

# ¿Es posible la evolución del *cross-media* al *transmedia* en las televisiones de proximidad públicas andaluzas?



Carmen del Rocío Monedero Morales  
roi@uma.es

# Objetivos:

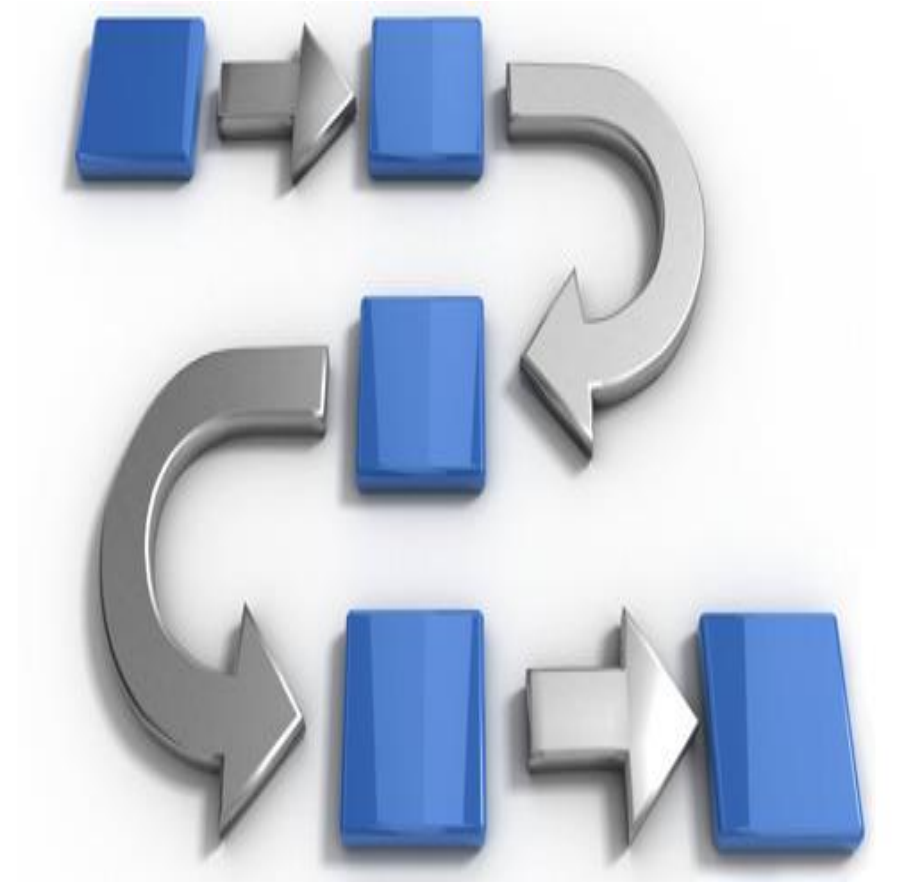
Radiografía del estado actual del sector digital de las TVLM de Andalucía

Determinar sus tendencias, debilidades y proponer soluciones reales



# Metodología

- **Análisis de casos**
- **Análisis de contenido**
- **Cuestionario a directores**
- **Revisión documental: COMandalucia**



# Metodología

**MUESTRA:** emisoras que emiten en TDT de forma legal.

El universo en 2017 está formado por 19 emisoras.



Fuente: COMandalucia, 2017

# Metodología

Se han escogido 13 indicadores:

- 1) Evolución de las plantillas en los últimos años
- 2) Presencia en Facebook (tanto de las emisoras como de sus programas)
- 3) Seguidores en Facebook
- 4) *Feedback* en Facebook
- 5) Contenido principal del Facebook
- 6) Presencia en Twitter
- 7) Seguidores en Twitter
- 8) Contenido principal en Twitter
- 9) Presencia en Instagram
- 10) Seguidores en Instagram
- 11) Página web
- 12) Secciones en la página web
- 13) Presencia en otras redes sociales

