



LOS RETOS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA ANTE EL MERCADO ÚNICO DIGITAL EUROPEO: ESTRATEGIAS MULTIPANTALLA, INNOVACIÓN Y RENOVACIÓN DE LOS MANDATOS DEL SERVICIO PÚBLICO*

Objetivo 1. Comparativa europea. Caso BBC (Reino Unido)

Dr. Eduardo Fco. Rodríguez Gómez, UC3M, edrodrig@hum.uc3m.es

Dra. María del Mar López Talavera, UCM, mmlopezt@ccinf.ucm.es

Dra. Soledad Segoviano Monterrubio, UCM, ssegovia@ucm.es

Marzo, 2020



*Proyecto CSO2017-82277-R, *Los retos de la televisión pública en España ante el Mercado Único Digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público* (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Contenido

PARTE I: LAS CORPORACIONES AUDIOVISUALES DE SERVICIO PÚBLICO EN EL NUEVO ESCENARIO DIGITAL: BBC	3
a) Cuadro resumen.....	3
b) Digitalización e I+D: singularidades de la estrategia	3
c) Proyectos de innovación y desarrollo de nuevas tecnologías	5
d) Mandato de servicio público en el escenario digital	6
e) Oferta de servicios digitales	7
f) Rendición de cuentas en temas digitales	8
PARTE II: POLÍTICAS SOBRE SERVICIO PÚBLICO AUDIOVISUAL Y DIGITALIZACIÓN	10
a) Gobiernos en el poder.....	10
b) Legislación concerniente a los entes públicos de radiodifusión	10
c) Políticas públicas de digitalización	13
d) Planes de actuaciones para la liberación del dividendo digital	14
PARTE III: CONCLUSIONES	15
PARTE 4. BIBLIOGRAFÍA	16

PARTE I: LAS CORPORACIONES AUDIOVISUALES DE SERVICIO PÚBLICO EN EL NUEVO ESCENARIO DIGITAL: BBC

a) Cuadro resumen

Denominación	BBC – British Broadcasting Corporation
Estatus jurídico	Sociedad Anónima de titularidad estatal
Fundación	1922
Estructura	Consejo de Gobierno; Comité Ejecutivo y cinco departamentos de operaciones y tres departamentos comerciales.
Financiación	Fondos públicos: 6% Canon: 58% Publicidad: 14% Otros ingresos comerciales: 23% Otros: 3%
Cadenas (2019)	TV: BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four, CBBC, CBeebies, BBC News, BBC Parliament, BBC Alba y BBC Red Button. RADIO: BBC Radio 1, BBC Radio 1Xtra, BBC Radio 2, BBC Radio 3, BBC Radio 4, BBC Radio 4 Extra, BBC Radio 5 Live, BBC Radio 5 Live Sports Extra, BBC Radio 6 Music, BBC Asian Network, BBC Local Radio, BBC Radio Scotland, BBC Radio nan Gàidheal, BBC Radio Wales, BBC Radio Cymru, BBC Radio Ulster and BBC Radio Foyle.
Ingresos (2017)	5.446 millones de libras
Personal (2017)	35.402 (incluyendo sector público 16.672, sector no público 4.368 y empleados a tiempo parcial o flexible 14.362)
Audiencia (2018)	Según Barb.co.uk el programa de máxima audiencia alcanzó 12,6% en septiembre de 2018.
Ranking TV (2018)	1ª (BBC One)
Programación por origen geográfico (2017)	Nacional: 95% Europea: 1% Estados Unidos: 2% Otros: 2%

b) Digitalización e I+D: singularidades de la estrategia

El avance digital y el desarrollo de todos los servicios digitales de la BBC quedan en manos de BBC Digital, supeditada a la división de Estrategia Digital. Su objetivo es encontrar formas eficientes de comunicación con las audiencias que deseen acceder e interactuar con los programas y servicios de la BBC a través de Internet. Entre otros proyectos, esta división de la cadena es la responsable de BBC News Online y BBC iPlayer.

El último informe disponible de BBC Digital (2015) anunciaba las siguientes prioridades:

1. BBC iPlayer: desarrollo y ejecución de la aplicación para convertirla en el mejor servicio de entretenimiento digital televisivo mundo.

2. myBBC: desarrollo y ejecución de la capacidad corporativa para impulsar relaciones más amplias y personales con el público.
3. Actualización constante: implementación de software frecuente, automatizando procesos y haciendo uso de la flexibilidad de la nube para crear mejorar servicios y productos.
4. Innovación: infundir la creatividad técnica tanto para productos propios como negocios externos, manteniendo la colaboración con la industria de medios online.
5. BBC Online: desarrollar un servicio integrado para toda la BBC que responda a las demandas globales de transmisión de calidad que ambiciona la BBC.

En connivencia con BBC Digital, el departamento de I+D de la BBC es responsable de mantener a la cadena a la vanguardia de la innovación online. Para ello se vale de Connected Studio, una división que diseña programas de trabajo y eventos que conducen a la producción de servicios digitales innovadores. Entre otros, Connected Studio es responsable del desarrollo de tecnologías como Microbit, y de contenidos como Five Days, Five Dates –una ficción de audio interactivo en el que el espectador juega el papel de un/a compañero/a de piso que ayuda a la protagonista a seleccionar una cita–, BBC Taster –con más de 290 proyectos narrativos–, o los más de 60 proyectos desarrollados en BBC News Labs, el departamento de innovación tecnológica para el tratamiento de noticias, principalmente centrado en el desarrollo de tecnologías de traducción multilingüe automatizada.

