

RESPUESTA ESCRITA A LA PREGUNTA FORMULADA POR LAS DIPUTADAS D^a MACARENA MONTESINOS DE MIGUEL, D^a TRISTANA MORALEJA GÓMEZ, D^a CARMEN RIOLOBOS REGADERA Y LOS DIPUTADOS D. TOMÁS CABEZÓN CASAS, D. EDUARDO CARAZO HERMOSO Y D. ANDRÉS LORITE LORITE DEL GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR

179/001988

76356

En el mes de noviembre de 2020 TVE1 obtuvo un 9,3% de audiencia, 0,5% menos que el mismo mes del año anterior. El resultado de noviembre es el peor en este mes de la historia de TVE. Por este motivo se pregunta a la Administradora única de RTVE:

- **¿Cómo valora el resultado de audiencia de TVE1 en el mes de noviembre de 2020?**

El resultado de audiencia de La1 en noviembre se situó en el 9.3%, un 0.4 puntos más que en octubre y un 0.1 puntos más que en septiembre, mes en el que se inició la presente temporada.

Es un registro de audiencia 'estable' y 'al alza' respecto a los meses previos y está en consonancia con la programación de La1 y la fuerte competencia del resto de operadores.

Este resultado se sitúa en línea con lo obtenido por la cadena en el promedio del año 2020, que fue de un 9.4%.

- **¿Este es el resultado que los responsables de programación de TVE habían previsto de acuerdo con la oferta elaborada? En caso negativo, ¿cuál era?**

El resultado final logrado en noviembre se sitúa en los márgenes previstos por programación con los contenidos de los que se podía disponer para este mes.

En TVE se realizan previamente estimaciones con las parrillas y la oferta de programación que se tiene prevista y estas suelen variar una o dos décimas respecto a los resultados finales salvo situaciones excepcionales de emisión, programación o consumo que no se puedan prever.

- **¿Hay en la historia de TVE algún mes de noviembre que en términos de audiencia sea semejante o inferior a este?**

En noviembre La1 ha obtenido una audiencia del 9.3%, el registro más bajo de un mes de noviembre desde que se miden las audiencias. Pero no es nuevo, ni es una circunstancia atribuible a una gestión.

De los 31 meses de noviembre que han transcurrido desde que se miden las audiencias, el 77% de los mismos han registrado el mínimo histórico. Por tanto, en 24 temporadas de las 31 medidas, los meses de noviembre han registrado mínimo histórico. En tan solo 7 ocasiones, el registro no se coloca en mínimo y en muchas de ellas, por márgenes de décimas.

La pérdida de audiencia que se produce en ese mes está más relacionada con aspectos exógenos a las diferentes gestiones de la Corporación y por tanto vinculado a aspectos de mercado, competencia, volumen de oferta, transformación del mercado audiovisual, etc.

En anteriores meses de noviembre de los dos últimos años se obtuvo una audiencia del 9.8% y 9.9% y el anterior, 2017, mínimo histórico del 9.7%.

- **¿Cómo interpreta que el Canal 24 Horas descienda en noviembre una décima en la audiencia respecto al mes de octubre?**

El Canal 24 Horas ha registrado en 2020 su mejor dato histórico más allá de las pequeñas oscilaciones al alza o a la baja de cada mes.

- **¿Cuáles son los targets de edad y sexo a los que se dirige principalmente la oferta de TVE1?**

La 1 es el canal de televisión principal del grupo RTVE y es un canal generalista, lo cual significa que tiene vocación de llegar a todos los targets posibles de audiencia (edad, sexo, ámbitos geográficos, nivel socioeconómico). La programación por tanto se configura con el objetivo de llegar a una audiencia mayoritaria y heterogénea.

En el año 2020 que acabamos de cerrar, La1 logró crecer en todos los targets, a excepción de los más adultos (-0,9 puntos), destacando la mejora en el target juvenil (+0,8 puntos).

El público entre 25 y 44 años sigue siendo el menos afín a la cadena, circunstancia que nos hace trabajar en el momento presente y con vistas al futuro, en contenidos que puedan captar el interés de este target.

- **¿Cómo valora que los informativos de TVE1 sigan ocupando el mes de noviembre la tercera posición (entre las tres principales cadenas) y empate con la cuarta cadena en el horario de sobremesa?**

En noviembre el conjunto de los telediarios creció en espectadores (+146.000) y en cuota (+0,1).

Respecto a la otra pregunta quiero aclarar que no hay tal empate porque son informativos que se emiten en franjas distintas. El telediario de sobremesa de TVE tuvo en noviembre 1.574.000 espectadores de media y 11,8 de cuota frente al 1.335.000 espectadores de la cuarta cadena.

- **¿Qué importancia concede a la retransmisión de diversos encuentros de la selección nacional de fútbol en el mes de noviembre y en orden a lograr o no un seguimiento más fiel, elevado y duradero sobre el resto de la programación de TVE1?**

La emisión de eventos futbolísticos y en especial de la Selección Española siempre es relevante para una cadena nacional.

Los datos conseguidos de seguimiento son relevantes. En La 1 se emitieron tres encuentros, un amistoso con Países Bajos (16.6%) y dos de la UEFA con Suiza (21.9%) y Alemania (27.2%). Aportaron en su conjunto al total del mes de la cadena +0.2 décimas respecto a una programación convencional, con 5h30m de emisión.

