Servicio público. Información de calidad y acceso

4. Información de calidad y periodismo de datos abiertos en la radiotelevisión pública española. Estudio de caso de DatosRTVE	85
<i>por Lorena R. Romero-Domínguez</i>	
Introducción	85
Preguntas de investigación y objetivos	86
Información de servicio público, periodismo de datos y calidad	87
Metodología	93
Resultados	95
Propiedades de las historias	95

Datos	97
Transparencia	98
Experimentación	99
Participación	99
Discusión de resultados y conclusiones	101
Futuras líneas de investigación	105
Referencias	106
5. Pluralismo cultural y accesibilidad audiovisual en el contexto ibérico. Estudio de las televisiones públicas TVE y RTP	
<i>por Victoria García-Prieto</i>	109
Introducción	109
Marco teórico. Pluralismo cultural y accesibilidad audiovisual	110
Televisión pública en España y Portugal	113
Objetivos y metodología	114
Resultados	115
Evolución de la accesibilidad en TVE y RTP	118
Accesibilidad de los formatos informativos	125
Discusión y conclusiones	126
Referencias	128
6. Producción, participación y acceso en la radio pública en Cuba. Una aproximación desde las condicionantes regulatorias y estructurales-organizativas	
<i>por Luis Alain de la Noval-Bautista</i>	131
Introducción	131
Premisa de investigación, objetivos y metodología	132
La radio como sistema de producción comunicativa	133
Regulación-autorregulación, control y modelos de las organizaciones mediáticas	135
Estructura del Sistema de la Radio Cubana	146
Infraestructura y financiamiento	147
Producción comunicativa en la Radio Cubana	148
Conclusiones	150
Referencias	152

BLOQUE III

Políticas de comunicación. Estudio de casos

7. Políticas de comunicación en Brasil: un panorama de los gobiernos Bolsonaro y Lula	
<i>por Fernando Oliveira Paulino; Jonas C.L. Valente; Liziane Soares Guazina; Marcos Urupá; Mariana Martins de Carvalho</i>	157
Introducción	157
Premisas de investigación, objetivos y método	158
El gobierno Lula y su relación con los medios de comunicación	159
Radiodifusión pública y radiodifusión comunitaria	160
Telecomunicaciones e Internet	162
El poder ejecutivo y el poder judicial	166
Lula 3-Regular las plataformas digitales	176
Apuntes comparativos	181
Referencias	184
8. Políticas comunicacionales en Bolivia en el gobierno de Evo Morales Ayma (2006-2019)	
<i>por José Armando Guidi-Gutiérrez</i>	189
Introducción	189
Hipótesis y objetivos	190
Metodología	191
Resultados	192
El reconocimiento de los derechos y deberes comunicacionales en la Constitución de 2009	193
Un nuevo ministerio para controlar la Comunicación	197
Fortalecimiento de los medios estatales	198
Creación del periódico <i>Cambio</i>	198
Las radios comunitarias	199
La publicidad estatal	200
La compra de medios privados	202
Discusión de los resultados y conclusiones	203
Referencias	205

9. Políticas públicas de comunicación, concentraciones mediáticas y prácticas culturales en Argentina (2010-2024)	
<i>por Leonardo González; Silvina Pauloni</i>	209
Introducción	209
Objetivos y metodología	210
Contexto. Entre la teoría y la práctica	211
Recorrido de Políticas Públicas de comunicación.	
Nuevos escenarios mediáticos	214
Paka paka, ejemplo de convergencias e interpelación ciudadana	219
Discusión de resultados y conclusiones	222
Referencias	224
Autores	227

Repensar la noción de servicio público en España

Aurora Labio-Bernal
Universidad de Sevilla

Mohamed Assif
Universidad de Cádiz

Jaime Romero Ruiz de Castro
Universidad de Sevilla

Introducción

En la actualidad, las características del entorno comunicacional responden a un sistema híbrido en el que, en ocasiones, se produce incluso una retroalimentación entre los medios tradicionales y las nuevas formas que construyen la opinión pública. En este contexto, los servicios de radiodifusión públicos conviven además entre las lógicas mercantiles y los usos instrumentales, lo que en ocasiones desvirtúa su razón de ser en los sistemas democráticos.

En el caso de España, la denominada Ley General Audiovisual vino a recoger toda la normativa dispersa anterior en un intento por ordenar el sector. Su aprobación, en 2010, se produjo de forma paralela al apagón analógico, contemplado desde 2005 en la Ley de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo. También en 2010 se puso fin a la publicidad en la corporación Televisión Española, en un intento por aumentar la tarta de anunciantes para la televisión privada mientras se promovía (al menos teóricamente) «más servicio público y menos interés comercial», en palabras del entonces presidente del gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero (TVE, 2009). De esta forma, la segunda década del siglo XXI está llena de cuestiones a analizar para el caso español. Tanto la regulación aprobada como el discurso político ponen el acento en la cuestión del servicio público al hablar del sector audiovi-

sual, pero en la práctica comprobamos una falta de voluntad por implementar sus principales funciones. En el presente capítulo analizaremos la situación del sector mediático público y el olvido en la construcción de espacios audiovisuales realmente centrados en su función social. Además, procederemos a plantear una guía de variables sobre la consideración de medios de servicio público que pretende servir como recomendación para articular una nueva definición al respecto en el actual contexto digital.

Preguntas de investigación, objetivos y metodología

Teniendo en cuenta tanto la nueva configuración del espacio mediático como las particularidades del caso español, consideramos importante proceder a repensar y redefinir la noción de servicio público, por lo que planteamos una serie de preguntas. Este estudio, que toma como punto de partida trabajos anteriores sobre el tema (Zallo, 2011; Bustamante, 2006; Steemers, 2003), intentará contestar a dos cuestiones fundamentales. Por un lado, procederemos a identificar cuáles han sido los principales problemas de las corporaciones públicas mediáticas, tanto a nivel nacional como autonómico. Es necesario descubrir cómo estas deficiencias se han erigido como uno de los argumentos de desvirtuación de la función pública de estos medios, con el correspondiente riesgo para su existencia y financiación. Además, al revelar estos problemas podremos contestar a la siguiente pregunta de investigación referente a qué consideraciones se han de aplicar a la hora de definir la función de servicio público. Basándonos en recomendaciones ya planteadas en la literatura científica, en este estudio nos proponemos responder a esta segunda pregunta aportando una actualización de las mismas en el actual sistema mediático híbrido.

