

RESPUESTA ESCRITA A LA PREGUNTA FORMULADA POR LAS DIPUTADAS DEL GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR, D^a. MACARENA MONTESINOS DE MIGUEL, D^a TRISTANA MORALEJA GÓMEZ Y D^a CARMEN RIOLOBOS REGADERA Y EL DIPUTADO D. TOMÁS CABEZÓN CASAS

179/000463

5231

¿Qué importancia concede la Administradora única de RTVE al cambio de imagen de la Corporación al efecto de mejorar su deteriorada credibilidad y aumentar el menguado seguimiento de la audiencia?

Como Administradora provisional única disiento absolutamente de los calificativos que incluyen en su pregunta.

Ni la credibilidad de la Corporación está “deteriorada” como ustedes dicen, ni hay un “menguado seguimiento de la audiencia”.

Es más, los últimos informes del CIS y de audiencias reflejan otra situación.

El último CIS de enero recogía el dato de que La1 había sido la cadena elegida para seguir la información política y electoral.

En los comicios generales de abril del año pasado en la cadena pública tuvimos el mejor dato en una noche electoral desde 2011. En el debate de investidura del 17 de enero, TVE se convirtió en el referente informativo y la 1ª opción de los espectadores.

La credibilidad de RTVE se construye con algo más que la imagen visual. La manifiestan los españoles cuando hay una encuesta y señalan nuestros canales y emisoras como sus preferidos a la hora de obtener una información independiente y plural.

La imagen, entendida como percepción de RTVE en la sociedad española actual, es la de una empresa de servicio público que responde a las necesidades que se plantean en el contexto actual.

La Corporación, por ejemplo, puso en marcha el 1 de enero una campaña de responsabilidad social para concienciar sobre la importancia de los 17 objetivos de desarrollo sostenible. Los canales, emisoras, web y plataformas digitales apoyarán la Agenda 2030 con contenidos sobre pobreza, igualdad, salud, medioambiente, etc.

Respecto a la imagen de marca, aclarar que se ha licitado un servicio para actualizar algunos aspectos y productos que han surgido en los últimos tiempos y que requieren soluciones flexibles.



Corporación
Radiotelevisión Española

Esto es un trabajo importante ya que ayuda a construir la identidad visual de una empresa sin que necesariamente haya que cambiar todo, se trata de adecuarlo. Por ejemplo, hace unos años no existía el consumo vía plataforma y hoy es algo habitual. Este es uno de los aspectos que debe abordar la empresa que resulte seleccionada para hacer propuestas acordes con el contexto actual.

En Madrid, a 10 de febrero de 2020

LA ADMINISTRADORA PROVISIONAL ÚNICA DE LA CORPORACIÓN RTVE

rtve
ADMINISTRADORA
PROVISIONAL ÚNICA

Rosa María Mateo Isasi