Por su parte, el último informe anual de la autoridad británica reguladora en materia audiovisual, la Ofcom¹ (2018a), los desafíos que la corporación debe afrontar en referencia al cambiante panorama digital son:

1. La creciente competencia de los proveedores en línea, como Netflix, Amazon y YouTube, que ofrecen una amplia gama de contenido audiovisual de acceso bajo demanda.
2. La creciente competencia en el mercado radiofónico liderada por plataformas como Spotify y Apple, con rasgos similares al sector audiovisual.
3. Y la creciente tendencia de las audiencias más jóvenes a alejarse de los programas tradicionales de parrilla: más de la mitad de los espectadores de entre 16 y 34 años (Ofcom, 2018a: 33).

El gráfico 1 resume el estado actual y las acciones previstas de la cadena a corto y medio plazo:

¹ La Oficina de Comunicaciones es la autoridad reguladora y de competencia aprobada por el gobierno del Reino Unido para las industrias de transmisión, telecomunicaciones y correos.

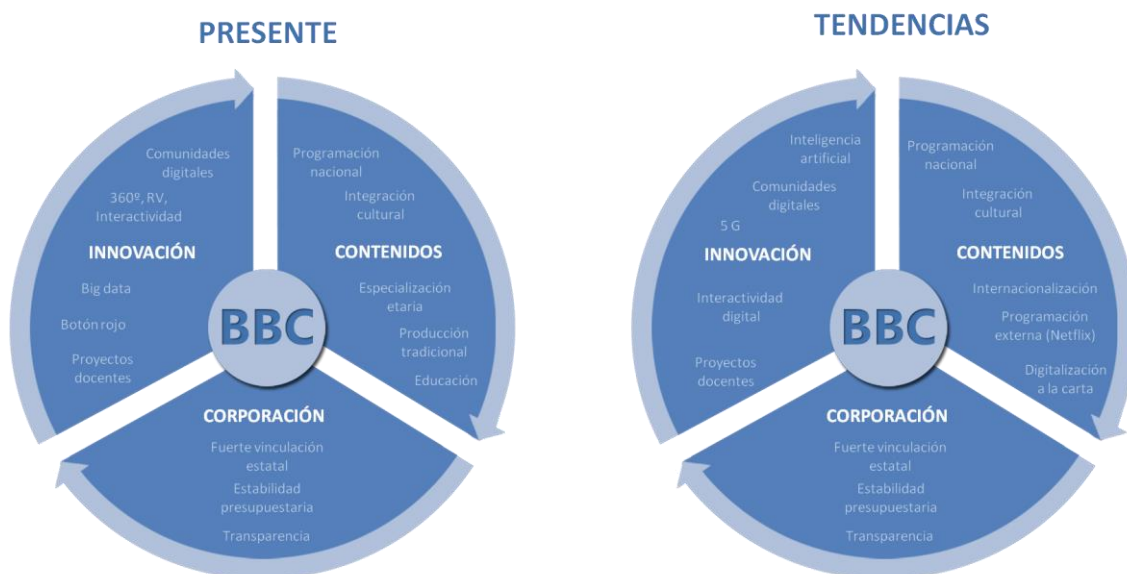


Gráfico 1. Fuente: Elaboración propia

c) Proyectos de innovación y desarrollo de nuevas tecnologías

En cuanto a las propuestas de digitalización y el desarrollo de proyectos I+D, la BBC es una de las entidades comunicacionales que más ha apostado desde sus inicios por el desarrollo y experimentación de las nuevas tecnologías (Pérez, 2005: 11; Cottle y Ashton, 1999).

Además de los proyectos diseñados desde la división BBC Digital, el departamento de I+D de la cadena, a través de Connected Studio, ha impulsado BBC Taster, Microbit y BBC News Labs.

En febrero de 2015, la BBC ponía en marcha Taster, un modelo de experimentación e interacción con los usuarios en formato web que permite votar y aportar comentarios y sugerencias antes de que los nuevos proyectos e ideas sean exhibidos en la web corporativa. Estas iniciativas no son nuevas, pero los avances tecnológicos mejoran el atractivo de las propuestas y la eficacia informativa. Por ejemplo, *Tell me your secrets* es una novela gráfica interactiva contextualizada en la Segunda Guerra Mundial, es un juego y al mismo tiempo una lección de historia. Actualmente BBC Taster presenta 297 proyectos², pero el número de usuarios que los valoran es muy escaso si lo comparamos con las audiencias que ostenta la corporación en sus redes sociales –por regla general entre 100 y 200 usuarios participan en las valoraciones–.

La sección “Make it digital”, accesible desde la web corporativa, alberga al proyecto educativo Micro:bit, un mini-ordenador programable diseñado para adentrar a niños y adultos en el mundo de la informática y la tecnología. Según datos de la propia fundación que gestiona sus ventas³, se han distribuido dos millones de copias del dispositivo en 50 países.

Desde BBC News Labs, se han desarrollado proyectos en seis apartados. Periodismo conversacional, que trata de explorar la entrega de noticias a través de conversaciones por chat y activación de voz. Flujos de trabajo, que mejora las tareas profesionales de los periodistas mediante aplicaciones de búsqueda y edición de contenidos. Multilingüe, para aquellas personas

² Fecha de consulta: septiembre de 2019.

