

LAS REDES SOCIALES Y LAS APLICACIONES MÓVILES EN LAS ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS MEDIOS DE SERVICIO PÚBLICO EUROPEOS*

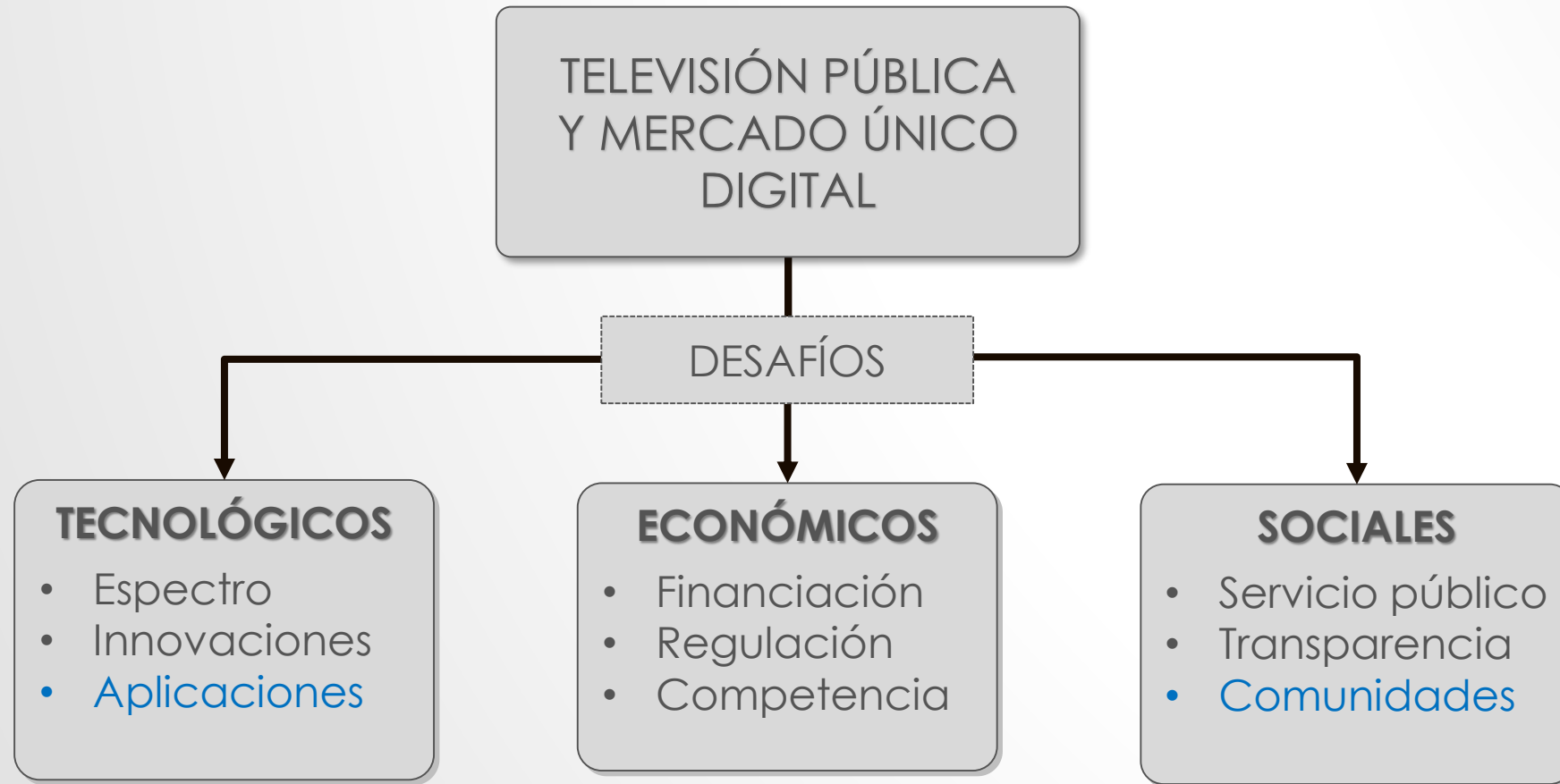
Carmina Crusafon, Carlos González Saavedra y Marcial Murciano (UAB)

II Congreso Internacional de Investigación en Comunicación

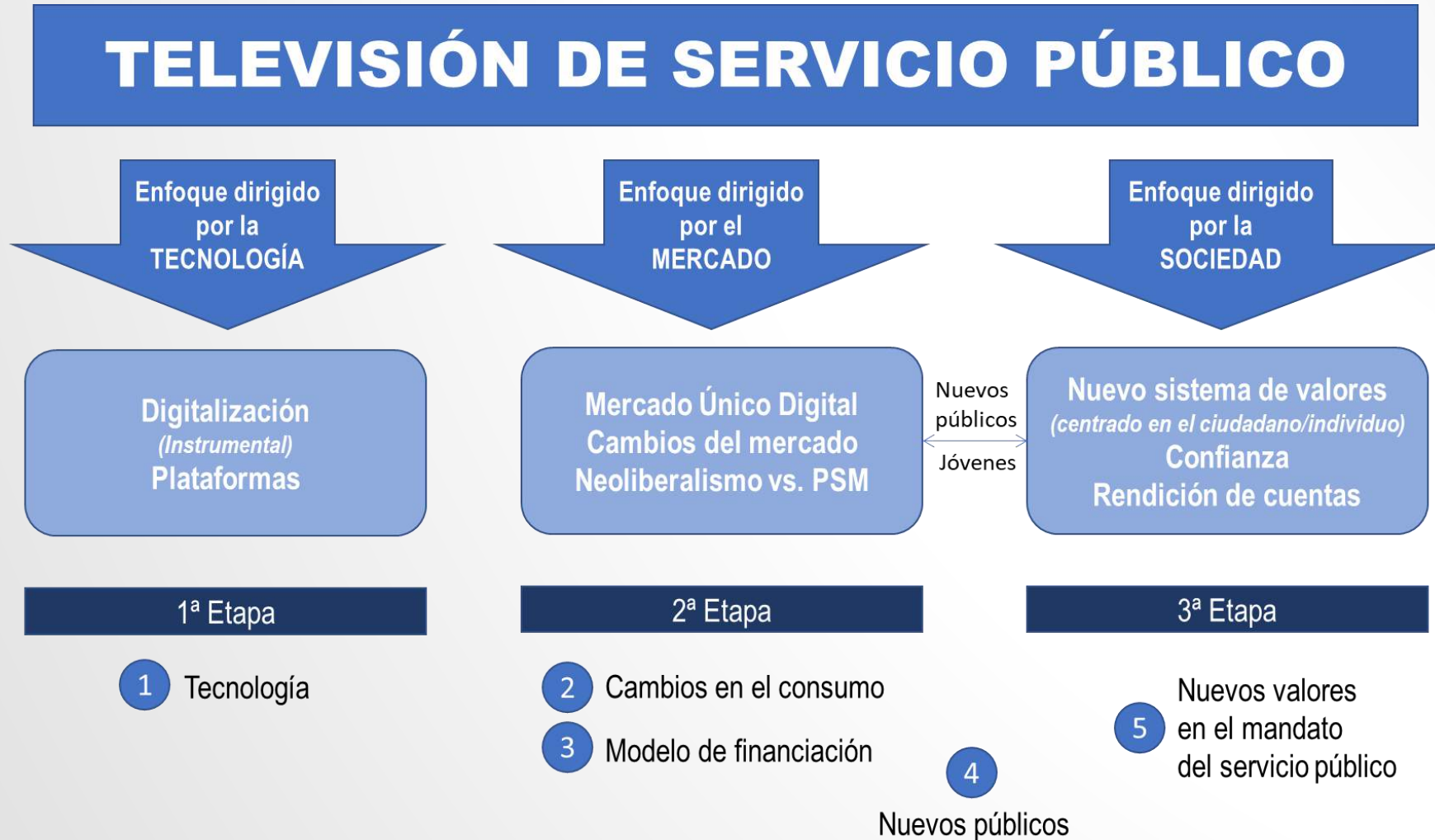
Societat Catalana de Comunicació (SCC), 28 de junio de 2019

