Mhjournal
MIGUEL HERNÁNDEZ COMMUNICATION JOURNAL
ISSN: 1989-8681

Fecha recepción: 12/09/2025
Fecha revisión: 24/12/2025
Fecha de publicación: 30/01/2026

# La plataforma RTVE Play como servicio público de comunicación audiovisual: un modelo a repensar[1]

Manuel Barreiro-Rozados | manuelbarreiro.rozados@usc.gal
https://orcid.org/0000-0003-0542-8527
Universidade de Santiago de Compostela (España)

Pablo Calviño Tato | pablo.calvino.tato@usc.gal
https://orcid.org/0000-0002-9150-9106
Universidade de Santiago de Compostela (España)

Óscar López-Iglesias | oscarlopez.iglesias@usc.gal
https://orcid.org/0009-0002-0068-7167
Universidade de Santiago de Compostela (España)

**Cómo citar este artículo:** Manuel Barreiro-Rozados, Pablo Calviño Tato & Óscar López-Iglesias (2026): La plataforma RTVE Play como servicio público de comunicación audiovisual: un modelo a repensar, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 17 (1), pp. 237 a 260. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/edf0qt24

**Sumario**

1. Introducción
2. Marco teórico
2.1. Plataformas y plataformización
2.2. La plataforma como nuevo modelo de economía digital
2.3. Video on Demand VoD
2.4. Las plataformas de transmisión libre (OTT)
2.5. El paradigma Netflix
2.6. RTVE Play, la OTT de servicio público
3. Metodología
4. Análisis
4.1. Análisis de la Ley 13/2022 y la normativa de RTVE
4.2. Análisis de la interfaz web
4.3. Consulta de datos internos a RTVE
5. Discusión y conclusiones
6. Bibliografía

**Resumen**

La evolución del sector audiovisual tras la popularización del modelo disruptivo de las plataformas ha obligado a los poderes públicos a actualizar sus marcos normativos. En este contexto, los Medios de Servicio Público (PSM) han implantado estrategias corporativas y comerciales para competir con operadores transnacionales, dotados de mayores capacidades económicas y productivas, subordinando en ocasiones su misión de servicio público.

En este artículo, estudiamos el caso de la plataforma pública RTVE Play, analizando su grado de cumplimiento de los preceptos de la Ley 13/2022 General de Comunicación Audiovisual, que impone mayores obligaciones a las plataformas, y su grado de transparencia y compromiso, en tanto servicio público, con principios legalmente estipulados como la diversidad lingüística, la protección del menor y la accesibilidad.

**Palabras clave**

"RTVE"; "Streaming": "Televisión"; "Plataformas audiovisuales"; "PSM"

[1] Esta investigación se inscribe en el marco del proyecto de investigación "LEXCAV. El impacto de la vigente Ley 13/2022 en el tejido audiovisual: hacia una propuesta de modificación para combatir la exclusión digital de las lenguas cooficiales" (ref. PID2022-142353OB-I00).

MHJournal Vol. 17 (1) | Año 2026 - Artículo nº 11 (289) - Páginas 237 a 260 - mhjournal.org

Mhjournal
MIGUEL HERNÁNDEZ COMMUNICATION JOURNAL
ISSN: 1989-8681

Fecha recepción: 12/09/2025
Fecha revisión: 24/12/2025
Fecha de publicación: 30/01/2026

# RTVE Play as a public service audiovisual media platform: a model to rethink

Manuel Barreiro-Rozados | manuelbarreiro.rozados@usc.gal
https://orcid.org/0000-0003-0542-8527
Universidade de Santiago de Compostela (España)

Pablo Calviño Tato | pablo.calvino.tato@usc.gal
https://orcid.org/0000-0002-9150-9106
Universidade de Santiago de Compostela (España)

Óscar López-Iglesias | oscarlopez.iglesias@usc.gal
https://orcid.org/0009-0002-0068-7167
Universidade de Santiago de Compostela (España)

**How to cite this text:** Manuel Barreiro-Rozados, Pablo Calviño Tato & Óscar López-Iglesias (2026): La plataforma RTVE Play como servicio público de comunicación audiovisual: un modelo a repensar, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 17 (1), pp. 237 a 260. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/edf0qt24

**Summary**

1. Introduction
2. Theoretical framework
2.1. Platforms and platformization
2.2. The platform as a new model of the digital economy
2.3. Video on Demand VoD
2.4. Free-to-air streaming platforms (OTT)
2.5. The Netflix paradigm
2.6. RTVE Play, the public service OTT platform
2.7. Method
3. Analysis
3.1. Analysis of Law 13/2022 and RTVE's regulatory framework
3.2. Analysis of the web interface
3.3. Consultation of internal data from RTVE
4. Conclusion
4. References

**Abstract**

The evolution of the audiovisual sector following the popularisation of the disruptive platform model has compelled public authorities to update their regulatory frameworks. In this context, Public Service Media (PSM) have implemented corporate and commercial strategies to compete with transnational operators endowed with greater economic and production capacities, at times subordinating their public service remit.

In this article, we examine the case of the public platform RTVE Play, analysing the extent to which it complies with the provisions of General Audiovisual Communication Law 13/2022—which imposes greater obligations on platforms—as well as its degree of transparency and, as a public service, its commitment to legally stipulated principles such as linguistic diversity, the protection of minors, and accessibility.

**Keywords**

"RTVE"; "Streaming"; "Television"; "Plataforms" "PSM"

## 1. Introducción

El presente trabajo aborda de forma crítica cómo en la popularización y adopción masiva de la plataforma audiovisual de transmisión libre (OTT) por parte de las corporaciones televisivas, y en particular de la Corporación Radio Televisión Española (RTVE), la razón fundamental de la existencia de los PSM (*Public Service Media*), el servicio público, ha sido desplazada a un segundo plano. Los PSM, en vez de desarrollar un modelo propio, pensado para cumplir la misión de servicio público, han preferido imitar el arquetipo hegemónico de plataforma audiovisual impuesto, sobre todo, por el éxito de Netflix a nivel global. Así, se ha primado un modelo de plataforma pública con enfoque comercial que, al mismo tiempo, sirve como repositorio indiscriminado de las emisiones lineales, en vez de desarrollarse un diseño propio y orientado a un canal de distinta naturaleza (*narrowcast*) y, por tanto, con lógicas diferentes de las lineales (*broadcast*).

La adopción masiva, por parte de la audiencia, de las plataformas audiovisuales y la inmediatez de su modelo digital y disruptivo han provocado importantes cambios en el sector (Kueng, 2017) que se materializan no sólo en la desproporción en las capacidades financieras y de alcance de las nuevas operadoras, sino también en la dificultad de los distintos legisladores, nacionales y supranacionales, para adaptarse a la rapidez y la dimensión de los cambios en el ecosistema de medios (Campos, 2018, p. 226). Existe, además, una asimetría en las obligaciones impuestas por la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, transpuesta a la legislación española mediante la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación. Así, por ejemplo, mientras se exige a las prestadoras públicas que inviertan un 6% de su facturación en financiación de obra europea, se establece un punto porcentual menos para las prestadoras privadas; o, sin ir más lejos, no se define obligatoriedad alguna para las plataformas con sede en un estado de la UE distinto del español del cumplimiento de las cuotas de contenido en lenguas oficiales distintas del castellano.