³ <https://microbit.org/>

que consumen información en más de una lengua. Nuevas experiencias, que trata de encontrar nuevas formas de acceder y experimentar las noticias. Transcripción asistida, que desarrolla aplicaciones para facilitar la conversión entre audio, vídeo y texto. Y Periodismo estructurado, por el que se buscan prácticas para la estructuración de narrativas periodísticas, con el fin de ayudar a las organizaciones informativas a seleccionar historias que se adapten y conecten a través de plataformas.

En relación a al desarrollo de nuevas narrativas, la BBC también ha producido contenidos de Realidad Virtual (RV) y Realidad Aumentada (RA). Respecto a la RV, la cadena posee una sección que incluye dieciséis reportajes⁴, de los cuales tres pueden verse a través de YouTube 3D, aunque se han diseñado específicamente para visualizarse con gafas VR. La gran mayoría de los reportajes han sido valorados por una media de unas doscientas personas. Respecto a la RA, la cadena desarrolló un solo proyecto, BBC Civilizations, una aplicación que presenta 40 piezas de arte modeladas en 3D. Pero en la página no hay datos sobre el número de visitas o descargas.

Respecto a la televisión interactiva, BBC Red Button presta este servicio a través del mando de la televisión. No se actualiza desde 2017, sus contenidos son casi inexistentes y no pueden accederse más allá del Reino Unido. A este respecto, la BBC anunció en 2017 su intención de incrementar los contenidos interactivos y multimedia –incluidos juegos y programas– para permitir a los jóvenes crear, conectar y compartir a través de sus aplicaciones multi-pantalla, pero a día de hoy estas prestaciones continúan en proceso de ejecución.

d) Mandato de servicio público en el escenario digital

La BBC es una de las televisiones públicas mejor valoradas por sus usuarios. Las estrategias establecidas y las acciones llevadas a cabo en los último cinco años, así como el consumo registrado del BBC iPlayer y el incremento del gasto en contenidos de producción no nacional, sugieren que la cadena apuesta decididamente por la digitalización integral del contenido audiovisual, actualmente centrada en la producción de contenidos multi-pantalla y la implementación de sistemas de vídeo bajo demanda.

Según la Ofcom (2018a), la cadena cumple notablemente con sus obligaciones como servicio público de retransmisión. Su alcance general sigue siendo alto, con más de nueve de cada diez adultos viendo o escuchando en promedio alrededor de 2 horas y 30 minutos de sus contenidos cada semana. La satisfacción del público se muestra también relativamente alta (BBC, 2019): dos terceras partes de las personas dicen estar satisfechas con la BBC TV, y tres cuartas partes con la BBC Radio y con los servicios digitales de la cadena.

El último informe anual de rendimiento del BBC iPlayer estima que más de 10 millones de usuarios han descargado la aplicación, pero en los últimos cinco años se ha producido un descenso continuado entre el grupo etario de los 16 a los 34 años (del 46% en 2014 al 38% en 2018), a la par que se ha producido un incremento entre los mayores de 55 años (del 19% en 2014 al 30% en 2018). Los diez millones de usuarios del iPlayer se corresponden con casi la mitad de las licencias operativas del servicio analógico en el año fiscal 2018-2019, que cuenta con 25 millones de registros (TV licensing, 2019).

⁴ Fecha de consulta: septiembre de 2019.

Ofcom (2018a) reconoce que la BBC ha mejorado la forma en que representa y retrata a la sociedad del Reino Unido, aunque su inversión en contenido nacional se ha reducido. La financiación de productos de terceros, como Netflix, ha complementado el gasto de la corporación en contenido propio, lo que ha permitido transmitir, y a las audiencias disfrutar, de productos que la BBC no podría haber producido. No obstante, la Ofcom señala que la financiación de contenidos externos se centra en programas con un atractivo global, en lugar de un contenido que refleja específicamente las vidas y los problemas de las audiencias británicas, exigiendo a la corporación televisiva que mantenga su compromiso con los programas originales del Reino Unido, perfeccionando la manera en que la BBC representa y retrata a toda la sociedad británica.

Según la investigación cualitativa presentada en el informe anual de la BBC (2019: 47), los jóvenes utilizan BBC online y BBC iPlayer, pero las audiencias de menor edad pasan la mitad del tiempo que los adultos. El estudio también muestra que algunos jóvenes sienten que la BBC se centra en producir contenidos para audiencias de mayor edad, y piensan que es necesario tomar más riesgos, ya que se tiende a generar programas con formatos convencionales que producen contenidos similares a los ya existentes.

En julio de 2017, con la nueva Royal Charter en vigor, la BBC anunciaba su decisión de invertir 44 millones de dólares para el horizonte 2020 con el objetivo de atraer a las audiencias más jóvenes a través de contenidos multimedia como vídeos, programación online en directo, video blogs, juegos y aplicaciones. El propósito es hacer frente a compañías como Facebook, Amazon o Netflix. La cadena anunciaba su intención de incrementar el servicio de interacción para permitir a los jóvenes crear, conectar y compartir contenidos.

e) Oferta de servicios digitales

La BBC ofrece una serie de productos y servicios para el usuario general y un servicio más especializado y completo para los usuarios registrados. De acceso general y global, se encuentran los contenidos informativos de las webs BBC News y BBC World, así como los contenidos educativos para niños y adultos –textos, vídeos y juegos– a través de sus canales CBeebies y CBBC. El informe anual de Ofcom (2018a) señala que, entre 2010 y 2017, la cadena aumentó la cantidad total de contenido educativo informal en la televisión en un 10%. Sin embargo, ha habido una disminución significativa en el alcance y la visualización de CBBC y BBC Bitesize, aparentemente debido a la creciente tendencia entre niños y adolescentes a trasladar su consumo hacia los agregadores de vídeo online, como YouTube.

