



RETOS DE LA TELEVISION AUTONÓMICA

Maite Iturbe

Directora general de EITB

Con la convergencia digital se dispone de más herramientas y soportes para que la proximidad sea mejor tratada.

Con la convergencia digital la información se multiplica, el número de periodistas en potencia también y por tanto la proximidad también adquiere más focos y más zoom.

Antes disponíamos en EITB de canales de televisión y radios, ahora disponemos de radios, más canales de televisión y de una web o portal eitb.eus donde, además de ser corporativa y ser transparente en cuanto a nuestra organización empresarial, tenemos un portal con un servicio de noticias 24 horas 365 días, es decir, un breaking news, además de información complementaria y toda la referente a nuestros contenidos de televisión y radio.

En la red la proximidad en la información audiovisual se incrementa tanto por el tratamiento intensivo que se puede hacer, como por el número diverso de temas que se pueden abordar, así como el número de veces que esa información se irá actualizando.

La convergencia supone una mayor oferta de contenidos, tanto en la TDT como por internet, en este caso por nuestra web.

En cuanto a gobernanza y transparencia podemos acceder a nuestro portal [www.eitb.eus/grupo EITB/información del grupo/documentos EITB](http://www.eitb.eus/grupo-EiTB/información-del-grupo/documentos-EiTB).

Además de estos órganos de gobierno tenemos el control de una Comisión Parlamentaria y estamos sometidos también al control del Tribunal de Cuentas.

EITB es un ente público dependiente del Gobierno Vasco, creado en 1982 por el Parlamento Vasco para atender la exigencia social que demandaba a los poderes públicos un grupo de comunicación audiovisual propio, de carácter público, al amparo del Estatuto de Autonomía, artículo 19. El objetivo: velar por la libertad de expresión, derecho a comunicar y recibir libremente información y cumplir con este cometido conforme a las exigencias de una sociedad democrática, impulsando la normalización del uso del euskera.



EiTB opera a través de cuatro sociedades anónimas unipersonales (Administrador único universal. Junta General y el Director General) participadas al 100% por EiTB: Euskal Telebista, Eusko Irratia, Radio Vitoria, y EiTBnet.

Esta última es la creada en 2003 para el soporte internet con el objetivo según decreto (que también está entre los documentos antes citados) de mejorar los servicios públicos de comunicación, contribuir y participar en el acercamiento de la Administración Pública a través de los nuevos soportes multimedia.

EiTBnet además de ser un soporte más para la exhibición de nuestros contenidos de radio y televisión, información y entretenimiento, también los ofrece a la carta, la información complementaria a sus contenidos, con las redes sociales para interactuar y crea comunidades alrededor de sus marcas.

En cuanto a transparencia, atendemos a la normativa del Gobierno Vasco, que a su vez es la adaptada de la del Gobierno de Madrid, que a su vez emana de la normativa Europea.

Tenemos el portal de transparencia donde se informa de la contratación del personal del grupo y contratación de productoras. Estará en marcha a finales del año 2015.

En cuanto a la normativa de contratación:

EiTB se configura como un Ente Público de Derecho Privado dotado de personalidad jurídica (propia) y autonomía de gestión para la prestación del servicio público de radio televisión vasca.

Para la gestión "mercantil" del servicio público encomendado por el Estatuto de Autonomía, EiTB crea las sociedades: EUSKAL TELEBISTA,S.A.U., EUSKO IRRATIA,S.A.U., RADIO VITORIA,S.A.U. y EITBNET,S.A.U., adoptando estas entidades la naturaleza jurídica de sociedades públicas mercantiles sujetas a Derecho privado.

De conformidad con el TRLCSP (Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público), EiTB y sus sociedades de acuerdo con su naturaleza pública pero sin carácter de Administración Pública, porque están sujetos a Derecho Privado, estaríamos en un 2º nivel de sujeción al TRLCSP. Por tanto, de acuerdo con lo previsto en el artículo 191 apartado b) del TRLCSP, EiTB y sus sociedades suscriben contratos privados de (2) tipos.

1. Contratos SARA – (Contratos sujetos a Regulación Armonizada) Procedimiento definido por el TRLCSP.
2. Contratos NO SARA – (Contratos No Sujetos a Regulación Armonizada).
Tenemos un procedimiento definido con unas Instrucciones de contratación que hemos aprobado (2011) y que son como una especie de ley propia dictada por nosotros pero a la que nos vemos sometidos.
3. Contratación con productoras contenidos no sujetos a la ley de contrataciones sector público.

En ambos casos deberán quedar garantizados los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad, no discriminación y adjudicación del contrato a la oferta más ventajosa.

Además existe también una reglamentación referente al "Decálogo del uso de las redes sociales" entre otros. (Ver "documentos EitB" en la web "eitb.eus")

El modelo de financiación es mixto (subvención+publicidad). En EitBnet la publicidad va poco a poco.

La dificultad en monetizar. " + " por poco.

