

## **¿Debe garantizarse la prominencia de las televisiones en el entorno audiovisual digital?: “si el público no nos encuentra, no nos elige”**

En el panorama actual de los medios digitales, las plataformas, los televisores conectados y las interfaces de los dispositivos han alcanzado un poder casi omnímodo a la hora de condicionar el visionado de las diferentes ofertas audiovisuales que hoy compiten entre sí para atraer nuestra atención.

Por ello es tan importante la denominada “prominencia”, que es este caso tiene que ver con la facilidad y relevancia para contactar con unos u otros contenidos, y que acaba por determinar la visibilidad y el consumo de dichos contenidos.

En el caso de los televisores conectados, las principales ofertas de *streaming* suelen venir preinstaladas en los televisores, apareciendo en muchos casos incluso identificadas en el mando a distancia, mientras que las televisiones quedan ocultas tras menús, funciones de búsqueda y desplazamientos prolijos, no siempre sencillos o intuitivos.

Como señalan directivos de la cadena pública flamenca VTR en un reciente artículo, “si el público no nos encuentra, no nos elige”. El diseño de acceso está transformando silenciosamente los patrones de visionado, y cuando una opción es difícil de encontrar, desaparece de la agenda mental de decisión de los espectadores y, simplemente, dejan de buscarla. Los autores del artículo estiman que una aplicación ubicada al final de la interfaz de un televisor conectado puede perder entre un 35 % y un 75 % de su uso, mientras que si se coloca en una posición destacada el uso puede multiplicarse por diez.

La prominencia es un requisito fundamental en el caso de las televisiones en abierto, que permiten a la ciudadanía gozar de una amplia oferta gratuita de contenidos audiovisuales. En el caso específico de los medios públicos, dicha prominencia es condición básica para que puedan cumplir su misión informativa, cultural y social, y también su papel en el desarrollo de la industria audiovisual y como motor de la innovación tecnológica.

Si, en la era de la radiodifusión lineal, la regulación garantizaba la visibilidad del contenido de interés general, en el mundo digital esa garantía se ha ido erosionando silenciosamente, con escasa transparencia sobre cómo se toman las decisiones de disposición de canales y contenidos, y quién benefician en última instancia.

El artículo 7 bis de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual señala que “*Los Estados miembros podrán adoptar medidas para garantizar la adecuada prominencia de los servicios de comunicación audiovisual de interés general*”, texto considerado excesivamente discrecional y condicionado por el principio del país de origen. La Comisión Europea adopta, en el mejor de los casos, una postura ambigua con respecto a la adopción e implementación efectivas de la regulación de la visibilidad debida en sus Estados miembros, postura que no concuerda con su

discurso sobre el contenido europeo, las amenazas de las grandes tecnológicas y la importancia de la soberanía digital.

En este sentido, los autores del artículo mencionado defienden que la Comisión debería establecer expresamente esa prominencia de los canales televisivos, aclarando su alcance, e introduciendo también una excepción específica que permita a los Estados miembros exigir el cumplimiento de las obligaciones de visibilidad a los servicios con sede en otros países, todo ello en beneficio de la ciudadanía. Y mencionan en positivo el ejemplo de países como Reino Unido y Francia en la defensa de la prominencia.