

III Congreso Internacional de Comunicación y Medios Audiovisuales en España y Latinoamérica (29 de marzo al 1 de abril)

Dra. Silvia Olmedo Salar, Universidad de Málaga (España)

Dra. Victoria Gabilondo, Universidad de Málaga (España)

Indicadores de rentabilidad social para transformar el mapa informativo de las televisiones en España. ¿Cómo es y cómo podría ser?

La televisión ha experimentado una transformación profunda en un escenario cambiante que la ha llevado a un modelo de sistema en línea, interactivo y personalizable (Guerrero Pérez et al. 2018); sin embargo, los espacios informativos de las parrillas de programación siguen evidenciando una prevalencia informativa de unos territorios sobre otros invisibilizados (Soengas, 2015, 2017). Por ello, este trabajo pretende radiografiar el estado actual a través de un análisis de los espacios informativos generalistas de la cadena pública TVE1 y las privadas (Antena 3, Telecinco y a Sexta) a lo largo de cuatro semanas en el 2021 y la realización de una propuesta que permita transformar esta realidad. El modelo que se plantea para promover una vertebración territorial parte de las investigaciones llevadas a cabo por el Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía de la Universidad de Málaga que desde el 2011 viene trabajando en la creación del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM).

Entres los resultados destacan el centralismo informativo de los territorios con mayor peso político y económico; el tímido protagonismo de los territorios invisibilizados históricamente por nuevas tendencias informativas y las posibilidades que brinda la adaptación nacional del IRSCOM para reconfigurar los mapas informativos de las televisiones generalistas.