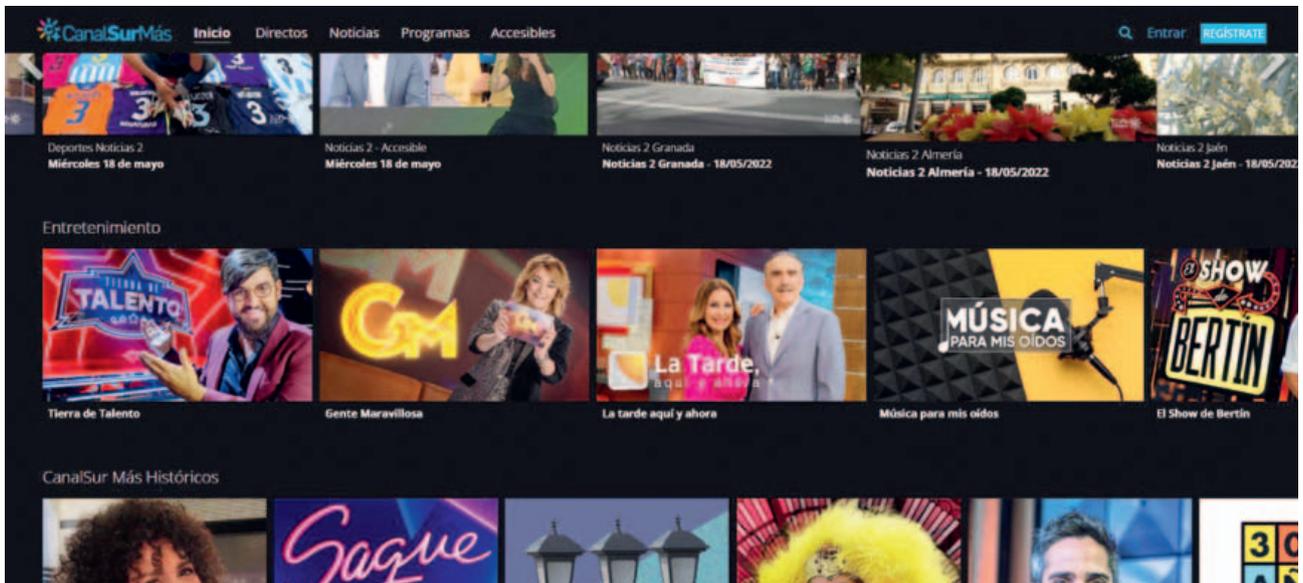




# AUTONÓMICAS: EL VALOR DE LA PROXIMIDAD

*Con una audiencia muy dispar en función de la cadena, los canales autonómicos tienen poco en común entre ellos, pero casi todos están experimentando un incremento de audiencia. Entre sus nuevos retos se encuentra el fenómeno de la digitalización y también el auge del streaming. Más que verlo como un enemigo, muchas de estas cadenas apuestan por llegar a acuerdos de distribución con ellas*

por Jordi Casanova



El mapa autonómico actual está configurado básicamente por canales públicos, gestionados por doce organismos de radio y televisión. En la actualidad, todos ellos forman parte de la FORTA, una asociación que, más que a la producción de contenidos, está enfocada a aunar sinergias en el ámbito de la publicidad. Fuera de este modelo hay algunas excepciones, como es el caso de 7RM en Murcia, de titularidad pública, pero de gestión privada o Castilla-León, cuya cadena autonómica es totalmente privada. Esta última está fuertemente subvencionada por el Gobierno autonómico, lo que despierta el recelo de la oposición política.

## UNA AUDIENCIA DESIGUAL

La audiencia de las autonómicas varía mucho en función de la Comunidad. Muchos programas de estos canales se sitúan entre los más seguidos en sus respectivas áreas, y casi todos ellos se pueden ver en toda España en unos momentos en los

## RANKING DE CADENAS AUTONÓMICAS

### RANKING POR CUOTA%. AMBITO DE EMISION. LINEAL. IND. 4+(INV) + 2AS RESIDENCIAS

RK	CADENAS	OCT 2022	DIF. SEP 22
1	TV3	14.1	-0.3
2	ARAGON TV	12.7	2.8
3	TVG	10.7	0.8
4	C.SUR	8.8	-0.1
5	ETB2	8	-0.2
6	TPA	7.5	0.4
7	CMM	5.5	-0.9
8	TELEMADRID	5.2	0.1
9	IVCAN	5	-2.1
10	IB3	5	0
11	C.EXTREMADURA	4.4	0.1
12	LA 7TV	4.2	0.5
13	A PUNT	3.1	-0.1
14	ETB1	1.8	-0.2
15	La 7	1.5	0.2
16	3/24	1.4	-0.2
17	TVG2	1.1	0.1
18	8TV	1	0.2
19	TPA2	0.9	-0.1
20	LAOTRA	0.6	-0.2
21	ETB3	0.2	-0.1

Kantar. Datos con invitados + 2as residencias.