Para poder dar una respuesta a las cuestiones planteadas, nuestra investigación persigue diferentes objetivos. Por un lado, llevar a cabo una revisión de la situación de los medios públicos en la historia reciente de España para realizar un diagnóstico sobre el cumplimiento de su función social. También nos interesará revisar, desde un análisis crítico, el concepto de servicio público aplicado a los medios de comunicación. Nuestro úl-

timo objetivo es proceder a un planteamiento renovado de su definición que, a manera de guía práctica, sirva como modelo para aplicar en el caso español. Seguiremos una metodología con enfoque cualitativo que supone «una rigurosa descripción contextual de un evento, conducta o situación, garantizando la máxima objetividad en la captación de la realidad» (Eiroa; Barranquero, 2017). Añadimos una perspectiva interpretativa crítica a nuestro estudio que conecta directamente con los postulados de la economía política de la comunicación.

Las radiotelevisiones autonómicas. Recortes y politización

En un trabajo anterior, centramos nuestro análisis en revisar la gestión empresarial y el estado de una radio televisión pública en España, la Radio Televisión Pública de Andalucía (Labio-Bernal; Romero Domínguez; García-Orta, 2018). Más allá del caso de estudio concreto, la investigación nos sirvió para confirmar que en España, las radios y televisiones autonómicas arrastran «una historia de instrumentalización política que ha cuestionado su papel como servicio público» (p. 654). De hecho, en los detenidos análisis realizados por autores como Marzal Felici y Zallo (2016) se destaca que los problemas fundamentales de estas televisiones públicas están basados tanto en los recortes presupuestarios que han sufrido en los últimos años como en un problema de reputación debido a «la pérdida de credibilidad» (2016: 2). Añaden estos autores una reflexión importante:

La percepción de los ciudadanos sobre el papel de las televisiones públicas es cada vez más negativa (...) Se trata de una percepción inducida por los medios de comunicación privados que cuestionan de forma mayoritaria el papel de las televisiones y de los medios públicos, y los consideran un gasto que nuestras administraciones no se pueden permitir en el contexto actual. Pero también refleja la desidia de las autoridades en revalorizar el valor de lo público en intangibles como la información o la programación. De este modo, no resulta extraño que el escenario haya sido considerado por muchos como una suerte de «tormenta perfecta», que ha conducido al desprestigio de no pocos medios de comunicación de servicio público (*Ibid.*).

Esta crisis reputacional y los problemas económicos serán determinantes para dos cuestiones: el cierre de televisiones autonómicas y la modificación legislativa que permitiría la gestión indirecta de los entes. De esta forma, el gobierno central decidió modificar la Ley General de 2010 solo dos años después de su aprobación, bajo la premisa de flexibilizar los modos de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómicos. Ya en el preámbulo se establece que «las Comunidades Autónomas podrán decidir sobre la prestación del servicio público de comunicación audiovisual, pudiendo optar por la gestión directa o indirecta del mismo a través de distintas fórmulas que incluyan modalidades de colaboración público-privada» (BOE, 2012). Al amparo de esta ley, la primera televisión regional que cerró fue 7RM, en Murcia, en agosto de 2012 en medio de un cruce de acusaciones entre el PSOE, entonces en la oposición en la Comunidad Autónoma, y el Partido Popular, que gobernaba. Posteriormente, a partir de 2015, la Radio Televisión Región de Murcia empezó a ser gestionada, de manera directa, por el grupo privado Secuoya, que poco después se hizo también con la gestión de los informativos en la autonómica Canal Extremadura.

La crisis en el sector público de los entes regionales afectó a la Televisión RTVV, en la comunidad de Valencia, que en noviembre de 2013 funde a negro. Previamente, la Generalitat había iniciado un expediente de regulación de empleo de más de mil trabajadores, llevando a cabo una drástica reducción de la plantilla y una externalización del trabajo en el ente como estrategia para reducir gastos (Forcada, *El Confidencial*, 2012). La anulación de este ERE por parte del Tribunal Superior de Justicia de Valencia por «vulneración de derechos fundamentales y libertades públicas» trajo como consecuencia inmediata el cierre de la televisión (Nieto; Terrasa; Sanjuan, *El Mundo*, 2013). Acogiéndose a la inviabilidad de poder hacer frente a los costes de personal, el gobierno valenciano decidió echar el cierre a la televisión. Apenas cuatro años después, sin embargo, la Generalitat reabrió las emisiones autonómicas a través de A Punt, con un presupuesto de 55 millones de euros y la novedad de la elección de la directora general mediante concurso público (Enguix, 2018). Sin embargo, la instrumentalización política y la infrafinanciación han vuelto como amenazas a la

nueva televisión, cuya existencia ha sido incluso cuestionada a través de declaraciones de la ultraderecha, tanto en organismos autonómicos como en redes sociales.

En otros casos, los problemas de financiación también han convivido con las injerencias políticas y la sombra de la privatización. Así ocurrió con Telemadrid, que arrastró durante buena parte de su existencia problemas relacionados con sus presupuestos y con la aplicación en 2012 de un Expediente de Regulación de Empleo que llegó a afectar a casi mil trabajadores (Guimerá i Orts; Blasco Gil, 2017). A pesar de que en 2015 se aprueba una nueva Ley para intentar apartar la influencia política del ente, la instrumentalización gubernamental ha continuado, tal y como demuestra el nombramiento en 2021 de José Antonio Sánchez como nuevo director General, hombre cercano al Partido Popular y a la presidenta de la Comunidad de Madrid. En el caso de la Radio Televisión Pública de Andalucía, el ejecutivo decidió cerrar hace unos años el segundo canal del ente con el objetivo de ahorrar costes a la administración y ante sus bajos índices de audiencia (Labio Bernal; García Orta; Romero Domínguez, 2018). Para evitar críticas mayores, el gobierno andaluz del Partido Socialista decidió eliminar la programación y repetir el contenido del canal generalista, añadiendo un sistema de audiodescripción y lengua de signos. Tampoco han escapado a los recortes presupuestarios la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals (CNMA) ni la EITB del País Vasco (Casado del Río; Guimerá i Orts; Miguel De Bustos, 2016). Al mismo tiempo, ambas corporaciones han recibido críticas por la politización de los cargos directivos y su cercanía a los gobiernos autonómicos con el objetivo de controlar los informativos. Como veremos más adelante, la cuestión de la independencia de estos entes será uno de los grandes asuntos a resolver para poder hablar de la idea de servicio público como base fundamental de su existencia.