*Proyecto CSO2017-82277-R, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades

EL OBJETO DE ESTUDIO DEL PROYECTO



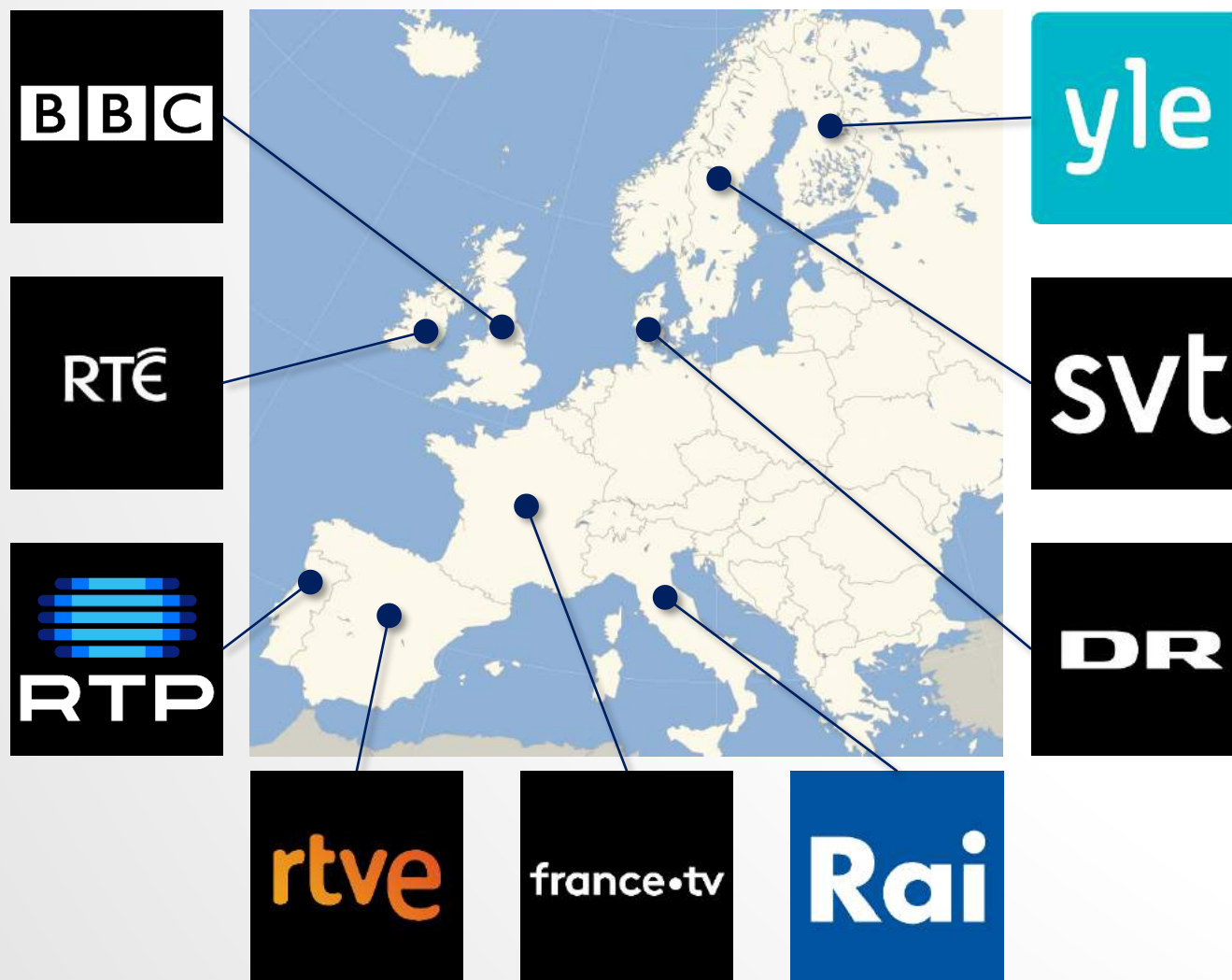
EL MARCO DE ANÁLISIS DEL PROYECTO



METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

- La muestra seleccionada está compuesta por nueve corporaciones europeas de servicio público: British Broadcasting Corporation (**BBC**, Reino Unido), DR (**DR**, Dinamarca), Corporación de Radio y Televisión Española S.A. (**RTVE**, España), Yleisradio (**YLE**, Finlandia), France Télévisions (**France Télévisions**, Francia), Raidió Teilifís Éireann (**RTÉ**, Irlanda), Radiotelevisione Italiana (**RAI**, Italia), Radio y Televisión de Portugal (**RTP**, Portugal) y Sveriges Television (**SVT**, Suecia).
- Las redes sociales estudiadas son **YouTube**, **Facebook**, **Instagram** y **Twitter**.
- Criterios para seleccionar las cuentas analizadas: 1) Cuentas verificadas por las propias redes sociales; 2) Cuentas de televisión preferentemente vinculadas a cadenas lineales de las corporaciones; 3) Cuentas asociados a programas especialmente significativos. Se excluyen otras cuentas corporativas, como las de la radio pública o las cuentas de presentadores. En total se han considerado los datos de **306 cuentas verificadas en redes sociales y 89 aplicaciones móviles**.
- Se han recogido **19 indicadores para cada corporación pública**, agrupados en tres categorías: **Actividad**, **Diversificación y Trayectoria**.
- Los datos correspondientes a las redes sociales se recabaron los días 4 y 5 de **junio de 2019**, mientras que los datos correspondientes a las aplicaciones móviles se recogieron entre los meses de febrero y abril de 2019.
- A fin de elaborar un índice compuesto que permitiera medir la actividad, diversificación y trayectoria de los medios públicos en el ámbito de las redes sociales y las aplicaciones móviles, se empleó una **adaptación de la metodología usada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones para elaborar su Índice de Desarrollo de las TIC**, IDI (International Telecommunications Union, 2019).