Arriba, la OTT de Canal Sur, Canal Sur Más

que las nuevas tecnologías permiten que sus contenidos excedan su ámbito geográfico. Su creciente éxito se debe a que narran, a través de diferentes formatos como informativos, magazines, concursos o series, aquellos temas que interesan

a su audiencia potencial, la de su área de cobertura. Algunos son, además, muy populares más allá de su ámbito, como *Pòlonia* (TV3) o *Gente Maravillosa* (Canal Sur) con Toñi Moreno. Las autonómicas ocupan una cuota de pantalla o I→

	CUOTA	ESPEC. UNICOS	Cob%
 <b>Andalucía</b>	C.SUR 8,8%	→ <b>5,7 Mill.</b>	<b>69,8%</b>
	AND-TV 0,3%	→ <b>2,7 Mill.</b>	<b>32,8%</b>
 <b>Aragón</b>	ARA TV 12,8%	→ <b>1,1 Mill.</b>	-
 <b>Asturias</b>	TPA 7,6%	→ <b>0,6 Mill.</b>	<b>64,3%</b>
	TPA2 0,9%	→ <b>0,4 Mill.</b>	<b>39,1%</b>
 <b>Balears</b>	IB3 5,0%	→ <b>0,7 Mill.</b>	<b>55,5%</b>
 <b>Canarias</b>	TVCAN 5,0%	→ <b>1,4 Mill.</b>	<b>63,9%</b>
 <b>Castilla La Mancha</b>	CMM 5,4%	→ <b>1,2 Mill.</b>	<b>61,4%</b>
 <b>Cataluña</b>	TV3 14,1%	→ <b>4,3 Mill.</b>	<b>58,3%</b>
	SUPER3/33 0,5%	→ <b>1,9 Mill.</b>	<b>25,6%</b>
	3/24 1,4%	→ <b>2,7 Mill.</b>	<b>36,9%</b>
	ESPORT3 0,7%	→ <b>1,9 Mill.</b>	<b>36,9%</b>
	TV3CAT 0,1%	→ <b>0,3 Mill.</b>	<b>4,0%</b>
 <b>Extremadura</b>	C. EXT 4,4%	→ <b>0,7 Mill.</b>	<b>65,3%</b>
 <b>Galicia</b>	TVG 10,7%	→ <b>1,8 Mill.</b>	<b>68,0%</b>
	TVG2 1,1%	→ <b>1,2 Mill.</b>	<b>44,7%</b>
	GAL. TV 0,0%	→ <b>0,1 Mill.</b>	<b>2,6%</b>
 <b>Madrid</b>	TELEMADRID 5,2%	→ <b>3,7 Mill.</b>	<b>55,5%</b>
	LAOTRA 0,6%	→ <b>2,1 Mill.</b>	<b>32,4%</b>
 <b>Murcia</b>	LA 7TV 4,2%	→ <b>0,8 Mill.</b>	<b>56,7%</b>
 <b>País Vasco</b>	ETB1 1,8%	→ <b>1,0 Mill.</b>	<b>48,8%</b>
	ETB2 8,0%	→ <b>1,5 Mill.</b>	<b>70,0%</b>
	ETB3 0,2%	→ <b>0,4 Mill.</b>	<b>17,7%</b>
	ETB4 0,6%	→ <b>0,7 Mill.</b>	<b>34,6%</b>
 <b>Valencia</b>	A PUNT 3,1%	→ <b>0,0 Mill.</b>	<b>0,0%</b>

Kantar

share del 8,4% el pasado mes de octubre. Se trata de una medida de audiencia que estima el porcentaje de hogares o espectadores que están viendo un programa de televisión en un territorio con respecto al total que tiene encendido su televisor durante la emisión. Se trata de una cifra que se suele mantener estable mes a mes, aunque varía mucho en función de cada territorio. Al igual que en la televisión local, los

espacios de proximidad siguen siendo los que mejor les funcionan. Los programas informativos diarios suelen liderar audiencias, y por descontado los especiales también, como los de la Semana Santa con la emisión de las diversas Procesiones. Festividades locales como San Isidro siempre tienen una excelente cobertura en Telemadrid, y la audiencia la recompensó disparando los audímetros.