El caso de RTVE

La situación que viven las autonómicas tiene, lamentablemente, otro capítulo en la televisión estatal. Radio Televisión Española, desde la aprobación de su Estatuto en 1980, se con-

cibió como un ente al servicio del bipartidismo que se turnaba en el gobierno mientras su deuda iba creciendo, sobre todo a partir de 1990, cuando empieza a competir con las cadenas privadas (Labio-Bernal, 2006). La instrumentalización política, el enorme agujero económico y las críticas a la programación fueron determinantes para el cambio de Estatuto en 2006, llevado a cabo bajo gobierno del partido socialista. Realizado con el aval de un Comité de Sabios, la reforma se aprobó en el Congreso con el voto de todas las fuerzas políticas, a excepción del PP, y con la intención de «poner fin a la televisión de partido y a la deuda» (Marcos, 2006). Varias son las novedades que incluye este nuevo Estatuto y que persigue cumplir con las obligaciones de Servicio Público, establecido en su artículo 3. En primer lugar, se pone fin a la noción de ente y se incorpora la figura jurídica de corporación, lo que implica una nueva estructura organizativa. El aspecto más destacado será la elección del presidente de RTVE a través de mayoría de dos tercios en el Congreso, lo que de alguna manera implicaba el consenso entre gobierno y oposición para evitar la designación partidista. Por otro lado, el Estado decide asumir el coste de la deuda como proceso de saneamiento para poner en marcha una nueva forma de financiación basada en el Contrato Programa cada tres años. Además, se lleva a cabo un Expediente de Regulación de Empleo, consensuado con los trabajadores, y que pretendía redimensionar la plantilla para afrontar los cambios tecnológicos que se avecinaban. Todo esto se va a recoger en el primer Mandato Marco de la corporación, a renovar cada nueve años, a través del que se fijan «los objetivos generales y líneas estratégicas del servicio público esencial de RTVE» (BOE, 2008).

De esta manera, parece que la intención es articular una nueva radio televisión pública que incluye, entre otras cuestiones, la vertebración y la cohesión territorial, así como la independencia, pluralismo, neutralidad, imparcialidad y rigor. Estas buenas intenciones vienen a reforzarse en 2009, cuando el ejecutivo socialista anuncia la supresión «inmediata y definitiva» de la publicidad en RTVE con la intención de «acercarse a los modelos públicos que hay en Europa» (*El Mundo*, 2009). Tras esta decisión, sin embargo, no solo existían motivos basados en la búsqueda de calidad en la corporación pública, sino también

un intento por contentar a las cadenas privadas. Es significativo que solo unos días más tarde, el gobierno aprueba el decreto de fusión de televisiones, aunque ya estuviera tramitándose la Ley General Audiovisual de 2010. Hay así que hacer notar que, en un momento de crisis importante en el sector televisivo privado, el ejecutivo socialista vino a lanzarles un balón de oxígeno económico con estas dos medidas en un contexto de multiplicación de canales ante la cercanía del apagón analógico. De hecho, tanto las televisiones como los grupos propietarios, subieron de valor en Bolsa tras producirse estas noticias. Estos datos se confirmaron unos meses después cuando los operadores privados vieron aumentar sus ingresos publicitarios hasta en un 10% (*eldiario.es*, 2010).

La idea de una radiotelevisión pública sin publicidad, sin embargo, parecía una forma de lograr una televisión de mayor calidad y servicio público, sobre todo teniendo en cuenta la previsión de financiación a través de tres vías. Como estudian Fernández Alonso, Fernández Viso y Blasco Gil (2017), la Ley 8/2009 establecía un sistema de financiación basado en aportaciones del Estado, ingresos menores (comercialización de sus productos y patrocinios, entre otros) y contribución de operadores privados. Siguiendo también a estos autores, las conclusiones aportan un panorama económico que no solucionaba los problemas del pasado. Por un lado, el presupuesto del Estado se ha visto recortado en diferentes momentos y las aportaciones de los operadores privados han resultado insuficientes. Aunque el gobierno socialista aumentó las partidas presupuestarias para la corporación, alcanzando los 530 millones en 2023 (Martín, 2022), la deuda ha seguido creciendo. En pregunta parlamentaria realizada en 2024, la entonces presidenta de la Corporación, Elena Sánchez, afirmaba que «el endeudamiento de la Corporación RTVE entre 2019 y 2023 se ha elevado un 64,38% alcanzando al cierre de 2023 los 244,1 millones de euros como consecuencia de las retenciones de las liquidaciones del IVA por parte de Hacienda» (Mucientes, 2024). De esta forma, no parece que las cuestiones económicas se solucionaran con el cambio de Estatuto.

El otro gran problema de la organización tenía que ver con su utilización partidista. Aunque a través de la Ley de 2010 se habían despejado algunos problemas al sustituir la figura de

director general por la de presidente elegido por consenso, dos años después se produjeron cambios. En abril de 2012, el ejecutivo conservador decidió aprobar un decreto ley que permitía elegir por mayoría absoluta el consejo de administración y su presidente. De esta forma, volvía a aparecer el fantasma de la instrumentalización política, que vino a confirmarse poco después a través de las denuncias sobre manipulación, injerencias y censuras en Televisión Española realizadas por su Consejo de Informativos (Olmo, 2015). No obstante, en 2017 se aprueba una nueva ley para elegir al presidente y al Consejo de Administración a través de concurso público. De esta manera, y según consta en el propio título de la ley, la idea era «recuperar la independencia de la Corporación RTVE y el pluralismo en la elección parlamentaria de sus órganos». El proceso de elección, llevado a cabo por un Comité de Expertos, dio finalmente como resultado un nuevo presidente que, sin embargo, no pudo impedir las críticas sobre su deriva política y el inicio de una nueva crisis reputacional en la corporación.

Repensar la idea de servicio público

Una vez que hemos tenido en cuenta el contexto en el que se ha desarrollado el sector audiovisual público en España y los problemas que se han relacionado con el mismo, es momento de pasar a repensar y redefinir la idea de servicio público en los medios de comunicación. El profesor Ramón Zallo (2011) ya advirtió de algunas variables a tener en cuenta, como la articulación de un espacio cultural y comunicativo, el fomento de la memoria cultural colectiva y el impulso de la normalización lingüística. También la televisión pública ha de actuar como un elemento aglutinador de los ciudadanos y un vehículo de vertebración de una comunidad plural y diversa. En este mismo sentido, se han pronunciado otros autores (Rodríguez-Castro; Maroto González; Campos-Freire, 2022; Steemers, 2017), de cuyos estudios extraemos las consideraciones fundamentales para redefinir la idea de servicio público en el sector audiovisual. En este sentido, enumeramos y explicamos a continuación las variables que deberían configurar una guía práctica para aplicar la idea de función pública en las radiotelevisiónes de

España, ya sea a nivel estatal o autonómico, y dentro del contexto digital.

