

**RAQUEL FUERTES**  
**PRESIDENTA DE FORTA**

# NO RENUNCIAMOS A NADA

*La Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas nació hace 35 años con una misión: promover la cooperación entre las diferentes cadenas autonómicas españolas. Este objetivo continúa vigente y sirve como marco de referencia y de realización de diversas estrategias y proyectos*

por Eva Baltés

**R**aquel Fuertes es directora general de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV), y presidenta de FORTA (Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas) desde el pasado mes de julio y por un periodo de seis meses (hasta enero de 2025) en cumplimiento del turno rotatorio estatutario. Su presidencia coincide con la conmemoración del 35º aniversario de FORTA, creada en 1989.

Fuertes, quien ha desarrollado buena parte de su carrera en medios audiovisuales, es firme defensora del papel vertebrador de los medios audiovisuales públicos autonómicos. Hemos hablado con ella para conocer cómo

se enfrenta la Federación a los desafíos del sector:

## **¿Cuáles son los principales retos que enfrenta FORTA y cómo planea afrontarlos?**

Los retos de FORTA son, a la vez, propios de nuestra organización, pero también los de la industria audiovisual. Son desafíos que hoy sentimos con particular intensidad, pero que se vienen dando ya desde hace un tiempo. Y que fundamentalmente tienen que ver con cómo las cadenas autonómicas nos adaptamos a los cambios vertiginosos que se vienen produciendo, que continúan produciéndose, en la producción, circulación y consumo de productos audiovisuales.

Me refiero a la fragmentación de los públicos, el auge

de la digitalización, el advenimiento, bastante vertiginoso y en cierta manera incierto, de la inteligencia artificial, o las dificultades que los profesionales de la información, por ejemplo, afrontan en su día a día. También, cómo continuar ofreciendo productos de calidad y de cercanía a los ciudadanos de todos los territorios en los que estamos presentes.

Como Federación que congrega a RTVA de Andalucía, 3Cat de Cataluña, RTVM de la Comunidad de Madrid, CVMC de la Comunidad Valenciana, CRTVG de Galicia, EITB del País Vasco, RTVC de Canarias, CMM de Castilla-La Mancha, RTRM de la Región de Murcia, CARTV de Aragón, RTPA de Asturias e IB3 de Islas I→



Es un proceso en marcha y que, más que preocuparnos, nos ocupa. Todas las cadenas de un modo u otro estamos avanzando en este proceso de adaptación y alineación de nuestros contenidos a la multiplicidad de canales disponibles para conectar con nuestras audiencias. El balance que hago es positivo, en este sentido.

**¿Qué iniciativas de digitalización está implementando FORTA para mejorar la accesibilidad y el alcance de sus contenidos?**

FORTA, que cumple este año su 35 aniversario, y se dice pronto, es un verdadero foro de intercambio y colaboración, de aprendizaje mutuo, entre las cadenas autonómicas, y del que me enorgullece ser parte.

Y es que la identidad de las cadenas está definida por mejorar constantemente el alcance de nuestros contenidos, y hoy en día eso pasa, en parte, por la digitalización y las mejoras en accesibilidad. Destacaré el desarrollo de las plataformas en línea, donde los usuarios pueden ver programas en directo y acceder a contenidos a la carta, algo que requiere un esfuerzo importante, tanto tecnológico como humano y de reorganización. Las nuevas herramientas, además, nos están abriendo nuevos caminos para entender cómo se consumen hoy en día los productos audiovisuales, y cuáles conectan mejor con cada franja de edad.

Los contenidos de proximidad y la actualidad son el valor de las televisiones autonómicas

Baleares, nuestro principal reto es continuar contribuyendo, desde esa gran diversidad, a la unidad de nuestros esfuerzos para superar estos retos que menciono, y otros. En ese sentido, mi presidencia estará marcada por intensificar nuestra colaboración y seguir trazando proyectos conjuntos.

**¿Cómo se están adaptando las televisiones autonómicas para atraer y mantener a sus audiencias en un panorama mediático tan fragmentado?**

Venimos realizando un trabajo intenso desde hace tiempo, pero siempre sin ale-

jarnos de lo que es nuestro ADN: el trabajar para ofrecer a los ciudadanos productos audiovisuales e informativos de calidad, dando la importancia que merecen a las noticias que ocurren más cerca y, en consecuencia, más les afectan; contenidos en los que puedan verse reflejados y, en definitiva, una producción audiovisual muy diversa, rica, en gran medida alternativa.

Parte de ese trabajo tiene que ver, también, con la adaptación de los soportes, el uso de Internet y plataformas digitales, la utilización de datos de consumo para entender a los públicos...