## 2. Marco teórico o estado de la cuestión

### *2.1. Plataformas y plataformización*

Las plataformas son infraestructuras tecnoculturales y socioeconómicas complejas, diseñadas para recolectar, procesar y distribuir datos a gran escala, que basan su funcionamiento en arquitecturas algorítmicas e interfaces que median la interacción entre usuarios. Son, por tanto, "mediadores" (Van Dijck, 2014), que no solo facilitan la interacción socioeconómica, cultural y política, sino que organizan, moldean y dirigen los actos sociales con el objetivo de la recopilación sistemática, procesamiento algorítmico, circulación y monetización de los datos de los usuarios. Su funcionamiento condiciona el acceso a los contenidos a través de mecanismos de búsqueda, recomendación y

personalización (Van Dijck, 2016, p. 34; Gillespie, 2010; Nieborg e Poell, 2018, p. 4276; Van Dijck *et al.*, 2018, p. 9). Esta perspectiva económica y social puede completarse con una definición más técnica procedente del campo de la informática, donde se entiende a las plataformas como la base tecnológica, de *hardware* y *software*, que da soporte o sobre la que se construyen otras tecnologías, aplicaciones, bases de datos o, incluso, sistemas informáticos específicos (Bogost y Monfort, 2007, p. 1; Jin, 2015, p. 7). Autores como Langley y Leyshon (2017), Morozov (2015) y Srnicek (2018) profundizan en esta noción, conceptualizándolas como puntos de convergencia entre código y comercio que crean espacios donde interactúan diversos actores (clientes, anunciantes, proveedores de servicios).

Del "auge de la plataforma como modelo económico y de infraestructura dominante en la web social" (Helmond, 2015, p. 3) se deriva un concepto clave de esta etapa de Internet: la plataformización, un proceso que, para Nieborg y Poell (2018, p. 4276), afecta "fundamentalmente a las operaciones de las industrias culturales". En este proceso se unen tres dimensiones distintivas de las plataformas: concentración, fragmentación y contingencia (Caliandro *et al.*, 2024, pp. 8-9), dimensiones que, respectivamente, concentran las actividades de los usuarios en un solo espacio para poder predecir su comportamiento, facilitan la producción organizada y estandarizada de públicos y captan la atención y experiencias de los consumidores y las monetizan.

En síntesis, el modelo de negocio de las plataformas requiere un volumen de inversión alto en tecnología e infraestructuras, así como un crecimiento muy rápido para aprovechar la ventaja competitiva de crear mercados, de los efectos de red y de la economía de escala.

### *2.2. La plataforma como nuevo modelo de economía digital*

La plataforma emerge como modelo primordial de negocio digital después de la debacle de las puntocom de principios de siglo. Las grandes tecnológicas supervivientes quisieron superar los esquemas empresariales importados desde la economía analógica/tradicional y crearon la web social o web 2.0 (Terranova, 2022, p. 46), que es el germen de las plataformas (Helmond, 2015, p. 3).

Las plataformas han transformado la economía, la cultura, las relaciones sociales y el trabajo al añadirles "la compleja capa técnica de algoritmos y métricas que constituyen su columna vertebral infraestructural" (Caliandro *et al.*, 2024, p. 6). En este modelo de negocio, el producto o servicio ofrecido no es lo primordial desde el punto de vista económico: muchas plataformas ofrecen sus productos gratuitamente o con planes semigratuitos, porque lo primordial es la captura de datos de los usuarios que, dice Srnicek, "son el nuevo petróleo" (2018, p. 42 y 43). La plataforma es el arquetipo de la "empresa red" (Ortiz del Amo e Welp, 2013, p. 96), aquella que a través de la tecnología y la confluencia digital produce una rápida expansión a nuevos mercados para generar "un fenómeno de economía de escala" (Ortiz del Amo e Welp, 2013, p. 113).

Nieborg y Poell (2018, p. 4285), citando a Jin (2015), consideran que son estas capacidades las que convierten el capitalismo de plataformas en el modelo económico hegemónico en el ámbito digital, haciendo crecer los desafíos para la sociedad y los gobiernos en términos de poder, justicia, privacidad y equidad. De esta manera, la capacidad de influencia de las grandes tecnológicas, particularmente las GAFAM, se ha incrementado de una manera exponencial (Davis, 2023, p. 4): "la estrategia consiste en cambiar el mundo mediante la tecnología y recibir a cambio una recompensa de dinero y poder" (Castells, 2002, p. 83).

## *2.3. Video on demand (VOD)*

En este contexto, la confluencia entre televisión e Internet ha emergido como una oportunidad para reinventar, potenciar y transformar el medio televisivo (Majó, 2012, p. 75), lo que ha añadido "una nueva complejidad a la geografía de la distribución" (Lobato, 2019, p. 5), materializada en el sistema de vídeo a petición. La popularización del vídeo en Internet provocó dificultades de adaptación para los PSM, que tuvieron que enfrentar una serie de obstáculos para adaptarse al nuevo ecosistema (Dragomir *et al.*, 2024, p. 1379), como la hibridación de la transmisión lineal, unidireccional y masiva (broadcast) con el nuevo modelo de transmisión no lineal, interactivo y de difusión selectiva (narrowcast): el video on demand.

Con el VOD se populariza un modelo de consumo "inmediato, asequible y a demanda" (Clares Gavilán et al., 2019, p. 36) que modifica el medio, los canales de distribución y sus usos y el modelo broadcast se transforma en "una multitud de medios y audiencias activos y segmentados" (Álzaga y Roller, 2023, p. 126). En consecuencia, se desvanece el discurso programático en forma de línea temporal continua y el programador pasa a ser un curador de contenido. En el cambio, los espectadores han ganado cierta independencia decisoria mientras que los operadores se han visto obligados a rediseñar las estructuras internas y externas y los procesos de la cadena de valor, desde la producción a la distribución. Cambia también la relación con el público, si bien, y pese a todo, "continúa pareciendo y sintiéndose como la televisión que conocemos" (Lobato, 2019, p. 31). Y ahí reside la fortaleza del medio televisivo, en ese cierto gatopardismo coyuntural donde todo cambia para no cambiar.

En definitiva, los medios de comunicación tradicionales están inmersos en un momento de cambio evolutivo de su ecosistema y enfrentan un futuro incierto ante el que intentan adaptarse y competir con las grandes corporaciones, que operan plataformas de mayor tamaño y que funcionan mejor a medida que aumentan en escala, lo que supone una ventaja decisiva en el largo plazo (Chalaby, 2024, p. 565). Esto ha llevado a la Unión Europea (UE) a intervenir a través de su normativa, a pesar de su mínima incidencia en el sector (Dragomir *et al.*, 2024).