MUESTRA DE ESTUDIO EUROPEA

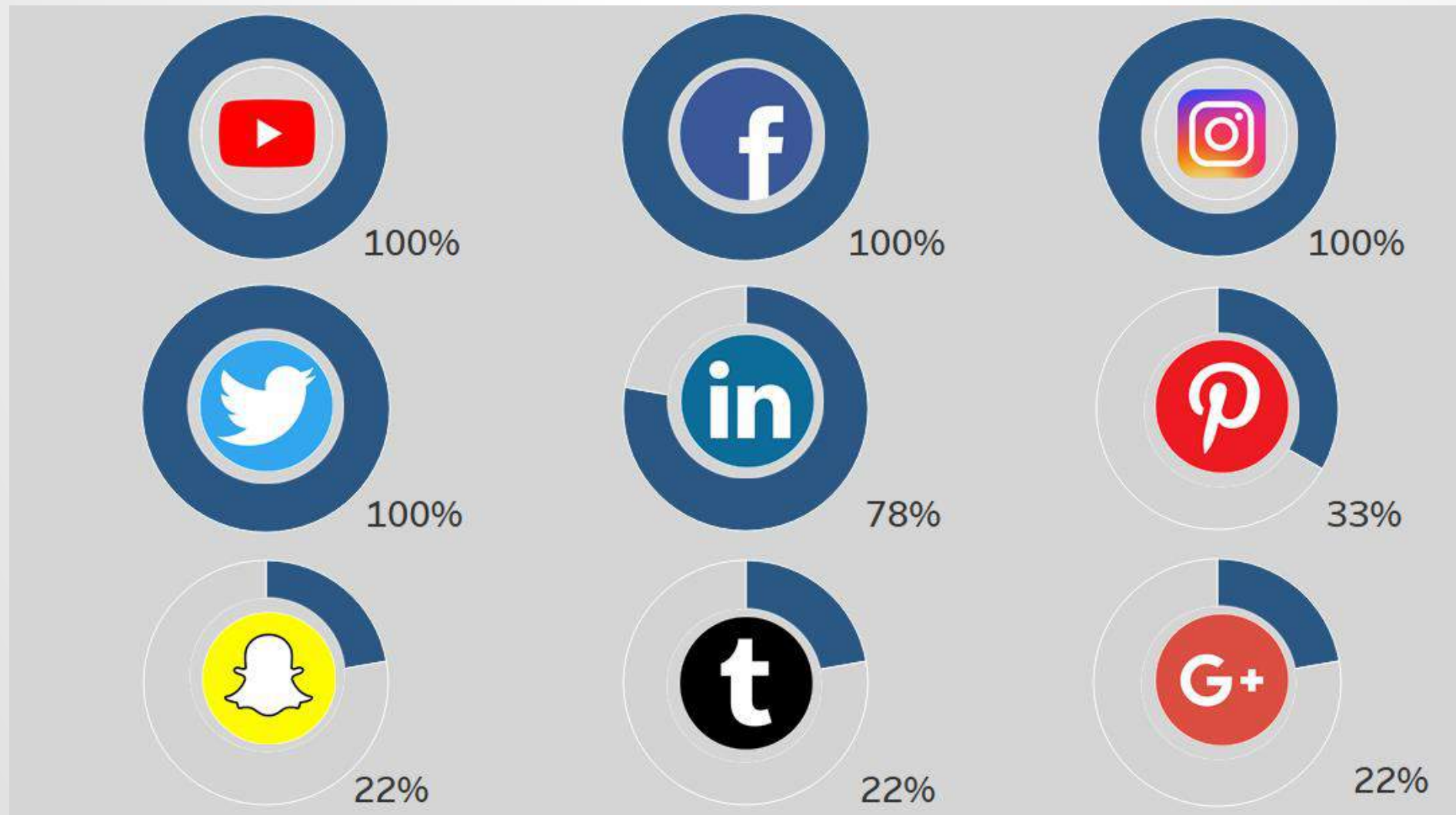


MAGNITUDES DE LOS MSP ANALIZADOS












Fuente:
 elaboración propia con datos de Balances Anuales, EBU, Barlovento.
 Audiencia: Francia (France Télévisions+Arte); Reino Unido (BBC+Channel Four); Irlanda (RTÉ+TG4).
 Año: 2017.

PRESENCIA DE LOS MSP ANALIZADOS EN LAS RRSS



Fuente:
elaboración
propia con
datos de las
RRSS recogidos,
Abril 2019

PRESENCIA DE LOS MSP ANALIZADOS EN LAS RRSS

Cadena	 YouTube	 Facebook	 Instagram	 Twitter	 LinkedIn	 Pinterest	 Snapchat	 Tumblr	 Google+
BBC	Present	Present	Present	Present	Present	Present	Absent	Present	Absent
DR	Present	Present	Present	Present	Present	Absent	Absent	Absent	Absent
France TV	Present	Present	Present	Present	Present	Present	Absent	Absent	Present
RAI	Present	Present	Present	Present	Absent	Absent	Absent	Absent	Absent
RTÉ	Present	Present	Present	Present	Present	Absent	Absent	Absent	Absent
RTP	Present	Present	Present	Present	Absent	Absent	Absent	Absent	Absent
RTVE	Present	Present	Present	Present	Present	Present	Present	Present	Present
SVT	Present	Present	Present	Present	Present	Absent	Present	Absent	Absent
YLE	Present	Present	Present	Present	Present	Absent	Absent	Absent	Absent

Fuente:
elaboración
propia con
datos de las
RRSS recogidos,
Abril 2019

SEGUIDORES DE LOS MSP EN LAS RRSS (M)

	YouTube	Facebook	Instagram	Twitter	TOTAL
BBC	27,3	87,3	15,3	91,4	221,3
DR	0,3	1,7	0,5	0,5	3,0
FRANCE TÉLÉVISIONS	1,3	9,2	0,5	5,8	16,8
RAI	3,3	5,8	0,6	3,4	13,2
RTÉ	0,5	2,8	0,3	1,5	5,0
RTP	0,8	1,9	0,1	1,2	4,0
RTVE	2,1	1,2	0,2	4,9	8,4
SVT	0,4	0,8	0,2	0,4	1,8
YLE	0,2	0,6	0,2	0,5	1,5
TOTAL	36,2	111,2	17,9	109,6	274,9

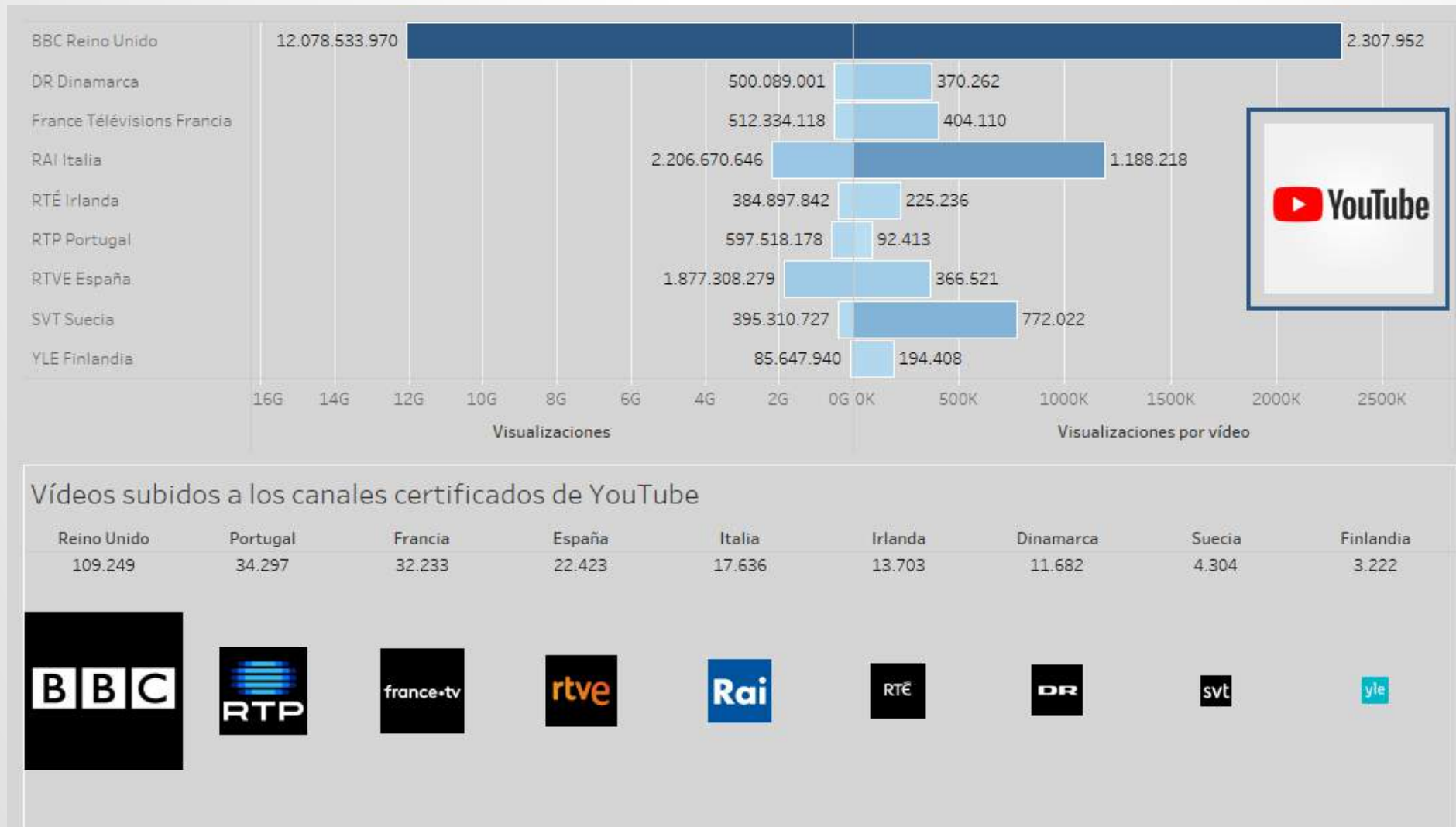
Fuente:
elaboración
propia con
datos de las
RRSS.
Junio, 2019.

