



[Índice h de la revista \(citas\), según Google Scholar Metrics,](#) || [Criterios objetivos de calidad de RLCS](#)



Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

A Azurmendi, C. Llorens, N. López Vidales, J.J. Bas Portero (2015): “La participación del público como valor añadido de servicio público para la televisión de proximidad. Estudio de caso de *La noche de...*, en ETB 2”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 490 a 518.

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1056/26es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2015-1056](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1056)

La participación del público como valor añadido de servicio público para la televisión de proximidad. Estudio de caso de *La noche de...*, en ETB 2

Audience participation as added value for public service proximity television. The case study of ETB 2's *La noche de...*

A Azurmendi [\[CV\]](#) Profesora Titular de Derecho de la Comunicación – Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra – España – aazur@unav.edu

INDICE h: 7

C Llorens [\[CV\]](#) Profesor Titular de Comunicación Audiovisual- Facultad de Ciencias de la Información. Universitat Autònoma de Barcelona - España - carles.llorens@uab.cat

INDICE h: 6

N López Vidales [\[CV\]](#) Profesora Titular de Periodismo –Facultad de Filosofía y Letras- Universidad de Valladolid - España - nereida.lopez@hmca.uva.es

INDICE h: 8

JJ Bas Portero [\[CV\]](#) Profesor de teoría, estructura y política de la comunicación –Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación- Universidad CEU-Cardenal Herrera – Valencia - jbas@uch.ceu.es

Abstracts

[ES] Introducción. Objeto: Frente a la crítica tradicional que señala a la televisión pública centrada en las audiencias como una televisión más cercana a los modelos comerciales que al servicio público, la literatura contemporánea sitúa, precisamente, en la participación de las audiencias una de las claves de la televisión pública en la era de la digitalización y la convergencia (Castro 2012; Doyle 2010; Kjus 2009; Bardoel 2007). El artículo se centra en el estudio de la participación en las televisiones públicas autonómicas, en particular en dos cuestiones: 1. Si la variedad de cauces de participación existentes en las producciones *crossmedia* –programa de televisión que cuenta con web propia, foros de expresión de opinión y cuentas sociales en Twitter y Facebook– aumentan la participación efectiva de las audiencias; y 2. Si esta participación puede encuadrarse en el cumplimiento de las obligaciones de servicio público de televisión, especialmente, de las de proximidad. **Metodología:** Se parte de un análisis descriptivo de la literatura sobre participación de las audiencias y de las formas de participación promovidas por las políticas europeas, estatales y autonómicas. A partir de los resultados obtenidos, se estudia el caso de “la noche de...” un programa de ETB 2. **Resultados:** Se comprueba que la atención creciente a la participación del público, tanto en la literatura europea y española como en la regulación existente, no tiene un reflejo proporcional en la realidad de la gestión de las televisiones públicas, en particular en las televisiones públicas autonómicas.

[EN] Introduction. While the model of public service television that focuses on audiences has been traditionally criticised for being more akin to the commercial television model than to the public service broadcasting model, contemporary literature points out that in the age of digitisation and convergence audience participation is precisely a key element of public television (Castro, 2012; Doyle, 2010; Kjus, 2009; Bardoel, 2007). This article examines audience