

---

Special issue  
*Political communication in  
Uncertain Times*

---

**Ana Azurmendi**  
aazur@unav.es  
Profesora titular. Departamento  
de Comunicación Pública.  
Universidad de Navarra, España.

---

**Mercedes Muñoz Saldaña**  
mms@unav.es  
Profesora titular. Departamento  
de Comunicación Pública.  
Universidad de Navarra, España.

---

**Félix Ortega Mohedano**  
iuce@usal.es  
Profesor titular. Departamento  
de Sociología y Comunicación.  
Universidad de Salamanca,  
España.

---

**Recibido**  
3 de noviembre de 2017  
**Aprobado**  
20 de junio de 2018

---

© 2018  
Communication & Society  
ISSN 0214-0039  
E ISSN 2386-7876  
doi: 10.15581/003.31.3.111-140  
www.communication-society.com

---

2018 – Vol. 31(3)  
pp. 111-140

---

**Cómo citar este artículo:**  
Azurmendi, A.; Muñoz Saldaña, M. &  
Ortega Mohedano, F. (2018).  
Independencia de los políticos y  
participación de los ciudadanos: dos  
demandas del Servicio Público  
Audiovisual en el entorno digital en  
España. *Communication & Society*  
31(3), 111-140.

The results of this study form part of the R&D&I  
Project on Societal Challenges Transformation  
of regional television: weakening of the public  
service and prospects for technological  
development in a context of crisis (2013-2017)  
IP Ana Azurmendi CSO2013-42270-R.

## Independencia de los políticos y participación de los ciudadanos: dos demandas del Servicio Público Audiovisual en el entorno digital en España

### Resumen

La independencia del poder político de los medios, especialmente de las televisiones públicas, es una reivindicación generalizada tanto por parte de sus profesionales como de los ciudadanos. Desde las instituciones europeas y también desde la academia se apela al papel esencial que juega la independencia del poder político para que las televisiones públicas cumplan su misión de servicio público. En algunos casos (Hortz 2016, Hasebrink 2012, Carpentier 2011) se considera que la participación ciudadana en niveles decisorios de las corporaciones públicas hace más eficaz el esfuerzo por la independencia en estos medios. En este contexto, la investigación realizada ha tenido los siguientes objetivos: a) Obtener evidencias de la demanda de los ciudadanos –jóvenes y adultos– sobre la independencia de los medios públicos y sobre su valoración acerca del grado de independencia de las televisiones públicas españolas; b) obtener evidencias acerca de su percepción, tanto sobre la posibilidad de participar en el gobierno de las televisiones públicas, como de su uso de los canales existentes de participación. Y a partir de aquí se ha buscado verificar la relación entre la participación del público en órganos decisorios de los medios de comunicación (como herramienta de gobernanza) y la reputación del medio público. Para cubrir estos objetivos, se ha realizado un estudio de campo con una muestra de 1000 personas, entre jóvenes y adultos de las Comunidades Autónomas de Galicia, País Vasco, Andalucía, Cataluña y Madrid.

### Palabras clave

**Independencia de la televisión pública, participación de los ciudadanos, gobernanza de los medios, percepciones de jóvenes y adultos sobre la televisión pública.**

### 1. Introducción, Objetivos y Metodología

En marzo de 2014, el Tribunal Constitucional alemán sentenció que los gobiernos de los Länder tenían “demasiada influencia en la radio y televisión públicas” y exigió que se cambiara la composición de los

Consejos de Radiodifusión de cada una de sus corporaciones audiovisuales. Estos Consejos, siguiendo el Tratado Interestatal de Radiodifusión de 1991 (Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien) tienen naturaleza asamblearia; su función es representar al público asegurando a la vez un equilibrio de intereses y la pluralidad interna (Kleinsteuber, 2010). Sin embargo, y a pesar de la ley que los regula, los Consejos de Radiodifusión de las televisiones públicas alemanas estaban desproporcionadamente politizados tal y como argumentó el Tribunal Constitucional.

Este es un ejemplo de la dificultad para lograr una independencia política de los medios de comunicación públicos y, al mismo tiempo, de la reivindicación democrático-constitucional para conseguirla. De hecho, el reto de la independencia de la televisión pública es común a muchos otros países del entorno europeo como ocurre en el caso español; incluso el análisis de las leyes sobre radiodifusión pública permite hablar de diferentes grados de politización de la regulación (Almirón, Capurro & Santcovsky, 2010, p. 205).

Las instituciones europeas (Parlamento Europeo, 2013; Comisión Europea 2016 y 2007; Consejo de Europa, 2011) junto con la academia (Humphreys, 2016; Bustamante, 2016; Hartz, 2016; Fernández Alonso & Fernández Viso, 2012b; Iosifidis, 2011) apelan al papel esencial que juega la independencia del poder político para que las televisiones públicas cumplan su misión de servicio público. Aunque la independencia está relacionada con múltiples factores (de gobierno, financiación, organización y control), algunas tesis (Hartz 2016, Hasebrink 2012, Carpentier 2011) apuntan a la influencia decisiva de un factor en la consecución de este histórico objetivo: la participación ciudadana en niveles decisorios de las corporaciones públicas.

Partiendo de este contexto, la investigación que se desarrolla afronta los siguientes objetivos:

- Obtener evidencias de la demanda de los ciudadanos –jóvenes y adultos- sobre la independencia de los medios públicos y sobre su valoración acerca del grado de independencia de las televisiones públicas españolas.
- Obtener evidencias acerca de su percepción: sobre la posibilidad de participar en el gobierno de las televisiones públicas; sobre su uso de los canales de participación.
- Analizar la relación entre la participación del público en órganos decisorios de los medios públicos (como herramienta de gobernanza) y la reputación de dicho medio.

En cuanto a la metodología del trabajo, se ha combinado un estudio cuantitativo – mediante encuesta- con el análisis documental-estructural sobre la televisión pública nacional y de 10 televisiones públicas autonómicas, con el objetivo de poder dar un tercer paso metodológico de relacionar evidencias de independencia de dichas televisiones con evidencias de reputación sobre las mismas. En este sentido:

- Se ha realizado un estudio de campo con una muestra aleatoria de 1000 personas – seleccionadas aleatoriamente por cuotas de edad, género, CCAA y en ciudades de más de 10.000 habitantes-, entre jóvenes y adultos de todas las Comunidades Autónomas excluyendo las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla- con el apoyo de la plataforma de investigación Qualtrics. La difusión de la encuesta se realizó a lo largo del mes de abril-mayo de 2017.
- Se han estudiado los cauces de participación del público que existen en las televisiones públicas españolas, es decir, de aquellas que cuentan con un Consejo Asesor en el que participa o es representada al menos la audiencia: RTVE, Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), Radiotelevisión de Castilla-La Mancha (RTVCM), Radiotelevisión de las Islas Baleares (IB3), Corporación de Radio y Televisión de Galicia (CRTVG), Radio y Televisión del Principado de Asturias (RTPA), Radio Televisión Canaria

(RTVC), Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CART), Canal Extremadura y Telemadrid.

- Siguiendo la clasificación de Fernández Alonso y Fernández Viso (2012) y la del Observatorio Audiovisual Europeo (2016) sobre las televisiones públicas en términos de independencia y credibilidad, se trataría de verificar si las televisiones en las que la participación del público alcanza competencias decisorias o ejecutivas en el ámbito de gobierno son las que tienen mayores cotas de independencia del poder político y mayores cotas de credibilidad ante la ciudadanía.

## **2. Encuesta de Qualtrics sobre independencia política, participación ciudadana y reputación de las televisiones públicas españolas, RTVE y las autonómicas**

El trabajo de campo se ha basado en un cuestionario con 39 ítems<sup>1</sup>. Fue distribuido por la plataforma Qualtrics, aleatoriamente, a través de los paneles online asociados de España con la colaboración de ESOMAR-Qualtrics para el análisis de calidad de los datos. La muestra se diseñó con cuotas proporcionales calculadas a partir del Censo Nacional de Estadística de 2017 el 1 de enero de 2017 – proyecciones de población 2016-2031 del Instituto Nacional de Estadística. El objetivo de nuestra investigación fueron los habitantes mayores de 14 años distribuidos en cuotas proporcionales y representativas calculadas de género, edad, ingresos dentro de todas las Comunidades Autónomas. Las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla fueron excluidas y tomadas en cuenta en el cálculo en ciudades por encima de 10.000 habitantes. La encuesta se realizó entre el 6 de abril y el 8 de mayo de 2017, se recolectaron un total de 1095 respuestas y, después de la selección de calidad de la muestra con *screen out* de tiempo y calidad-control de coherencia, finalmente aceptamos 1000 encuestados válidos.

De las 39 cuestiones planteadas, hemos seleccionado los 12 ítems directamente relacionadas directamente relacionadas con los objetivos de este trabajo esta comunicación. Ver en el cuestionario (Anexo 1.) Q.6, 13, 14, 15, 16, 17, 25, 33, 34, 35, 36 y 37 y el análisis completo de las respuestas en Anexo 2.

### **2.1 Necesidad de las televisiones públicas y satisfacción sobre su actividad**

A modo de contexto, para las cuestiones referentes al valor “independencia” de las televisiones públicas españolas, se ha visto procedente analizar los resultados de la encuesta de opinión relativos a dos cuestiones: la necesidad de que existan las televisiones públicas y el nivel de satisfacción sobre su actividad. Se pidió a los encuestados que indicaran su grado de acuerdo o desacuerdo con una serie de afirmaciones relativas a estas cuestiones.

---

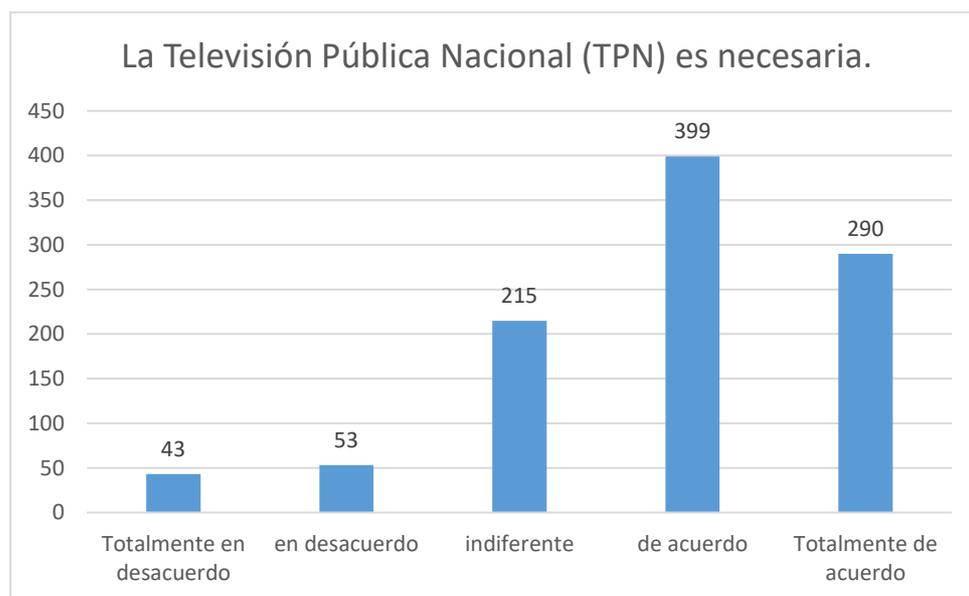
<sup>1</sup> Disponible en: <https://goo.gl/GGT7rJe>

**Tabla 1.** Q6. Indique su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la Televisión Pública Nacional (TPN) y la Televisión Pública Autonómica (TPA)

■ Q6 Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la Televisión Pública Nacional (TPN) y la Televisión Pública Autonómica (TPA).

	Totalmente en desacuerdo	en desacuerdo	indiferente	de acuerdo	Totalmente de acuerdo
La Televisión Pública Nacional (TPN) es necesaria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy satisfecho con el servicio prestado por la Televisión Pública Nacional (TPN).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La Televisión Pública Autonómica (TPA) no es necesaria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy satisfecho con el servicio prestado por la Televisión Pública Autonómica (TPA).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

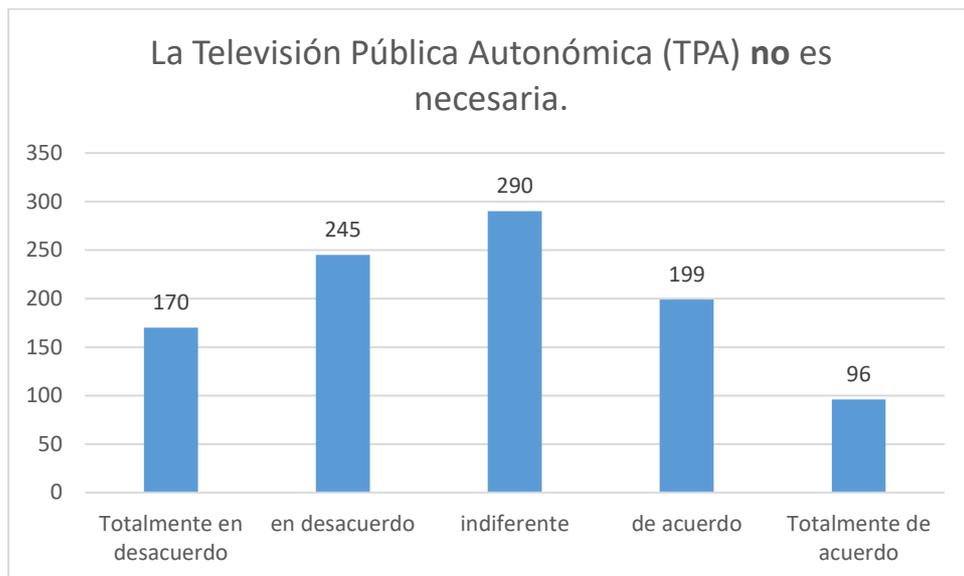
**Gráfico 1.** Percepción de la necesidad de la Televisión Pública Nacional



Una gran mayoría de los encuestados (68,9%) opinan que RTVE es necesaria, frente a una mínima parte (4,3%) que están en total desacuerdo o en moderado desacuerdo (5,3%).