La serie documental *Memòria Negra* (IB3)

Pese a que cada Comunidad Autónoma es un mundo, hay muchos programas que se emiten en varias cadenas en diferentes días. El concurso "Atrápame si puedes", todo un éxito en Aragón TV se emite en otras cadenas como la canaria. Además, existen diferentes versiones en catalán en A Punt, IB3 y TV3. En todos los casos, el cine y las series internacionales tienen presencia, aunque a diversos niveles. Así, TV3 apenas emite ficción internacional, mientras que el cine americano es muy importante en la parrilla de Aragón TV.

### TV3: UNA PROPUESTA MODERNA Y URBANA

*Pòlnia* se sigue posicionando como uno de los contenidos no informativos más vistos de la autonómica catalana, que emite en este idioma la totalidad de sus canales. El pasado mes de octubre, su cadena principal, TV3, ocupó el primer puesto entre estas televisiones con un share del 14,1 % en Catalunya, según datos de Kantar Media. También esa lengua emite IB3 (puesto 10, con un 5% de cuota de pantalla) en las Baleares y À Punt (13, con un 3,01%) en la Comunidad Valenciana. Además, los tres grupos cuen-



tan con un canal por internet, Bon día TV, creado en 2018 y potenciado recientemente, en el que comparten contenidos audiovisuales. El lenguaje, las tradiciones, la educación, la gastronomía y el sentido del humor a menudo son un contraste que enriquece nuestra sociedad, y son la base de la programación y el éxito de Aragón TV. Esta cadena consiguió en octubre un share del 12,7 %, ocupando el segundo puesto entre las cadenas más vistas. Sus programas más seguidos son precisamente aquellos que se centran en la cultura aragonesa.

El pasado mes de octubre, la tv autonómica gallega consiguió ocupar el tercer lugar entre las más vistas con un 10,7% de cuota de pantalla en su comunidad. Si hay un programa emblemático en esta tierra es *Luar*. Se trata de uno de los grandes éxitos de TVG, siendo habitualmente líder de audiencia en su franja horaria y con especial relevancia entre los muchos emigrantes gallegos. Cuenta con

*Treufoc* (IB3)

un segundo canal, TVG2, más minoritario y con una programación centrada en contenidos infantiles y culturales. Su cuota de pantalla ronda el 1,1%.

### ETB: A LA CONQUISTA DEL MUNDO

La televisión vasca cuenta con varios canales, pero el más seguido, ETB 2 (8 % de cuota de pantalla en octubre), emite en castellano. ETB 1, totalmente en euskera, consigue un modesto 2,6% ese mismo mes. Su programa de más éxito es *El conquistador del Caribe*, uno de los realities más extremos de la televisión por la combinación de sus difíciles pruebas, la supervivencia límite y las dificultades de la convivencia.

El grupo vasco - su programación se puede recibir sin problemas también en Navarra, es el más veterano. Su primera cadena se lanzó en 1982 - este año celebra sus 40 años - y actualmente cuenta también con ETB

3 con programación infantil en euskera y ETB 4, de tipo cultural.

### APUESTA POR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Los datos de audiencia muestran la consolidación de las cadenas autonómicas en el conjunto de la televisión en abierto, un fenómeno necesario que, lejos de desaparecer, tiende a consolidarse. En mayor o menor medida, todas cuentan con plataformas multimedia, que aportan agilidad, accesibilidad, inmediatez y versatilidad para disponer de sus contenidos en cualquier soporte: televisión, radio, plataforma web y redes sociales. Su oferta OTT está muy desarrollada, especialmente en los casos de TV3 y Canal Sur. Además de las señales de sus canales en directo, los programas (especialmente los de producción propia) están disponibles en catálogo para ver cuándo y dónde quiera el espectador. Además, estos servicios ponen en valor el ar- I→