Participación y gobernanza. Rodríguez-Castro, Isaac Maroto González y Francisco Campos-Freire (2022) han tomado de Vanhaeght y Donders la cuestión de la participación «para adaptarla a las posibilidades abiertas por los medios digitales, el establecimiento de relaciones bidireccionales con las audiencias y su involucración en la producción de contenido y en la toma de decisiones» (p. 17). Según estos mismos autores, basándose en la experiencia de otros países como Alemania, Austria o Bélgica, esta participación puede realizarse a través de consultas públicas, que pueden dirigirse a la ciudadanía, en general, y/o a diferentes organizaciones de la sociedad civil. Resulta interesante determinar, dentro de esta participación, la parte correspondiente a la rendición de cuentas, esto es, que los resultados de esta consulta tengan, en la medida de lo posible, una aplicabilidad real. Teniendo en cuenta también los proyectos realizados en los mismos estados, resultan importantes las iniciativas llevadas a cabo por las propias corporaciones públicas a través de eventos con representantes de la audiencia, medios y organizaciones diversas que permiten el diálogo «para conseguir que la radiotelevisión pública mantenga su relevancia y sirva al interés general» (Rodríguez Castro *et al.*, 2022: 28). En algunos casos, como el de Bélgica, esta búsqueda de la participación ha supuesto incluso el desplazamiento físico de una representación de la televisión pública flamenca por todo su territorio y por instituciones educativas para recabar la opinión de la ciudadanía y de la población más joven. En España, RTVE llevó a cabo La Gran Consulta, que se realizó durante diez meses entre 2021 y 2022, y cuyos resultados se presentaron ya en 2023. El objetivo era recabar la opinión de los ciudadanos, a través de encuestas, para que se pronunciaran sobre qué tipo de televisión pública querían. Las casi 140 mil consultas recibidas coincidían en cuestiones que priorizaban la información, la cultura, la educación y la lucha contra la desinformación (eldiario.es, 2023). A pesar de que la iniciativa tenía la vocación de contar con la opinión de la sociedad, la Gran Consulta se vio empañada por la polémica de la cantidad y gestión del presupuesto que se le dedicó. Además, este tipo de consultas no pueden quedar reducidas a hechos puntuales, sino que en su consideración ha

de aparecer también la idea de gobernanza. Carles Llorens y Andreea M. Costache han estudiado esta cuestión, tomando en cuenta los estudios de Freedman y Meier. La propuesta de estos autores es que la gobernanza es «la suma de mecanismos, tanto formales como informales, nacionales y supranacionales, centralizados y dispersos, de organización interna y/o externa, que permite la participación de los actores del sector y la reclamación de responsabilidades de dichos mecanismos» (Llorens; Costache, 2013: 71). Consideramos así la gobernanza una idea fundamental vinculada a la participación como eje sobre el que los medios de titularidad pública deberían articularse para reforzar su función de servicio a la sociedad.

Pluralismo, independencia y voluntad política. Inevitablemente, la gobernanza se vincula al concepto de pluralismo, ampliando la clásica diferenciación entre pluralismo interno y externo. Esta cuestión ha sido estudiada desde diferentes aproximaciones, plasmándose en importantes documentos como el Informe de Lovaina. Al tratarse, siempre han aparecido consideraciones relacionadas con los dueños de los medios, la diversidad política e ideológica o la representación de diferentes voces (Labio-Bernal, 2014). En el caso de los medios públicos, habría que proceder a una interpretación sobre el pluralismo externo, ya que el control de los mismos está en manos del Estado. Esta premisa ha sido tratada por la Unión Europea a través del *Media Pluralism Monitor* que pone bastante en duda el nivel de independencia de los medios públicos en los estados miembros (Center for Media Pluralism and Media Freedom, 2024). El punto de reflexión se encuentra entonces en convertir al Estado en el garante y salvaguarda del pluralismo externo (European Audiovisual Observatory, 2022), evitando la interferencia política. La cuestión es cómo se puede lograr, ya que en demasiadas ocasiones los partidos en el poder se comportan como los propietarios de los medios públicos. Nuestra propuesta incluye la aprobación de una regulación específica sobre el nombramiento objetivo de los cargos de dirección de los medios públicos, acompañada de normas internas de las corporaciones que, en el caso de España, pueden ir más allá del Mandato Marco. Asimismo, el compromiso de la profesión periodística debe estar en el centro de la independencia con el acompañamiento de Consejos Informativos y Asesor, que velen

por la objetividad, neutralidad y pluralidad de las informaciones. Pero estos Consejos, que ya existen en el caso de RTVE, no pueden quedarse como meros órganos institucionales o administrativos, que emiten informes o hacen declaraciones. Volvemos a retomar en este punto la idea de un papel activo de estos organismos, que no solo deben representar a la profesión o la sociedad civil, sino que han de estar en contacto con ambas reclamando su participación. En este planteamiento, una variable es fundamental: la voluntad política de los Parlamentos como representantes del control de los servicios públicos de radio y televisión. Se trata de una cuestión importante pero difícil de garantizar, ya que constituye la piedra angular sobre la que se construye el verdadero interés por salvaguardar los medios públicos y la democracia.