APORTACIONES DE LOS MSP EN LAS RRSS

	YouTube	Instagram	Twitter	TOTAL
BBC	109.249	37.807	1.776.711	1.923.767
DR	11.682	12.808	237.413	261.903
FRANCE TV	32.233	15.817	535.154	583.204
RAI	17.636	17.665	694.244	729.545
RTÉ	13.703	9.612	402.251	425.566
RTP	34.297	3.014	174.947	212.258
RTVE	22.423	5.095	884.741	912.259
SVT	4.304	16.180	151.853	172.337
YLE	3.222	10.672	340.668	354.562
TOTAL	248.749	128.670	5.197.982	5.575.401

Fuente:
elaboración
propia con
datos de las
RRSS.
Junio, 2019.

ACTIVIDAD DE LOS MSP EN YOUTUBE



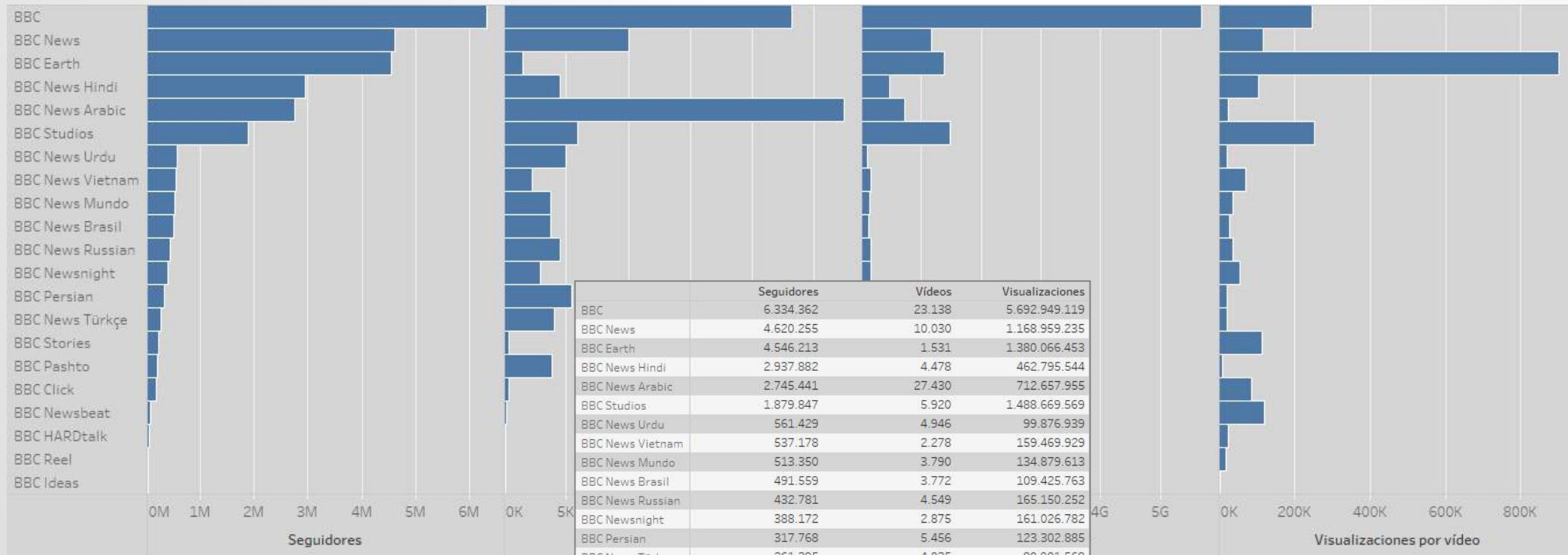
Fuente: elaboración propia con datos de YouTube. Junio, 2017.

CUENTAS EN LAS RRSS Y APPS DE LOS MSP

	Redes Sociales				Apps
	YouTube	Facebook	Instagram	Twitter	Google Play
BBC	21	11	9	15	16
DR	8	7	8	7	4
FRANCE TÉLÉVISIONS	12	10	10	11	14
RAI	2	16	10	18	4
RTÉ	9	6	5	6	4
RTP	6	7	3	8	8
RTVE	12	9	6	13	26
SVT	6	3	4	4	5
YLE	5	6	5	8	8

Fuente:
elaboración
propia con
datos de las
RRSS y
Google Play.
Junio, 2019.

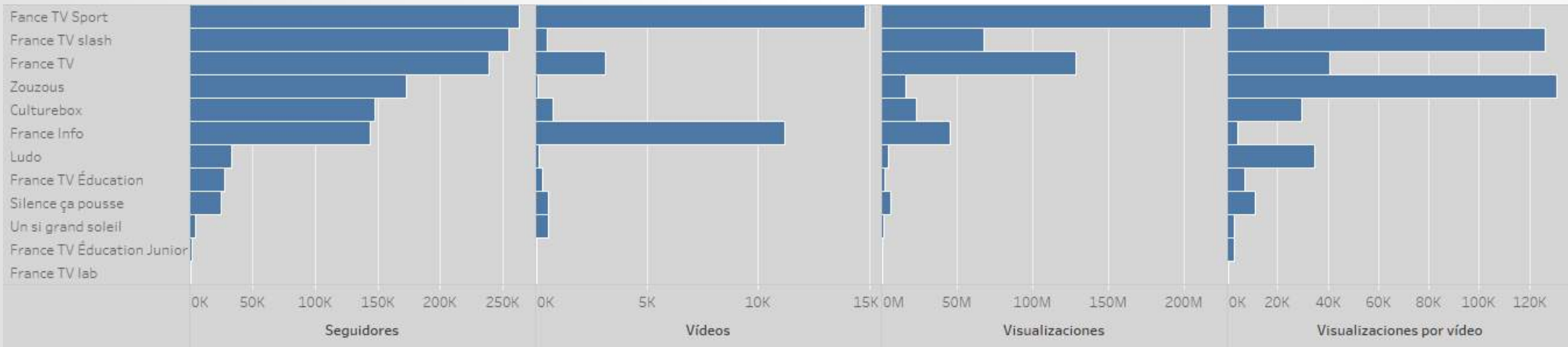
DIVERSIFICACIÓN DE LOS MSP EN YOUTUBE



Fuente:
elaboración
propia con datos
de YouTube.
Junio, 2019.