### LAS AUDIENCIA VARÍA EN FUNCIÓN DE LA COMUNIDAD



## LAS AUTONÓMICAS SON MUY IMPORTANTES PARA LA TV EN ABIERTO

HABLAMOS CON **PABLO ROMERO**, DIRECTOR GENERAL DE **RUNTIME**

Pablo Romero Sullà (58 años) es licenciado en Filosofía y Letras, por la UAM y Máster en TV por la Boston University. Este directivo, actualmente director y fundador de RUNTIME España, el servicio FAST que opera diez canales lineales y contenidos bajo demanda (AVOD), formó parte del equipo fundador de Canal+ en 1989 (tv pago), Digital+ en 1997 (tv multicanal) y también fue el máximo responsable de YOMVI (OTT) en 2010.

**¿Cómo ves el panorama audiovisual español en**

**general y qué papel tienen los servicios gratuitos como RUNTIME?**

El panorama audiovisual español está viviendo uno de los momentos más interesantes de los últimos años. Estamos en unos procesos singulares, unos puntos de inflexión. Lo que funcionó en los últimos años deja de hacerlo ahora. Y emergen nuevos actores que, de forma silenciosa y sin hacer mucho ruido, ya están funcionando.

**¿Hay una reestructuración de la oferta?**

Efectivamente. La TDT sigue siendo predominante, pero su modelo de contenidos está en crisis. Y las operadoras (TEL-COS) como Movistar, Vodafone y Orange tiran la toalla en la producción de contenidos (canales y servicios) para ser integradores de plataformas OTT. Y estas plataformas de pago, tras años de consolidación, dan muestras de agotamiento tocan techo, echándose en los brazos de agentes publicitarios... Y en este contexto aparecen las plataformas OTT gratuitas, como Pluto TV, Samsung TV Plus o RUNTIME, plataforma digital de Cine y Series que tras su éxito en Estados Unidos y América Latina llega a España con fuerza.

**¿Cómo ves la situación de las televisiones autonómicas?**

Las televisiones autonómicas representan una fortaleza en el sector de la televisión en abierto. Han sabido mantener su herencia de financiación publicitaria para hacer más liviana la carga al contribuyente... y eso es una gran ventaja.

**Es su punto fuerte...**

Sin duda, pero además han sabido encontrar en la cercanía un nexo sólido con sus audiencias. La televisión tiene una componente incuestionable de circunscribir el entorno del espectador y las televisiones autonómicas, mejor que la pública, resultan ganadoras y de gran valor; básicamente gracias a sus informativos, programas de interés para sus espectadores y en menor medida de servicio público.

**¿Son entonces aliadas de servicios OTT gratuitos?**

Son complementarios, y en

ningún caso deberían ser vistos como enemigos. Como vemos en diferentes mercados, las autonómicas aportan contenidos de valor que no están disponibles en estos servicios. Las noticias locales son un contrapeso fundamental a la propuesta de entretenimiento global que proponen los nuevos operadores digitales gratuitos internacionales.

### **¿Pero hay competencia publicitaria?**

Si dejamos de lado Rtv e, por sus limitaciones publicitarias por ley, lo cierto es que las plataformas de *streaming* gratuitas como RUNTIME beben de la misma financiación que la TDT: el sector publicitario. En este sentido, sí se va a dar un régimen de competencia... pero no en el mismo mercado ya que la tipología publicitaria es diferente en cada caso. Por un lado, las plataformas de *streaming* se basan en el mercado de la llamada publicidad programática, que es el de las plataformas digitales. Pero las autonómicas tienen un modelo publicitario tradicional, propio del "broadcast". Mismo cliente, diferentes soluciones de alcanzar al espectador.

### **¿Habrá suficiente mercado publicitario?**

No olvidemos la doble financiación de las autonómicas, vía presupuesto e ingresos publicitarios. Dicho esto, creo que hoy por hoy las plataformas de *streaming*, sean de pago o gratuitas, lo que van a intentar es quitarle publicidad al sector digital (Google, Meta...) y no tanto al mercado de la televisión tradicional. Los *streamers* se configuran en torno a una edad que oscila entre los 25 y

los 45 años, mientras que probablemente las televisiones autonómicas tienen un perfil de usuario de mayor edad.