Pluralismo y diversidad. Otra variable relacionada con el pluralismo tiene que ver con la diversidad de voces y su representación en los contenidos. Coincidimos con Karppinen en señalar que dicho pluralismo «debe referirse a un sistema de representación dentro de una sociedad para aportar diferentes puntos de vista políticos y distintas formas de expresión cultural» (Karppinen, 2013: 68). En el primero de los casos, la evaluación del grado de pluralismo ideológico se mide, sobre todo, a través de los contenidos informativos (Humanes; Fernández Alonso, 2015; Soengas Pérez; Rodríguez Vázquez, 2015) que, como ya se expuso, queda ciertamente cuestionado en el caso de las radiotelevisiónes públicas en España. Vinculamos este aspecto al aumento de independencia señalado más arriba, pero añadimos un apartado controvertido referente a la existencia de los llamados bloques electorales en los informativos de las cadenas públicas. Seguimos, en este sentido, la línea crítica de otros autores (Almirón; Capurro; Santcovsky, 2010; Marqués; Fondenvilla; De Uribe; Perelló, 2015) que cuestionan seriamente esta práctica que marca la existencia, durante las elecciones, de un bloque con noticias elaboradas en virtud del posicionamiento de los partidos políticos en los comicios anteriores y a través de un minutado concreto. Se diluyen así los criterios informativos en pos de los propagandísticos, lo que ya provocó las quejas de los periodistas que denunciaron cómo estos bloques convertían a los medios públicos en «meros instrumentos de propaganda» (La Vanguardia, 2014). En este trabajo proponemos así que,

como parte de la ampliación del pluralismo político y teniendo en cuenta la falta de otros referentes parecidos en el contexto europeo, se eliminen los bloques electorales en los medios públicos. Volvemos a asumir que esta decisión depende, de nuevo, de la voluntad de los diferentes partidos que podrían solicitar a la Junta Electoral Central la derogación de esta práctica en beneficio de la pluralidad política y el debate democrático.

Junto con este pluralismo ideológico, no podemos olvidarnos de la diversidad que debe garantizar el pluralismo cultural. Hace unos años coordinamos un volumen (Labio-Bernal; Rubira-García, 2022) en el que se expusieron diferentes experiencias centradas en los llamados grupos vulnerables y su representación en medios y redes sociales. Entendemos, por tanto, que el pluralismo cultural se extiende a determinados colectivos y lo vinculamos directamente al concepto de diversidad. Resulta difícil evaluar dicha variable y serían necesarios más estudios que permitieran calibrar hasta qué punto se produce una equilibrada representabilidad de las diferentes realidades, entre ellas las personas con discapacidad auditiva. De momento, aportamos como conclusión para la televisión pública en España la necesidad de mejorar la proporción de lengua de signos en TVE (Labio-Bernal; García-Prieto, 2022). Consideramos así importante vincular también al concepto de pluralismo y diversidad, no solo la tradicional referencia a la representación en contenidos, sino también la cuestión de accesibilidad universal a los mismos. De esta forma, añadimos el estímulo y compromiso en los medios públicos de desarrollar políticas y medidas de apoyo para mejorar el acceso universal a todos los contenidos.

Formación de identidad y producción propia. La profesora Janet Steemers (2017) considera que los medios públicos deben fomentar la identidad y comunidad a través de la cultura nacional (añadimos nosotros autonómica o local, según los casos) así como la producción de contenidos (sic.). También Ramón Zallo (2011) apunta en el mismo sentido cuando habla de estos medios como un elemento aglutinador de los ciudadanos fomentando la memoria cultural colectiva y la normalización lingüística. En un mundo globalizado y dominado por el pensamiento único, resulta desafiante reivindicar la creación de una identidad común y diferenciadora según los países y los medios públicos. Se trata así de dotar de una personalidad pro-

pia a las corporaciones que permita a la sociedad identificarse con rasgos propios de su cultura, historia y actualidad. En este sentido, la promoción de contenidos de proximidad, bien sea a través de la información, los espacios culturales o el entretenimiento, pueden ser una buena forma de reforzar la identidad. Hace unos años, Medina Nieto demostró que en el caso de Televisión Española se producía una tendencia a la externalización de los contenidos «basada en productos anglosajones (estadounidenses y británicos, en su mayoría) donde en algunos casos supera a la producción de origen español» (Medina Nieto, 2018: 741). Esta evidencia se contrapone a los objetivos generales de la función de servicio público de RTVE, entre los que se encuentran reflejar y construir «la identidad y la vertebración de España como país, asumiendo la existencia de las diversas nacionalidades y regiones». Nuestra propuesta, por tanto, en este trabajo es apelar a la corporación a disminuir la externalización y la producción internacional, dando prioridad a la producción interna y con formatos que contribuyan al fomento de la identidad nacional.

Contenidos de calidad y lucha contra la desinformación. La profesora Eva Pujadas Capdevilla plantea una interesante reflexión sobre la cuestión de la calidad en la televisión pública (2017). Coincidimos con ella en la confirmación de cómo, actualmente, la perspectiva económica parece imponerse en el sector de los medios públicos. De esta forma, «la comunicación ya no es, de manera prioritaria, un sector de ejercicio del interés público sino un sector de desarrollo básico de las economías de los Estados» (2017: 76). Esto, como dice Pujadas Capdevilla, también lleva a considerar estas corporaciones en un sentido bastante confuso que se mueve entre los objetivos que deben tener como servicio público y los objetivos como empresa. De manera evidente, esta consideración es la que se ha plasmado en la figura del Contrato Programa, entendido como acuerdo plurianual «para regular las relaciones jurídicas o económicas de dos organizaciones del sector público, una de las cuales ostenta la potestad financiadora de otra» (Arias Rodríguez, 2018: 28) con la finalidad de lograr determinados resultados. Al imponerse esta lógica económica en las televisiones públicas «se niega su ‘calidad’ en términos culturales y estéticos o su capacidad de tener unas repercusiones positivas en el mundo de

la cultura» (Pujadas Capdevilla, 2017: 77). De esta manera, la mercantilización desvirtúa la idea de función pública en las televisiones estatales y regionales que compiten con las privadas a través de formatos y géneros que siguen las lógicas *mainstream*. Hace algunos años, Carmen Caffarel se preguntaba si era posible una televisión pública de calidad para terminar contestando afirmativamente a la vez que proporcionaba algunos criterios a tener en cuenta. En primer lugar, hablaba de una televisión con vocación europeísta y vinculada a la «necesidad de compartir espacio, señas de identidad y características definitorias con televisiones como la BBC o las televisiones públicas alemana o francesa» (2005: 24). Además, añadía algunas claves en cuanto al tipo de programación y públicos con la idea de afrontar la calidad: más cine español y europeo, más cultura y más programación para el público infantil. Igualmente, destacaba apostar por el deporte, pero no solo el fútbol sino también otros deportes minoritarios. No se olvidaba Caffarel del entretenimiento, pero hacía una propuesta basada en crear una actitud crítica y activa del espectador en contra de los espectáculos de baja calidad. Como punto fundamental, había un apartado especial dedicado a la importancia de unos servicios informativos profesionales y plurales. Consideramos válida la propuesta de Caffarel y damos además especial importancia a una labor periodística que luche por la desinformación y por lo que Steve Barnett denomina una «cultura periodística sana» (Barnett, 2010: 45). Para ello, es importante valores profesionales de exactitud e integridad en la práctica profesional diaria, invertir en los periodistas y su labor profesional y el compromiso con el periodismo de investigación, entre otras cuestiones (sic.). Resulta indiscutible el necesario valor como herramienta democratizadora que constituye la radio televisión pública estatal, pero también son muchos los retos ante un escenario tecnológico y una creciente polarización política. La propuesta de una iniciativa Europea, un servicio de noticias colaborativo para que las audiencias accedan a contenidos fiables, parece ser una buena forma de afrontar el futuro. La iniciativa, en la que participan miembros de la Unión Europea de Radiodifusión de Alemania (BR/ARD), Bélgica (RTBF), España (RTVE), Finlandia (YLE), Francia (France Télévisions), Irlanda (RTÉ), Italia (RAI), Portugal (RTP) y Suiza (SWI swissinfo.ch), así como