## *2.4. Las plataformas audiovisuales de transmisión libre (OTT)*

Las plataformas OTT pueden llegar a cada usuario para extraer una gran cantidad de datos, lo que les da información sobre los intereses y el uso de la plataforma que hacen estos y les garantiza el flujo constante y variado de datos necesarios en su modelo de negocio (Van Dijck, 2014; Bullich e Guignard, 2016; Fernández-Manzano *et al.*, 2016; Van Dijck *et al.*, 2018; Srnicek, 2018; OberCom – Observatório da Comunicação, 2022; Zuboff, 2022). En consecuencia, su versatilidad las convierte en máquinas de captura de datos que pueden segmentar públicos, personalizar la oferta y hacer un seguimiento real, y no inferido estadísticamente, de cada interacción de los usuarios.

Con su aparición, además de la ruptura de la linealidad, aparece otra transformación fundamental: la transición de un sistema de escasez artificial a uno de abundancia (Anderson, 2004; Neira, 2015, p. 73), el modelo de larga cola. En este escenario, la capacidad de procesamiento de datos y el desarrollo de algoritmos de recomendación y automatización se vuelve primordial (Neira, 2015; Bullich y Guignard, 2016, p. 12).

Entre las razones que explican la adopción masiva de las plataformas de vídeo a petición están la facilidad de uso, la moda social y la presión de grupo; los dispositivos portátiles conectados y multimedia, el volumen del catálogo y los contenidos de enganche. Pero también una estrategia comercial en la que el diseño de interfaces es fundamental: se conciben para facilitar e incentivar el consumo compulsivo (Choudary, 2015; Clares Gavilán *et al.*, 2019; OberCom – Observatório da Comunicação, 2022), trasladando, en cierto modo, al mundo digital, el especial modelo de arquitectura de casinos y centros comerciales. La implantación y popularización de las plataformas ha propiciado, también, la normalización social del pago por subscripción a la nueva televisión.

Así, la irrupción de las plataformas de transmisión libre ha modificado sustancialmente la cadena de valor audiovisual y provocado cambios (Campos *et al.*, 2018; D'Arma et al., 2021) en un sector ya afectado por la "falta de flexibilidad de las estructuras internas y la ausencia de políticas reguladoras equitativas" (Campos *et al.*, 2018, p. 237). Baste decir, para ver el alcance de su impacto, que 8 de cada 10 de los grupos de televisión y VOD más extendidos en Europa tienen su sede en Estados Unidos (Tran, 2025, p. 53). De ahí que las ventajas que de partida tenían las televisiones lineales (larga historia, conocimiento y asentamiento en el sector y la sociedad) sean ahora una desventaja estructural: un modelo corporativo anticuado y diseñado para otro sistema de distribución que se revela poco flexible en un ecosistema audiovisual multiplataforma, multimedia, multinacional e hiperconectado.

Las asimetrías entre los actores lineales nacionales y las transnacionales, tanto en lo económico como en su propósito comercial o de servicio, obliga a las corporaciones públicas a intentar estrategias que combinen lo lineal y lo no lineal y a alianzas con las plataformas con las que compiten (D'Arma *et al.*, 2021, p. 685): "la televisión tradicional lucha por sumarse al modelo Netflix, seducida por los datos que confirman que aquello que nos gusta impulsa horas de visionado y que los recomendadores multiplican el

consumo" (Clares *et al.*, 2019, p. 65). Emerge, así, un nuevo entorno audiovisual individualizado (Neira, 2018, p. 109), incluso dentro del ámbito familiar, que es convergente, hiperconectado y multipantalla (Guerrero, 2018, p. 1241) y que incrementa la demanda y el volumen de la producción (Clares *et al.*, 2019; OberCom – Observatório da Comunicação, 2022, p. 12).

## *2.5. El paradigma Netflix*

Netflix comenzó en 2007 a ofrecer su servicio de streaming en Estados Unidos, que amplió, en los años siguientes, al resto del mundo (Lobato, 2019, p. 2). En menos de una década, sus agresivas políticas de innovación y su crecimiento rápido y sostenido la erigieron en la corporación hegemónica del VOD y en el modelo a imitar, seguido por corporaciones como HBO, Disney o Amazon. Así, se convirtió en lo más parecido a una televisión global en la era de Internet.

Netflix rediseñó la corporación audiovisual (su economía, organización y funcionamiento) y desarrolló un sistema industrial innovador que aprovechaba las ventajas de la economía de escala, la datificación, los macrodatos y los algoritmos. Aplicó a la producción tradicional el modelo de gestión y distribución digitalizada y diseñó una nueva política de producción en la que se estandarizaban visual, temática y narrativamente sus productos. El modelo Netflix se convirtió en el paradigma de la definición de la industria cultural de Adorno y Horkheimer (1998), aplicado a la televisión por Internet.

Su posición de hegemonía ejerce una influencia crucial en los flujos de la ficción audiovisual global: social, cultural y económicamente. Nótese que los tres principales servicios de SVOD (Netflix, Prime Video y Disney+) representan el 85 % del tiempo de visualización total en Europa (Ene *et al.*, 2025, p. 31). Así, el modelo de transmisión libre, ha conformado un sector audiovisual transnacional, pero con un dominio determinante de la industria audiovisual y tecnológica estadounidense, que impulsa el actual modelo mercantil global y lo hace hegemónico. La asimetría en tamaño y capacidades económicas y de producción con las industrias europeas dificulta la competencia y las presiones geopolíticas y económicas, la regulación, lo que genera distorsiones en los mercados interiores de la Unión Europea. Este reforzamiento del dominio estadounidense en el sector audiovisual occidental a través de sus plataformas audiovisuales de vídeo a petición ha revivido el viejo debate sobre los flujos de la comunicación en el mundo (Lobato, 2019, p. 144).

El éxito global de Netflix ha establecido un patrón por el que tienden a medirse el resto de las plataformas, así como las televisiones. Este nuevo paradigma ha obligado a la Unión Europea a establecer cuotas mínimas de contenido, a través de la Directiva (UE) 2018/1808 de Servicios de Comunicación Audiovisual, para todas las plataformas VOD que operan en los estados miembros. En 2015, Netflix comienza oficialmente sus operaciones en la Península Ibérica y marca, con su capacidad disruptora, el rumbo

definitivo hacia la plataformización del sector audiovisual local. Se generaliza un modelo de plataformas que transforma los hábitos de consumo del gran público (Arjona Martín, 2021, p. 37) y globaliza el sector, pues si la televisión lineal era en esencia una industria nacional, el *streaming* es predominantemente internacional (Chalaby, 2024, p. 565).

### *2.6. RTVE Play, la OTT de servicio público*

Desde la liberalización de principios de los años noventa del siglo pasado, RTVE ha acusado una merma significativa de sus audiencias y ha venido sufriendo, aunque con altibajos, un paulatino pero continuo desgaste en su posición de privilegio en el sector heredada de los tiempos del monopolio estatal, tanto a consecuencia de la competición con los operadores privados como de la aparición de otros espacios de ocio y de las crisis políticas y económicas que se han sucedido desde entonces (Zallo, 2010). Durante la primera década del presente siglo, tanto los vaivenes legislativos como, principalmente, la fuerte crisis económica de 2008 (Real *et al.*, 2024, p. 212), así como los sucesivos dividendos digitales, fragmentaron y dispersaron las audiencias, agravaron la caída de la influencia social y sectorial de RTVE (Díaz, 2012, p. 9) y llevaron a un adelgazamiento de los ingresos publicitarios (Spain AVSHub, 2024, p. 35), hasta su total desaparición con la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española

En 2007, con el sector inmerso ya en un contexto de cambios decisivos, como la convergencia digital y el auge de plataformas web, nacen RTVE.es y el servicio "a la carta", que apenas un par de años después se convertirán en la actual RTVE Play (Corporación RTVE, 2023). De esta forma, la corporación estatal buscaba trasladar al ecosistema digital el servicio público y, a la vez, mantener su influencia social, la presencia en el entorno de los cibermedios y acercarse al modelo preferido por las generaciones jóvenes (Arjona, 2021, p. 50; D'Arma *et al.*, 2021, p. 685), para las que se diseñó un canal específico: PlayZ.

