



Revista de Comunicación

ISSN: 1684-0933

ISSN: 2227-1465

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

Maroto, Isaac

Túñez López, M., Campos-Freire, F. y Rodríguez-Castro, M. (Eds)
(2021). The Values of Public Service Media in Internet Society

Revista de Comunicación, vol. 21, núm. 1, 2022, Marzo-Agosto, pp. 497-498

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-R1>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589470678026>

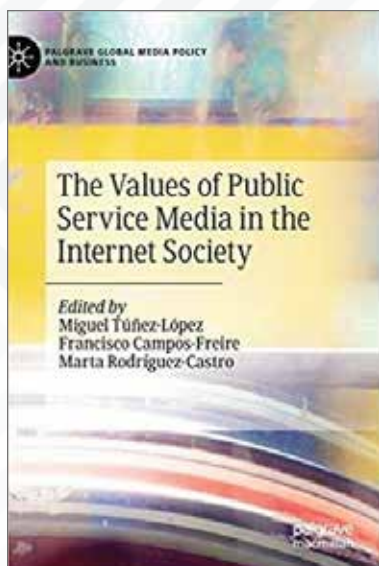
- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



The Values of Public Service Media in Internet Society

Túnñez López, M., Campos-Freire, F. y Rodríguez-Castro, M. (Eds)

Palgrave Macmillan, 2021 , 364 pp.
ISBN: 3030564657

Por: Isaac Maroto ¹

Recibido: 21-11-2021 – Aceptado: 20-01-2022

<https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-R1>

El medio público en los últimos años ha sido denostado y perseguido, acusándolo de baja calidad y atraso tecnológico comparado con la comunicación privada y con las nuevas plataformas mediáticas que gracias a su aporte promocional, tecnológico y la ausencia de directrices legislativas, van colonizando a espectadores de todo el mundo.

Los PSM (Public Service Media) desde sus inicios se rigen por el servicio hacia la sociedad que se materializa a través de valores: desde el clásico “servir, formar y entretener” que inauguró la BBC, hasta los valores de transparencia e independencia, con los que el medio público se ha tenido que actualizar para ser coherente con la esencia de su servicio público. Este libro aborda los diferentes enfoques con los que los medios de servicio público aportan valor a la sociedad.

En el presente libro se encuentra coordinado por tres expertos en servicios de medios públicos pertenecientes a la Universidad de Santiago de Compostela, Miguel Túnñez López, Francisco Campos-Freire y Marta Rodríguez-Castro. Con la ayuda de los 40 autores internacionales que participan en el volumen se analizan los peligros y oportunidades a los que se enfrenta el servicio público en el momento de transformación mediática tan convulso como es el actual.

El contenido se estructura a través de 16 capítulos organizados en cuatro secciones: La introducción, las estrategias de innovación, la gobernanza y la regulación, y el último centrado en el refuerzo democrático.

La primera sección introductoria la componen los dos primeros capítulos, el primero que analiza los orígenes de los PSM desde su inicio hasta llegar a momento convergente que supone la intromisión de Internet en el contexto mediático y el segundo que se centra en analizar el grado de interés del sector científico hacia los medios de servicio público, en el estudio destacan el interés por la organización, financiación, regulación y responsabilidad con la sociedad de los PSM, denotando así la importancia y pertinencia del contenido del presente libro.

En la segunda sección se centra en las estrategias de innovación y como es un medio para conseguir relevancia en el contexto mediático actual. Esta sección comienza con el capítulo 3 donde los autores evidencian la plataformización como un proceso necesario que debe abordar el servicio público. En el capítulo 4 se centra en el potencial que ofrecen la inteligencia y el big data en relación a las estrategias algorítmicas que pueden utilizar los PSM en los procesos de distribución y producción para de esta forma recalcar los valores que definen el medio público y encontrar la notabilidad.

¹ Isaac Maroto. isacus@gmail.com

En el capítulo 5 los autores se centran en la adaptación de los medios clásicos hacia la estrategia transmedia a través del análisis del caso la televisión pública de la comunidad Valenciana en España en donde la transformación hacia una estrategia transmedia supone un acercamiento al público infantil desde un enfoque educativo coherente con los valores de los PSM. El capítulo 6 aborda la innovación en busca de la transparencia, la credibilidad y la financiación por medio de la tecnología blockchain que ofrece múltiples oportunidades. En el capítulo 7 las autoras se centran en cómo las páginas web pueden satisfacer algunas de las necesidades que tienen los PSM para ser parte del desarrollo social y favorecer la comunicación ciudadana.

La tercera sección del libro orientada hacia el valor organizativo, la gobernanza y la regulación, comienza con el capítulo 8 en el que los autores analizan los modelos de regulación, la estructura y la financiación de los PSM en diferentes países de la UE y cómo la independencia es un valor que para protegerlo necesita de una articulación ética de los diferentes elementos de gestión que coordinan los PSM. En el capítulo 9 los autores abordan la regulación de la PSM a través del caso de la televisión canadiense analizando su evolución hasta el contexto actual donde la ausencia de legislación favorece a las grandes plataformas de contenidos bajo demanda transnacionales como es el caso de Netflix.

El capítulo 10 analiza los beneficios que suponen los PSM en contexto social en el que surgen y cómo ayuda al desarrollo del mercado laboral y progreso económico en las comunidades, un hecho que enfatiza el valor de los PSM en la sociedad. Para cerrar la sección, en el capítulo 11 los autores reflexionan sobre los operadores de Internet, uno de los actores esenciales en el contexto convergente de los medios audiovisuales. Su inclusión al contexto mediático, acompañado de una regulación escasa, pone en peligro no solo a los PSM sino también al medio digital que supone Internet con todas las consecuencias que ello conlleva.

La cuarta sección trata la relevancia del refuerzo democrático que supone los PSM en la sociedad para ello en el capítulo 12 los autores se centran en las presiones que sufren las organizaciones de cinco países europeos y cómo factores políticos y comerciales ponen en peligro la pluralidad a través de la influencia de entes privados y políticos en los discursos públicos de los PSM. Para ello se analizan los puntos de contacto que existe en la propia estructura organizativa.

El capítulo 13 aborda el importante tema que supone una población crítica y formada ante los medios de comunicación y valor del que solo se siente responsable los PSM ya que para el resto de los medios la carencia de alfabetización mediática supone una mayor influencia en las audiencias. Para ello en este capítulo se analizan diferentes iniciativas de formación mediática desarrolladas por las televisiones públicas de España, Francia y Reino Unido.

La calidad democrática de los debates electorales es el tema a tratar en el capítulo 14, como la necesidad de transparencia en la organización de estos formatos electorales supone un saneamiento de los procesos democráticos. A su vez el capítulo 15 aborda la importancia de atender a toda la población y cómo ese hecho implica la necesidad de crear formatos atractivos e innovadores para acercar a toda la población posible hacia los PSM. Para finalizar esta sección, el capítulo 16 reflexiona sobre los medios públicos latinoamericanos y como los procesos de expansión y retracción que sufren, afectan directamente al desarrollo de una sociedad democrática y plural.

Este volumen acerca diferentes puntos de vista sobre los PSM apuntando los caminos que puede recorrer para trascender a la transformación mediática, a su vez trata la importancia que poseen para la sociedad y la ciudadanía siempre que se desarrolle en entornos democráticos. Por ello es una lectura recomendada para cualquier lector interesado en tener una visión global, reflexionada y argumentada sobre el valor de los medios de servicio público.