# REALIZACI ARAGÓN T

También debemos mencionar que las cadenas estamos invirtiendo en infraestructuras tecnológicas de transición a formatos de alta definición, la presencia en redes sociales como un medio importante de interacción con los espectadores, sin olvidar las posibilidades que la inteligencia artificial y el *big data* proporcionan para mejorar la experiencia del usuario, optimizar la recomendación de contenidos o analizar el comportamiento de los públicos. I→

“ *Estamos avanzando en la adaptación a la multiplicidad de canales* ”



Son esfuerzos en los que, en mayor o menor medida, todas las cadenas están invirtiendo tiempo y esfuerzo, con los que FORTA está comprometida, y que están cambiando, para mejor, el modo en que llegamos a nuestros públicos.

**¿Qué papel juega la producción propia en la estrategia de las televisiones autonómicas y cómo se está fomentando este aspecto dentro de FORTA?**

Es una cuestión clave, ya que permite ofrecer contenidos que reflejan la identidad, cultura y lengua de cada comunidad autónoma y que, de otra manera, no estarían disponibles.

La apuesta por la producción propia forma parte de nuestra identidad. Son contenidos que reflejan la diversidad y especificidad de los diferentes territorios y, lo más importante, nos permiten establecer una conexión emocional con nuestras audiencias. FORTA, de hecho, está definida, precisamente, por esa unidad en la atención a la diversidad.

Pero, además, a través de la producción propia, las cadenas impulsamos la industria audiovisual local, generando empleo y oportunidades para profesionales del sector en las comunidades donde estamos presentes. Basta recordar lo que era el audiovisual español y dónde estaba concentrado antes de la irrupción de las autonómicas para ver el papel determinante que hemos

desempeñado en estos años. Nuestras cadenas han sido plataforma para el desarrollo del talento local y para la consolidación ya de varias generaciones de guionistas, directores, técnicos y actores y actrices, muchos de los cuales han dado el salto fuera de sus territorios. Esa producción propia nos enorgullece particularmente, además, porque facilita la creación de una programación única y diferenciada, que no se encuentra en otros canales nacionales o internacionales y que contribuye, sin duda, a la competitividad y el atractivo de las televisiones autonómicas.

**¿Cómo están manejando las televisiones autonómicas el equilibrio entre contenido publicitario y programación de calidad para mantener a la audiencia fiel?**

La forma en la que gestionamos todo lo relacionado con la publicidad está perfectamente alineada con lo que son los valores que guían el resto de nuestra programación. Entendemos la publicidad como un servicio público más que prestamos tanto a los anunciantes como a nuestros espectadores. Hay muchas empresas locales que necesitan de nuestros canales para dar a conocer sus productos y servicios. Y hay también muchas grandes empresas de ámbito nacional o internacional que valoran de forma muy positiva los perfiles de audiencia que sintonizan en

**“ La apuesta por la producción propia forma parte de nuestra identidad ”**

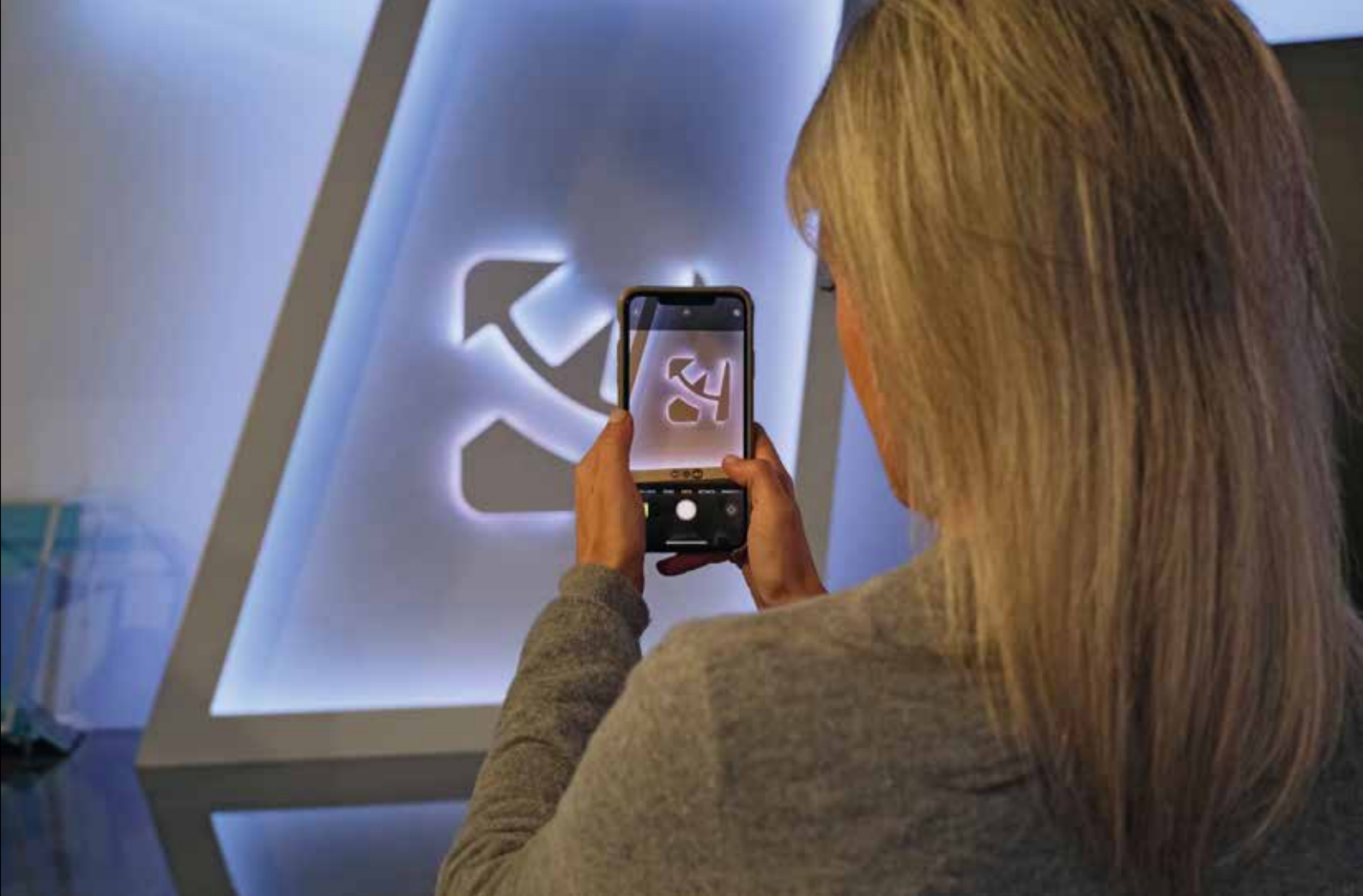
nuestras distintas franjas de programación.