Para todas las cadenas que emiten fútbol y deportes en general, sí existe un mayor seguimiento del resto de la programación que heredan parte de esas importantes audiencias en los programas posteriores.

Lo que sí parece cierto es que estos eventos, aunque muy relevantes e importantes a nivel de audiencia, no derivan en una misma fidelización a otros contenidos de la cadena como pueden ser ficciones o entretenimiento. Por ejemplo, la fidelización que logra una serie, que tiene mucha menor audiencia pero que es más o menos constante en sus habituales 13 entregas, no la tienen esos eventos deportivos más esporádicos.

- **¿Cómo valora la llamada audiencia social de TVE en noviembre y el hecho de que ningún programa de TVE se encuentre en el top diez de este cómputo (tweets)?**

La audiencia social solo refleja la conversación que se tiene en una única red, Twitter, en torno a los programas de televisión, no la huella o repercusión en entornos sociales más amplios como es nuestro caso que distribuimos contenidos en muchas otras redes (como Facebook, Youtube, Instagram, TikTok).

La audiencia social en Twitter, como es conocido, está sujeta además gran variabilidad en función de la tipología de programas que las cadenas tengan en emisión en cada momento. Hay géneros, como el deporte o los talents, que generan un alto grado de conversación, y otros que no llevan tanto a los espectadores a participar. Además, la conversación suele acumularse en torno a unos muy contenidos concretos (por ejemplo, 'Masterchef Celebrity')

o 'Las cosas claras', si hablamos de programas nuestros emitidos en el mes de noviembre, o 'Mask Singer' o 'La casa fuerte', si hablamos de programas de la competencia) y no siempre con un sesgo favorable hacia el operador que la origina.

Por eso el dato de audiencia social es una variable entre otras muchas que podemos considerar a la hora de valorar el interés de un contenido, sin que sea en cualquier caso determinante.

En noviembre no tuvimos un programa en ese top 10 de programas de Twitter, aunque sí en el de emisiones (Eurovisión Junior), mientras que en diciembre 'Las cosas claras' fue el séptimo programa más comentado del mes, estando también la final de 'MasterChef Celebrity' entre las diez emisiones más vistas.

Si miramos todo el año 2020, mucho más representativo que solo el de uno o dos meses aislados, vemos que según los datos oficiales de Instar Social de Kantar la programación de La1 generó en 2020 más de 27,7 millones de tuits en esos 12 meses, un 29,1% del total de la conversación generada en torno a televisión, la segunda cadena con más conversación después de Telecinco, con un 30,8%, y muy por delante de Antena3, con un 9%, o La Sexta, con un 8,4%.

El programa más comentado de todo el año, cuadruplicando casi al segundo en número de tuits, volvió a ser 'Operación Triunfo'.

La1 es, además, la que más porcentaje de tuits con sentimiento general positivo genera, y la que menos porcentaje con sentimiento negativo (hay también un tercer subconjunto que se califica como neutro) de entre las seis grandes cadenas generalistas, solo superada por La2, que tiene incluso tasas de aceptación todavía más altas, lo que subraya que los espectadores valoran también positivamente el tono que adoptan nuestros programas.

- **¿Considera que la reiterada mala posición de TVE1 y la suma de sus peores registros históricos de audiencia debe tener alguna vez una consecuencia en términos de responsabilidad de la dirección de la cadena pública?**

El mínimo histórico registrado en noviembre no es, como se ha comentado anteriormente excepcional. En el 77% de los meses de noviembre desde que se miden audiencias, se han obtenido mínimos históricos. La pérdida de audiencia que se produce está más relacionada con aspectos exógenos a las diferentes gestiones y direcciones de la Corporación.

Los directivos de RTVE son trabajadores de la Corporación que día a día trabajan con el único objetivo de ofrecer un servicio público de calidad y continuarán haciéndolo.

- **¿Estima que la actual dirección de TVE es la más adecuada para que la cadena pueda remontar desde su precaria ubicación entre las preferencias de los españoles medidas diariamente en número de espectadores?**

Si.

La actual dirección ha tenido que afrontar nuevos retos derivados de la estrategia de modernización y adecuación de los contenidos a la demanda de una oferta lineal cambiante en su aspecto más generalista.

Por una parte, la necesidad ética y moral de conciliar la oferta pública audiovisual con los intereses de la ciudadanía, adelantando los contenidos de máxima audiencia a horarios más tempranos, a diferencia del resto de operadores. Por otra parte, la remodelación de la franja matinal con contenidos más acordes a la demanda, ha necesitado un periodo de adaptación por parte de la audiencia que ahora comienza a dar sus frutos, como es el caso de la franja matinal y de prime time, con una mejora de los datos de audiencia.

El valor de dicho cambio ha sido posible gracias a la labor de la actual dirección de TVE, aún a sabiendas del coste en perfiles y universos de audiencia que pudiera ocasionar el proceso.

En Madrid, a 20 de enero de 2021

LA ADMINISTRADORA PROVISIONAL ÚNICA DE LA CORPORACIÓN RTVE


rtve
ADMINISTRADORA
PROVISIONAL ÚNICA
Rosa María Mateo Isasi