Para las personas registradas, la BBC ofrece varios servicios personalizados a través de la aplicación multi-pantalla BBC iPlayer. Desde esta aplicación pueden accederse a contenidos exclusivos radiofónicos y televisivos desde el ordenador, la tablet o el móvil, y pausar y continuar la visualización en el punto donde se dejó en dispositivos diferentes. El acceso a sus contenidos, previamente seleccionados por la cadena, requiere de una licencia de televisión y pueden verse siempre y cuando se estén retransmitiendo o se hayan retransmitido con anterioridad. Además de BBC iPlayer, la corporación ha desarrollado un notable número de aplicaciones propias –veintidós– para móvil y de uso generalizado, no personalizado, como BBC News, BBC Sports, BBC World, BBC Earth y BBC History, además un largo etcétera desarrollado por terceros.

En línea con la digitalización de contenidos para jóvenes, desde febrero de 2016, el canal BBC Three, destinado al público juvenil, emite exclusivamente online. La iniciativa pretendía

incrementar el acceso de contenidos entre su público objetivo y reducir el coste de producción. Sin embargo, el informe Ofcom (2018: 32) muestra que buena parte de los espectadores de la BBC Three no evaluaron positivamente el cierre de la emisión analógica.

En cuanto a las redes sociales, la BBC inició su andadura en este sector en 2005. Actualmente la cadena posee perfil propio en Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest y Tumblr. Su incorporación a YouTube se realizó en noviembre de 2005 y posee más de once millones de seguidores combinando su canal general y su canal de noticias –muchos de esos seguidores se duplican en ambos canales– y más de seis mil millones de visualizaciones⁵. Además, la BBC posee 23 canales asociados en YouTube. Al operar bajo una licencia, no se emiten contenidos en directo ni se incluyen programas completos, aunque sí contenidos exclusivos. En total, los 23 canales poseen más de 24 millones de seguidores⁶. Respecto a otras redes sociales, BBC News posee 50 millones de seguidores en Facebook, más de diez millones en Twitter y más de nueve millones en Instagram⁷.

La corporación posee dos sistemas de archivo. Uno, BBC Archives, que proporciona servicios de búsqueda en la biblioteca, videoteca y sonoteca de la BBC, pero no proporciona copias de los programas. Y dos, Archive, que proporciona acceso a algunos programas y colecciones. Este último está sin actualizar desde 2014. El sistema de búsqueda de la web despliega resultados que solo pueden filtrarse por secciones, (noticias, programas, deportes, reportajes, CBBC, Ideas y BBC learning).

La BBC emite digitalmente a través de Freeview (la plataforma de televisión digital terrestre del Reino Unido), UKTV (plataforma de televisión digital por cable y satélite, cuyos dueños son la BBC Worldwide, subsidiaria comercial de la BBC, y Virgin Media, plataforma digital de retransmisión de contenidos) y Freesat (un servicio de televisión digital por satélite gratuito dirigido por la BBC y la ITV).

f) Rendición de cuentas en temas digitales

La BBC está obligada a operar bajo la monitorización externa de la Ofcom, la autoridad reguladora para las industrias de radiodifusión, telecomunicaciones y correos del Reino Unido. La Ofcom rinde cuentas a dos ministerios: el Ministerio para el medio Digital, la Cultura, los Medios y el Deporte (DCMS); y el Ministerio de Negocios, Innovación y Habilidades. La Ofcom ha desarrollado regulación para el desempeño de la BBC en función de dos objetos jurídicos: una Licencia Operativa, que establece las condiciones reglamentarias que se consideran adecuadas para que la BBC cumpla su misión como proveedora de servicios públicos; y un Marco Legal Operativo, que contiene las disposiciones que se consideran apropiadas para garantizar la regulación efectiva de las actividades de la BBC establecidas en el Estatuto Real –Royal Charter– y el Acuerdo –Agreement– con el Ministerio de Interior .

En materia de quejas y reclamaciones, la subdivisión "BBC First" ostenta la responsabilidad de manejar las reclamaciones antes de que alcancen Ofcom. Pero Ofcom tiene el poder de intervenir en una etapa anterior en circunstancias excepcionales, o de iniciar una investigación por su propia cuenta en ausencia de una queja. Entre abril de 2017 y marzo de 2018, la BBC recibió 346 quejas en referencia a los contenidos emitidos, 164 de las cuales estaban

⁵ Fecha de consulta: septiembre de 2019.

⁶ Fecha de consulta: septiembre 2019.

⁷ Fecha de consulta: septiembre 2019.

relacionadas con políticas editoriales, cuestiones de privacidad y el enfoque de las noticias. El resto fueron desestimadas.

También en el Plan Anual, de acuerdo con la vocación de servicio público de la BBC (2019), se anunciaba una estrategia de colaboración con Facebook para reducir el impacto de las informaciones conocidas como “fake news”, ampliando su servicio de verificación de noticias e invirtiendo en equipos de datos y periodistas.

Entre sus propuestas, también se contemplaba el desarrollo de un sistema de notificaciones más personalizado, usando vídeos, gráficos y datos con cobertura más amplia de acontecimientos en directo, además de un enfoque con predominio digital en áreas clave como salud o medioambiente.