El nuevo escenario audiovisual global, en el que la transnacionalización es norma y las grandes corporaciones se hacen hegemónicas, ha puesto de manifiesto las limitaciones de los PSM europeos en cuanto a sus capacidades económicas y, por tanto, de producción, distribución y alcance general (Dragomir *et al.*, 2024). RTVE ha seguido, así, la tendencia impulsada por las plataformas transnacionales, que no solo han cambiado los modelos de producción, distribución y consumo, sino que también construyen una nueva televisión centrada casi exclusivamente en el entretenimiento (Ene *et al.*, 2025, p. 34).

## 3. Metodología

La investigación se ha desarrollado en varias etapas interconectadas, comenzando con un análisis exhaustivo del marco normativo para identificar las obligaciones específicas que

la ley impone a las plataformas de VOD. Posteriormente, se ha adoptado un enfoque cuantitativo para examinar el grado de cumplimiento de la Ley 13/2022 en el catálogo de RTVE Play.

De este modo, nos hemos centrado en analizar su interfaz web y los datos públicamente disponibles. Mediante una revisión sistemática se ha contrastado la información proporcionada por la plataforma con los requisitos de la legislación, lo que ha permitido determinar no solo el nivel de cumplimiento, sino también el grado de transparencia. Para garantizar la fiabilidad de los hallazgos, los resultados obtenidos se han cotejado con fuentes oficiales y documentos institucionales, lo que ha permitido verificar la exactitud de la información recopilada y asegurar que el análisis reflejara la realidad del servicio.

Así, el proceso de investigación se ha dividido en tres fases: primero, se han analizado los artículos referidos a las plataformas de VOD y RTVE y las condiciones que establecían para su prestación del servicio en la Ley 13/2022, en particular las obligaciones de emisión en materia de lenguas oficiales minorizadas, accesibilidad y protección del menor. También se ha consultado la normativa específica de RTVE en lo tocante a estos aspectos. En segundo lugar, se ha procedido al análisis de la interfaz de usuario y los contenidos en catálogo de RTVE Play mediante una lista de verificación y fichas de análisis con los datos disponibles para el público. Este proceso, realizado inicialmente en los meses de abril y mayo de 2024 y actualizado en diciembre de 2025, ha proporcionado las referencias necesarias sobre el grado de transparencia de la plataforma y, por tanto, ha permitido valorar las posibilidades de fiscalización de la ciudadanía sobre el cumplimiento de las obligaciones legalmente previstas. En tercer lugar, se han contrastado los resultados con una búsqueda de datos oficiales, tanto mediante consulta directa al ente público como a través del cotejo de la memoria de servicio público de RTVE correspondiente al año 2024.

A modo de discusión, se han analizado de forma combinada los resultados obtenidos en las tres fases anteriores relacionando las medidas establecidas en la ley con los datos recabados en la investigación. Finalmente, se han elaborado las conclusiones y las propuestas de mejora en base a la información y al análisis realizado en el estudio.

Este enfoque metodológico no solo ha permitido evaluar el estado actual de la plataforma frente a la ley, sino que también ha proporcionado herramientas para futuros estudios sobre la aplicación de normativas similares en otros contextos de servicio público.

## 4. Análisis

### *4.1. Análisis de la Ley 13/2022 y la normativa de RTVE*

La primera parte de nuestra investigación ha consistido en un análisis documental de diferentes textos normativos: la Ley General 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual y la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal y el Mandato-marco dado por las Cortes a la Corporación RTVE. En el primer caso nos hemos centrado en las obligaciones de emisión relativas a las

plataformas VOD y a RTVE, en tanto medio de servicio público, en lo tocante a diversidad lingüística, protección del menor y accesibilidad. Complementariamente, hemos analizado en la normativa del ente público aquellos preceptos relativos a estos mismos aspectos.

### *4.1.1. Diversidad lingüística*

La Ley 13/2022 establece en su artículo 8, como principio fundamental de la comunicación audiovisual, el fomento de la diversidad lingüística y cultural, plasmada en la promoción de las diferentes lenguas oficiales del Estado. Para ello, la ley determina una serie de cuotas de emisión, que en el caso de las plataformas VOD, en virtud del artículo 116, son las siguientes: sobre el total de su catálogo: 30% para obras europeas y 15% para contenidos en castellano u otras lenguas oficiales, es decir, gallego, vasco o catalán. Además, aquellos prestadores radicados en España están sujetos a cuotas adicionales, pues deben reservar el 6% de su catálogo a obras en las lenguas oficiales de ámbito autonómico, con un mínimo del 10% de este porcentaje (0'6%) para cada una de ellas.

Asimismo, las plataformas deben garantizar la prominencia de estas obras en su catálogo, como se detalla en el artículo 116.4 y en la disposición adicional quinta, con especial atención a aquellos contenidos dirigidos a público infantil de hasta 12 años. Esta disposición también contempla, en el caso de las plataformas transnacionales, la autorregulación como mecanismo para garantizar la incorporación efectiva de contenidos en lenguas oficiales minorizadas, así como la obligación de incluir las versiones en estas lenguas de aquellos contenidos en catálogo que ya hayan sido previamente doblados o subtitulados, aunque en función de una serie de requisitos. Del mismo modo, la disposición adicional quinta determina que los poderes públicos promoverán la inclusión de obras en gallego, vasco o catalán en las televisiones públicas, particularmente las financiadas con dinero público.

En este punto, cabe resaltar que la Ley 13/2022 no distingue, en lo relativo a obligaciones de emisión, entre plataformas privadas o de servicio público, a diferencia de lo establecido en cuanto a financiación anticipada de obra audiovisual, con un artículo específico, el 118, que establece cuotas más exigentes para RTVE. En cualquier caso, aunque no se regulen específicamente obligaciones adicionales para RTVE Play, es necesario mencionar que el ente público posee un especial compromiso con el fomento de la diversidad lingüística y cultural de España, tal y como se establece en los artículos 2.1 y 3 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de la titularidad estatal. Además, los artículos 9 y 18 del Mandato-marco otorgado por las Cortes a RTVE recogen medidas específicas como la emisión de contenidos territorializados en lenguas oficiales de ámbito autonómico o la difusión simultánea en distintos idiomas.