12 mil millones de
visualizaciones

DIVERSIFICACIÓN DE LOS MSP EN YOUTUBE

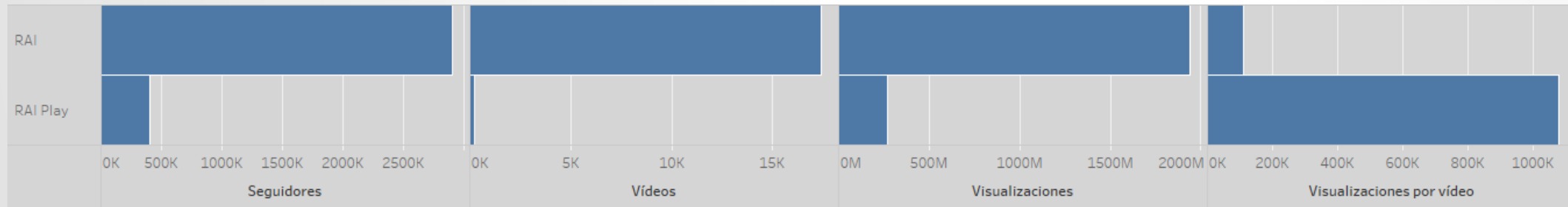


Canales dedicados a la Educación y la Cultura en línea con los valores del servicio público

	Seguidores	Vídeos	Visualizaciones
France TV Sport	262.637	14.783	217.313.784
France TV slash	254.507	537	67.681.007
France TV	238.837	3.157	128.179.944
Zouzous	172.962	123	16.079.586
Culturebox	147.748	779	22.958.314
France Info	144.303	11.205	45.153.570
Ludo	33.551	144	4.966.498
France TV Éducation	27.400	290	2.020.157
Silence ça pousse	24.761	557	6.164.273
Un si grand soleil	4.534	575	1.665.124
France TV Éducation Junior	1.648	51	139.284
France TV lab	124	32	12.577
Total general	1.313.012	32.233	512.334.118

Fuente: elaboración propia con datos de YouTube. Junio, 2019.

DIVERSIFICACIÓN DE LOS MSP EN YOUTUBE



	Seguidores	Vídeos	Visualizaciones
RAI	2.900.475	17.387	1.938.566.759
RAI Play	402.455	249	268.103.887
Total gener...	3.302.930	17.636	2.206.670.646



Frente a la estrategia de diversificación de cuentas temáticas de otras cadenas públicas, la RAI concentra sus contenidos en YouTube en sólo dos cuentas

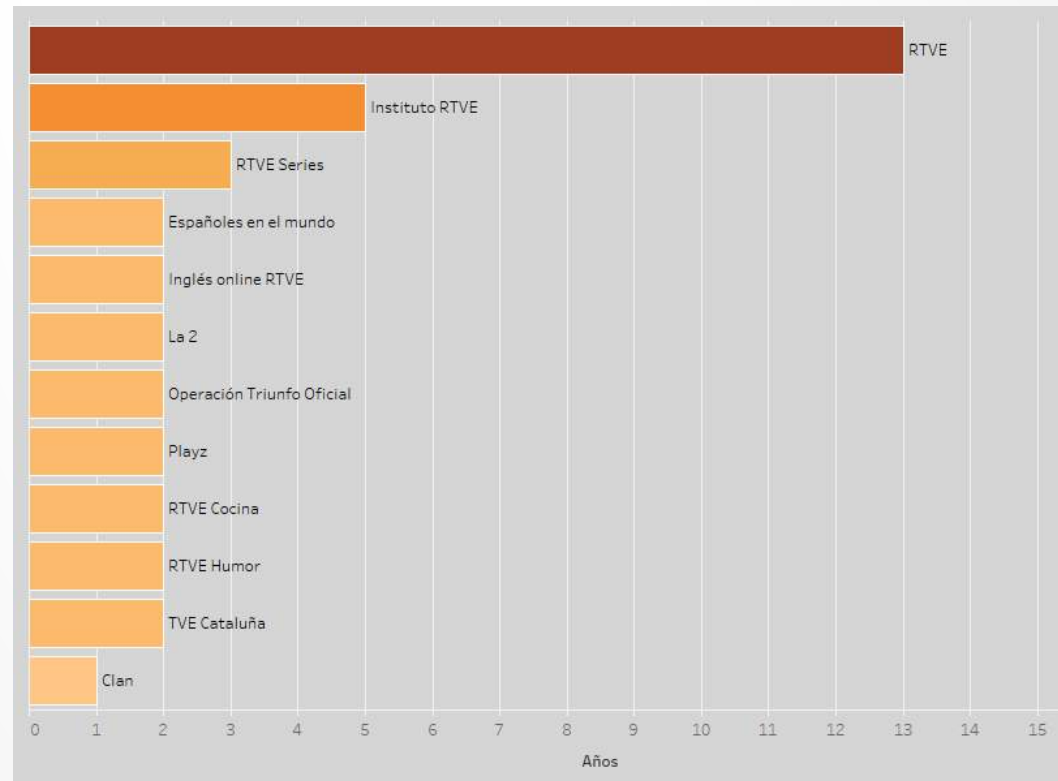
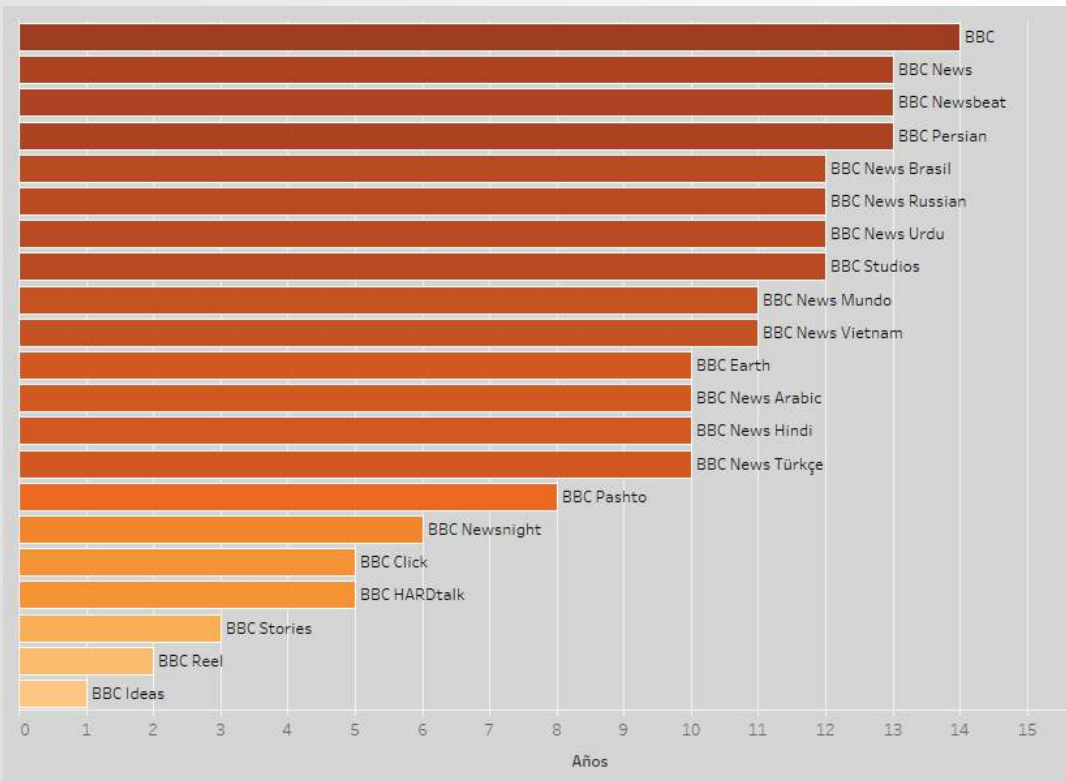
Fuente:
elaboración
propia con
datos de
YouTube.
Junio, 2019.

TRAYECTORIA DE LOS MSP EN LAS RRSS (AÑOS)

	YouTube	Instagram	Twitter	MEDIA
BBC	9,1	7,3	9,2	8,5
DR	6,4	7,3	8,0	7,2
FRANCE TV	4,8	8,5	9,5	7,6
RAI	7,0	7,8	7,4	7,4
RTÉ	6,9	7,4	8,8	7,7
RTP	6,6	8,1	9,0	7,9
RTVE	3,1	5,8	7,9	5,6
SVT	5,3	8,8	7,7	7,3
YLE	3,9	9,1	9,7	7,6

Fuente:
elaboración
propia con
datos de las
RRSS.
Junio, 2019.