Asimismo, la BBC ha anunciado la puesta en marcha de una red de think tanks para contar con la participación de expertos y académicos con el fin de desarrollar un conocimiento más profundo y a largo plazo sobre las tendencias que interesan a la audiencia en el contexto de un mundo global.

PARTE II: POLÍTICAS SOBRE SERVICIO PÚBLICO AUDIOVISUAL Y DIGITALIZACIÓN

a) Gobiernos en el poder

En las elecciones del 6 de mayo de 2010, David Cameron, líder del Partido Conservador británico desde 2005, vencía a los laboristas de Gordon Brown por mayoría simple. Esta situación parlamentaria hizo necesario un pacto con los Liberales Demócratas de Nick Clegg, quien asumiría el cargo de viceprimer ministro de la primera coalición de Gobierno en el Reino Unido desde 1945. Cameron se estrenaría como premier británico aplicando un masivo programa de recortes con el fin de contener el desorbitado déficit público legado por el Gobierno laborista, política de austeridad que generó un alto grado de contestación social. Asimismo, presionado por los eurófobos del Partido de la Independencia del Reino Unido (UKIP, por sus siglas en inglés), liderado por Nigel Farage y por los nacionalistas del propio Partido Conservador, Cameron no tardó en asumir un discurso eminentemente euroescéptico.

En enero de 2013, con el fin de neutralizar el ala más euroescéptica de su partido, David Cameron anunciaba sus intenciones de celebrar un referéndum sobre la pertenencia del Reino Unido a la UE antes de 2017. El Primer Ministro se comprometía con esta iniciativa si su partido ganaba por mayoría absoluta las elecciones parlamentarias de 2015. El 7 de mayo de 2015, Cameron conquistaba una mayoría absoluta de 330 escaños. El 20 de febrero de 2016, el Primer Ministro británico anunciaba el referéndum sobre la permanencia del Reino Unido en la UE para el 23 de junio de ese año. En la madrugada del día 24 de junio, quedaba claro que el Brexit había ganado. Con una participación de 72,2%, la salida del Reino Unido de la UE se impuso con el 51,89% de los votos. El mismo día 24, Cameron anunciaba su dimisión tras la victoria del Brexit. El 13 julio de 2016, Theresa May, hasta entonces Ministra de Interior y ganadora del proceso interno para sustituir a Cameron, se convertía en Primera Ministra del Reino Unido.

Menos de un año después, en abril de 2017, May anunciaba el adelanto de la convocatoria electoral, prevista para el 8 de junio, como única vía para lograr la estabilidad necesaria para llevar a cabo las negociaciones de la salida de la UE. El 8 de junio de 2017, el Partido Conservador ganaba las elecciones con 318 escaños, pero perdía la mayoría absoluta parlamentaria para enfrentar las duras negociaciones con Bruselas. Mientras, los laboristas liderados por Jeremy Corbyn, ganaban 10 puntos, obteniendo el 40% de los votos. El 15 de enero de 2019, el Parlamento británico rechazaba por una contundente mayoría, 432 votos frente a 202, el Acuerdo de salida con la UE alcanzado por la Primera Ministra en las complicadas negociaciones con Bruselas, sumiendo al Reino Unido y a la UE en una etapa de incertidumbre ante la posibilidad de un Brexit sin acuerdo en marzo de 2019. Ese plazo ha sido prorrogado en dos ocasiones más, en abril y octubre de 2019, siendo la fecha definitiva el 31 de enero de 2020. Pasada esa fecha, y salvo acuerdo en contrario, Reino Unido abandonará automáticamente la Unión Europea sin acuerdo.

b) Legislación concerniente a los entes públicos de radiodifusión

La legislación del sector audiovisual público en el Reino Unido se compone de (Bratby, 2019):

- Broadcasting Act 1990.
- Broadcasting Act 1996.
- Communications Act 2003.

- Wireless Telegraphy Act 2006.
- Digital Economy Act 2017.
- The Audiovisual Media Services Directive (AMSD) 2010/13/EU.
- Y la Directiva 2018/1808/EU, en vigor desde el 18 de diciembre de 2018, que los Estados Miembros deberán transponer antes del 19 de septiembre de 2020.

Los organismos y agencias reguladoras que velan por el cumplimiento de este marco legal son (Bratby, 2019):

- Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS).
- The Office of Communications (OFCOM).
- Competition and Markets Authority.
- Competition Appeal Tribunal.
- The Advertising Standards Authority.
- And The Information Commissioner.

Sin duda, la institución más importante de regulación audiovisual en el Reino Unido es la Ofcom, creada en 2002 por la Office of Communications Act, para dar respuesta a las necesidades de convergencia entre las telecomunicaciones y el audiovisual. A través de esta Ley se procedía a la unificación de los organismos reguladores existentes en una única autoridad con más competencias y poderes. Así nacía una nueva autoridad reguladora independiente, la Ofcom, concebida como un organismo empresarial público con personalidad jurídica, aunque su puesta en marcha definitiva quedó supeditada a la aprobación de la Communications Act 2003, una nueva Ley de Comunicaciones que, en este proceso de convergencia y transición, proporcionaría un marco normativo menos complejo y suficientemente flexible con el fin de regular todo tipo de cuestiones, como el espectro radioeléctrico, las relaciones de competencia en el mercado de las comunicaciones, o las cuotas de producción europea.