Creo que es reseñable la responsabilidad con la que gestionamos nuestros contenidos publicitarios que se traduce en un número significativamente bajo de incidencias en los órganos regulatorios.

**¿Qué innovaciones y nuevos formatos están explorando las televisiones autonómicas para mantenerse competitivas y atractivas para las nuevas generaciones?**

Desde los inicios los servicios audiovisuales públicos autonómicos nos hemos caracterizado por la innovación en nuestra búsqueda continua de nuevos formatos. No deja de ser curioso que sigan estrenándose en todo tipo de cadenas y plataformas contenidos similares a los que hace décadas triunfaron en cadenas autonómicas.

No renunciamos a nada. Tal vez la ficción sea el mayor reto para las cadenas más pequeñas, por su elevado coste, pero tenemos perfectamente claro qué tipo de contenidos son los que nuestros espectadores nos demandan y en los que somos y podemos ser más fuertes: la información, la actualidad, la cobertura en directo de nuestros gran-



des acontecimientos sociales, culturales o políticos, el deporte. Por mencionar un ejemplo que conozco bien por ser de mi cadena, diré que las múltiples posibilidades que nos dan las emisiones en *streaming* nos ha permitido cuadruplicar en estos últimos años el número de retransmisiones deportivas para llegar a la práctica totalidad de disciplinas con derechos televisivos accesibles. Los *talent* musicales, como nuestro aclamado *Jotalent* nos han permitido conectar de un modo muy estrecho con esas generaciones que consumen muchos contenidos audiovisuales.

Por resumir, creo que las posibilidades de los nuevos entornos digitales nos van a ayudar en la oferta de contenidos «de nicho», cada

Las televisiones autonómicas ofrecen contenidos que reflejan la identidad, cultura y lengua de cada comunidad

vez más especializados, que puedan interesar a todo tipo de franjas de audiencia, y por supuesto, a las más jóvenes.

### ¿Cómo está fomentando FORTA la cooperación entre las diferentes cadenas autonómicas y qué beneficios ha observado hasta ahora?

FORTA nació hace 35 años con una misión, que continúa vigente y, acaso, más que nunca en la actualidad: promover la cooperación entre las diferentes cadenas autonómicas españolas mediante diversas estrategias y proyectos.

Es un foro muy consolidado de intercambio y colaboración entre las diversas casas, que nos fortalece como conjunto e individualmen-

te, y en especial en cuanto a la actualización constante en técnicas de producción, tecnologías emergentes, la adquisición de programas y derechos de emisión, la gestión de servicios de noticias y transmisiones, o la formalización de convenios con las entidades de gestión colectiva de derechos de autor, por mencionar algunos.