### *4.1.2. Protección del menor*

La Ley 13/2022 también establece una serie de preceptos y recomendaciones en cuanto a protección del menor en las plataformas audiovisuales Así, el artículo 95 estipula la protección de los datos personales de los menores y prohíbe su uso con fines comerciales. Además, los artículos 97 y 98 determinan una serie de obligaciones para garantizar la información de los usuarios sobre la naturaleza de los contenidos en catálogo: uso de un sistema de calificación por edades y de descriptores visuales de fácil comprensión y usabilidad en cualquier dispositivo, así como advertencias acústicas o señales visuales para distinguir contenidos potencialmente perjudiciales.

Asimismo, según el artículo 99, las plataformas están obligadas a adscribirse a un código de corregulación entre operadores y CNMC, a establecer mecanismos de control parental y codificación digital y a incluir aquellos contenidos pornográficos o violentos en catálogos separados. Por último, de acuerdo con el artículo 100, la CNMC deberá promover la producción y emisión de programas especialmente adecuados para menores de edad que fomenten su bienestar y desarrollo, aunque la ley no contempla mecanismos concretos para llevar a cabo este propósito.

### *4.1.3. Accesibilidad*

La ley 13/2022 establece para los prestadores, en su artículo 101, obligaciones como la mejora constante y progresiva de la accesibilidad de sus servicios, plasmada en planes comunicados anualmente a la CNMC, el financiamiento de las adaptaciones necesarias para hacer sus contenidos accesibles o el cumplimiento progresivo los estándares de calidad de subtitulado, audiodescripción y lengua de signos, así como el fomento de buenas prácticas para evitar la discriminación de las personas con discapacidad y garantizar su pleno disfrute de los servicios audiovisuales.

Cabe destacar que, a diferencia del capítulo dedicado a los menores, la Ley 13/2022 sí establece algunas obligaciones concretas. Así, en el caso de las plataformas, el artículo 104 fija una cuota de emisión de al menos 30% de contenidos subtitulados en catálogo, especialmente aquellos de mayor interés para los usuarios. Sin embargo, no se fijan porcentajes específicos para contenidos en lengua de signos o con audiodescripción, sino que solamente se promueve su incorporación gradual al catálogo con una prominencia adecuada, que tampoco se detalla. Asimismo, las plataformas, en cumplimiento del artículo 105, deberán conservar las medidas de accesibilidad incluidas originalmente en contenidos producidos por terceros, salvo que no se ajusten a los formatos adecuados.

## *4.2. Análisis de la interfaz web y los contenidos de RTVE Play*

La segunda parte de nuestra investigación consiste en el análisis de la interfaz de RTVE Play y los datos sobre contenidos relativos a aquellos aspectos analizados en la Ley 13/2022 a partir de la exploración directa de la web de la plataforma. Para ello, hemos empleado, en primer lugar, una ficha de análisis (Tabla 1) para examinar las posibilidades de la interfaz de la plataforma en cuanto a filtrado o selección de contenidos en función de criterios idiomáticos, etarios y de accesibilidad.

Tabla 1. Análisis interfaz RTVE Play

| Ítem | Cumplimiento |
|---|---|
| Datos sobre número de contenidos total del catálogo | No |
| Datos sobre número de contenidos en resultados de búsquedas | Sí, (limitado a 60 resultados) |
| Selección de idioma de interfaz: gallego/euskera/catalán | No |
| Apartados específicos para contenidos gallego/euskera/catalán | Parcial, solo para el catalán |
| Filtrado de contenidos por país de origen | No |
| Filtrado de contenidos por origen (Galicia, País Vasco, Cataluña) | No |
| Filtrado de contenidos por idioma en general | No |
| Filtrado de contenidos por idioma original | No |
| Filtrado de contenidos por idioma de doblaje | No |
| Filtrado de contenidos por idioma de subtitulado | No |
| Filtrado de contenidos por recursos de accesibilidad | Parcial |
| Apartado específico para contenidos con recursos de accesibilidad | No |
| Sistema de descripción de contenidos | Sí |
| Sistema de calificación por edades | Sí |
| Filtrado de contenidos por calificación por edades | No |
| Apartado(s) específico(s) para contenido infantil | Sí |
| Catálogo separado con contenidos pornográficos/violentos | No |

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo del proyecto LEXCAV (ref. PID2022-142353OB-I00)

Así, cabe mencionar inicialmente que, pese a tratarse de una plataforma vinculada al ente público de un Estado con varias lenguas oficiales, RTVE Play solo ofrece su interfaz en castellano. Además, en el caso de los restantes idiomas, únicamente los contenidos en catalán cuentan con un apartado específico, denominado "Cinema en català". Asimismo, no es posible filtrar contenidos por país o región de origen o idioma, y si bien existen apartados específicos para cine en catalán o cine español, estos únicamente ofrecen una selección.

Además, en cuanto a las búsquedas, además de no ser un método fiable por depender de la presencia del término introducido en el título, sinopsis, etc. de los contenidos, sus resultados están limitados a un máximo de 60 títulos, por lo que no se puede conocer la cifra total si excede esta cantidad. De esta forma, no se puede obtener información fidedigna sobre el número de títulos disponibles en catálogo, ni en términos absolutos ni

relativos, puesto que la interfaz tampoco permite acceder a información sobre el volumen total de contenidos.

Asimismo, la interfaz de RTVE Play tampoco ofrece la posibilidad de filtrar contenidos en función de los recursos de accesibilidad incorporados (subtitulado, audiodescripción o lengua de signos) ni dispone de apartados específicos para agrupar los títulos según este criterio. Por ello, el usuario debe comprobar cada contenido individualmente, sin poder restringir su búsqueda a aquellos títulos que dispongan del recurso requerido.

Por último, en su catálogo, esta plataforma dispone de una sección con apartados específicos para público infantil y de un sistema de descripción de contenidos y calificación por edades, ajustándose por tanto a lo exigido por la Ley 13/2022. No obstante, presenta limitaciones en cuanto a las posibilidades ofrecidas al usuario, como la inexistencia de sistemas de búsqueda por tramos etarios.

Estas deficiencias observadas en la interfaz de RTVE Play condicionan decisivamente el análisis de los contenidos disponibles en la plataforma, pues impiden acceder a los datos que permitirían supervisar el cumplimiento de las cuotas de emisión dispuestas en la Ley 13/2022. Así, como se puede ver en la Tabla 2, correspondiente a la ficha de análisis de contenidos utilizada en nuestra investigación, resulta imposible, mediante la exploración directa, comprobar el número o volumen de obras europeas, en castellano, en lenguas oficiales autonómicas o con recursos de accesibilidad en el catálogo de RTVE Play.