Aunque Ofcom se presenta como una corporación independiente del Estado, debe informar anualmente al Parlamento británico; tiene vínculos con el DCMS y con el denominado Department for Business, Innovation and Skills (BIS); asimismo, la institución debe rendir cuentas ante la National Audit Office.

La Ley de Comunicaciones de 2003 asigna a Ofcom diferentes funciones: regulación de las concesiones y renovaciones de licencias a operadores de radio y televisión en sus diferentes servicios y plataformas de transmisión; la gestión del espectro radioeléctrico; tareas de impulso, supervisión y desarrollo del proceso de transformación digital; supervisión de fusiones, adquisiciones y negocios entre operadores, así como las controversias relativas a la competencia en el mercado audiovisual. Ofcom también desarrolla su actividad reguladora en la supervisión de contenidos audiovisuales y de producción audiovisual con el fin de mantener cuotas de producción independiente, alfabetización mediática y control de la publicidad (Carniel-Bugs, 2013).

En calidad de corporación mediática de servicio público, la BBC se regula sobre la base de dos instrumentos jurídicos: a) la Royal Charter, donde se especifican las obligaciones de servicio público independiente, la organización interna, y las formas de financiación; y b) el denominado Framework of Agreement entre el DCMS y la propia BBC, documento marco donde se establecen los derechos y obligaciones de la Corporación, así como las normas de programación. Este documento de acuerdo es muy importante, ya que la BBC está obligada a solicitar del Gobierno licencia para transmitir. La competencia para conceder estas licencias

corresponde al DCMS, a través de su Secretario de Estado, quien autoriza a la corporación para transmitir en las frecuencias asignadas y de acuerdo con las especificaciones técnicas contenidas en dicho Acuerdo (Fernández-Vivas, 2015).

De acuerdo con la nueva Royal Charter (DCMS, 2016a) y el correspondiente Agreement (DCMS, 2016b), en vigor desde enero de 2017 para el período 2017-2027, la BBC deja de ser un ente público autorregulado y pasa a ser competencia de Ofcom. Se disuelve el órgano de autorregulación BBC Trust y se unifica la gobernanza y la gestión de la corporación bajo el nuevo BBC Board. En lo que a la programación se refiere, la BBC está sujeta a las disposiciones contenidas en la Communications Act de 2003, así como en las Broadcasting Acts de 1990 y 1996 que, en materia de radiodifusión, se mantienen en vigor.

Sobre la base de este nuevo marco jurídico, Ofcom ha aprobado el nuevo Operating Framework (Ofcom, 2017), donde se detallan los principales criterios para el cumplimiento de las obligaciones, estándares de calidad de la Corporación, y su impacto en el mercado nacional e internacional.

La estructura corporativa de la BBC se divide en dos organismos: el Consejo de Gobierno y el Comité Ejecutivo. El Consejo de Gobierno establece la estrategia general para la corporación, evalúa el desempeño del Comité Ejecutivo en la prestación de sus servicios, y nombra al Director General. El actual presidente del Consejo es Sir David Clementi. Por su parte, el Comité Ejecutivo es responsable de la gestión operativa diaria y la prestación de servicios en el marco establecido por el Consejo. El Comité se reúne una vez al mes y está presidido por el Director General, actualmente Tony Hall.

La BBC se organiza en torno a cinco departamentos de operaciones y tres departamentos comerciales. Las tareas operativas se distribuyen según las siguientes divisiones:

- Contenido, que se ocupa de los canales de la cadena, incluida la puesta en marcha de la programación.
- Radio y Educación, que se encarga de la BBC Radio y eventos como los BBC Proms y la BBC Philharmonic, así como Children's BBC.
- Noticias y Actualidad, que se encarga de la realización de noticias para el ámbito nacional, regional e internacional.
- La Delegación del Director General Adjunto, que dirige varias subdivisiones, como Finanzas, Recursos Humanos, Seguridad, Diseño e Ingeniería, desde esta última se llevan a cabo las operaciones sobre innovación tecnológica –BBC Research & Development–, y se gestionan las plataformas digitales –BBC Online, BBC iPlayer y BBC Red Button–.
- Naciones y Regiones, que se encarga de las divisiones de la corporación en Escocia, Irlanda del Norte, Gales y las regiones inglesas.

Las tareas comerciales se distribuyen según las siguientes divisiones:

- BBC Studios es la distribuidora y productora interna. Se encarga de realizar música y programas (drama y comedia), y de realizar eventos. Tras una fusión con BBC Worldwide, también vende programas y mercancías en el Reino Unido y en el extranjero para obtener ingresos adicionales que se reinvierten en la programación de la BBC.
- BBC Worldwide está a cargo de la producción y distribución de su canal comercial de televisión internacional. BBC Studioworks se encarga de la gestión y mantenimiento de

los estudios de televisión, la postproducción de programas, series y películas, además de otros servicios.

c) Políticas públicas de digitalización

El 1 de marzo de 2017, el Gobierno británico publicaba la UK Digital Strategy (DCMS, 2017) para la digitalización del país. Esta estrategia digital se fundamentaba en dos documentos anteriores: el Culture White Paper, publicado en marzo de 2016; y en el denominado Industrial Strategy Green Paper, de enero de 2017, centrados ambos en la innovación tecnológica como ventana de oportunidad para el crecimiento y desarrollo económico, también en el ámbito de la cultura y la producción de contenidos. La Estrategia Digital 2017 se centra en seis líneas de actuación:

- Conectividad: centrada en la construcción, reforzamiento e innovación de la infraestructura digital
- Inclusión y habilidades digitales: con el objetivo de proporcionar a todos los ciudadanos el acceso a las capacidades digitales necesarias
- Sectores Digitales: con el fin de transformar al Reino Unido en el mejor lugar para el emprendimiento digital
- Una economía ampliada: centrada en el impulsar la transformación digital de los negocios.
- Un ciberespacio seguro : con el fin de convertir al Reino Unido en el lugar más seguro del mundo para vivir y trabajar online
- Gobierno digital: última línea de acción centrada en mantener la progresión, a la vez que la eficacia, de las prestaciones del *eGovernment*.