TRAYECTORIA DE LOS MSP EN YOUTUBE

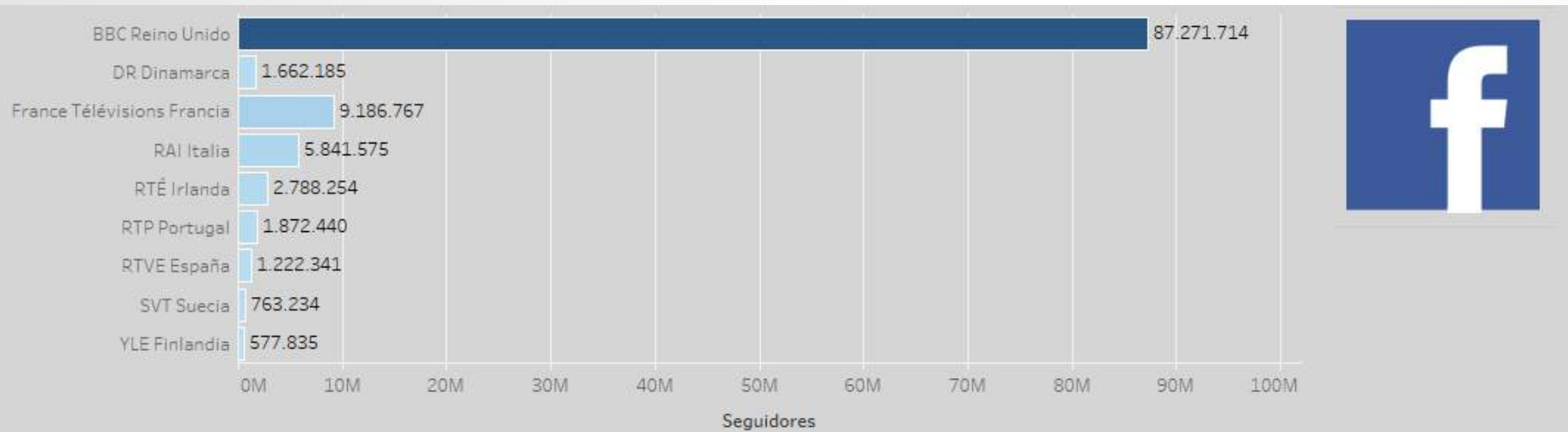


Las cuentas de la BBC tienen una media de 9 años de antigüedad en YouTube, frente a los 3 años de media de las cuentas de RTVE.



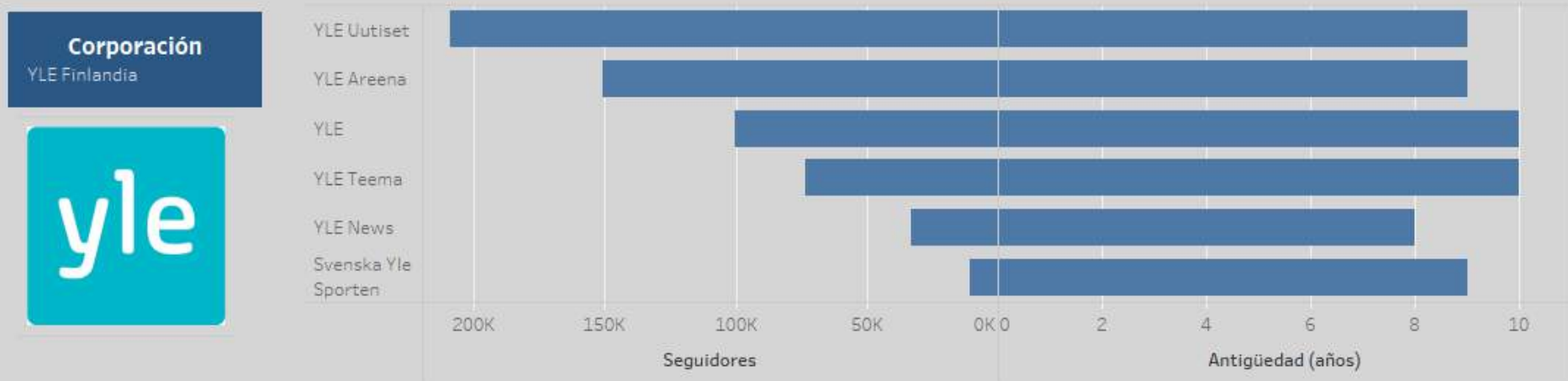
Fuente:
elaboración
propia con
datos de
YouTube.
Junio, 2019.

ACTIVIDAD DE LOS MSP EN FACEBOOK



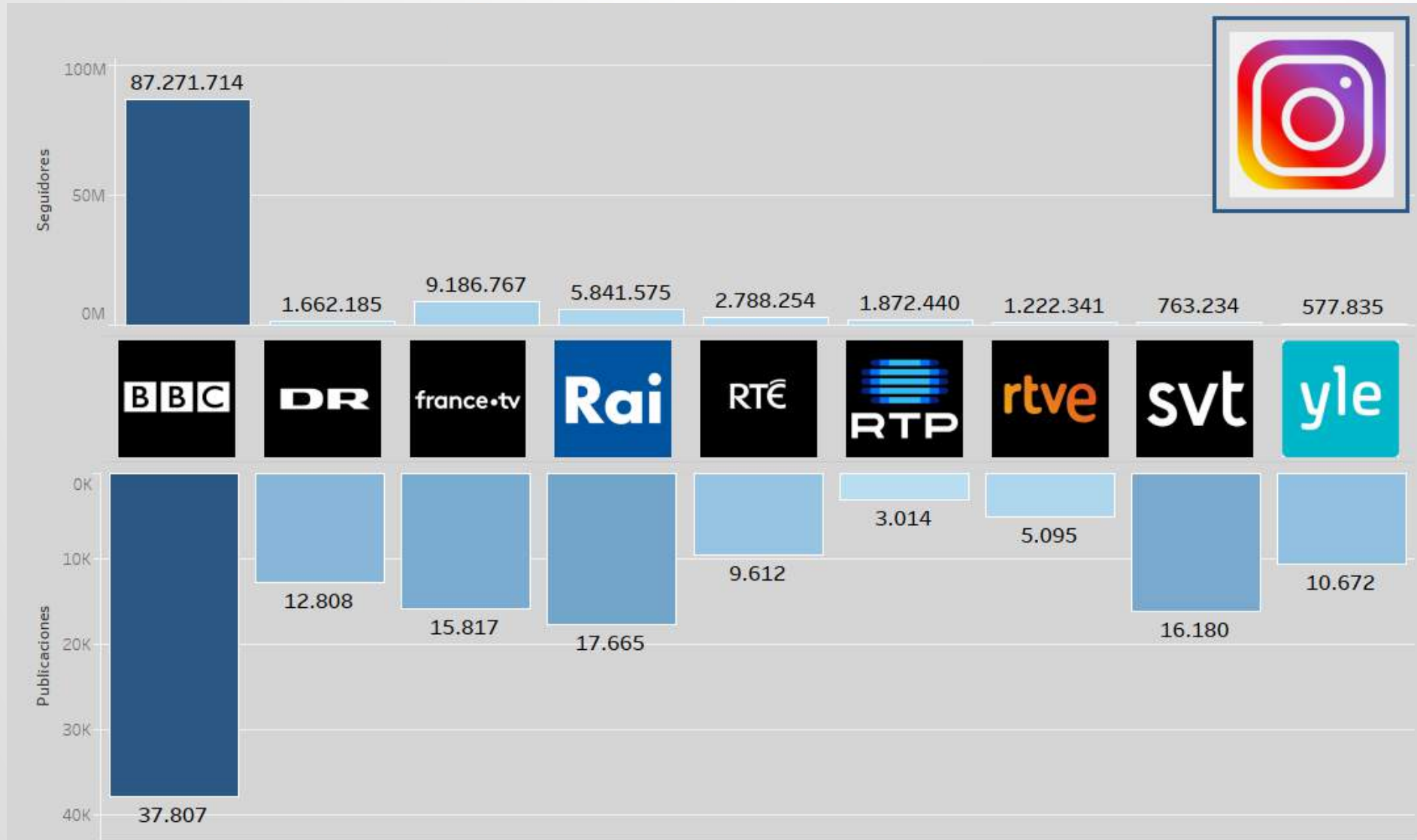
Las cuentas de la BBC multiplican por 15 los seguidores de las cuentas de YLE.