Tabla 2. Análisis de contenidos en RTVE Play

| ÍTEM | Nº | % | CUM-PLE? | OBSERVACIONES |
|---|---|---|---|---|
| **OBLIGACIONES LINGÜÍSTICAS** | | | | |
| Obras VO en gallego | | | | |
| Obras dobladas en gallego | | | | |
| Obras subtituladas en gallego | | | | |
| **Total de obras en gallego** | ? | * | - | Indeterminable al no poder buscar ni filtrar por idioma. Algunas producciones gallegas con versión lingüística en gallego (ej: *Os Fenómenos*) solo están disponibles en la versión en castellano. Otras (ej: *A Esmorga* y *Cuñados*) sí incluyen la versión original, aunque por defecto se presenta el doblaje en castellano. |
| Obras VO en euskera | | | | |
| Obras dobladas en euskera | | | | |
| Obras subtituladas en euskera | | | | |
| **Total de obras en euskera** | ? | * | - | Indeterminable al no poder buscar ni filtrar por idioma. Al menos algunas películas con VO en euskera (ej: *Loreak*) solo están disponibles en la |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | versión doblada al castellano. |
| Obras VO en catalán | | | | |
| Obras dobladas en catalán | | | | |
| Obras subtituladas en catalán | | | | |
| **Total de obras en catalán** | ≥33 | * | - | Apartado "cinema en català" con 33 películas con VO o dobladas en catalán. En varios casos consultados como muestra no se incluyen subtítulos en catalán: solo castellano e inglés, únicamente castellano o bien sin subtítulos. |
| Obras VO en gallego, euskera o catalán | | | | |
| Obras dobladas en gall, eus o cat | | | | |
| Obras subtituladas en gall, eus o cat | | | | |
| **Total de obras en gall, eus o cat** | ? | * | - | Indeterminable al no poder buscar ni filtrar por idioma. |
| Obras VO en castellano | | | | |
| Obras dobladas en castellano | | | | |
| Obras subtituladas en castellano | | | | |
| **Total de obras en castellano** | ? | * | - | Indeterminable al no poder buscar ni filtrar por idioma. Sin embargo, todas las obras consultadas como muestra incluyen doblaje al castellano, generalmente de forma exclusiva, y en algunos casos también subtítulos en este mismo idioma. Obras extranjeras en otras lenguas también presentan, incluso únicamente, doblaje al castellano. |
| **Total de obras en cast o gall/eus/catt** | ? | * | - | Indeterminable al no poder buscar ni filtrar por idioma. |
| **Total de obras de producción europea** | ? | * | - | Indeterminable al no poder buscar ni filtrar por producción europea. |
| **OBLIGACIONES DE ACCESIBILIDAD** | | | | |
| **Contenidos subtitulados** | ? | * | - | Indeterminable. No se puede buscar ni filtrar. No obstante, la mayoría de los contenidos, por lo menos en lo relativo a series y películas, parecen contar con subtítulos en castellano. |
| **Contenidos con audiodescripción** | ? | * | - | Indeterminable. No se puede buscar ni filtrar. |
| **Contenidos en lengua de signos** | ≥4 | * | - | Indeterminable. No se puede buscar ni filtrar como tal. Introduciendo "lengua de signos" en el buscador aparecen cuatro programas que presentan en sus títulos este sintagma y hacen uso del correspondiente recurso: *En lengua de signos, Telediario en lengua de signos, Informe Semanal en lengua de signos* y *La Revuelta en lengua de signos* |
| *Imposible de calcular, puesto que RTVE Play no proporciona datos del total de títulos en catálogo. | | | | |

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo de campo del proyecto LEXCAV (ref. PID2022-142353OB-I00)

Así pues, se advierten en la plataforma del ente público manifiestas limitaciones en cuanto a contenidos y transparencia. En primer lugar, respecto al usuario, esto se traduce en la dificultad para localizar y acceder a obras en lenguas oficiales diferentes del castellano o con diversos recursos de accesibilidad. En segundo lugar, esta falta de información imposibilita una fiscalización independiente por parte de la ciudadanía respecto al cumplimiento de las obligaciones legales de RTVE Play en materia de emisión de contenidos.

### *4.3. Consulta de datos internos de RTVE*

Después del análisis directo de RTVE Play, hemos procedido con una consulta directa a través del correo electrónico (archivortve@rtve.es) a la Unidad de Acceso y Valorización del Fondo Documental de RTVE que nos informa, a 23 de abril del 2024, del número de contenidos en lenguas oficiales distintas del castellano en el catálogo de RTVE Play: 4.163 documentos en valenciano, 8.986 en euskera, 24.386 en gallego y 77.252 en catalán. En todo caso, cabe resaltar que no se nos explica qué entiende RTVE por documento, si se trata de un programa o de parte de un programa, por ejemplo. Además, tampoco se ofrecen datos sobre el total de documentos disponibles en RTVE Play, sino sobre el Archivo de RTVE, y no todos sus contenidos son necesariamente accesibles desde la plataforma. Por otra parte, la falta de esta información imposibilita estimar el peso porcentual de los documentos referidos.

En segundo término, ante estas deficiencias, hemos consultado los datos recogidos en la última Memoria de servicio público de RTVE (2025). Según esta, el archivo del ente público ha incorporado en su proceso de digitalización y archivo 3.985 documentos (1280 horas) en Galicia, 4103 documentos (763 horas) en País Vasco y 11.772 documentos (10.163) horas en Cataluña, si bien, desconocemos el idioma de estos documentos, ya que los centros territoriales producen contenidos de ámbito local y nacional. En este mismo informe se publica que la Corporación RTVE ha emitido en "lenguas cooficiales" 14.549 horas con un coste monetario de 41,7 millones de euros. Asimismo, las horas de programación territorial en televisión han sido: 147 en Galicia, 12 en País Vasco y 1933 en Cataluña (Corporación RTVE, 2025), como se puede ver en la Figura 1.

Figura 1. Horas de producción y emisión en lenguas cooficiales en 2024.

Horas de producción y emisión en lengua cooficial 2024

| Centros Territoriales y Centro de Producción RTVE | | TVE | | | RNE | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Horas producción anuales | Horas emisión anuales | Costes asociados | Horas producción anuales | Horas emisión anuales | Costes asociados |
| Cataluña | Informativos | 215 | 422 | 11.266.109 | 1.855 | 2.532 | 3.293.982 |
| | P. Regional | 938 | 1.511 | 12.776.507 | 5.572 | 7.493 | 2.823.626 |
| Galicia | | 147 | 147 | 2.597.087 | 704 | 1.240 | 3.411.615 |
| Islas Baleares | | 147 | 147 | 1.994.298 | 525 | 931 | 1.067.137 |
| Navarra | | 12 | 12 | 179.541 | | | |
| País Vasco | | 12 | 12 | 217.584 | 4 | 7 | 13.756 |
| Valencia | | 95 | 95 | 2.089.475 | | | |
| Totales | | 1.566 | 2.346 | 31.120.601 | 8.661 | 12.203 | 10.610.117 |

Fuente: Memoria de 2024 de la Corporación RTVE.

En cualquier caso, aunque evidencian la ostensible diferencia entre radio y televisión y entre los diferentes centros territoriales de RTVE, los datos publicados por el ente público tampoco permiten verificar el cumplimiento de las cuotas de emisión previstas en la Ley 13/2022, pues no informan específicamente del volumen de contenidos de RTVE Play, ni en total ni los correspondientes a las cuotas.

## 5. Discusión y conclusiones

El análisis efectuado revela que RTVE Play necesita mejorar en todos los ejes analizados. Algunas de estas mejoras plantean poca dificultad técnica y un coste económico ínfimo, como, por ejemplo, ofrecer la interfaz en todas las lenguas del Estado o permitir la búsqueda por idioma. En el apartado de accesibilidad también es posible la mejora del servicio, ya que no hay secciones para destacar los contenidos con lengua de signos o audiodescripción ni tampoco filtros de búsqueda adecuados. Asimismo, en la sección infantil, los filtros por edad son escasos y no permiten un control efectivo por parte de las familias.