De acuerdo con el denominado Annual Plan 2018-2019, Making Connections work for everyone (Ofcom, 2018b), y en sintonía con la Estrategia Digital 2017 del Gobierno británico, Ofcom define sus líneas de acción a largo plazo sobre la base de tres objetivos estratégicos de alto nivel:

- Promoción de la competencia y establecimiento de garantías para que los mercados actúen en favor de los consumidores.
- Establecimiento de estándares seguros y mejora de la calidad.
- Protección de consumidores.

De acuerdo con estos objetivos, Ofcom se compromete a dar prioridad a las siguientes áreas de trabajo:

- Colaboración con la industria para apoyar programas de inversión en infraestructuras avanzadas y competitivas.
- Integración definitiva de las nuevas responsabilidades asignadas en la Royal Charter 2017 como organismo regulador de la BBC.
- Planificación estratégica para la futura concesión de bandas de frecuencia ante la creciente demanda de capacidad y en preparación para los nuevos servicios 5G.
- Extensión de la disponibilidad de servicios a través de la implementación de infraestructuras de banda ancha, introduciendo nuevas exigencias en el espectro de la telefonía móvil.

De acuerdo con la visión del regulador británico, imponer obligaciones de cobertura a los operadores de telefonía móvil representa una forma de garantizar que más personas y negocios accedan a una cobertura móvil de calidad. Los nuevos requisitos serán dados a conocer a finales de 2019, fecha en la que Ofcom tiene previsto liberar la banda de 700 MHz, clave para el desarrollo de la nueva tecnología móvil 5G. Según Ofcom, estos objetivos se realizarán garantizando y promoviendo los intereses de las empresas y consumidores británicos durante el

proceso del Brexit. El objetivo se centra en proporcionar una regulación efectiva, en estrecha colaboración con los socios europeos, de acuerdo con los deseos del Gobierno británico, y bajo la cobertura del Electronic Communication Framework y la AVMS 2018.

d) Planes de actuaciones para la liberación del dividendo digital

En referencia a la banda ancha de alta velocidad, el gobierno del Reino Unido está implementando la Obligación Universal del Servicio de banda ancha (USO) para garantizar el acceso universal en las regiones con mayores dificultades de conexión. La USO otorgará el derecho a solicitar una conexión de banda ancha de alta velocidad a un coste razonable y a una velocidad suficiente para que cada individuo, empresa y local público pueda hacer un uso completo de los servicios en línea. La USO establece objetivos para instituir la conectividad a través de fibra óptica en 15 millones de instalaciones para 2025 y lograr una cobertura nacional para el 2033, proporcionando acceso 5G a la mayoría de la población para 2027. Hasta ahora, Reino Unido ha logrado el objetivo de proporcionar una cobertura de al menos 24 Mbps al 95% de la población.

De acuerdo con el informe extraído del Digital Economy and Society Index (European Commission, 2019), se destaca la buena clasificación del Reino Unido entre los 28 Estados miembros de la UE, ocupando el puesto quinto. Los ciudadanos británicos están bien conectados: la cobertura y el uso de banda ancha (fija y móvil) supera el 99,5% de los usuarios suscritos y la cobertura NGA (Next Generation Access) alcanza el 95% para conexiones menores de 30 Mbps y el 52% para conexiones superiores a 30Mbps. La mayoría de los ciudadanos del Reino Unido están ahora en línea y hacen un uso destacado de una variedad de servicios online, como realizar compras (87%), acceder a contenido lúdico audiovisual –música, vídeos y juegos– (88%), acceder a servicios bancarios (78%), utilizar redes sociales (74%) y recibir noticias (72%). El 53% de los usuarios conectados hacen uso del vídeo a demanda (VOD) –el informe incluye bajo la misma variable a los operadores OTT y a los agregadores de contenido audiovisual gratuito–.

Respecto a las habilidades digitales de los ciudadanos británicos, un tercio aún no tiene habilidades digitales básicas (29%) y el número de graduados en TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) es ligeramente superior (5,1%) a la media europea (3,7%). El uso de tecnologías digitales por parte de las empresas muestra una imagen mixta. Si bien el uso de las redes sociales (42%), los servicios de nube (30%) y el comercio electrónico de las PyMes (19%) es relativamente alto respecto a la media europea, el intercambio electrónico de información (19%), el beneficio del comercio electrónico (11%) y la venta electrónica transnacional (9%) son bajos y muestran pocas mejoras.

PARTE III: CONCLUSIONES

La televisión pública, como el resto de los medios de comunicación, se enfrenta a importantes desafíos en tiempos de convergencia digital. Precisamente, como consecuencia de la penetración de internet en el ámbito de la televisión, la tradicional unidireccionalidad de la comunicación televisiva ha dado paso al tráfico bidireccional, definido por un modelo participativo, basado en la interacción con las audiencias y donde el espectador se encuentra en el epicentro del mercado televisivo ante la multiplicación de opciones y ofertas a su disposición.