Seguidores y antigüedad en Facebook de las principales cuentas certificadas



Fuente: elaboración propia con datos de Facebook. Junio, 2019.

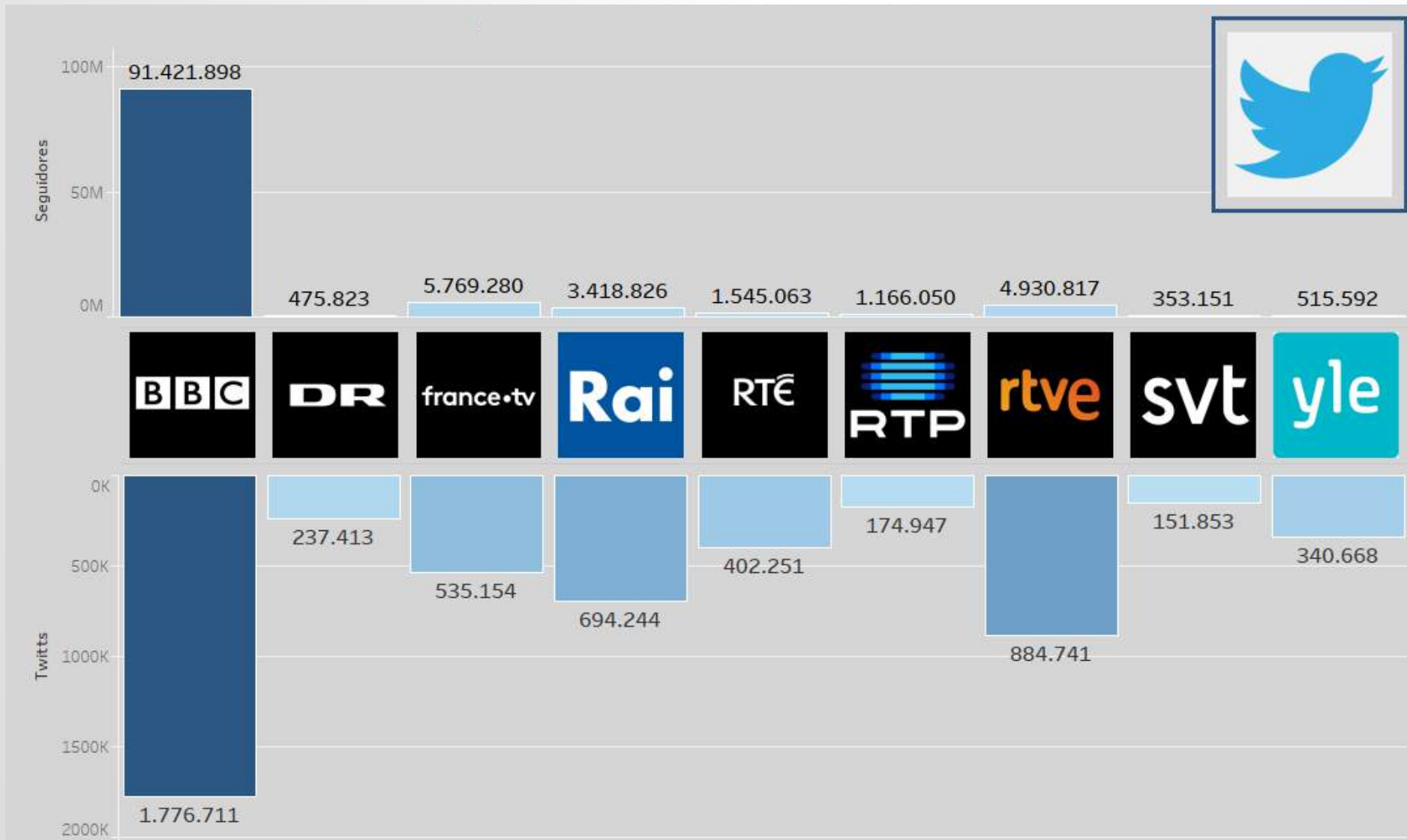
ACTIVIDAD DE LOS MSP EN INSTAGRAM



Las cuentas de la BBC lideran la actividad en Instagram. Sin embargo, todas las cadenas son muy activas en publicaciones

Fuente:
elaboración propia con datos de Instagram.
Junio, 2019.

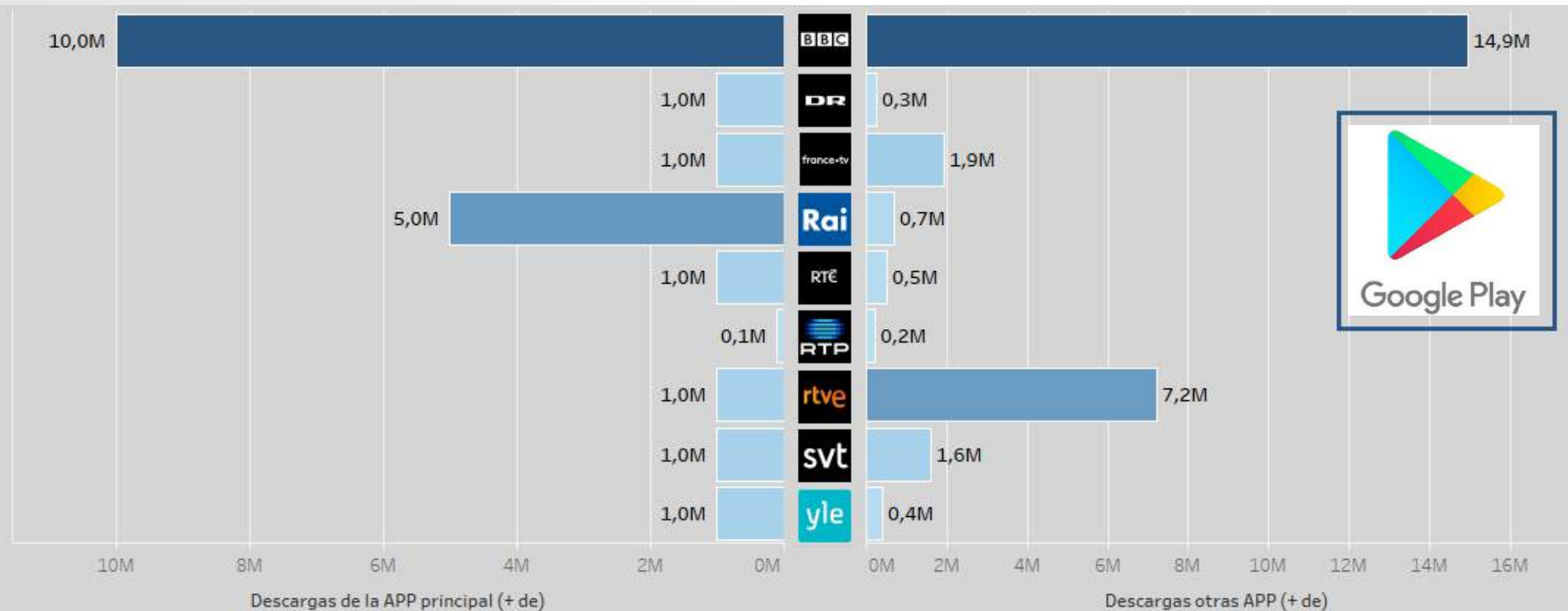
ACTIVIDAD DE LOS MSP EN TWITTER



Las cuentas de la BBC son líderes en Twitter. RTVE utiliza con intensidad esta red.