ARTE, es un buen punto de partida para seguir explorando en el ámbito digital y en la identidad europea desde el liderazgo de los servicios públicos de radiotelevisión (Labio-Bernal, 2024: 148).

Adaptación al streaming y uso de inteligencia artificial. Cabe plantear así cómo pueden las televisiones públicas ofrecer contenidos de calidad en un sistema mediático híbrido como el actual, donde además las nuevas plataformas OTT arrastran a una gran parte de los espectadores, sobre todo a los más jóvenes. Hace menos de un año, este debate se planteó en la Semana del Talento Audiovisual, celebrada en Barcelona, en una mesa bajo el título Impacto de las OTTs en la industria audiovisual de los territorios donde operan. En la misma, participaron representantes del sector como Primeran (la plataforma en *streaming* de la pública EITB del País Vasco), VRTMAX (la plataforma pública de Flandes en Bélgica), de RTBF Auvio (plataforma de Audio y Vídeo digital del servicio público de Bélgica-Valonia) y de YLE (empresa pública de radiodifusión de Finlandia). El debate sirvió para intentar reflexionar sobre las experiencias realizadas en estos países con plataformas públicas de OTT ante el evidente avance de las grandes corporaciones internacionales. La idea de reforzar la identidad de la comunidad así como los principios democráticos estuvieron presentes, sin olvidar la necesidad de conectar con las nuevas audiencias mientras se mantiene la tradicional (Puig, 2023). Parece evidente que la multiplicidad de dispositivos, los cambios en el consumo de productos audiovisuales y el auge de las redes sociales se imponen en un nuevo sistema mediático en el que las corporaciones públicas tienen que desarrollar sus propias estrategias para captar la atención de una audiencia que ya no solo ve la televisión tradicional. En España, las autonómicas están poniendo en marcha sus propias plataformas y en julio de 2021, la estatal puso en marcha RTVE Play donde se puede acceder a todos los contenidos y al archivo de forma gratuita. De momento, los datos parecen responder bien a las expectativas de la corporación, ya que a finales de 2023 RTVE Play se situaba como la primera plataforma OTT gratuita más vista en España, alcanzando un 21,7% de los hogares (IPMark, 2023). Otro de los desafíos importantes para los medios públicos se encuentra en la utilización de la inteligencia artificial. Consideramos así, siguiendo a

Andreas Jungherr (2023), que la IA tiene un papel fundamental en la configuración de los entornos informativos para reforzar la democracia. De esta manera, recomienda la existencia de auditorías externas sobre los efectos de la IA en la información, sus diseños conscientes y el desarrollo de contramedidas para evitar la manipulación o la falsificación de noticias. Coincidimos, de manera general aunque también aplicable a los medios de comunicación, en que «las empresas, los reguladores y la sociedad deben ser explícitos y transparentes sobre qué objetivos económicos, políticos o sociales se quieren lograr utilizando la IA y cómo su funcionamiento específico puede impulsar o inhibir esta búsqueda» (Jungherr, 2023: 9). De momento, para el caso de la televisión pública en España, encontramos que hace apenas un año se llevó a cabo la iniciativa RTVE 2030, una web que utiliza técnicas de Inteligencia Artificial para medir el tiempo dedicado a la Agenda 2030 en la programación de RTVE. Según Belén Agüero (2023), este proyecto que une a la organización Political Watch y el área de Responsabilidad Social de RTVE permite «ver, una vez más, el valor añadido de las tecnologías cívicas como herramientas de innovación en la administración pública». Aunque todavía son muchos los desafíos del uso de la Inteligencia Artificial, con luces y sombras, esta experiencia en RTVE plantea con buenos propósitos su contribución a la función pública que debe desempeñar.

Discusión y conclusiones

La existencia de servicios públicos de radiodifusión no garantiza por sí mismos el cumplimiento de su función social. El análisis de la situación de los entes autonómicos en España pone en evidencia desde hace muchos años unos modelos sometidos en continuas ocasiones al clientelismo y la instrumentalización política. La radio televisión pública estatal parece, no obstante y a pesar de sus problemas, aportar algunos síntomas en el intento de recuperar su papel ante la sociedad española. Mientras los entes autonómicos se han movido entre el cierre, su privatización, su baja financiación y su continuo uso gubernamental, RTVE tuvo un punto de inflexión en su cambio de Estatuto en 2006 y, posteriormente, en la Ley de 2017 que

intentaba buscar la independencia y el pluralismo en la elección de su presidente y Consejo de Administración. A pesar de ello, las críticas a su presidente, los problemas económicos y las acusaciones sobre manipulación informativa, han deslucido otros logros de la corporación. En este sentido, consideramos importantes destacar los esfuerzos hechos a través de consultas públicas o los primeros intentos de utilización de la inteligencia artificial en su programación.

A pesar de ello, hemos de reconocer que resulta necesario proceder a una redefinición de la idea de servicio público en estas corporaciones. La Academia puede ser un ámbito de reflexión para la administración pública, así como un foro de intercambio de conocimiento que puede compartir experiencias más allá de las fronteras nacionales. De esta forma, los trabajos de importantes investigadores referenciados en este capítulo nos sirvió para plantear cuestiones de siempre pero bajo el prisma actual, en el que la experiencia, el análisis y el contexto digital obligaban a releer variables más actualizadas.