Los porcentajes varían en relación a las televisiones autonómicas. En este caso el cuestionario incluyó una pregunta redactada en negativo (ante la afirmación “La televisión pública autonómica no es necesaria” indica tu grado de acuerdo). No se hizo así para la televisión nacional porque en este caso no existe –a diferencia de las televisiones autonómicas públicas– un clima de opinión en este sentido (Miguel de Bustos, 2012: 27).

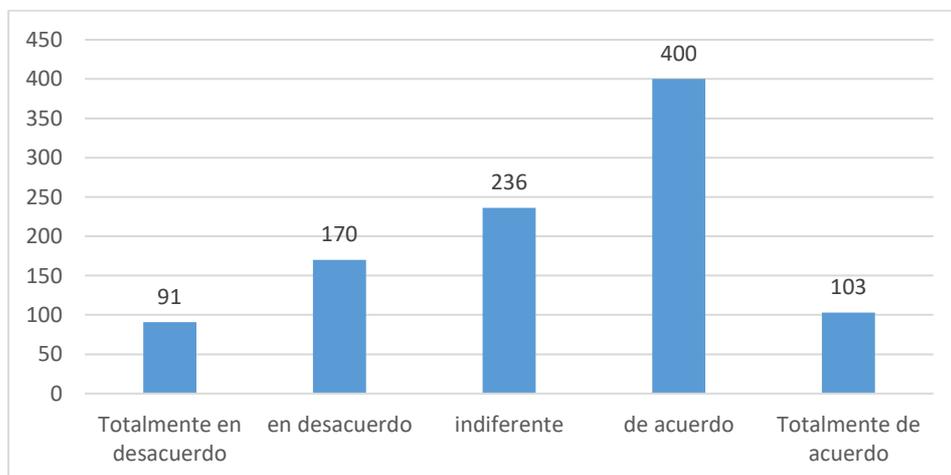
**Gráfico 2.** Percepción sobre la necesidad de la Televisión Pública Autonómica.



Cerca de la mitad de los encuestados (41,5%) consideran que la televisión autonómica es necesaria, mientras que casi una tercera parte de ellos (29,5%) piensan lo contrario. Un porcentaje muy semejante (29%) se muestra indiferente, una postura que, teniendo en cuenta la redacción de la pregunta y el clima de opinión dominante, en este caso, podría interpretarse como una no oposición a la existencia de la televisión. Si tenemos en cuenta dicha consideración, un 70%, es decir, una amplia mayoría, están conformes con la existencia de la televisión pública autonómica. Este dato resulta especialmente significativo si se atiende al tono de las noticias que de modo habitual presentan los medios de comunicación, y más en concreto, la prensa online y en papel.

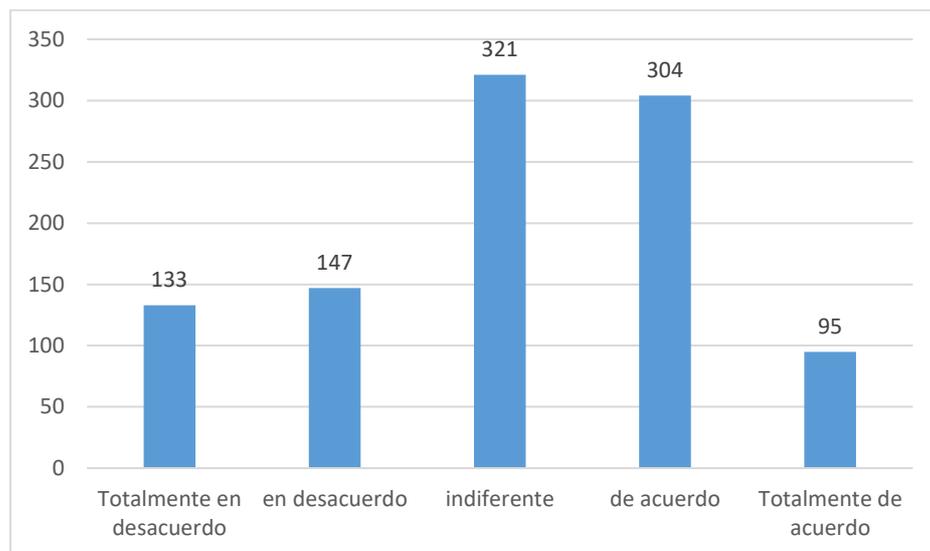
Además de la necesidad, el segundo *ítem* seleccionado en este apartado es la satisfacción de la ciudadanía respecto de la actividad de las cadenas públicas. A la cuestión “Estoy satisfecho con el servicio prestado por la Televisión Pública Nacional (TPN)”: una mayoría de los encuestados (50,3%) se siente satisfecho, mientras que algo más de la cuarta parte (26,1%) manifiesta disconformidad con dicha satisfacción. De nuevo el porcentaje de los que se muestran indiferentes es elevado (23,6%).

**Gráfico 3.** Satisfacción con el servicio prestado por la Televisión Pública Nacional



En el apartado de satisfacción sobre la actividad televisiones públicas autonómicas existe variaciones relevantes respecto a los porcentajes obtenidos para la televisión nacional: descienden los encuestados satisfechos con la televisión autonómica (39,9% frente al 50,3% de la nacional); aumentan los insatisfechos (30% frente a 26,1% de la nacional) y se incrementa el porcentaje de los que se muestran indiferentes (32,1% frente a 23,6% de la nacional).

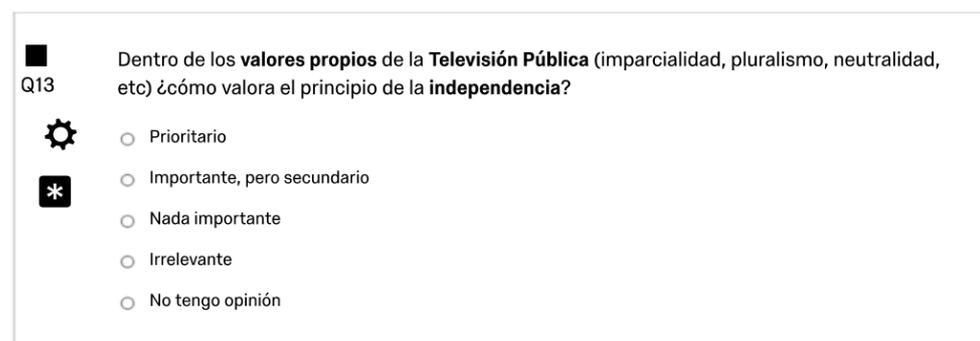
**Gráfico 4.** Satisfacción con el servicio prestado por la Televisión Pública Autonómica



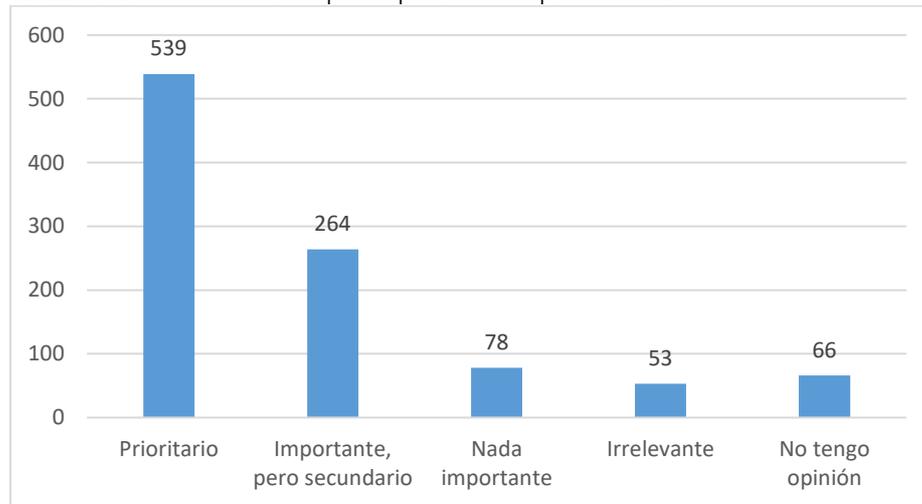
## 2.2 Demanda de independencia –especialmente respecto de los políticos- de las televisiones públicas

Los resultados de esta investigación revelan que la mayoría de ciudadanos considera la independencia como uno de los valores más importantes de las televisiones públicas (tanto en el caso de la nacional -RTVE- como en el de las autonómicas). Más de la mitad de los encuestados (53,9%) sitúan la independencia como un valor prioritario, por encima de otros como la imparcialidad, el pluralismo o la neutralidad. En otro sentido, algo más de una cuarta parte (26,4%) piensan que la independencia es importante pero la posicionan por debajo de estos valores.

**Tabla 2.** Q 13. Dentro de los valores propios de la Televisión Pública (imparcialidad, neutralidad, etc.) ¿cómo valora el principio de independencia?



**Gráfico 5.** Valoración del principio de Independencia



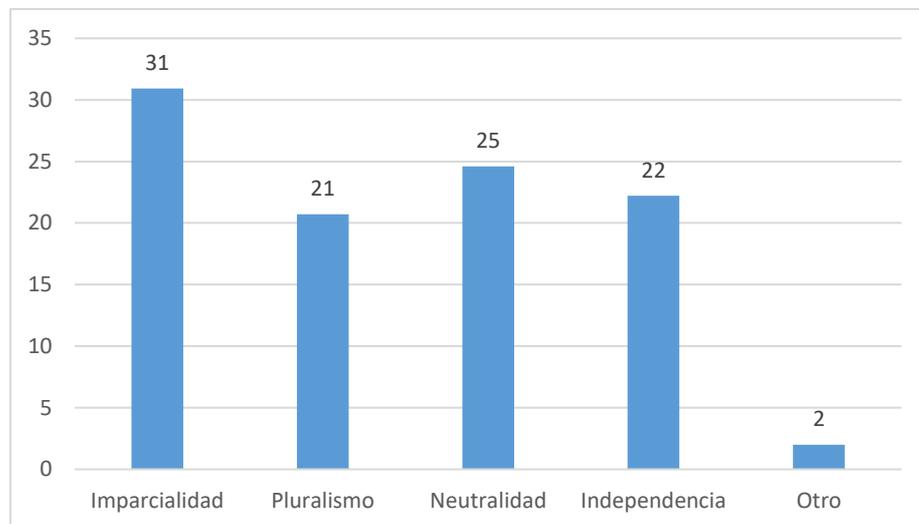
A pesar de la consideración anterior y de los porcentajes obtenidos, el análisis sobre el valor de la independencia se matiza cuando, al solicitar a los encuestados que señalen en porcentajes la importancia de los valores imparcialidad, pluralismo, neutralidad e independencia, la imparcialidad (31%) y la neutralidad (25%) obtienen un porcentaje superior al de la independencia (22%). Cabe añadir que los cuatro valores señalados son muy próximos entre sí aunque se relacionan con dimensiones diferentes de la televisión. La imparcialidad es habitual referirla a las informaciones: por información imparcial se entiende aquel relato noticioso que se limita a dar cuenta de todos los hechos noticiosos sin que exista una agenda política previa que determine tanto su selección como el sesgo del relato. La neutralidad, sin embargo, se refiere más a la ausencia de activismo político y, desde este punto de vista, estaría más próximo al valor independencia política.

**Tabla 3.** Distribuya en porcentaje la importancia de los siguientes valores propios de la Televisión Pública: Imparcialidad; Pluralismo; Neutralidad; Independencia; Otro (indique cuál)

**Q14** Distribuya en porcentaje la importancia de los siguientes **valores propios de la Televisión Pública.**

- Imparcialidad
- Pluralismo
- Neutralidad
- Independencia
- Otro indique:
- Total

**Gráfico 6.** Distribución en porcentaje de los valores propios de la Televisión Pública en valoración de 0 (menos valor) a 100 (máximo valor). Medias de las respuestas obtenidas entre los 1000 encuestados



La interpretación expuesta resulta corroborada con los resultados obtenidos de la pregunta 15, la cual plantea la siguiente cuestión: “Cuando se habla de la independencia de la Televisión Pública, ¿con qué características la relaciona? Indique la importancia, siendo 0 nada importante y 100 muy importante”. Entre las opciones posibles, la que recibe una puntuación más alta es la de la independencia de los partidos políticos en el gobierno de la televisión (67,8 sobre un máximo de 100).