Con la digitalización las tendencias del consumo apuntan a una mayor personalización y creación de nichos, audiencias nichos; Pero tenemos la necesidad de mantener una audiencia lo más masiva posible para nuestra Televisión Autónoma.

¿Cómo hacer interesar a nuestra audiencia un contenido generalista cuando la tendencia es un incremento del consumo tipo nicho y por tanto mayor dispersión audiencias.

Las aportaciones de las Televisiones Autonómicas son promocionar la lengua, cultura, fomento del sector, la calidad de contenidos que va mejorando. La creación de empleo es de 400 además de las 1000 en EitB.

El impulso de la tecnología digital es importante, tenemos diferentes soluciones y el interface entre ellos es lo que producimos nosotros.

(ingesta, edición almacenamiento, sarbide, mam)

TV– Radio – Net

Todo ayuda a la convergencia.



Las dificultades con las que se encuentra las TV Autonómicas públicas se incrementan debido:

- La digitalización multiplica las ofertas.
- Con el incremento de ofertas, incrementa el consumo de las temáticas.

En 2009: 81 cadenas temáticas

En 2015: 112 cadenas

Algunas temáticas han consolidado su consumo.

Datos de consumo comparativo 2009 (antes total) y 2015.

Share	2009	2015
Públicas	37,2	28,3
Privadas	46	41,6
Temáticas	16,8	30,1

- Aparición nuevas ofertas de TV pre-pago con ambición de liderar en contenidos deportivos y otros como cine.
- Nuevos hábitos de consumo. Cada vez más habitual 2 pantallas de consumo: televisión y tablet, TV y ordenador.
- Por lo tanto las TV generalistas privadas compiten por el entretenimiento. (Cotizan en el IBEX). Competencia en el duopolio MEDIASET/ATRESMEDIA)
- Las temáticas de pago competirán con los eventos deportivos.

Soluciones y retos de las TV generalistas autonómicas.

- Liderar en informativos

24 horas share	2009	2015
Todas públicas	37,2	28,3
Todas temáticas	16.8	30,1
Informativos ETB1+ETB2+ETB3	22,3 lider	No 20,1 Lider

- Información y proximidad.



- Competir con entretenimiento: identidad cultural, originalidad, innovación.
- Refuerzo de la marca como modelo de comunicación multimedia EITB: TV+Radio+Internet
- Convergencia de medios a realizar en 5 ámbitos:
 - a. Convergencia en lugar, espacio y tecnología.
Tenemos una organización común y una tecnología que nos permite entre otras cosas a acceder al archivo de la tele desde la radio e introducir videos en televisión en la web... y...
 - b. Convergencia editorial en marcha.
 - c. Convergencia profesional. Formación en marcha.
 - d. Convergencia de medios. Sinergia de medios para la grabación de contenidos.
 - e. Convergencia regulatoria.
- Dificultades especiales en Euskadi. Dos idiomas oficiales, dos televisiones generalistas (en euskera, castellano). (Vasos comunicantes) y tres radios generalistas (2 en castellano (1 en local), y 1 en euskera).

Y finalmente, cómo reconectar con los públicos desde internet.

En lo referente a la proximidad en la información, divulga los videos de nuestros espacios informativos con textos actualizados al momento y trabajamos de manera todavía más intensa la proximidad creando comunidades temáticas o locales en facebook (con las que linkeamos información como de territorios o ciudades).

Utilizamos la fuerza de nuestra marca como "EiTBalbistek" "EiTB noticias" en twitter, creamos páginas especiales por su originalidad, con títulos descriptivos, ligeros de peso, fáciles para cargar y adaptados para verlos en el móvil y así sean éstos bien posicionados en geogle...

Además tenemos también nuestros blogs, algunos personales y otros creados como comunidades que permiten colocar noticias a lo mejor no de la suficiente actualidad, pero sí, con un interés particular para un colectivos concreto.



Diariamente además de disponer de las audiencias de televisión disponemos también de las de internet vía google analytics certificada (TODA NUESTRA INFORMACION VIDEOS VAN CON UN CODIGO DE GOOGLE...) y observamos que además de llevar una media próxima a los 100.000 usuarios únicos diarios, un 50% son relacionados con la actividad informativa y un 90% cib ka actualidad próxima, y un 10% con deportes, siendo este porcentaje mucho más elevado cuando tenemos un evento como "Giro", "Euskal Herriko Itzulia", Remo... (Ver audiencias)

Las fuentes de acceso a nuestra web www.eitb.eus son o directamente o vía google, facebook móvil, facebook, twiter, otros...

Para ganar en servicio y proximidad hemos desarrollado la versión "Responsive" para que nuestra web esté adaptada a los smartphones. Así se puede acceder a través de los móviles y navegar en nuestra web.

Hoy en día ya es casi un 50% el número de los que acceden a navegar en nuestra web a través del Smartphone. Esto va en aumento progresivamente.

Además tenemos también la aplicación EITB para acceder en este caso a nuestros contenidos a través del Smartphone o tablet.