En cuanto a la transparencia, aunque en la memoria anual sí se ofrecen datos sobre los porcentajes de contenido por género o incluso por número de horas producidas (para toda la Corporación), no es posible saber con cuántas obras cuenta el catálogo de la plataforma, su procedencia por lengua original o país o cuántas cumplen con los requisitos legales de accesibilidad, de forma que resulta imposible fiscalizar el cumplimiento de las cuotas de emisión legalmente estipuladas.

Aunque RTVE ha intentado hibridar ambos canales, lineal y no lineal, sigue enfocándose prioritariamente en la programación tradicional, que incorpora a la plataforma, y solo ofrece algunos contenidos exclusivos para el canal digital (sobre todo para PlayZ). Esta estrategia, aunque refleja una voluntad de transición hacia lo digital, lastra la capacidad de la plataforma de despegar y consolidarse como un canal diferenciado al no darle una entidad propia y someterla, en cierto modo, a las lógicas lineales, como muestran las deficiencias observadas en relación con RTVE Play en la Memoria de servicio público de RTVE (2025).

RTVE Play es un caso paradigmático de cómo una radiotelevisión pública trata de adaptarse al modelo de plataforma digital asumiendo una visión más cercana a la óptica mercantilista del sector privado que a la de servicio público. Así, la asunción de la competición comercial como vector de funcionamiento ha sido una decisión que ha condicionado muchas de las actuaciones y decisiones de la corporación en las últimas décadas (Campos Freire, 2018; Guerrero Pérez, 2018). La dualidad entre su naturaleza pública y su aspiración mercantil, mantenida desde los tiempos de la liberalización del sector como estrategia única de competición ha provocado importantes contradicciones.

En este sentido, si bien la legislación vigente no otorga a la plataforma del ente público mayores obligaciones que a las corporaciones privadas excepto en la financiación anticipada de obra europea, resulta llamativo que RTVE Play no asuma motu proprio un mayor compromiso con la diversidad lingüística o accesibilidad, principios fundamentales recogidos en su propia ley y Mandato-marco. Para más inri, debido a las limitaciones expuestas en nuestro análisis, ni siquiera es posible asegurar que RTVE Play cumpla al menos con las cuotas de emisión comunes a todas las plataformas de ámbito estatal.

Así, RTVE Play hereda, en buena medida, los problemas estructurales de la televisión lineal, atravesada por una visión centralista del estado, por las dinámicas y desigualdades centro-periferia y por una organización vertical, que no termina de integrar horizontalmente, a pesar de los intentos y las posibilidades del entorno digital. RTVE Play, al ser una plataforma pública, no sólo debería liderar con el ejemplo, sino transformar en fortaleza su misión de servicio en un estado plurinacional, garantizando la visibilidad de las lenguas oficiales, ofreciendo accesibilidad real y transparencia y una organización horizontal y en red.

RTVE Play ejemplifica, además, cómo el servicio público digital debe repensarse también en clave de plataforma, lo que requiere no solo cambios tecnológicos, sino una revisión profunda de sus objetivos, formatos, métricas y estrategias de conexión con la ciudadanía. RTVE Play no debe ser un repositorio digital de la programación lineal, sino un canal más que debe encajar sus lógicas de funcionamiento en un ecosistema distinto de la televisión lineal para liderar un nuevo modelo de convergencia digital que rompa con las dinámicas de los servicios privados de comunicación audiovisual a petición.

El reto, por tanto, no es solo técnico: es institucional y político. Repensar RTVE Play no como una copia modesta de plataformas transnacionales mercantiles, sino como una

plataforma pública que proponga un modelo alternativo al de estas, centrado en el contenido europeo, que impulse la producción en lenguas propias y que proteja la diversidad lingüística y cultural europea, la accesibilidad universal, los derechos de los ciudadanos (especialmente de los menores), el equilibrio entre los géneros de programación, la pluralidad y la diversidad, la transparencia y un modelo ético de digitalización centrado en el servicio público y que sitúe a las personas usuarias en el centro. Aquí merecería una oportunidad no solo el debate sobre la financiación de los medios públicos sino, incluso, el de su integración en una futura Corporación pública europea.

## 6. Bibliografía

Adorno, T. W., y Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Editorial Trotta, S.A.

Álzaga, J. F., e Roller, F. (2023). Televisión y nuevas pantallas: Entre el determinismo tecnológico y las prácticas culturales. *Dixit*, *37*(2), 123–133. https://doi.org/10.22235/d.v37i2.3354

Anderson, C. (2004, Outubro 1). *The Long Tail*. WIRED. https://www.wired.com/2004/10/tail/

Arjona Martín, J. B. (2021). Convergencia de medios. Plataformas audiovisuales por Internet (Over-The-Top) y su impacto en el mercado audiovisual en España. *Revista Latina*, *79*, 35–52. https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1496

Bogost, I., y Monfort, N. (2007). New media as material constraint. An introduction to platform studies. *Paper Read at the First International HASTAC Conference, at Duke University, Durham, NC*. http://bogost.com/downloads/Bogost%20Montfort%20HASTAC.pdf

Bullich, V., y Guignard, T. (2016). Estratègies i normatives dels serveis OTT en el marc dels EUA (2005-2015). *Quaderrns del CAC*, *42*, 5–20.

Caliandro, A., Gandini, A., Bainotti, L., y Anselmi, G. (2024). The platformization of consumer culture: A theoretical framework. *Marketing Theory*, *24*(1), 3–21. https://doi.org/10.1177/14705931231225537

Campos Freire, F. (2018). El servicio audiovisual público en la era de la post-emisión. En S. Pérez-Seijo, M. Rodríguez-Castro, e M. Túñez-López (Eds.), *Debates sobre valores e indicadores del servicio audiovisual público en Europa* (Número December, pp. 63–78). https://doi.org/10.4185/cac142

Campos Freire, F., De Aguilera Moyano, M., y Rodríguez-Castro, M. (2018). Impacto de las plataformas globales en la competencia mediática y los resultados de las empresas de comunicación europeas. *Communication & Society*, *31*(2), 223–238. https://doi.org/10.15581/003.31.3.223-238

Castells, M. (2002). *La Galaxia Internet*. Random House Mondadori, S.A.

Chalaby, J. K. (2024). The streaming industry and the platform economy: An analysis. *Media, Culture & Society*, *46*(3), 552–571. https://doi.org/10.1177/01634437231210439

Choudary, S. P. (2015). *Platform Scale. How an emerging business model helps startups build large empires with minimum investment* (1ª). Platform Thinking Labs.

Clares Gavilán, J., Merino Álvarez, C., y Neira, E. (2019). *La revolución over the top: Del vídeo bajo demanda (VoD) a la televisión por internet*. Editorial UOC (Universitat Oberta de Catalunya).