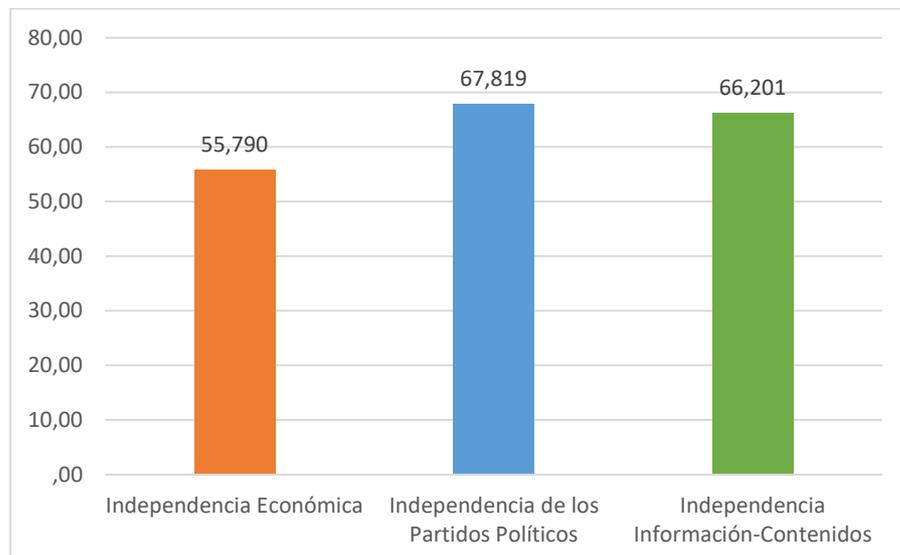
Por tanto, se puede afirmar que el ranking en la demanda de independencia de las televisiones públicas lo lidera la exigencia de independencia respecto de los partidos políticos. Los encuestados otorgan el segundo lugar a la necesidad de independencia editorial (66,2 sobre un máximo de 100), que es consecuencia de la independencia de los partidos políticos en el gobierno de las televisiones. El tercer puesto es para la petición de independencia de carácter económico (55,8 sobre un máximo de 100), la cual se relaciona con una posición crítica sobre el sistema actual de financiación pública de las televisiones.

**Tabla 4.** Q15. Cuando se habla de independencia de la Televisión Pública, ¿con qué características la relaciona? Indique la importancia, siendo 0 nada importante y 100 muy importante.

■ Q15 Cuando se habla de la **independencia de la Televisión Pública**, ¿con qué **características** la relaciona? Indique la importancia, siendo **0 nada importante** y **100 muy importante**.

	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
Independencia Económica											
Independencia en el Gobierno de la Televisión Pública: independencia de los Partidos Políticos.											
Independencia en el Planteamiento de la Información, en la Política de Contenidos.											

**Gráfico 7.** Características de la Independencia de la Televisión Pública, de 0 (menos importante) a 100 (más importante). Medias de las respuestas obtenidas entre los 1000 encuestados.

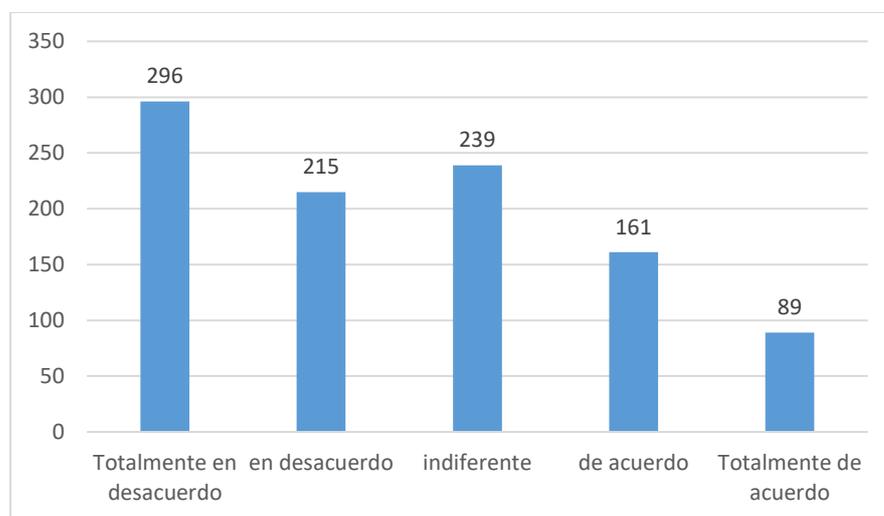


### 2.3 Percepción de falta de independencia de las televisiones públicas y de otros medios de comunicación privados

Una vez analizada la alta valoración y exigencia de independencia de la ciudadanía respecto del funcionamiento de las televisiones públicas cabe preguntarse: ¿qué percepción tienen los ciudadanos acerca de la independencia real de las televisiones públicas? ¿Existen diferencias entre la televisión pública nacional y las autonómicas? (Q. 16.4).

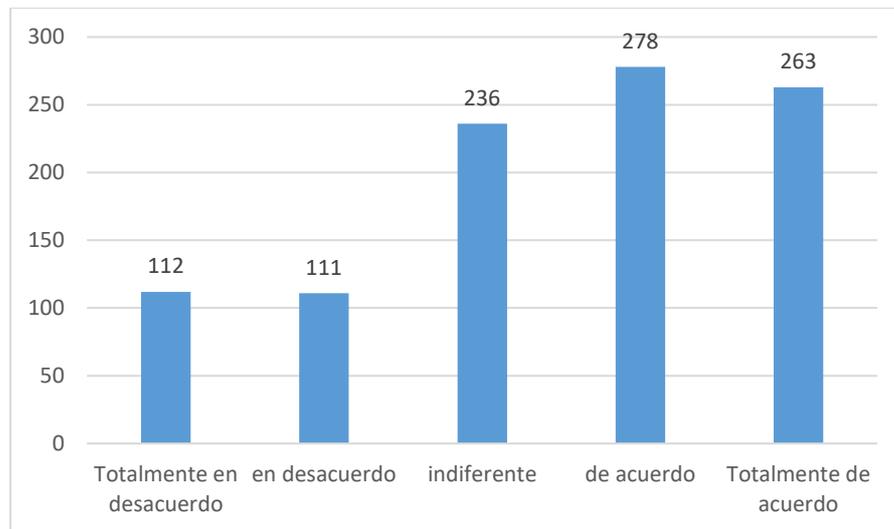
En el caso de la televisión pública nacional –RTVE– algo más de la mitad de los encuestados (51,1%) consideran no es independiente del poder político mientras que una cuarta parte de ellos afirma que sí lo es (25%).

**Gráfico 8.** Valoración de la Independencia de la Televisión Pública Nacional respecto del Poder Político



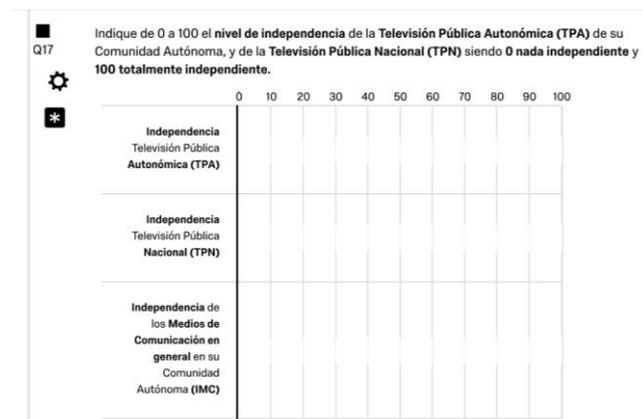
En el caso de las televisiones autonómicas la percepción acerca de su independencia es muy semejante, puesto que algo más de la mitad de los consultados (54,1%) considera que no son independientes del poder político mientras que algo más de una quinta parte (22,3%) afirma que sí lo son.

**Gráfico 9.** Valoración de la Independencia de la Televisión Pública Autonómica respecto del Poder Político

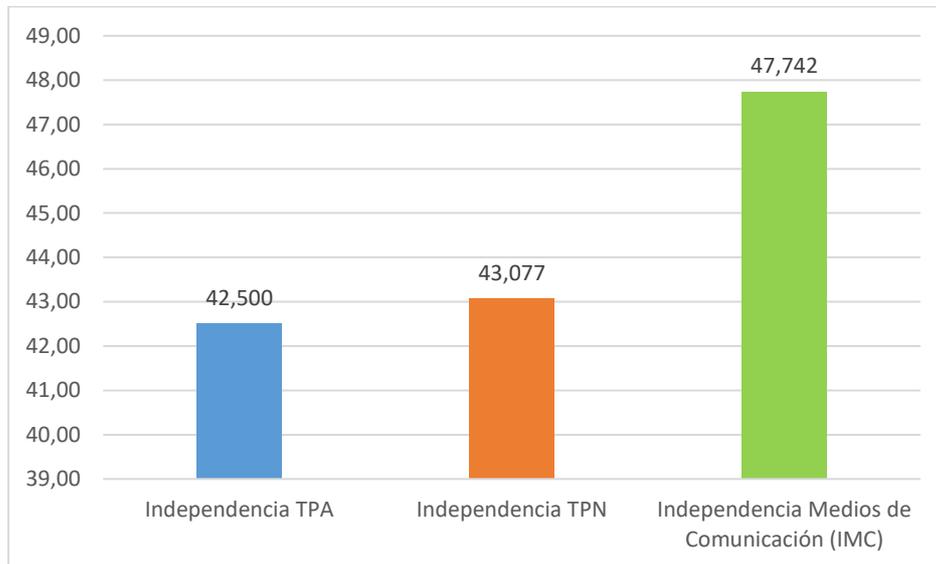


Esta visión mayoritaria sobre la falta de independencia de las televisiones públicas, algo más acusada en el caso de las televisiones autonómicas, vuelve a reflejarse –esta vez en términos comparativos– frente a la percepción del mismo valor en los medios de comunicación del entorno regional. Al plantearse en la encuesta la valoración simultánea de 0 a 100 sobre el nivel de independencia de la televisión pública autonómica de la propia comunidad autónoma, de RTVE y de los medios de comunicación de la comunidad autónoma, se mantienen las diferencias pero llama la atención que la falta de independencia de las televisiones públicas está sólo en un nivel levemente inferior al del conjunto de los medios de comunicación de las comunidades autónomas.

**Tabla 5.** Q17. Indique de 0 a 100 el nivel de independencia de la Televisión Pública Autonómica (TPA) y de la Televisión Pública Nacional (TPN) siendo 0 nada independiente y 100 totalmente independiente



**Gráfico 10.** Valoración del nivel de Independencia de la Televisión Pública de la Autonomía donde vive el encuestado, de la Televisión Pública Nacional, de otros Medios de Comunicación de la Autonomía donde vive. De 0 (menos independencia) a 100 (mayor independencia)



#### 2.4. El regreso de la publicidad a RTVE y su relación con la independencia

La valoración sobre la independencia de las televisiones públicas adquiere mayor contenido a partir de la cuestión 16 en la que se pregunta: por el grado de acuerdo o desacuerdo con afirmaciones sobre la presencia de publicidad en las televisiones públicas; sobre la relación directa entre participación ciudadana e independencia política de las televisiones públicas – RTVE y las autonómicas por separado- y por la precepción acerca de la independencia política en estas televisiones.

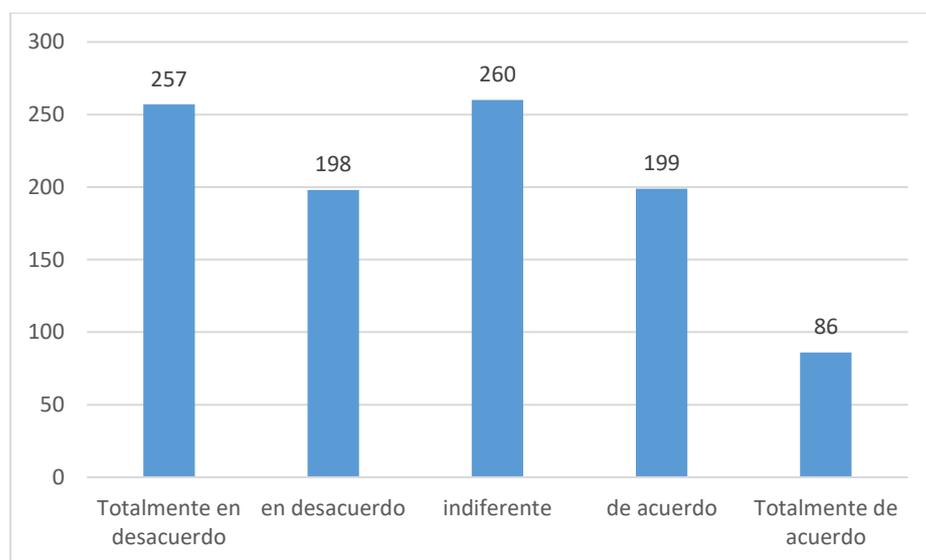
**Tabla 6.** Q16. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones

Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones.					
Q16	Totalmente en desacuerdo	en desacuerdo	indiferente	de acuerdo	Totalmente de acuerdo
La Televisión Pública Nacional (TPN) debería volver a tener <b>publicidad</b> en sus emisiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tener <b>publicidad</b> le daría <b>más independencia económica</b> a la <b>televisión pública</b> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A <b>mayor participación ciudadana</b> <b>mayor independencia</b> en el <b>gobierno de la televisión pública</b> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Casi la mitad de los encuestados (45,5%) se oponen al regreso de la publicidad a RTVE – las televisiones autonómicas nunca han dejado de tener publicidad-. Sin embargo para un número elevado de ciudadanos españoles, representados por algo más de la cuarta parte de los encuestados (26%) esta cuestión les resulta indiferente. Esta indiferencia cabría situarla junto con el bloque de respuestas a favor del regreso de la publicidad, puesto que significa que al menos no hay oposición a su regreso (en ningún caso podría interpretarse el “me

resulta indiferente” como una oposición al regreso de la publicidad). En este sentido encontramos el resultado de que más de la mitad de los encuestados (54,5%) no se opone al regreso de la publicidad a RTVE y, de ellos, el 28,5 % quiere positivamente que la publicidad regrese a la televisión pública española. (Subpregunta Q 16.1)

**Gráfico 11.** Valoración sobre el regreso de la Publicidad en las emisiones de la Televisión Pública Nacional



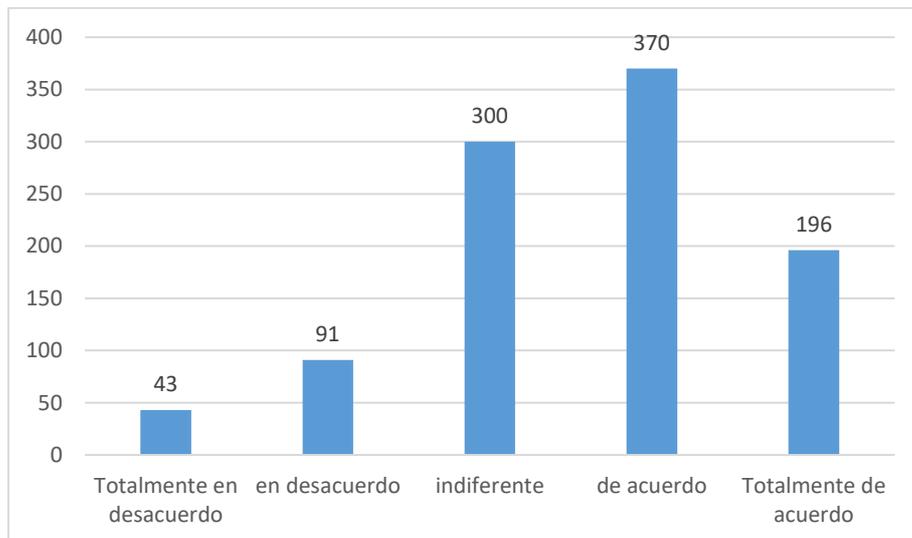
En opinión de una mayoría de encuestados, casi la mitad de ellos (48,1%) el regreso de la publicidad significaría una mayor independencia económica de RTVE. Aunque para más de una cuarta parte (26,2%) ni siquiera con la presencia de la publicidad se resolverá el problema de la falta de independencia económica de las televisiones. En esta misma línea se interpreta la respuesta de quienes consideran que la presencia de la publicidad es indiferente para el problema de la independencia económica (12,3%) de los encuestados.