En este sentido, por ejemplo, hemos considerado interesante vincular la idea de participación a la de gobernanza, entendiendo esta última como una forma de dirigir decisiones con la colaboración de los ciudadanos para lograr espacios mediáticos que sirvan al interés general. De igual manera, nos ha parecido destacable presentar unidas las ideas de pluralismo e independencia junto a la propuesta de voluntad política. Resulta sorprendente que la propia ley de 2017 en RTVE incluyera estas dos variables en su título y que, sin embargo, su aplicabilidad posterior no produjera los efectos planteados. La verdadera cuestión de fondo resulta por tanto la reivindicación por parte de los poderes públicos de hacer realidad estas cuestiones, evitando hacer un uso partidista. Dicho en otras palabras, de nada servirá hacer declaraciones de buena voluntad sobre las aspiraciones de pluralismo e independencia si los distintos ejecutivos terminan pervirtiendo estos entes a través de una utilización interesada.

La referencia al pluralismo y la diversidad parece más evidente, pero dadas las particularidades del caso español, lo vinculamos fundamentalmente a la eliminación de los bloques electorales para la cuestión de la pluralidad de voces políticas. Sobre la diversidad cultural, creemos importante aumentar la

representación de diferentes colectivos vulnerables y lograr la accesibilidad universal. En el caso de las personas con discapacidad auditiva, teniendo en cuenta resultados ya encontrados en estudios precedentes, resulta importante que se aumente el signado de las producciones así como los espacios de la programación para este grupo poblacional.

La formación de identidad a través de los contenidos resulta una tarea controvertida en un sistema mediático dominado por el pensamiento único, pero sigue siendo tarea de las corporaciones públicas incidir en la diferenciación y en la promoción cultural, a nivel regional y nacional. Aunque las producciones internacionales, sobre todo de origen estadounidense, dominen gran parte de las agendas de programación, se puede y se debe promocionar la cultura propia utilizando además la producción interna como modo de poner en valor los recursos profesionales y técnicos de las corporaciones públicas.

Esta creación de contenidos debe vincularse a la calidad y a evitar la desinformación. Aparece aquí también la lógica mercantil como grave amenaza para los contenidos de calidad que, sin embargo, pueden lograrse a través de formatos que fomenten el pensamiento crítico sin renunciar al entretenimiento. Lejos de competir por un público mayoritario a cualquier precio, las radiotelevisión públicas deben de lograr atraer audiencias a través de producciones diferenciadas y de unos servicios informativos dirigidos a evitar la polarización política y lograr una opinión pública formada.

Como última consideración, nos encontramos con la necesidad de que los medios públicos sepan tanto adaptarse al *streaming* como utilizar la inteligencia artificial con una finalidad democratizadora. Las audiencias más jóvenes, acostumbradas a hábitos de consumo audiovisual nuevos, deberían encontrar en las corporaciones públicas contenidos interesantes, mientras pueden servir también a los intereses del público tradicional. En este sentido, la gratuidad puede jugar como un valor añadido frente a las OTT de pago. Por otro lado, la Inteligencia Artificial plantea desafíos a todos los niveles, también para estos entes, que pueden hacer un uso de la misma dirigido a auditar usos, medir impacto social de informaciones y evitar la manipulación.

Referencias

- Agüero, B. (2023). Usando Inteligencia Artificial para medir el compromiso de la televisión pública española con la Agenda 2030. Recuperado de <https://politicalwatch.es/blog/usando-inteligencia-artificial-analisis-television-espanola-rtve2030>
- Almirón, N.; Capurro, M.; Santcovsky, P. (2010). Los bloques electorales en los medios públicos del Estado español: una excepción en Europa. *Quaderns del CAC*, 34, Vol. XIII, pp. 95-102.
- Arias Rodríguez, A. (2018). Progreso y consolidación del contrato-programa en la gestión pública española. *Revista Vasca de Gestión de Personas y Organizaciones Públicas*, nº 15, pp. 28-43.
- Barnett, S. (2010). Periodismo, democracia e interés público. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*. 3 (4), pp. 41-56.
- BOE (2008). MANDATO-MARCO a la Corporación RTVE previsto en el artículo 4 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, aprobado por los Plenos del Congreso de los Diputados y del Senado. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/2008/06/30/pdfs/A28833-28843.pdf>
- BOE (2012). Ley 6/2012, de 1 de agosto, de modificación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, para flexibilizar los modos de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómicos. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-10385
- Bustamante, E. (2006). *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Editorial Gedisa.
- Caffarel, C. (2005). ¿Es posible una televisión de calidad? *Revista Comunicar*. Nº 25, pp. 23-27.
- Casado del Río, M.A.; Guimerá i Orts, J.A.; Miguel de Bustos, J.C. (2016). Impacto de los recortes en las televisiones autonómicas en la industria audiovisual. Los casos de Euskadi y Cataluña (2007-2014). *Comunicación y Sociedad*, Vol. 29, Nº 4.
- Center for Media Pluralism and Media Freedom. (2024). Media Pluralism Monitor 2024. Recuperado de <https://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor-2024/>
- Eiroa, M.; Barranquero, A. (2017). *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Editorial Síntesis.
- El Mundo. (2009). El Gobierno da el primer paso para suprimir la publicidad en RTVE. Recuperado de <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/05/08/comunicacion/1241784261.html>
- eldiario.es. (2010). Las privadas facturaron un 10% más con la nueva TVE «sin publi». Recuperado de https://www.eldiario.es/vertele/videos/actualidad/privadas-facturaron-nueva-tve-publi_1_7769188.html
- eldiario.es. (2023). RTVE presenta las conclusiones de su polémica Gran Consulta, ocho meses después de acabar y sin Tornado. Recuperado de https://www.eldiario.es/vertele/noticias/rtve-presenta-conclusiones-polemica-gran-consulta-ocho-meses-despues-acabar-torneo_1_10213235.html