FORTA, además, sirve como marco de referencia y de realización de diversas iniciativas de discusión e intercambio, como, por ejemplo, el próximo curso de verano sobre el futuro de los medios audiovisuales, que organizamos en San Sebastián a principios de septiembre en colaboración con la Universidad del País Vasco, y que reúne no solo a destacados profesionales de I→

## “Una sociedad moderna no se entiende sin unos medios de comunicación de proximidad”

las cadenas sino también a académicos, especialistas y consultores de la industria audiovisual.

Y, por supuesto, FORTA tiene comisiones y grupos de trabajo temáticos sobre comunicación, marketing, transformación digital, etc., donde representantes de las diferentes cadenas autonómicas discutimos desafíos comunes, compartimos soluciones y desarrollamos proyectos conjuntos en áreas como tecnología, marketing y producción de contenidos.

No creo estar exagerando cuando digo que esta diversidad y riqueza coloca a FORTA en una situación bastante única, un actor clave en el panorama audiovisual de España. Y en lo que se refiere a los informativos, columna vertebral de nuestras cadenas, no hay ningún grupo de comunicación que tenga una penetración en el territorio tan grande como la nuestra: allá donde ocurra algo relevante habrá siempre una cámara de una cadena autonómica.

### ¿De qué manera las televisiones autonómicas están promoviendo la diversidad cultural y lingüística en sus programaciones?

Las cadenas autonómicas han sido determinantes para normalizar, preservar y visi-

bilizar realidades lingüísticas que antes carecían de cauces adecuados. No solo las lenguas, también los acentos característicos de cada territorio, que en ocasiones fueron injustamente tratados. Gracias a sus radiotelevisiones, los habitantes de esos lugares han visto reforzado algo tan evidente como que esos acentos forman parte de su identidad.

Esa identidad se plasma en aspectos como la lengua y también en la diversidad de expresiones culturales que conviven dentro de nuestros respectivos territorios. Hablo de nuestras tradiciones, nuestras fiestas, nuestros creadores... Dar visibilidad a esas realidades nos reporta siempre excelentes registros de audiencia y lo que es más importante, nos cohesionamos como sociedad.

### ¿Qué medidas están tomando las televisiones autonómicas para combatir la desinformación y fortalecer su papel como fuentes confiables de información?

La cuestión de la desinformación reviste una enorme complejidad, que abarca aspectos de salud democrática e implicación ciudadana. Es un tema que nos interpela directamente, y que nos ocupa. Y esto no solo porque, naturalmente, los

La presidencia de Raquel Fuertes estará marcada por la colaboración y los proyectos conjuntos





servicios informativos son una de las bases de las diversas cadenas, sino porque nuestro compromiso, el de las casas que conforman la FORTA, es con una información veraz, confiable y cercana a la ciudadanía.

Concretamente, se han reforzado los equipos de verificación de datos, el llamado *fact-checking*, que se dedican a comprobar la veracidad de la información antes de su difusión, utilizando herramientas avanzadas y metodologías rigurosas para detectar y desmentir noticias falsas. Digo «se han reforzado» porque no es algo nuevo, es algo que las cadenas practican desde siempre, pero sí es cierto que se está haciendo hincapié especial en la necesidad de chequear muy rigurosamente la información, porque somos conscientes de nuestra responsabilidad.

Con esto también se relacionan los programas de formación continua para nuestros periodistas y personal editorial, sobre técnicas de verificación de información, ética periodística y uso de herramientas digitales.


Simultáneamente, como no podía ser de otra manera, continuamos promoviendo y defendiendo la transparencia y la pluralidad, que son claves en la lucha contra la desinformación, así como el periodismo de investigación que profundiza en temas de interés público y aporta un análisis riguroso.

Todo esto redunda en una mayor confianza de nues-

tros públicos y en la mejora de la calidad de la información que ofrecemos, un empeño que es constante y que no vamos a disminuir. Desgraciadamente, todos los días vemos circular todo tipo de bulos y mentiras camufladas con forma de noticia. Es fundamental preservar nuestro papel de antídoto frente a toda esa desinformación para que la ciudadanía tenga referentes confiables.

### **¿Cuál es el impacto económico de las televisiones autonómicas en sus respectivas regiones y cómo contribuyen al desarrollo local?**

Creo que en la actualidad son muy pocos los que discuten la necesidad del servicio público que prestamos desde las cadenas autonómicas. Una sociedad moderna ya no se entiende sin unos medios de comunicación de proximidad que se ocupen de los intereses más cercanos.

Si planteamos el concepto de valor de nuestro servicio público solo en términos de dinero hemos de resaltar dos aspectos. El coste por habitante de nuestros medios autonómicos es un 36% más bajo que la media europea. Además, el último análisis de impacto económico que realizamos en Aragón TV, arrojó un dato revelador: cada euro de dinero público invertido genera industria y duplica la riqueza de nuestros respectivos territorios. 

© CARTV