### **¿Cómo ves la relación con las autonómicas en el ámbito de los contenidos?**

La complementariedad es perfecta. RUNTIME, como otros operadores, busca contenidos populares y de éxito para presentarlos de una manera que los canales autonómicos no pueden hacerlo por limitaciones técnicas propias del espectro radioeléctrico. Tan sencillo como que no pueden apagar sus canales informativos para darle el espacio a una serie de éxito y hacer un canal bucle con ello.

“ *Las noticias locales son un contrapeso fundamental a la propuesta de entretenimiento global* ”

### **Vosotros tenéis experiencia de distribución de contenidos con Rtv e...**

Sí, es muy positiva. Contenidos de las autonómicas podrían estar en canales FAST. Es posible que franquicias muy interesantes que forman parte de los archivos de Rtv e, como *Historias para no Dormir* acaben asomándose de nuevo en estas nuevas plataformas, no sólo Runtime, sino también en Amazon Prime. Desde nuestra plataforma estaremos encantados de explorar espacios de interés para los canales autonómicos y llevar sus éxitos más allá de sus fronteras tradicionales. Cualquier plataforma debería estar interesada. 

chivo audiovisual generado a lo largo de los años, ofreciendo un auténtico repositorio digital de los creadores del sector audiovisual de cada comunidad. Los más extensos son los de Catalunya (*TV3 a la carta*) y Andalucía, con Canal Sur Más, potenciado recientemente. El pasado mes de noviembre Castilla-La Mancha Media lanzó el canal Playtoros, un espacio dedicado al mundo del toro en el que los aficionados pueden disfrutar; en abierto, de retransmisiones en directo e históricas, de los mejores documentales sobre toreros, ganaderías o plazas y de los programas de actualidad de CMM como *Tiempo de Toros*.

### **VENTA DE CONTENIDOS A LAS PLATAFORMAS**

El panorama de la ficción televisiva en España está cambiando. El protagonismo de las series - y en menor medida de otros programas - se ha trasladado a las plataformas bajo demanda en detrimento de la televisión gratuita, y esto ha perjudicado especialmente a las cadenas autonómicas. Inmersas en una encrucijada, cada una de ellas ha tomado caminos distintos. Y lo cierto es que cada vez producen menos series, y casi ninguna de forma conjunta. Una de las salidas más interesantes para su catálogo, más allá de la coproducción, consiste en su venta a plataformas. Buscando siempre nuevos contenidos, los de estas televisiones han sido idóneos para el *streaming*: aportan a estos servicios novedades y los ponen a disposición de una audiencia global. Además, muchos títulos que pasaron sin pena ni gloria por la televisión en abierto han conseguido **I→**



“ *Las televisiones autonómicas deberán tener presentes sus hechos diferenciales: la lengua y la proximidad* ”

## DEBEMOS ADAPTARNOS

HABLAMOS CON **CLARA CABEZAS**, DIRECTORA ADJUNTA DE TV3

**¿Cuáles cree por lo general que son los principales retos de las televisiones autonómicas en general en el actual contexto televisivo?**

Los mismos que los de todas las teles. Adaptarse a nuevos consumos audiovisuales. Ir más allá de la televisión lineal y potenciar los consumos on demand. Tener claro que el usuario está en el centro y que consume cuando lo desea y a través del dispositivo

que quiere. La competencia en contenidos es enorme y las televisiones autonómicas deberán tener presentes sus hechos diferenciales: la lengua y la proximidad.

**¿Qué les aporta formar parte de la FORTA, la asociación de televisiones de ámbito estatal? ¿Cuáles son sus principales reivindicaciones?**

Nos aporta que podemos compartir formas de hacer

comprar derechos conjuntamente de contenidos de producción ajena, elaborar en algunas producciones, intercambiar conocimiento...

**¿Cómo contempla el fenómeno de las plataformas de streaming? ¿Los perjudica?**

Las plataformas ponen a disposición de la gente muchos más contenidos audiovisuales. El usuario puede escoger lo que quiere ver y cuándo lo quiere ver. Nos perjudica en cuando hay más competencia, pero nos obliga a ponernos al día. En la CCMA hace pocos días se ha presentado el nuevo Plan Estratégico, un trabajo exhaustivo que se ha realizado con la colaboración de mucha gente de dentro de la casa y de fuera y que es la hoja de ruta que nos debe permitir posicionarnos y transformarnos frente a las nuevas plataformas y diversificación de consumos. Tenemos claro que debemos adaptarnos para conectar con la gente y si tenemos recursos seremos capaces de hacerlo.