## 2.5 La demanda de participación ciudadana en relación con la independencia de las televisiones públicas

Sin obviar la importancia de los datos anteriores, probablemente la información más relevante proviene de la vinculación que se establece por parte de los encuestados entre participación ciudadana e independencia política de las televisiones públicas (Q. 16.3.).

Más de la mitad de los ciudadanos encuestados (56,6%) opinan que una mayor participación ciudadana significa también una mayor independencia en el gobierno de la televisión pública. En nuestra opinión es relevante porque las vías de participación en las televisiones –públicas y privadas, nacional y autonómicas– son escasas (Azurmendi & Muñoz Saldaña, 2016). Por ese motivo, el aprecio por la participación no procede tanto de una tradición de las televisiones, o una publicidad que se haya hecho desde ellas, como por otros factores ajenos al desarrollo mismo de las televisiones públicas españolas. Entre ellos, la creciente demanda democrática por una mayor participación ciudadana en todas las esferas políticas.

**Gráfico 12.** Grado de acuerdo o de desacuerdo con la afirmación “A mayor participación ciudadana, mayor independencia en el gobierno de la televisión pública



Si la independencia de las televisiones públicas es considerada por la mayoría de los encuestados como su valor prioritario y la participación ciudadana se percibe como un aspecto correlativo a la independencia del medio de comunicación, llama la atención que una notable cantidad de encuestados señalen que es en los informativos donde debería centrarse la participación de los ciudadanos, tanto en el caso de RTVE (60,3 % de los encuestados) como en el de las televisiones autonómicas (61,9% de los encuestados).

**Tabla 6.** Q.33. ¿En qué tipo de contenidos de la Televisión Pública Nacional le parece más necesario aumentar la participación ciudadana? Q.34 ¿En qué tipo de contenidos de la Televisión Pública Autonómica (TPA) le parece más necesario aumentar la participación ciudadana?

**Q33** ¿En qué tipo de **contenidos** de la **Télevisión Pública Nacional (TPN)** le parece más necesario aumentar la **participación ciudadana**?

Información

Ficción

Entretenimiento

Otros (indique alguno)

---

**Q34** ¿En qué tipo de **contenidos** de la **Télevisión Pública Autonómica (TPA)** le parece más necesario aumentar la **participación ciudadana**?

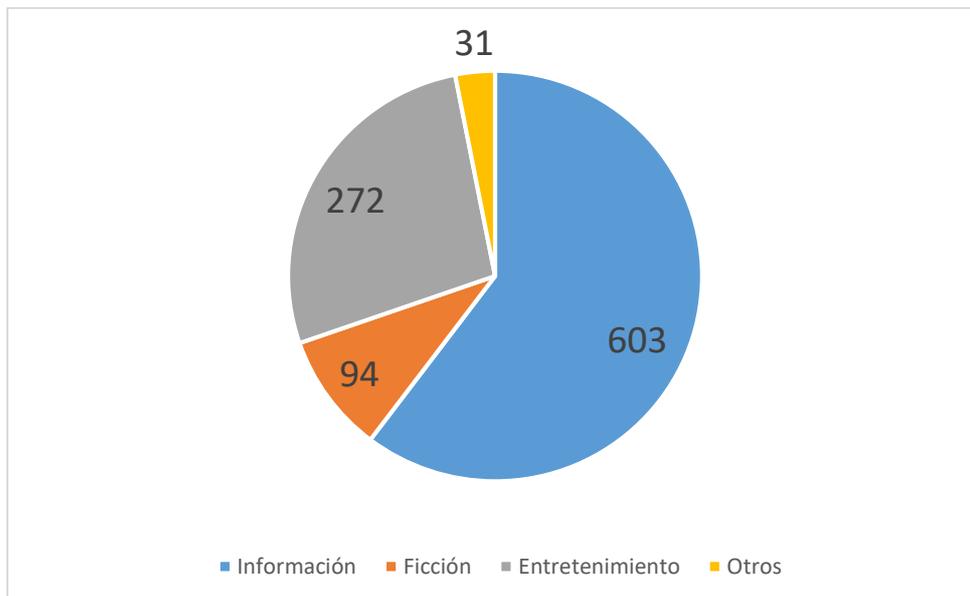
Información

Ficción

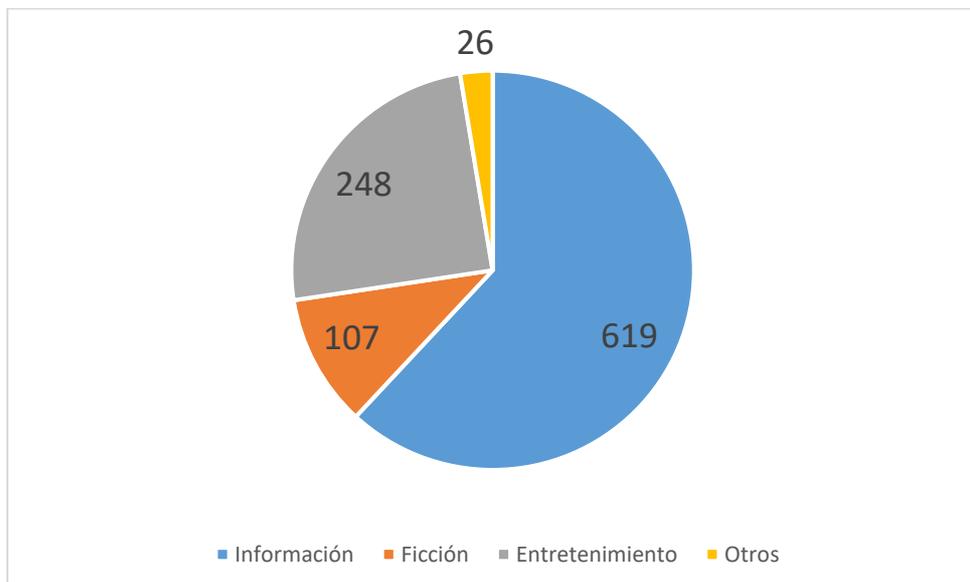
Entretenimiento

Otros (indique alguno)

**Gráfico 13.** Contenidos de la Televisión Pública Nacional en los que debería aumentar la participación ciudadana



**Gráfico 14.** Contenidos de la Televisión Pública Autonómica en los que debería aumentar la participación ciudadana

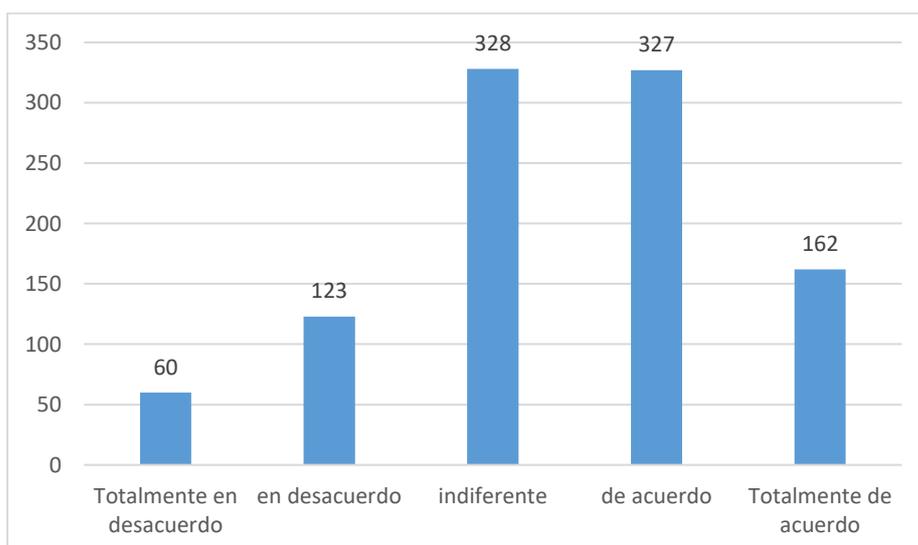


En el momento de concretar posibilidades de esa participación ciudadana para las televisiones autonómicas, una buena parte de ciudadanos están de acuerdo en que la participación tenga una dimensión política (48,9%), aunque el porcentaje de los que se muestran indiferentes es muy elevado (32,8%).

**Tabla 8.** Q35. En relación con otros servicios de la ciudadanía que debería ofrecer la Televisión Pública Autónoma además de los tradicionales (información, entretenimiento...) manifieste su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones (...)

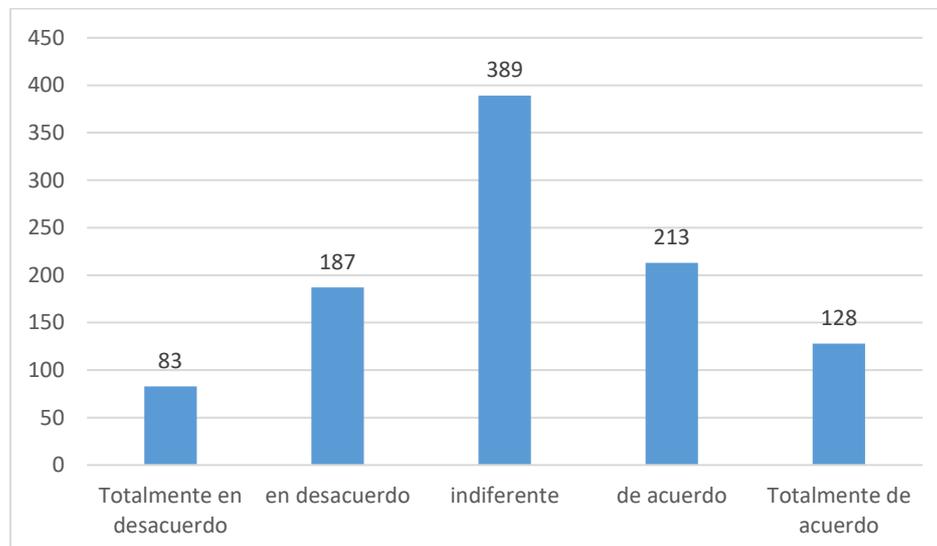
■ Q35 ⚙️ *	En relación con otros <b>servicios a la ciudadanía</b> que debería ofrecer la <b>Televisión Pública Autónoma (TPA)</b> además de los tradicionales (información, entretenimiento,...) manifieste su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones:				
	Totalmente en desacuerdo	en desacuerdo	indiferente	de acuerdo	Totalmente de acuerdo
La TPA debería ofrecer <b>Actividades para el fomento de la participación ciudadana</b> en el desarrollo de la comunidad	○	○	○	○	○
La TPA debería <b>favorecer el contacto</b> con los <b>partidos políticos e instituciones autonómicas y locales</b>	○	○	○	○	○
La TPA <b>no debería favorecer servicios de carácter educativo</b> de proximidad	○	○	○	○	○
La TPA debería promover la <b>lengua y cultura propia</b> de la Comunidad Autónoma	○	○	○	○	○

**Gráfico 15.** Grado de acuerdo o desacuerdo con la afirmación de que las Televisiónes Públicas Autónomas deben ofrecer actividades para el fomento de la participación ciudadana. Recuento.



Paradójicamente son menos (34,1%) los que identifican ese rol de la televisión autonómica, de incrementar la participación política de los ciudadanos, con el fomento del contacto con los partidos políticos e instituciones autonómicas y locales.