- Enguix, S. (2018). Valencia recupera su televisión. La Vanguardia. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20180611/453082085/valencia-television-publica-a-punt.html>
- European Audiovisual Observatory. (2022). Governance and independence of public service media. Strasbourg.
- Fernández Alonso, I.; Fernández Viso, A.; Blasco Gil, J.J. (2017). Crisis de credibilidad y debilidad financiera de RTVE. En Fernández Alonso, Isabel (Ed.). *Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera*. Barcelona: Gedisa, pp. 97-121.
- Forcada, D. (2012). Radio Televisión Valenciana presenta un ERE para 1.295 trabajadores de la plantilla. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2012-07-16/radio-television-valenciana-presenta-un-ere-para-1-295-trabajadores-de-la-plantilla_242694/
- Guimerá i Orts, J.A.; Blasco Gil, J.J. (2017). Políticas de televisión en las comunidades autónomas. Los casos de Andalucía, Cataluña, Extremadura y Madrid. En Fernández Alonso, Isabel (Ed.). *Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera*. Gedisa, pp. 237-257.
- Hallin, D.C.; Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Humanes, M.L.; Fernández Alonso, I. (2015). Pluralismo informativo y medios públicos. La involución de TVE en el contexto del cambio político (2012-2013). *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 270-287.
- IPMark. (2023). Prime Video, la OTT con mayor penetración en España. Recuperado de <https://ipmark.com/las-otts-con-mayor-penetracion-en-los-hogares-espanoles/#:~:text=Por%20otra%20parte%2C%20RTVE%20Play,con%20el%206%2C9%25>.
- Jungherr, A. (2023). Artificial Intelligence and Democracy: A Conceptual Framework. *Social Media ans Society*, Vol. 9, nº 3, pp. 1-14.
- Karppinen, K. (2013). Rethinking Media Pluralism, Fordham University Press.
- La Vanguardia. (2014). FAPE reitera su rechazo a la imposición de bloques electorales. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/politica/20140512/54407835106/fape-reitera-su-rechazo-a-la-imposicion-de-bloques-electorales-en-los-medios.html>
- Labio-Bernal, A. (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo*. Barcelona: Editorial Ànthropos.
- Labio-Bernal, A. (2014). El eterno debate sobre la concentración mediática en la Unión Europea. Del plan Reding-Walström a la Iniciativa Ciudadana por el Pluralismo. En Manuel Chaparro (Ed.). *Medios de proximidad: Participación Social y Políticas Públicas*. Luces de Gálibo, pp. 55-72.
- Labio-Bernal, A.; García Orta, M.J.; Romero-Domínguez, L.R. (2018). La deformación del servicio público en las televisiones autonómicas. Gestión empresarial y supervivencia de la RTVA. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24 (1), 643-659.

- Labio-Bernal, A.; Rubira-García, R.; Pocevicienė, R. (2024). Comparing Media Systems: A New Critical Academic Reading. *Media and Communication*, Vol. 12, pp. 1-7. <https://doi.org/10.17645/mac.8357>
- Labio-Bernal, A.; García-Prieto, V. (2022). Cultural pluralism and diversity on public television: An analysis of the use of sign language on the BBC and TVE. *Critical Studies in Television*, 17 (2).
- Labio-Bernal, A.; Rubira-García, R. (Eds.) (2022). *Comunicación, poder y pluralismo cultural. Discursos y desafíos en la esfera pública digital*. Madrid: Editorial Fragua.
- Labio-Bernal, A. (2024). Specific features of a Media Model in the European Context. *Public Value Texte. The future of Public Service Media in the European Union*, nº 28, pp. 144-149.
- Llorens, C.; Costache, A. M. (2013). La gobernanza como marco teórico para el estudio del pluralismo de medios. *Tripodos*, nº 32, pp. 63-76.
- Marcos, C. (2006). El Congreso aprueba la ley de reforma de RTVE con el voto en contra del PP. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/el-mundo/2006/05/11/comunicacion/1147348079.html>
- Marqués, J.; Fondevila, J.F.; De Uribe, C.; Perelló, M. (2015). Los bloques electorales debilitan la democracia, *El Molinillo*, nº 75, pp. 10-15.
- Martín, A. (2022). El Gobierno riega a RTVE con 530 millones para 2023. *Huffington Post*. Recuperado de <https://www.huffingtonpost.es/-15.html>
- Marzal Felici, J.; Zallo Eigezabal, R. (2016). Presentación: Las televisiones públicas de proximidad ante los retos de la sociedad digital. *Comunicación y Sociedad*. Vol. 29, nº 4, pp. 1-7.
- Medina Nieto, M. (2018). Análisis crítico de la producción de contenidos y de la ley de la radio y la televisión de titularidad estatal. El caso de TVE, *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 730-747.
- Mucientes, E. (2024). RTVE en números rojos. Un agujero de más de 30 millones de euros en el ente público. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/papel/historias/2024/06/23/66756fd521efa03a178b4571.html>
- Nieto, J.; Terrasa, R.; Sanjuan, H. (2013). El ERE en RTVV es nulo. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2013/11/05/5278d0b10ab7405d4f8b458f.html>
- Olmo, J. (2015). Balance de los periodistas de TVE en 2014: injerencias del PP, censura, manipulación y falta de pluralismo. *Infolibre*. Recuperado de https://www.infolibre.es/medios/balance-periodistas-tve-injerencias-pp-censura-manipulacion-falta-pluralismo_1_1108696.html
- Puig, F. (2023). Recuperar el público joven, objetivo de las plataformas de streaming de las televisiones públicas. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/television/20231115/9377920/objetivo-acercarse-publico-joven.html>
- Pujadas Capdevilla, E. (2017). *La televisión de calidad. Contenidos y debates*. Universitat Autònoma

- de Barcelona. Universitat Jaume I. Universitat Pompeu Fabra. Universitat de Valencia.
- Rodríguez-Castro, M.; Maroto González, I.; Campos-Freire, F. (2022). Participación ciudadana y valor público: en búsqueda de la legitimidad del servicio audiovisual público. En Marcela Campos-Rueda; Manuel Goyanes, *Gestión de medios públicos en el entorno digital. Nuevos valores, estrategias multiplataforma e internet de servicio público*. Tirant lo Blanch, pp. 13-34.
- Soengas Pérez, X.; Rodríguez Vázquez, A.I. (2015). El control gubernamental de RTVE y el pluralismo en los informativos. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 21, Nº. 2, pp. 1225-1240.
- Steemers, J. (2003). *Public service broadcasting is not dead yet: Strategies in the 21st century*. In *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Lowe, Gregory Ferrell, & Taisto Hujanen, Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg, pp. 123-136.
- Steemers, J. (2017). Servicio público de radiodifusión en el siglo XXI. La recuperación de la iniciativa. En Pablo López Rabadán, Izquierdo Castillo, J.; Marzal Felici, J., *Los Medios de Comunicación Públicos de Proximidad en Europa* (pp. 19-33.). Tirant lo Blanch.
- TVE (2009). Zapatero. La reducción de publicidad en TVE se traducirá en más servicio público. Recuperado de <https://www.rtve.es/noticias/20090605/zapatero-reduccion-publicidad-tve-se-traducira-mas-servicio-publico/279785.shtml>
- Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: editorial Gedisa.