**¿Qué proyectos existen conjuntamente en estos momentos con el resto de las televisiones autonómicas a nivel de programación?**

Compartimos series de ficción de ajena, documentales y películas. El programa *Atrápame si puedes*, por ejemplo, lo hacen muchas televisiones autonómicas y compartimos platós que nos abaratan el coste de la producción. Con la Forta llevamos años colaborando y desde TV3 tenemos especial relación con las dos televisiones de habla catalana: IB3 y Apunt. 

do convertirse en éxitos de audiencia gracias a su emisión en servicios como HBOMax o Netflix. Son programas de éxito que empiezan su recorrido comercial en las autonómicas y que luego son comprados por las plataformas, como es el caso de *Crims* (de TV3) que se emitió en Movistar+. No es el único: tanto la autonómica catalana como también el resto de las cadenas cuentan ya con muchos de sus contenidos, especialmente los de ficción, disponibles en toda España - y en muchos casos con distribución internacional - gracias a Netflix, HBOMax, Disney+, Prime Video... Producido por Televisió de Catalunya y Goroka, Movistar + cuenta ya con las dos temporadas de *Crímenes* adaptadas en castellano, pero también dentro del ámbito del *true crime* destaca la producción de IB3 *Memoria Negra*, serie documental que trata de recuperar parte de los crímenes y sucesos más destacados que se han producido en las Islas Baleares durante los últimos 100 años. Está disponible en Prime Video.

### THRILLERS DE INVESTIGACIÓN CRIMINAL

*El Último Show* (HBOMax) primera serie de ficción producida por Aragón TV y que también pudo verse en otras autonómicas es una creación de Alex Rodrigo (*La casa de papel*) y una de las revelaciones de las últimas temporadas, mientras que producida por ETB, Telemadrid y Mediapro es la serie *La víctima número 8*, que podemos disfrutar en Netflix. La ficción arranca con un ataque terrorista de naturaleza yihadis-



ta en el Casco Viejo de Bilbao... *Auga Seca* forma parte de la oferta de HBOMax. Se trata de una ficción gallega - otro clásico de esta tierra *El sabor de las margaritas* está en Netflix-, un drama policial con en el tráfico de armas como telón de fondo producido por Portocabo y SPI. Es la primera serie en versión original en gallego disponible en esta plataforma. También está disponible en Filmin la respuesta de la televisión balear a *True Detective*. *Treufoc* es un thriller de investigación criminal que ha traspasado fronteras y se ha distribuido también fuera de España.

### TV3: LA MÁS PROLÍFICA

En general, las series catalanas se exportan muy bien al resto del Estado. Las tres tempora-

*Auga Seca*

das de Merlí - sobre un profesor de filosofía que enseña en un Instituto con métodos poco ortodoxos - están disponibles en Filmin, Prime Video y RTVE Play (gratuitamente), mientras que la primera temporada de *Bienvenidos a la familia*, comedia que se centra en las dificultades de una madre con tres hijos llamada Angela (Melani Olivares), se puede ver en Netflix. También en esta plataforma encontramos las series como *Si no te hubiera conocido* (una producción de ciencia ficción de diez capítulos), mientras que una de las últimas en llegar, en este caso a HBO Max, ha sido *Moebius*, estrenada en abierto el pasado mes de mayo, un interesante thriller de investigación.

### LA COPRODUCCIÓN, CAMINO A SEGUIR

Las propias plataformas de pago suelen producir mucho, pero también están interesadas en hacer llegar al público del resto de España - y también internacional - las ficciones autonómicas. La coproducción entre las plataformas y los canales en abierto también será, sin duda, una tendencia en el próximo futuro: las series se emitirán en una tv en abier-

### LA COPRODUCCIÓN SERÁ UNA TENDENCIA EN EL PRÓXIMO FUTURO

to, pero antes habrán pasado por el pago. Este es el caso de *3 Caminos*, que además de emitirse en Prime Video ha contado con la participación de la televisión gallega. La serie relata la vida de cinco amigos, cada uno de una nacionalidad diferente, todos ellos conectados por *El Camino de Santiago*. No será un caso aislado. [E]

©IB3 (7), ©Canal Sur, ©Televisión de Galicia