**Gráfico 16.** Grado de acuerdo o desacuerdo con la afirmación de que las Televisiones Públicas Autonómicas deben favorecer el contacto con los partidos políticos e instituciones autonómicas y locales



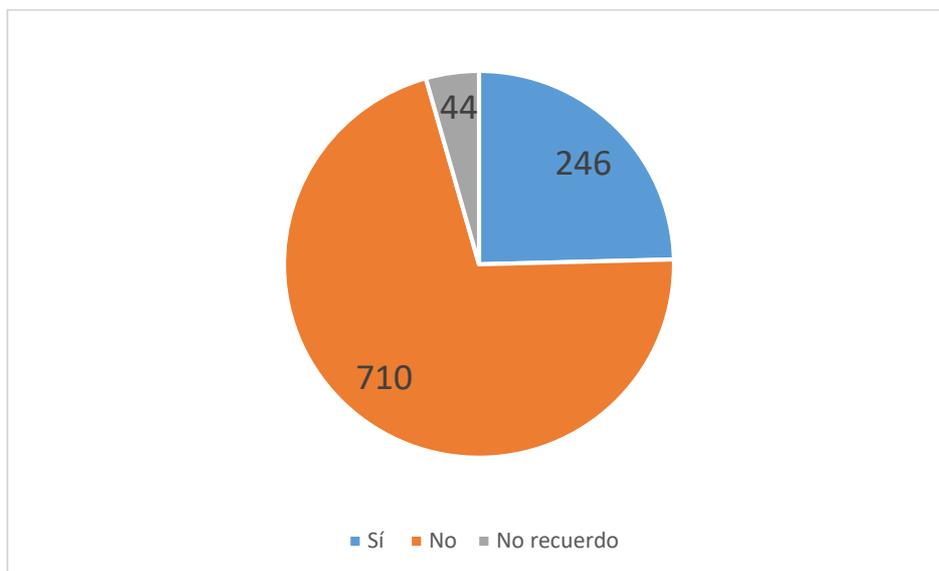
## 2.6 Demanda de participación a través de cauces alternativos y otros formatos

Una de las modalidades de participación de los ciudadanos en los medios de comunicación públicos son las redes sociales Facebook y Twitter. Tanto RTVE como las televisiones autonómicas tienen cuentas bien institucionales o bien de sus programas de más audiencia. Respecto a las televisiones públicas autonómicas se tiene constancia de la escasa relevancia de la participación del público a través de estas vías, (Azurmendi, Llorens, López Vidales & Bas Portero, 2015) salvando casos esporádicos de algunos programas transmedia que han hecho de la participación una herramienta más del contenido (ha sido el caso de las televisiones catalana y gallega con programas como “Em dic Manel!” y “The Land Rober Tunai Show” (Azurmendi & Muñoz Saldaña, 2018).

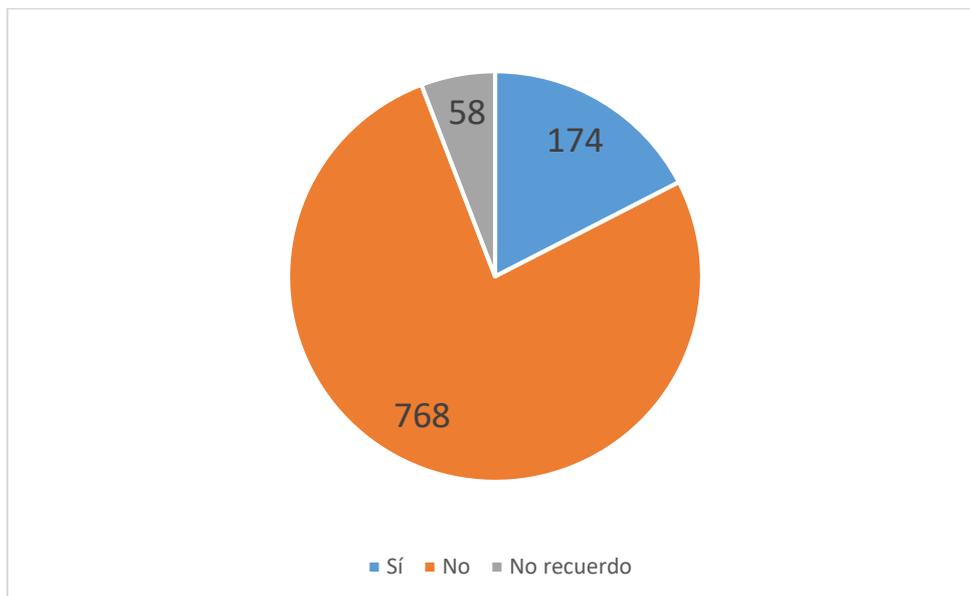
**Tabla 9.** Q25. Indique si es seguidor de alguna cuenta de Facebook y/o Twitter en la Televisión Pública Nacional (TPN) o Televisión Pública Autonómica (TPA)

Indique si es seguidor de alguna cuenta de Facebook y/o Twitter en la Televisión Pública Nacional (TPN) o Televisión Pública Autonómica (TPA)		Sí	No	No recuerdo
	Soy seguidor de alguna cuenta de Facebook vinculada a la Televisión Pública Nacional (TPN)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Soy seguidor de alguna cuenta de Facebook vinculada a la Televisión Pública Autonómica (TPA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Soy seguidor de alguna cuenta de Twitter vinculada a la Televisión Pública Nacional (TPN)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Soy seguidor de alguna cuenta de Twitter vinculada a la Televisión Pública Autonómica (TPA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Grafico 17.** Seguimiento o no de alguna cuenta de la Televisión Pública Nacional en Facebook



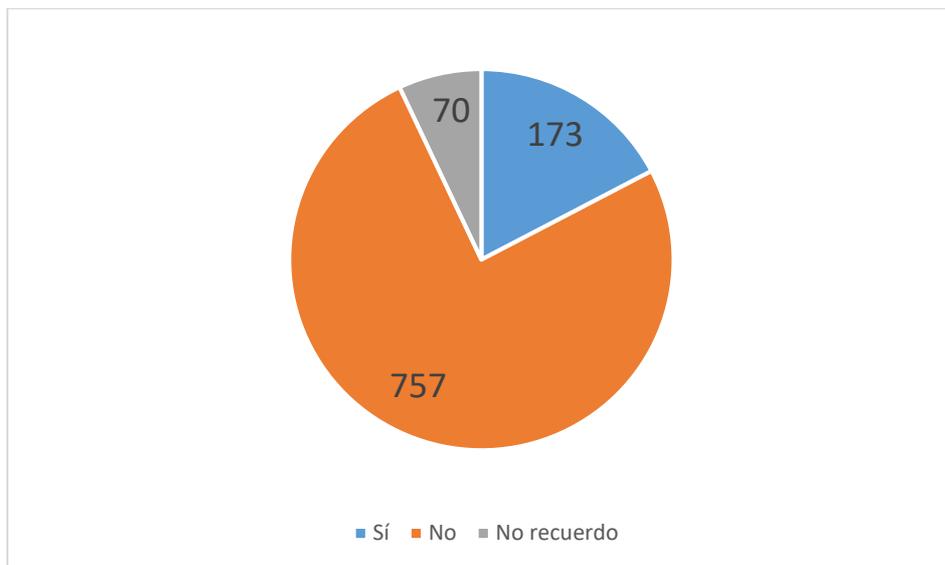
**Grafico 18.** Seguimiento o no de alguna cuenta de la Televisión Pública Autonómica en Facebook



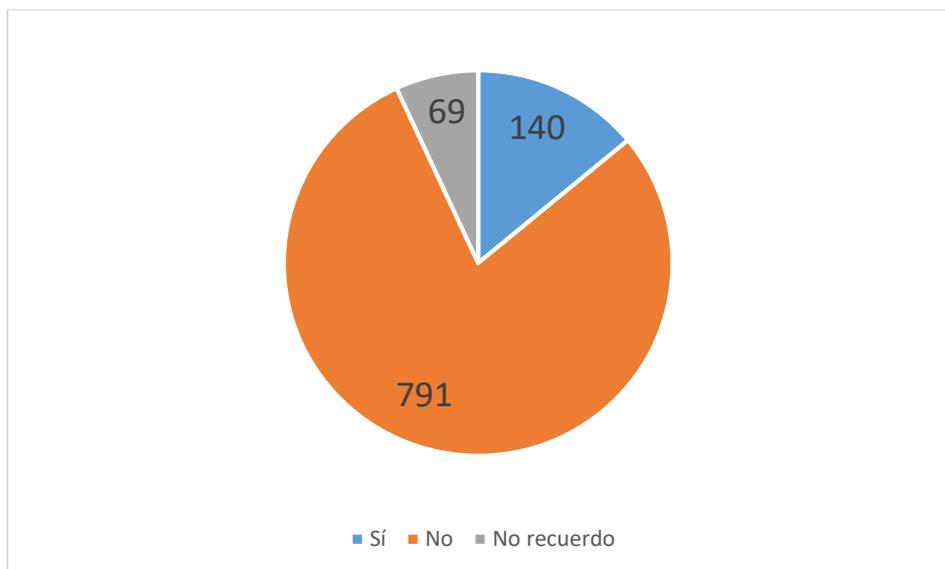
Respecto a la participación a través de Facebook, una amplia mayoría de los encuestados no siguen ninguna de sus cuentas de la red social (71% en el caso de RTVE y 76,8% en el caso de las televisiones autonómicas). Cerca de una cuarta parte siguen en Facebook a RTVE (24,6%). Un porcentaje que en el caso del Facebook de las televisiones autonómicas es del 17,4% de los encuestados.

Con menor seguimiento aparece Twitter. RTVE en twitter es seguido por un 17,3% de los encuestados mientras que las televisiones autonómicas en esta red social es seguida por un 14%.

**Gráfico 19.** Seguimiento o no de alguna cuenta de la Televisión Pública Nacional en Twitter



**Gráfico 20.** Seguimiento o no de alguna cuenta de la Televisión Pública Autonómica en Twitter



### **3. Los cauces de participación del público casi inexistentes en las televisiones públicas españolas: RTVE, TV3 de Cataluña y Canal Sur de Andalucía por delante**

Tal y como estudiamos en una investigación anterior los cauces de participación del público de las televisiones públicas españolas responden a fórmulas legales vacías de contenido (Azurmendi & Muñoz Saldaña, 2016). No existe ni la tradición ni la voluntad política de cambio hacia otros modelos (Fernández Alonso & Fernández Viso, 2012b) como pueden ser el británico o el alemán, en los que se da una interacción con los cuerpos directivos de las televisiones públicas desde diferentes órganos representativos de las audiencias (los Audience's Councils de la BBC, los Consejos de Radiodifusión de las televisiones de los Lander alemanes). La investigación sobre rendición de cuentas o *accountability* (Alsius,

Mauri-Ríos & Rodríguez-Martínez, 2011; Puppis, 2009; Díaz-Campo & Segado-Boj, 2014) complementa desde otra perspectiva los estudios sobre participación del público, en la medida en que hace referencia “a la voluntad de los medios de responder frente a la sociedad por la actividad que llevan a cabo”. La participación del público constituye uno de los indicadores –junto con la autorregulación profesional y la transparencia informativa– de la rendición de cuentas ante el público (Suárez Villegas, Rodríguez Martínez, Mauri i de los Ríos & López Meri, 2017).

En la actualidad, RTVE y diez televisiones públicas autonómicas [Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), Radiotelevisión de Castilla-La Mancha (RTVCM), Radiotelevisión de las Islas Baleares (IB3), Corporación de Radio y Televisión de Galicia (CRTVG), Radio y Televisión del Principado de Asturias (RTPA), Radio Televisión Canaria (RTVC), Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CART), Canal Extremadura y Telemadrid] cuentan con un Consejo Asesor, el órgano que se considera como representativo de la participación de las audiencias. Aunque, tal y como su mismo nombre indica, las funciones que se le atribuyen son de asesoramiento. De hecho, todos ellos tienen encomendada la tarea de emitir opiniones ante los Consejos de Administración o de gobierno de las televisiones, sobre asuntos de programación y sobre aquellas materias que el Consejo de Administración decida someter a su estudio.

Del examen de las webs corporativas de las televisiones se deduce la falta de actividad real de los Consejos Asesores españoles. No consta información de sus reuniones, informes elaborados, ni de su interacción con los órganos de gobierno de las televisiones.

Tampoco los Portales de Transparencia de las televisiones públicas –que podrían utilizarse como un cauce de participación complementario a los Consejos Asesores– han activado recursos para permitir otra participación distinta a la del acceso a la información sobre la organización, rendición de cuentas y recursos financieros. Finalmente, el tercero de los cauces de participación de los ciudadanos en las televisiones públicas es el Defensor del Espectador o de la Audiencia. RTVE, la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales y la Radio Televisión de Andalucía cuentan con este tipo de recurso. Por sus funciones de recibir quejas de los espectadores y elevarlas a los Consejos de Administración de las televisiones, son sobre todo mediadores entre el público y las televisiones, desde este punto de vista su dimensión de cauce de participación de los ciudadanos es muy limitado. Las memorias publicadas por los Defensores del espectador confirman el reconocimiento del público como vía efectiva para dirigir sus quejas y comentarios, así como un aumento progresivo en su actividad. Por ejemplo, la Memoria del Defensor del Espectador de RTVE, del primer trimestre de 2017, destaca el incremento de comunicaciones de espectadores con respecto al último trimestre de 2016, de 1138 a 1980 en los primeros meses de 2017; una tendencia que es general en las televisiones que cuentan con este cauce de participación.