La oferta de multiplataforma a través de los portales de televisión en internet ha multiplicado exponencialmente tanto las opciones de acceso como de contenidos, ofreciendo a los usuarios una participación más activa. En este sentido, la estrategia de la BBC representa un buen ejemplo de modelo multiplataforma con canales de radio, televisión, noticias y servicios en varios idiomas o aplicaciones para móviles que cubren un amplio espectro, en especial, los vídeos e infografías en los nuevos formatos, con el fin de presentar al espectador noticias más visuales y creativas.

Sin embargo, la BBC se enfrenta a dos grandes retos de futuro que se encuentran estrechamente interrelacionados: atraer a nuevos espectadores, mejorando la interactividad con los usuarios a través de distintas estrategias, iniciativas y plataformas; y mantener, al mismo tiempo, las audiencias tradicionales. Las tendencias en el consumo de su iPlayer y el incremento del gasto en contenidos de producción no nacional sugieren que las nuevas generaciones no se sienten atraídas por los contenidos propios de la cadena. La orientación hacia la producción de contenidos multi-pantalla y la implementación de sistemas de vídeo bajo demanda no parecen ser la solución a medio y largo plazo. Los diez millones de usuarios que han descargado BBC iPlayer ya habían pagado por la licencia de la televisión analógica y se sumaban al servicio gratuito multi-pantalla, de ahí el aumento continuado de las personas mayores de 55 años —a los que se ofrecía el acceso a los mismos contenidos sin coste adicional—, y el descenso entre los grupos más jóvenes —aparentemente animados por el potencial de la aplicación, pero desalentados por la oferta de contenidos de corte tradicional—. Recordemos que la Ofcom requiere el compromiso de la corporación televisiva para producir programas nativos, evitando en la medida de lo posible la compra de contenidos cuyo objetivo no es representar o retratar a la sociedad británica.

La BBC parece haber encontrado una solución exitosa para afrontar a corto y medio plazo las problemáticas originadas en la primera fase de digitalización, sumándose a la socialización digital y el video bajo demanda. Sin embargo, actualmente deben afrontar la implementación de nuevos sistemas de consumo, ubicuos en tiempo y forma, y la competencia de los nuevos productores y agregadores de contenidos, especialmente lúdicos. La solución se plantea no solo desde el ofrecimiento de nuevos canales de distribución, sino también junto a la producción de contenidos propios con nuevos estilos y temáticas. El propósito es producir y distribuir programación lo suficientemente atractiva como para que sea consumida por las nuevas generaciones.

PARTE 4. BIBLIOGRAFÍA

- BBC (2019). BBC Group Annual Report and Accounts 2018/19. <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualreport/2018-19.pdf>
- BBC Digital (2015). BBC Online Briefing. Summer 2015. Work Plan. <http://downloads.bbc.co.uk/commissioning/site/bbc-online-work-plan-summer-2015.pdf>
- Bell, R. (2019). BBC iPlayer performance report 2019. Disponible: <http://downloads.bbc.co.uk/mediacentre/iplayer/iplayer-performance-jan19.pdf>
- BRATBY, R. (2019). Telecoms, Media and Internet. Arnold & Porter: United Kingdom.
- CARNIEL-BUGS, R. (2013). “Organismos independientes de regulación audiovisual: los primeros cinco años de Ofcom y el desafío de la convergencia”, *RUTA*, 2.
- Cottle, S. & Ashton, M. (1999). From BBC Newsroom to BBC Newscentre: On Changing Technology and Journalist Practices. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 5 (3), 22-43. <https://doi.org/10.1177/135485659900500304>
- DCMS (2017). UK Digital Strategy. <https://www.gov.uk/government/publications/uk-digital-strategy/uk-digital-strategy>
- DCMS (2016a). Copy of Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation. Disponible en: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/577829/57964_CM_9365_Charter_Accessible.pdf
- DCMS (2016b). An Agreement Between Her Majesty's Secretary of State for Culture, Media and Sport and the British Broadcasting Corporation. Disponible en: http://downloads.bbc.co.uk/bbctrust/assets/files/pdf/about/how_we_govern/2016/agreement.pdf
- European Commission (2019). 2019 Country Report: United Kingdom. Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/united-kingdom>
- FERNÁNDEZ-VIVAS, Y. (2015). “El régimen jurídico de los medios de comunicación en el Reino Unido”. *Teoría y Realidad Constitucional*, 36.
- Pérez, J. (ed.) (2005). Televisión digital. Grupo de Análisis y Prospectiva del Sector de las Telecomunicaciones. Red.es. Disponible en: http://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/1_46_0.pdf
- OFCOM (2017). Introduction to Ofcom's Operating Framework for the BBC. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0022/107239/summary-regulatory-conditions.pdf
- OFCOM (2018a). Ofcom annual report on the BBC. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/124422/BBC-annual-report.pdf
- OFCOM (2018b). Annual Plan 2018/19. Making communications work for everyone. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0017/112427/Final-Annual-Plan-2018-19.pdf

TV LICENSING (2019). TV Licensing Annual Review 2018/19.
<https://www.tvlicensing.co.uk/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheadername1=content-type&blobheadervalue1=application%2Fpdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1370006520458&ssbinary=true>