Fuente: elaboración propia con datos de Twitter. Junio, 2019.

DESCARGA DE APLICACIONES



Los MSP siguen estrategias diferentes en RRSS y Apps: en unas privilegian los canales temáticos y en otras los programas.

	Total APPs	Número de descargas de la APP principal (+ de)	Número de descargas otras APP (+ de)
BBC Reino Unido	16	10.000.000	14.926.000
DR Dinamarca	4	1.000.000	250.000
France Télévisions Francia	14	1.000.000	1.932.500
RAI Italia	4	5.000.000	700.000
RTÉ Irlanda	4	1.000.000	511.000
RTP Portugal	8	100.000	212.100
RTVE España	26	1.000.000	7.229.600
SVT Suecia	5	1.000.000	1.610.000
YLE Finlandia	8	1.000.000	406.100

Fuente: elaboración propia con datos de Google Play. Abril, 2019.

ÍNDICE DE USO DE RRSS Y APPS MÓVILES

Actividad

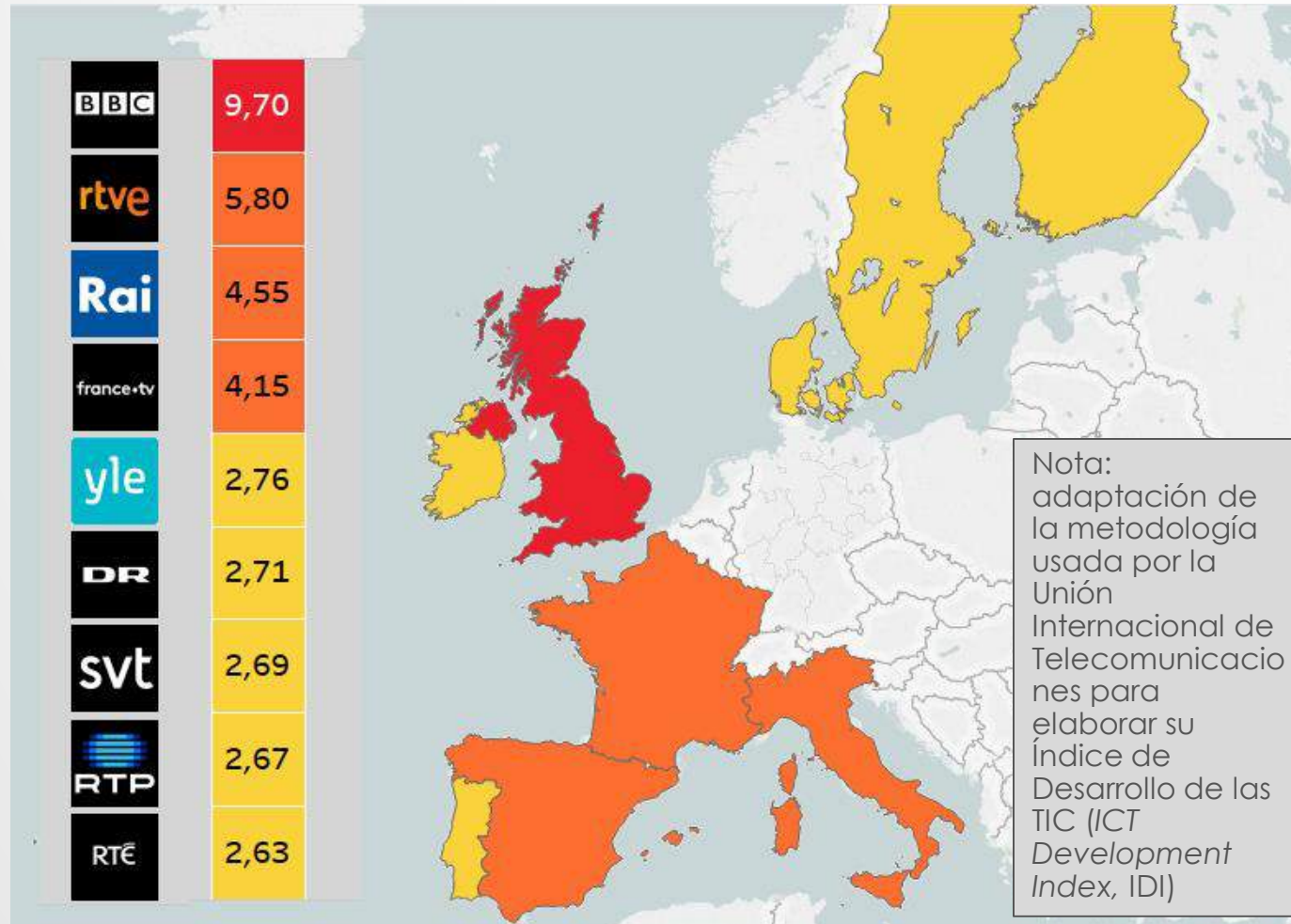
- Seguidores de cuentas verificadas en RRSS (YouTube, Facebook, Instagram, Twitter)
- Aportaciones (YouTube, Instagram, Twitter)
- Visualizaciones de cuentas verificadas en YouTube
- Visualizaciones por vídeo de cuentas verificadas en YouTube
- Número de descargas de las APP verificadas en sistema Android (+ de)

Diversificación

- Cuentas verificadas en RRSS (YouTube, Facebook, Instagram, Twitter)
- Apps verificadas en sistema Android

Trayectoria

- Antigüedad de las cuentas verificadas en RRSS (YouTube, Facebook, Twitter)



El índice desarrollado confirma el liderazgo continental de la BBC, agrupo a RTVE, la RAI y France TV en un nivel intermedio y sitúa al resto de MSP por detrás en el uso de RRSS y aplicaciones para dispositivos móviles.

AVANCE DE CONCLUSIONES

- **La actividad, la diversificación y la trayectoria de los MSP en RRSS y Apss es intensa:** 306 cuentas principales verificadas, 275 millones de seguidores, 5,5 millones de aportaciones de contenidos, 16 mil millones de visualizaciones y 48 millones de descargas de las 89 Apps oficiales. Y todo esto en canales digitales que tienen como media 7 años de antigüedad.
- Los resultados del índice MILMSP muestran como **la BBC es la única corporación que obtiene un desarrollo elevado.** Hay tres corporaciones que logran un **desarrollo intermedio en el índice compuesto: RTVE, RAI y France Télévisions.** Y cinco medios públicos alcanzan un **desarrollo moderado: YLE, DR, SVT, RTP y RTÉ.**
- **Los MSP europeos se mantienen activos en el mayor número de plataformas** a fin de adaptarse a los actuales usos del producto audiovisual y en busca de nuevas audiencias. Se trata de una intensa carrera cuantitativa que los lleva a mantenerse ubicuamente presentes en múltiples redes sociales y en aplicaciones móviles, y que debería permitirles incorporar a estos ámbitos los valores del servicio público que les son inherentes.
- El desafío para MSP europeos es **transferir a las nuevas comunidades de usuarios digitales los valores del servicio público.**

ENLACES Y CONTACTO

Los resultados parciales de esta fase de la investigación están disponibles para su consulta en la web del Observatorio Iberoamericano de la Comunicación:

<http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/MSP-EUROPA>

<http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/MSP-EUROPA-RRSS>

Contacto

Observatorio Iberoamericano de la Comunicación

Edificio I. Despacho 026
Campus de la UAB
08193 Bellaterra
Barcelona, España
Teléfono: (34) 93 5811147
OBICOM@uab.cat