**Gráfico 21.** Fuente: Memoria del Defensor del Espectador de RTVE

	4º2016	1º 2017	DIFERENCIA
<b>RECIBIDO</b>	1138	1980	842
<b>GESTIONADO</b>	1045	1877	832
<b>RNE</b>	41	83	42
<b>i RTVE</b>	63	51	-12
<b>TVE</b>	886	1686	800
<b>SIN COMPETENCIA</b>	55	57	2
<b>CLAN</b>	41	31	-10
<b>DEPORTES</b>	108	299	191
<b>INTERNACIONAL</b>	46	27	-19
<b>PROGRAMAS</b>	489	1064	575
<b>INFORMATIVOS</b>	187	251	64
<b>TÉCNICA</b>	15	14	-1

Del total de los comentarios y quejas del público, una mayoría se concentran en TVE - 886- y de ellos 187 se refieren a los informativos.

En cuanto a la Memoria de 2015 –la última publicada en el momento de redacción de este artículo- de la Defensora del Espectador de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, se recoge que han sido 19.415 el total de comunicaciones de espectadores recibidas. Del conjunto de comunicaciones, 3837 corresponden a TV3. También en este caso los informativos acumulan la mayoría de las comunicaciones, junto con un programa de éxito, “El foraster”. En la redes sociales, el Informe señala que, en diciembre de 2015, TV3 tenía 3.749.761 de seguidores en Facebook –no se desglosan las cuentas, ni se informa sobre cuántos de esos seguidores se corresponden con programas determinados, con cuentas institucionales, etc.- (se ha comprobado con fecha 26.7.2017 que TV3 tenía 480.000 seguidores de Facebook). En Twitter, en la misma fecha, TV3 tenía 1.751.222 seguidores (426.000 seguidores, es el dato que comprobamos con fecha 26.7.2017). Tampoco en este caso se hace un desglose.

**Gráfico 22.** Fuente: Memoria de la Defensora del Espectador CCMA

Programa	Agraïment	Consulta/ comentari	Queixa	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
El foraster	7	110	596	713	3,67
Telenotícies	7	383	182	572	9,61
Els matins	13	431	66	510	5,12
El Faro, cruïlla de camins	3	416	77	496	1,80
Info K	57	367	38	462	10,46
Divendres	2	242	44	288	5,95
Espai Terra	1	206	30	237	3,85
30 minuts	12	170	25	207	12,97
Oh Happy Day	5	154	24	183	1,06
Cites	8	132	29	169	2,58
<b>RESUM</b>	<b>115</b>	<b>2.611</b>	<b>1.111</b>	<b>3.837</b>	<b>5,84</b>

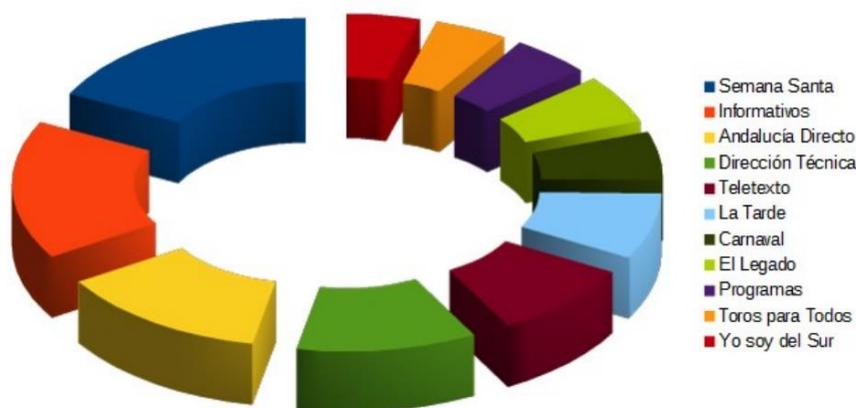
Por su parte, la Memoria de 2016 del Defensor de la Audiencia de la Radio Televisión de Andalucía señala que se han recibido 588 comunicaciones de ciudadanos –la mayoría de ellas referidas a la Semana Santa y a los Informativos- y 1055 interacciones directas en redes sociales. Sin embargo, no aparecen reflejadas el tipo de redes sociales ni las cuentas en las que se han activado tales interacciones.

**Gráfico 23.** Fuente: Memoria del Defensor de la Audiencia de la Radio y Televisión de Andalucía

**MENSAJES POR TIPOS Y CONTENIDOS EN CSTV**

(El listado se ha ordenado de acuerdo al número de quejas recibidas)

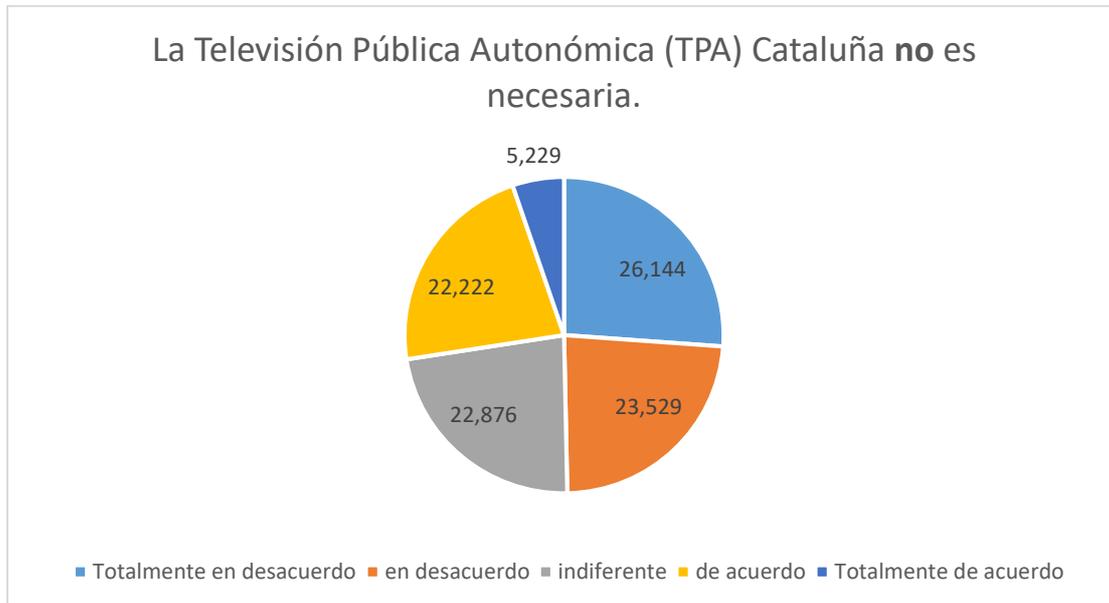
	Quejas	Opiniones	Sugerencias	Petición Info	Felicitaciones
Semana Santa	43		1		1
Informativos	40	5	6		2
Andalucía Dir.	32		1		3
Dir Técnica	27		4	9	
Teletexto	22		1	4	
La Tarde Aquí.	19	4	7		1
Carnaval	14			1	
El Legado	14		5	5	
Programas	12	3	8	10	3
Toros p Todos	11	2	1		1



A partir de estos datos sobre la presencia en tres televisiones públicas de un cauce añadido para la participación del público, como es el Defensor de la Audiencia o del Espectador, hemos comprobado el grado de satisfacción de las televisiones en aquellas Comunidades Autónomas cuya televisión tiene este recurso, Cataluña y Andalucía. Hemos comprobado también si existe o no una diferencia notable entre los datos de satisfacción referidos a estas dos regiones y los correspondientes al resto de comunidades autónomas cuya televisión no tiene Defensor.

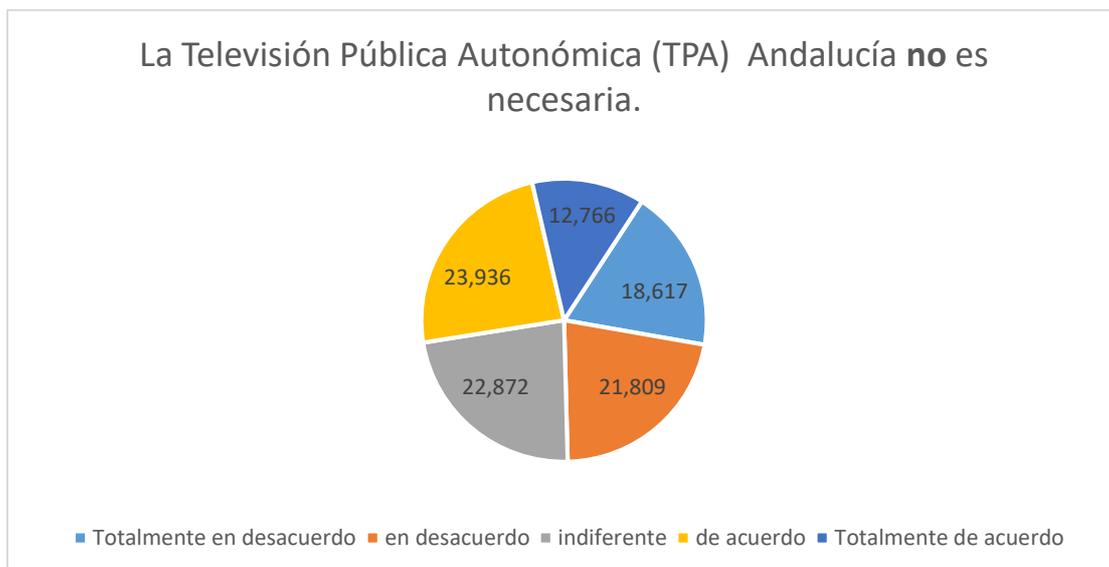
Para realizar este estudio comparativo se han desagregado de la encuesta de Qualtrics los datos de la Q6 de Andalucía y Cataluña por separado. Se ha mantenido en el agregado los datos de estas Comunidades Autónomas a efectos de comparación de la parte con el total. A continuación, se han obtenido los porcentajes de los datos totales, tanto para las Comunidades Autónomas como para España. Finalmente se ha procedido a la elaboración de gráficas comparativas. Debido a que la pregunta Q6 contenía una redacción en sentido positivo sobre la Televisión Pública Nacional (es necesaria) y en negativo para la Televisión Autonómica (no es necesaria) se han agregado los datos de las respuestas dando la vuelta a los porcentajes de la Televisión Pública Nacional que estaban en positivo frente a los de la Televisión Autonómica que estaban en negativo.

**Gráfico 24.** Cataluña. Acuerdo o desacuerdo sobre la necesidad de la Televisión Pública Autonómica. Porcentaje



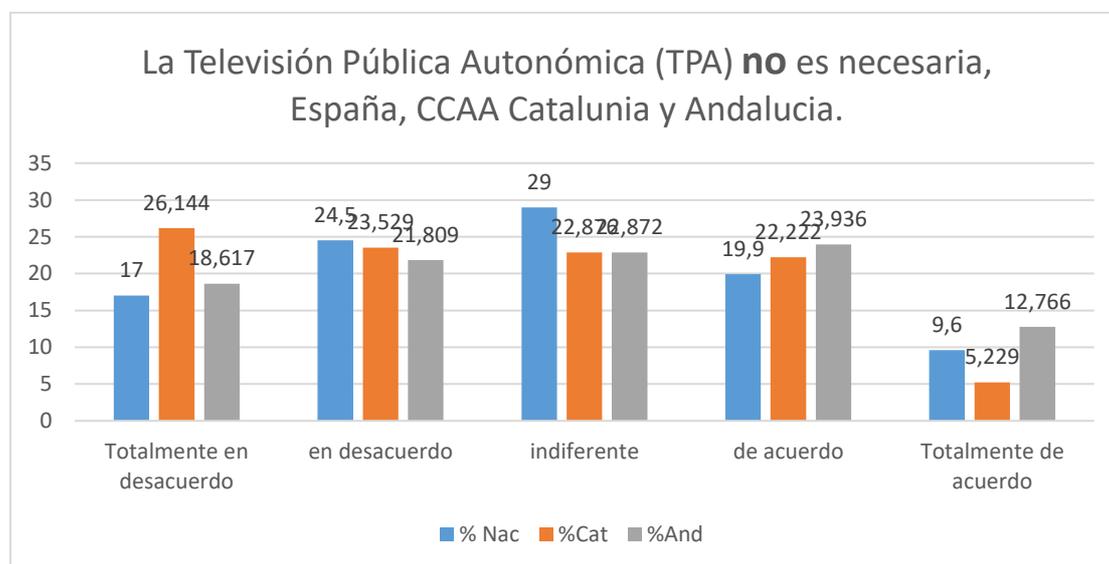
Casi la mitad de los ciudadanos catalanes consideran que la televisión autonómica es necesaria (49,6%) por encima del 41% del conjunto de encuestados de toda España. Además, entre ellos algo más de una cuarta parte manifiesta su percepción de la necesidad de la televisión de una forma absoluta (26,1% “totalmente en desacuerdo” con que la televisión autonómica no es necesaria). Es representativo que sólo una pequeña parte de los encuestados catalanes (5,2%) consideren de forma absoluta que la televisión autonómica no es necesaria. Mientras que si se interpreta que los que se muestran indiferentes en esta cuestión, no se oponen a la televisión autonómica, sumarían una amplia mayoría (72,5%).

**Gráfico 25.** Andalucía. Acuerdo o desacuerdo sobre la necesidad de la Televisión Pública Autonómica. Porcentaje.



En cuanto a los encuestados andaluces, cerca de la mitad (40,4%) perciben la televisión autonómica como necesaria, de ellos un 18,6% lo expresa de forma absoluta como “totalmente en desacuerdo” con que no sea necesaria. Algo más de la tercera parte de los encuestados (36,7 %) considera que no es necesaria; de ellos, una cantidad significativamente mayor que en el caso de Cataluña (12,8%) se posiciona de forma absoluta (“totalmente de acuerdo” con que no es necesaria). Lo relevante del caso andaluz es que la diferencia entre los que ven necesaria la televisión y los que no la ven necesaria es pequeña. Pensamos que la opción de “indiferente” ante la expresión “la televisión autonómica no es necesaria” –que se eleva a un 22,9% se puede interpretar como no oposición a la televisión. Desde este punto de vista, habría una cifra más amplia de un 63,3% de encuestados andaluces que estarían conformes con la existencia de la televisión autonómica, pero sin llegar a los porcentajes de las tres cuartas partes de los encuestados catalanes (72,5%).

