

¿Debe garantizarse la prominencia de las televisiones gratuitas en abierto en el entorno audiovisual digital?

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.

La denominada “prominencia” está directamente relacionada con la facilidad de los usuarios para contactar con unos u otros contenidos, lo que acaba determinando su visibilidad, relevancia y visionado.

En el caso de los televisores conectados (mediante las Smart TV o los descodificadores), 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 en abierto quedan ocultas tras menús, funciones de búsqueda y desplazamientos prolijos, no siempre sencillos o intuitivos. Los algoritmos, que proponen y condicionan ofertas audiovisuales, relegan la TDT a posiciones ocultas, pese a su importante papel para garantizar el pluralismo informativo, la variedad de oferta y el acceso universal a los contenidos.

Como han señalado 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 arriba mencionado 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.

Algunos análisis indican que, en este entorno, la TDT deja de ser punto de entrada, y el acceso a ésta puede requerir entre 3 y 6 pasos de navegación (clics en el mando a distancia), pudiendo llegar, en los casos más extremos hasta 17 clicks.

La garantía de prominencia es, por tanto, 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 como servicios de interés general. En el entorno 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, con una gran dependencia del fabricante ya que no existen estándares de acceso.

El artículo 7 bis de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (AVMSD) señala que *"Los Estados miembros podrán adoptar medidas para garantizar la adecuada prominencia de los servicios de comunicación audiovisual de interés general"*.

Este artículo se ha considerado excesivamente discrecional, y muy 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.

De cara a la próxima revisión de la Directiva se plantea que la Comisión establezca 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.

En España cabría contemplar consecuentemente una modificación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), o, a más corto plazo, un desarrollo reglamentario que caracterizara la identificación de la TDT y el acceso directo en la pantalla inicial y desde el mando, tal y como se contempla ya en otros países de nuestro entorno.

Por su parte, el Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación (EMFA) contempla en su artículo 20, que entrará en vigor en mayo de 2027, el derecho a personalizar la oferta de medios de comunicación¹

¹ 1. Los usuarios tendrán el derecho a cambiar con facilidad la configuración, incluidos los ajustes por defecto, de cualquier dispositivo o interfaz de usuario que controle o gestione el acceso y el uso de servicios de medios de comunicación que ofrezcan programas con el fin de personalizar la oferta de medios de comunicación de conformidad con sus intereses o preferencias ajustadas al Derecho de la Unión. El presente apartado no afectará a las medidas nacionales de transposición del artículo 7 bis de la Directiva 2010/13/UE.

2. Al comercializar los dispositivos e interfaces de usuario a que se refiere el apartado 1, los fabricantes, desarrolladores e importadores garantizarán que dichos dispositivos e interfaces de usuario incluyan una funcionalidad que permita a los usuarios cambiar en cualquier momento, gratuitamente y con facilidad, su configuración, también los ajustes por defecto que controlan o gestionan el acceso y el uso de los servicios de medios de comunicación que se ofrecen.

3. Los fabricantes, desarrolladores e importadores de dispositivos e interfaces de usuario a que se refiere el apartado 1 garantizarán que la identidad visual de los prestadores de servicios de medios de comunicación

En definitiva, los objetivos fundamentales de la regulación de la prominencia en favor de la TDT son:

- Garantizar el acceso de la ciudadanía a la televisión gratuita y en abierto como servicios de interés general. La TDT es el principal acceso a contenidos audiovisuales para millones de hogares. Asegura cobertura prácticamente universal, especialmente en zonas rurales o con menor conectividad. Y no puede olvidarse que la radiodifusión terrestre es un sistema clave en situaciones de emergencia por su resiliencia.
- Poner en valor los contenidos propios de la TDT: pluralismo informativo, variedad y diversidad de oferta: programación nacional y de proximidad, cultural, infantil. En el caso específico de los medios públicos, dicha prominencia es condición básica para que puedan cumplir su misión de servicio, y también su papel en el desarrollo de la industria audiovisual y como motor de la innovación tecnológica.
- Cumplir con el marco regulatorio europeo, como ya hemos visto, tanto en el caso de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual como en el Reglamento Europeo de Libertad de los Medios de Comunicación.

acuyos servicios dan acceso sus dispositivos e interfaces de usuario sea visible de manera constante y clara para los usuarios.

4. Los Estados miembros adoptarán las medidas adecuadas para garantizar que los fabricantes, desarrolladores e importadores de los dispositivos o interfaces de usuario contemplados en el apartado1 cumplan lo dispuesto en los apartados2 y 3.

5. El Comité (Europeo de Servicios de Comunicación) propiciará la cooperación entre los prestadores de servicios de medios de comunicación, los organismos de normalización o cualesquiera otras partes interesadas pertinentes, a fin de fomentar el desarrollo de normas armonizadas relacionadas con el diseño de los dispositivos o interfaces de usuario mencionados en el apartado1, o con las señales digitales transmitidas por dichos dispositivos.