Corporación RTVE. (2023, Julio 15). *RTVE Digital*. RTVE.es. https://www.rtve.es/rtve/20230715/areas-actividad-rtvees/942160.shtml

Corporación RTVE. (2025). *Memoria 2024. Servicio público y cumplimiento del Mandato-marco*. https://www.rtve.es/rtve/20230803/transparencia-memorias-servicio-publico/951181.shtml

D'Arma, A., Raats, T., y Steemers, J. (2021). Public service media in the age of SVoDs: A comparative study of PSM strategic responses in Flanders, Italy and the UK. *Media, Culture & Society*, *43*(4), 682–700. https://doi.org/10.1177/0163443720972909

Davis, S. (2023). What is Netflix imperialism? Interrogating the monopoly aspirations of the 'World's largest television network'. *Information, Communication & Society*, *26*(6), 1143–1158. https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1993955

Díaz Arias, R. (2012). *Contenido jurídico del servicio público de la radiotelevisión en España. Las obligaciones de los operadores públicos y privados* (1ª). Icono 14 editorial.

Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018. (2018). *Diario Oficial de la Unión Europea*, *14 de noviembre de 2018*.

Dragomir, M., Rodríguez Castro, M., y Aslama Horowitz, M. (2024). Public Service Media and Platformization: What Role Does EU Regulation Play? *Journalism and Media*, *5*(3), 1378–1394. https://doi.org/10.3390/journalmedia5030087

Ene, L., Fioroni, M., Fontaine, G., Greece, C., Kanzler, M., Lacourt, A., Munch, É., Radel-Cormann, J., y Schneeberger, A. (2025). *Key Trends 2025—Television, cinema, video and on-demand audiovisual services. The pan-european picture*. Observatorio Audiovisual de Europa - Consejo de Europa. https://rm.coe.int/key-trends-2025-en/1680b4e91d

Fernández-Manzano, E.-P., Neira, E., y Clares-Gavilán, J. (2016). Data management in audiovisual business: Netflix as a case study. *El Profesional de la Información*, *25*(4), 568. https://doi.org/10.3145/epi.2016.jul.06

Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, *12*(3), 347–364. https://doi.org/10.1177/1461444809342738

Guerrero Pérez, E. (2018). La fuga de los millennials de la televisión lineal. *Revista Latina de Comunicación Social*, *73*, 1231–1246. https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1304

Helmond, A. (2015). *The web as Platform. Data flows in Social Media*. Universidade de Amsterdam.

Jin, D. Y. (2015). *Digital platforms, imperialism and political culture*. Routledge, Taylor & Francis Group. https://doi.org/10.4324/9781315717128

Kueng, L. (2017). *Going digital: A roadmap for organisational transformation*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://doi.org/10.60625/RISJ-XCE5-7E64

Langley, P., y Leyshon, A. (2017). Platform capitalism: The intermediation and capitalisation of digital economic circulation. *Finance and Society*, *3*(1), 11–31. https://doi.org/10.2218/finsoc.v3i1.1936

Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. Boletín oficial del Estado, núm. 210, de 31/08/2009 (2009). https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2009-13988

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. Boletín oficial del Estado, núm. 163, de 08/07/2022 (2022). https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311

Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal. Boletín oficial del Estado, núm. 210, de 07/06/2006 (2006). https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-9958

Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. New York University Press.

Majó, J. (2012). Evolución de las tecnologías de la comunicación. En M. de Moragas i Spa (Ed.), *La comunicación: De los orígenes a internet* (pp. 65–90). Editorial Gedisa, S.A.

Morozov, E. (2015). *La locura del solucionismo tecnológico* (Primera edición). Katz Editores.

Neira, E. (2015). Impacto del modelo Netflix en el consumo cultural en pantallas: Biga data, suscrición y long tail. En R. Mesa (Ed.), *Anuario AC/E de cultura digital 2018* (pp. 68–79). https://www.accioncultural.es/media/DefaultFiles/flipbook/Anuario2018/anuario2018.html#p=201

Neira, E. (2018). Un futuro incierto para la televisión, un prometedor futuro para el contenido televisivo. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, *36*, 105–111.

Nieborg, D. B., y Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, *20*(11), 4275–4292. https://doi.org/10.1177/1461444818769694

OberCom – Observatório da Comunicação. (2022). *Paradigmas de consumo e de evolução da indústria em Portugal e Europa*. OberCom – Observatório da Comunicação.

https://obercom.pt/wp-content/uploads/2022/03/Audiovisual_2022_Final_15Mar.pdf

Ortiz del Amo, Marian., y Welp, Y. (2013). Sociedad red. Estado, economía y sociedad en la era de la información. En *Sociedad red*. Editorial UOC.

Real Rodríguez, E., Príncipe Hermoso, S., y Agudiez Calvo, P. (2024). La transformación digital de la televisión pública. Estudio de caso de RTVE, Rai y RTP. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *30*(1), 211–221. https://doi.org/10.5209/esmp.91920

Spain AVSHub. (2024). *2º Informe sobre el sector audiovisual del Spain Audiovisual Hub*. Ministerio para la transformación digital y de la función pública. https://spainaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/actualidad/2--informe-sobre-el-sector-audiovisual-2023-de-spain-audiovisual

Srnicek, N. (2018). Capitalismo de plataformas. En *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra Editora.

Terranova, T. (2022). *After the Internet: Digital networks between capital and the common*. Semiotext(e).

Tran, J.-A. (2025). *Audiovisual media services in Europe—2024 data*. European Audiovisual Observatory. https://rm.coe.int/audiovisual-media-services-in-europe-2024-data-june-2025-j-a-tran-/1680b661f2

Van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, *12*(2), 197–208. https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo

Veintiuno Editores Argentina S.A.

Van Dijck, J., Poell, T., y Waal, M. de. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford university press.

Zallo Elguezabal, R. (2010). La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): Un giro neoliberal. *Revista Latina de Comunicación Social*, *65*, 14–29. https://doi.org/10.4185/RLCS-2010-880-014-029

Zuboff, S. (2022). *La era del capitalismo de la vigilancia: La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder* (1ª ed). Paidós.

## Financiación

Esta investigación forma parte del proyecto LEXCAV (ref. PID2022-142353OB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades a través de la Agencia Estatal de Investigación.

Manuel Barreiro Rozados disfruta de un contrato predoctoral (ED481A 2022/184) financiado por la Xunta de Galicia a través de la convocatoria para el ejercicio 2022 de las ayudas de apoyo a la etapa predoctoral en las universidades del Sistema universitario de Galicia, en los organismos públicos de investigación de Galicia y en otras entidades del Sistema gallego de I+D+i.

Pablo Calviño Tato disfruta de un contrato predoctoral (FPU22/03057) financiado por el Ministerio de Universidades (actualmente Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades) a través de la convocatoria de ayudas para la formación de profesorado universitario correspondiente al año 2022, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación (PEICTI) 2021-2023.

Óscar López Iglesias disfruta de un contrato predoctoral asociado al proyecto LEXCAV y financiado por la Agencia Estatal de Investigación, adscrita al Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, a través de la convocatoria de ayudas para personal investigador predoctoral asociadas a proyectos de generación del conocimiento 2022 (continuación subprograma FPI-2023), en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación (PEICTI) 2021-2023.

Licencia Creative Commons
Miguel Hernández Communication Journal
mhjournal.org