**Gráfico 26.** Comparativa. Necesidad de la televisión pública autonómica. Media de la valoración de usuarios del conjunto de las autonomías frente a la valoración de los usuarios de Cataluña y Andalucía. Porcentaje.

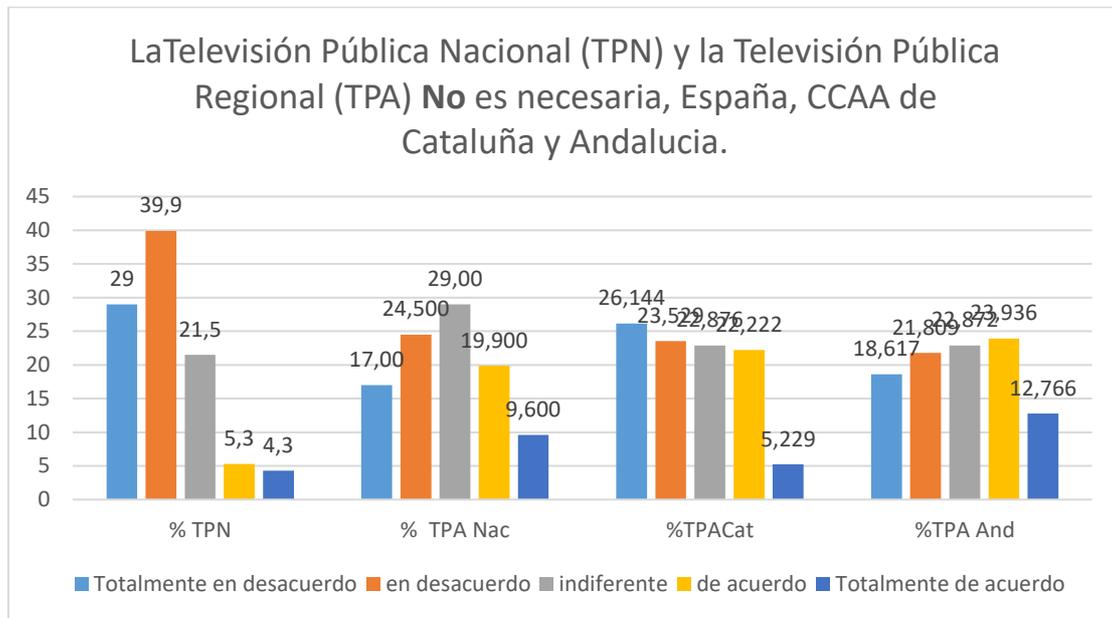


Al analizar los datos separados de Cataluña y Andalucía, y compararlos con el promedio de valoración de la televisión autonómica en el conjunto de Autonomías, encontramos que, por un lado, hay un porcentaje significativamente mayor en Cataluña de quienes expresan de forma absoluta no estar de acuerdo con que la televisión autonómica no es necesaria; mientras que los valores de indiferencia sobre esta necesidad de la televisión son notoriamente inferiores en Cataluña y Andalucía que en el resto de autonomías. Andalucía por otro lado sorprende por su valor muy por encima de Cataluña y del promedio de Comunidades Autónomas en la expresión de forma radical de que la televisión autonómica no es necesaria. (12,8% frente al 5, 2% de Cataluña y el 9,6% del conjunto de Comunidades Autónomas).

Sin embargo, si se comparan estos datos con la valoración acerca de la necesidad de la televisión pública nacional, se observa que el porcentaje de quienes consideran que ésta es necesaria es mucho mayor: hasta un 68,9%, del cual un 29% lo expresa de forma absoluta. En el mismo sentido, el porcentaje de los encuestados que consideran que no es necesaria la televisión pública nacional es mínimo –un 9,6%, y de ellos un 4,3% lo expresa de forma radical–, en comparación con los porcentajes de quienes piensan que la televisión

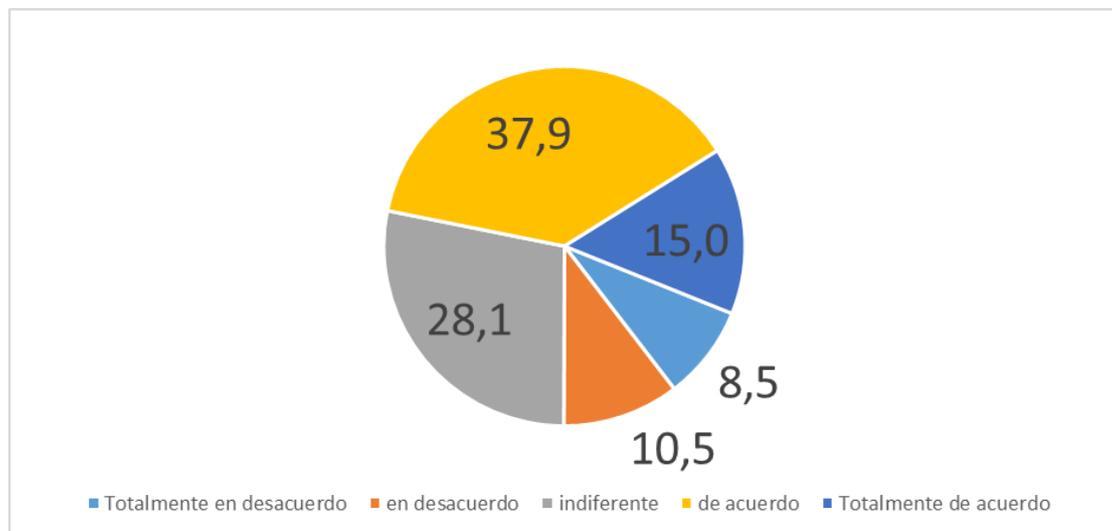
autonómica no es necesaria, tanto en el conjunto de comunidades autónomas, como en Cataluña y Andalucía.

**Gráfico 27.** Comparativa. Necesidad de la televisión pública autonómica. Media de la valoración de usuarios del conjunto de las autonomías sobre la necesidad de la Televisión Pública Nacional, la Televisión Pública Autonómica, frente a la valoración de los usuarios de Cataluña y Andalucía. Porcentaje.



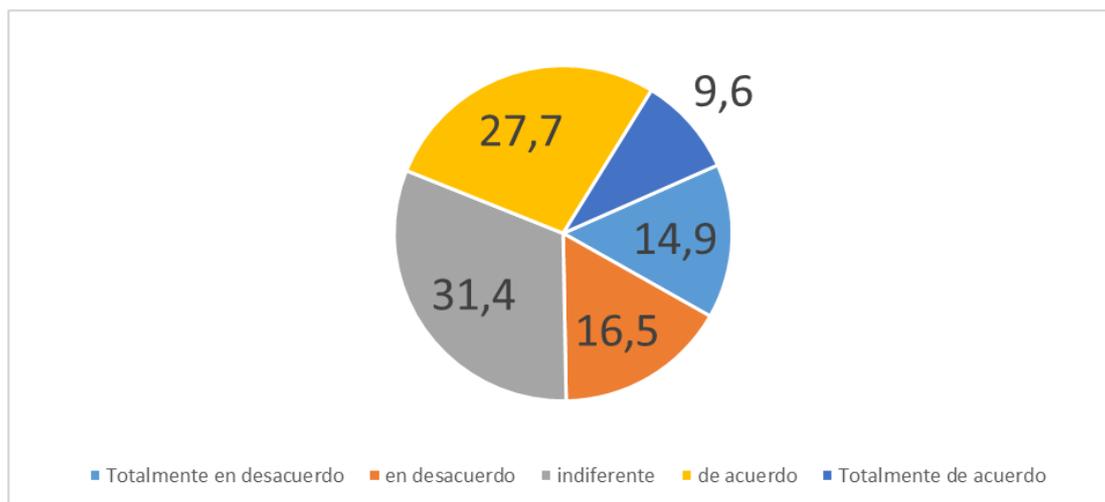
Respecto a la satisfacción por el servicio de la televisión autonómica en Cataluña, algo más de la mitad de los encuestados (un 52,0%) expresa su satisfacción frente a casi cerca de una quinta parte que manifiesta no estar satisfecho (10%). Resulta demasiado alto el número de encuestados que eligieron la opción de indiferente (28,1%).

**Gráfico 28.** Satisfacción de usuarios de Cataluña con la Televisión Pública de Cataluña. Porcentaje.



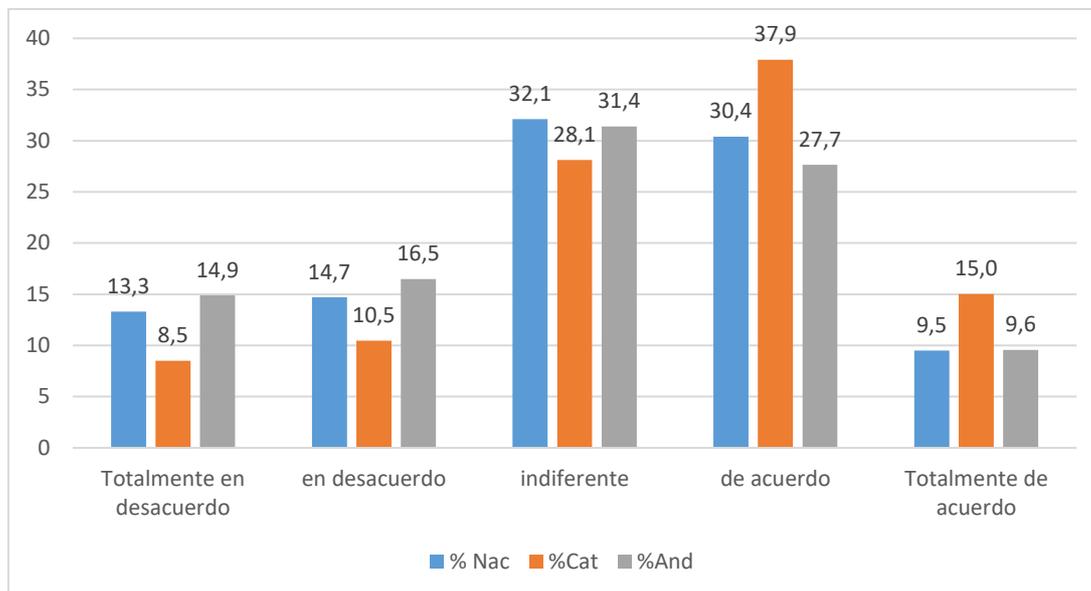
En cuanto a Andalucía, la satisfacción es expresada por una cantidad moderada de encuestados (37,3%) muy cercana a la cantidad de encuestados que muestran insatisfacción (31,4%). Resulta relevante que de éstos últimos un 14,9% manifieste su insatisfacción de forma radical (“totalmente en desacuerdo”). También llama la atención el porcentaje de quienes eligieron la opción de indiferente (31,4%), que coincide con el porcentaje de los encuestados insatisfechos con la televisión autonómica.

**Gráfico 29.** Satisfacción de usuarios de Andalucía con la Televisión Pública de Andalucía. Porcentaje.



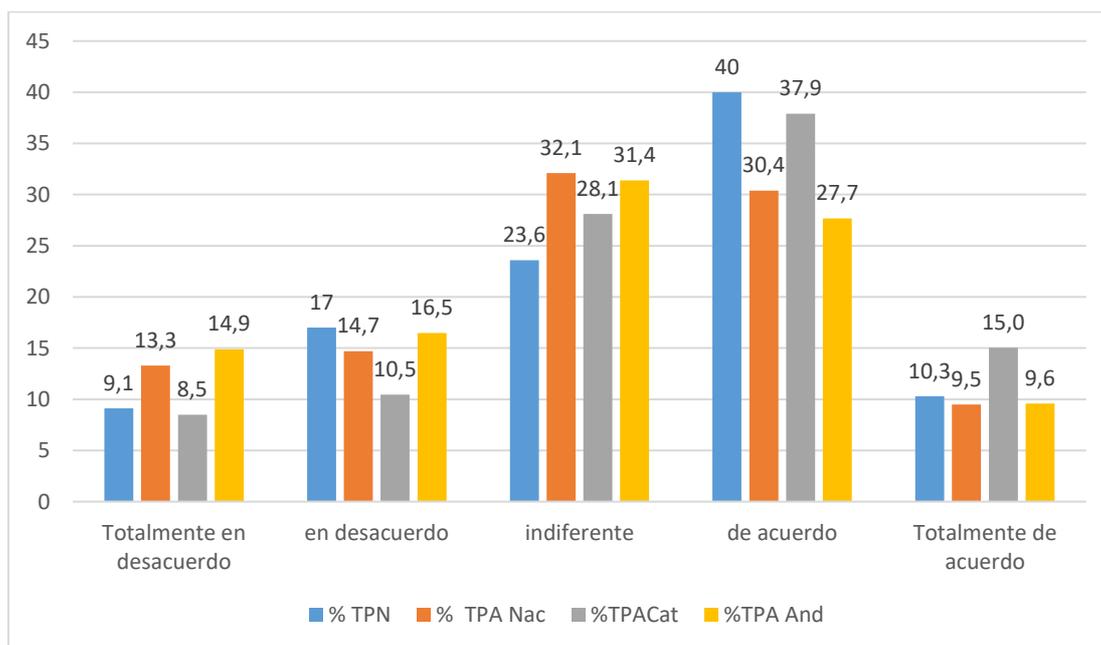
Comparando estos valores de satisfacción con los expresados por el conjunto de encuestados de las Comunidades Autónomas, resultan relevantes dos datos: por un lado, son muchos más los satisfechos con la televisión autonómica en Cataluña (hasta 7,5 puntos por encima) que en el resto de Comunidades Autónomas. Por otro, en Andalucía la satisfacción con la televisión autonómica no difiere de la que existe en otras comunidades.

**Gráfico 30.** Comparativa. Satisfacción del conjunto de usuarios con la Televisión Pública Autónoma, frente a la valoración de la satisfacción de usuarios de Cataluña y de Andalucía sobre sus Televisiones Públicas Autonómicas. Porcentaje.



En el caso de la satisfacción, al igual que ocurría con el valor “necesidad”, si se comparan los porcentajes entre televisión nacional y televisiones autonómicas, la primera es la más beneficiada. Un 50,9% de los encuestados dice estar satisfecho con RTVE, del cual un 10,3% lo hace de forma absoluta.

**Gráfico 31.** Comparativa. Valoración de la satisfacción del conjunto de usuarios con la Televisión Pública Nacional y con la Televisión Pública Autónoma frente a la valoración de la satisfacción de los usuarios de Cataluña y de Andalucía con sus Televisiones Públicas Autonómicas. Porcentaje.



El hecho de que los encuestados catalanes y andaluces muestren valores tan diferentes entre ellos acerca de la necesidad y satisfacción de la televisión autonómica y que, además, los valores de los encuestados andaluces sean tan semejantes a los del conjunto de encuestados de todas las comunidades, señala que la presencia del Defensor de la Audiencia o del Espectador no implica un incremento en la apreciación de la televisión autonómica. En el caso de RTVE donde la consideración tanto de su necesidad como de la satisfacción está muy por encima de las televisiones autonómicas, tampoco es posible demostrar que la existencia del Defensor de la Audiencia en ella sea la causa –o una de las causas– de este incremento de valor, al ser tan sólo tres las televisiones públicas que cuentan con el cauce de participación y expresar valores tan diferentes los encuestados de Cataluña y Andalucía.

#### **4. Conclusiones**

Una mayoría de ciudadanos sitúa la independencia como uno de los valores más importantes de las televisiones públicas, tanto de RTVE –la televisión nacional– como de las televisiones autonómicas. Más de la mitad de los encuestados (53,9%) considera que la independencia es prioritaria, por encima de los valores de imparcialidad, pluralismo y neutralidad, mientras que algo más de una cuarta parte (26,4%) piensan que la independencia es importante, pero por debajo de estos valores.

La independencia es entendida sobre todo como independencia de los partidos políticos en el gobierno de la televisión (de 0 a 100 como valores de menos a más importante, un 67). No obstante, hay también una alta demanda de independencia editorial (sobre un máximo de 100 un 66,2) una característica que es consecuencia de la independencia de los partidos políticos en el gobierno de las televisiones. Al mismo tiempo esa independencia se considera que debería ser también, en cierto grado, una independencia económica (sobre un máximo de 100 se puntúa con un 55,8), algo que significa una crítica a la financiación pública de las televisiones.

Una amplia mayoría de los encuestados percibe que las televisiones públicas no son independientes. De ellos, algo más de la mitad (51,1%) consideran que RTVE no es independiente del poder político y un 54,1% afirma que las televisiones autonómicas tampoco lo son; mientras que una cuarta parte de ellos opina lo contrario de RTVE (25%) y una cantidad algo inferior (22,3%) de las televisiones autonómicas.

No se ha podido demostrar una correlación positiva entre participación de los ciudadanos en el gobierno de las televisiones públicas junto con el uso existente de los canales de participación y una mayor reputación de las televisiones públicas (en términos de considerarlas necesarias y expresar satisfacción sobre su actividad).

Se ha evidenciado que se valora muy positivamente la posibilidad de participar. Más de la mitad de los encuestados (56,6 %) opina que una mayor participación ciudadana significa también una mayor independencia en el gobierno de la televisión pública. Un aprecio por la participación que no procede tanto de una tradición de las televisiones, o una publicidad que se haya hecho desde ellas, como de otros factores ajenos al desarrollo mismo de las televisiones públicas españolas. Entre ellos, la creciente demanda democrática por una mayor participación ciudadana en todas las esferas políticas.

La participación mediante seguimiento a través de las redes sociales Facebook y Twitter es muy limitada. Una amplia mayoría de los encuestados no siguen ninguna de las cuentas de televisiones públicas –ni institucionales ni de programas– en Facebook (71% en el caso de RTVE y 76,8% en el caso de las televisiones autonómicas). Cerca de una cuarta parte siguen en Facebook a RTVE (24,6%). Un porcentaje que desciende al 17,4% de los encuestados que siguen a televisiones autonómicas en esta red social. Con menor seguimiento aparece Twitter. RTVE es seguida en esta red por un 17,3% de los encuestados mientras que las televisiones autonómicas se limitan a un 14% de seguidores.

Aunque en la investigación la satisfacción de los usuarios con las televisiones públicas se había planteado como un aspecto de contexto, al relacionarlo con los valores independencia y participación, se han encontrado resultados relevantes. Una mayoría de los encuestados (50,3%) se siente satisfecho con la Televisión Pública Nacional. Mientras que, en el caso de la Televisión Pública Autonómica, esa cifra desciende a un 39,9%. No obstante, no hay homogeneidad entre Comunidades Autónomas ya que, en el caso de la televisión pública catalana, la satisfacción asciende al 52,9%.

Existe una clara necesidad de monitorizar y realizar investigación avanzada sobre el servicio público audiovisual en nuestro país y entorno socioeconómico. El análisis de las distintas hipótesis y variables de esta investigación son un complemento necesario para analizar e interpretar los retos y oportunidades que este servicio público afronta en los próximos años. El cambio en los hábitos de uso y consumo de la audiencia en las distintas plataformas y soportes disponibles, la necesidad de dotar de mayor independencia y autonomía financiera, de mejores canales de participación, la evolución en la utilidad real percibida por los distintos targets de edad sobre el servicio público audiovisual. Todos estos retos e incertidumbres presentan una oportunidad y a la vez amenaza para la consolidación de un servicio público audiovisual tan necesario para garantizar la salud audiovisual y democrática de nuestra sociedad. Deseamos que esta investigación permita iluminar y asesorar al legislador y administrador de lo público, así como al científico de la investigación en medios de comunicación en la comprensión del servicio público audiovisual. En este sentido seguiremos investigando.

## Referencias

- Almirón, N., Capurro, M. & Santcovsky P. (2010). The Regulation of Public Broadcasters' News Coverage of Political Actors in Ten European Union Countries. *Communication & Society* 23 (1), 205-236.
- Azurmendi, A. & Muñoz Saldaña, M. (2018). Programas de entretenimiento, documentales e informativos transmedia en EITB, CCMC, CGRTV y RTVA: la obligación de servicio público de reconectar con la audiencia joven en un entorno de proximidad. In E. Galán, A. Rodríguez Serrano, & J. Marzal Felici (Ed) *Contenidos Transmedia para la Radiotelevisión de Proximidad* (pp. 91-106). Pamplona: Eunsa.
- Azurmendi, A., Llorens, C., López Vidales, N. & Bas Portero, J.J. (2015). Audience participation as added value for public service proximity television. The case study of ETB 2's "La noche de...". *Revista Latina de Comunicación Social* (70), 490-518. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1056/26en.html> doi: [10.4185/RLCS-2015-1056en](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1056en)
- Azurmendi, A. & Muñoz Saldaña, M. (2016) Participación del público en televisiones públicas autonómicas: una propuesta a partir de la reforma 2016 de la BBC. *El Profesional de la Información* 25 (5), 803-813. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2016.sep.11>
- Barnett, S. (2015). Plurality and Public Service Broadcasting: Why and How PSBs Deserve Protection. In S. Barnett & J. Townend (Ed) *Media Power and Plurality* (pp. 45-64). Basingstoke: Palgrave.
- Carpentier, N. (2011). *Media and participation: A site of ideological-democratic struggle*. Bristol: Intellect.
- Carpentier, N. (2015). Differentiating between Access, Interaction and Participation. *Conjunctions: Transdisciplinary Journal of Cultural Participation* 2(2), 8-28. Recuperado de <https://tidsskrift.dk/tcp/article/view/23117>

- Comisionado para los Derechos Humanos del Consejo de Europa (2011). *Public Service Media and Human Rights. Issue Discussion Paper*. Estrasburgo: Consejo de Europa.
- Daskal, E. (2016). My voice needs to be heard: Cultural challengers in the regulatory arena. *International Journal of Communication* (10), 786–804.
- Defensor del Espectador, Oyente y Usuario de Medios Interactivos (2017). *Informe trimestral Enero-Febrero- Marzo 2017*. Recuperado de [http://www.rtve.es/contenidos/documentos/INFORME\\_PRIMER\\_TRIMESTRE\\_2017.pdf](http://www.rtve.es/contenidos/documentos/INFORME_PRIMER_TRIMESTRE_2017.pdf)
- Defensora de l'Audiència, Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (2017). *Informe anual 2015*. Recuperado en <http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/7/6/1469631642867.pdf>
- European Audiovisual Observatory (2015). *Public Service Media Remit in 40 European countries*. Recuperado de <https://rm.coe.int/1680783338>
- Fernández Alonso, I. & Fernández Viso, A. (2012). ¿Cómo se gobiernan las radiotelevisiónes públicas autonómicas?: Órganos de gestión, injerencia política y fragilidad de los mecanismos de control. In J.C. Miguel de Bustos & M.A. Casado del Río (2012). *Televisiónes autonómicas. Evolución y crisis del modelo de proximidad* (pp. 119-142). Barcelona: Gedisa.
- Fernández Alonso, I. & Fernández Viso, A. (2012). Internal pluralism in the governance of public service broadcasters in Spain and the role of social groups and professionals. The case of RTVE. *Communication & Society* 25(2), 203–230.
- Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity.
- Gibbons, T. & Humphreys, P. (2012) *Audiovisual Regulation under Pressure. Comparative cases from North America and Europe*. London–New York: Routledge.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hasebrink, U. (2011). Giving the Audience a voice: The Role of Research in Making Media Regulation More Responsive to the Needs of the Audience. *Journal of Information Policy* (1), 321–336.
- Hortz, Ch. (2016). *Public Service Broadcasting and Participation*, Manuscrito, Paper presentado en RIPE Conference, Antwerp.
- 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), 270–287. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1046fu/16es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2015-1046
- Iosifidis, P. (2010). Pluralism and Funding of Public Service Broadcasting Across Europe. En P. Iosifidis (Ed.), *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. (pp. 23–35) London: Palgrave Macmillan.
- Iosifidis, P. (2010). *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Basingstoke: Palgrave.
- Iosifidis, P. (2011b). The Public Sphere, Social Networks and Public Service Media' Information. *Information, Communication & Society* 14 (5), 619–637.
- Kleinstauber, H.J. (2010). Public Service Broadcasting Councils in Germany. Making them fit for the future. In G.F. Lowe (Ed.). *The Public in Public Service Media* (pp. 213–226). Göteborg: Nordicom.
- López Cepeda, A.M (2011). La gobernanza en la gestión y control de la radiotelevisión pública en España. In F. Campos Freire (Coord.) *Comunicación y Gobernanza en Europa*. (pp. 153–176). Madrid: Universitas.
- Manfredi Díaz, A. (2016). *Memoria del Defensor de la Audiencia de RTVA 2016*. Recuperado de <http://blogs.canalsur.es/defensorrtva/files/Memoria-Defensor-2016.pdf>

- Miguel de Bustos, J.C. (2012) Introducción. In J.C. Miguel de Bustos, & M.A. Casado del Río, *Televisión autonómica. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. (p. 27). Barcelona: Gedisa.
- OFCOM (2015). *Public Service Media in the Internet Age*. Recuperado de [https://www.ofcom.org.uk/\\_data/assets/pdf\\_file/0025/63475/PSB-statement.pdf](https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0025/63475/PSB-statement.pdf)
- OFCOM (2009). *Ofcom's Second Public Service Broadcasting Review: Putting Viewers First*. Recuperado de [https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-1/psb2\\_phase2](https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-1/psb2_phase2)
- Parlamento Europeo (2013). *Media freedom: MEPs call for annual EU monitoring of national media laws*. Recuperado de <http://www.europarl.europa.eu/news/en/news-room/20130520IPRO8584/media-freedom-meps-call-for-annual-eu-monitoring-of-national-media-laws>
- Meri, A., Merino-Arribas, A. & Mauri Ríos, M. (2017). Instrumentos de rendición de cuentas en España. Análisis comparativo en Cataluña, Madrid y Valencia. *El Profesional de la Información* 26 (2), 255-266. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.12>
- Saperas, E. (2011). Sistemas de regulación y valores de la comunicación actual. In F. Campos Freire (Coord.) *Comunicación y Gobernanza en Europa*. (pp. 127-152). Madrid: Universitas.
- Suárez Villegas, J.C., Rodríguez Martínez, R., Mauri, I., De los Ríos, M. & López Meri, A. (2017). Accountability y culturas periodísticas en España. Impacto y propuesta de buenas prácticas en los medios de comunicación españoles (MediaACES). *Revista Latina de Comunicación Social* (72), 321-330. DOI: 10.4185/rles-2017-1167.
- Tremblay, G. (2016). Public Service Media in the Age of Digital Networks. *Canadian Journal of Communication* 41 (1), 191-2016. Recuperado de <http://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/3062>