# Metodología

## Cuestionario a responsables de las TVL municipales (7 ítems):

1. ¿Por qué su medio tiene presencia en internet y en las redes sociales?
2. Hay alguna persona en la televisión dedicada exclusivamente a la actualización de las redes sociales?
3. ¿Hay algún programa concreto que utilice llamadas telefónicas, tweets, vídeos, cartas al editor, comentarios, etc. enviados por los telespectadores?
4. ¿Hay alguna persona en la televisión dedicada exclusivamente a la elaboración de contenidos multimedia?
5. ¿Han creado contenidos exclusivos para internet/redes sociales/aplicaciones/ inéditos o que complementen a las emisiones televisivas?
6. ¿Cree que a medio/largo plazo la emisora comenzará a producir contenidos *transmedia*? En caso de que no, ¿por qué?
7. ¿Le parece importante la inclusión de contenidos transmedia en las televisiones de proximidad?

RESULTADOS:



Nombre comercial	Provincia	Trabajadores 2008	Trabajadores 2010	Trabajadores 2017
Interalmería	Almería	No existía	25	22
Onda Algeciras	Cádiz	29	28	29
Onda Cádiz	Cádiz	No hay datos	No hay datos	No hay datos
Onda Jerez	Cádiz	93	85	52
Costa Noroeste TV	Cádiz	No existía	10	No hay datos
TVM Córdoba	Córdoba	20	4	3
TG7	Granada	No existía	25	19
RTV Motril	Granada	25	24	20
Huelva TV	Huelva	No existía	15	No hay datos
Doñana TV	Huelva	8	7	9
Onda Jaén	Jaén	50	52	52
RTV Estepona	Málaga	40	42	24
-----	-----			-----
RTV Manilva		23	27	10
RTV Fuengirola	Málaga	30	27	27
Onda Azul	Málaga	30	35	34
RTV Marbella	Málaga	60	44	37
Torrevisión (Torremolinos)		No hay datos	22	22
-----				
Torrevisión (Alahurín de la T.)	Málaga	No hay datos	7	10



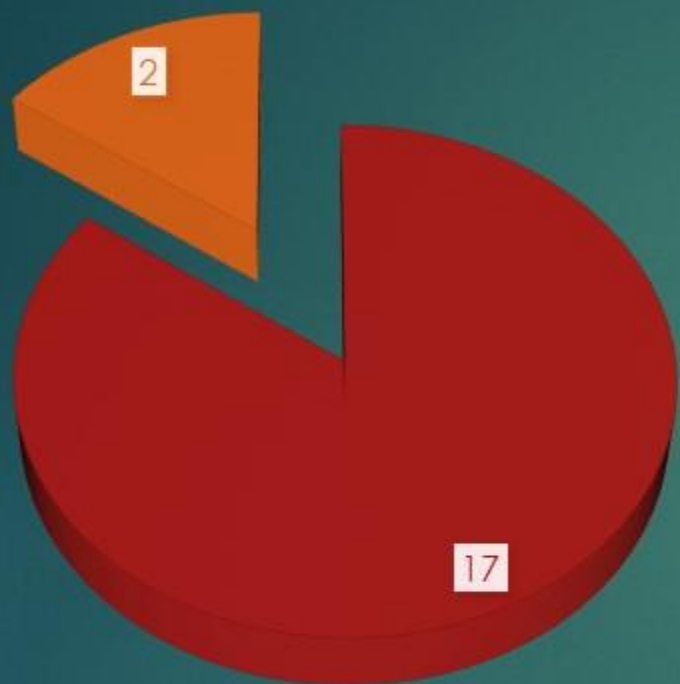
- 10 emisoras han reducido su plantilla
- 4 la han mantenido estable
- 5 la han aumentado

La situación financiera de las empresas gestoras de las televisiones existentes ha ido empeorando durante la crisis y algunas han concurrido en situaciones de liquidación. Esto se ha traducido en la reducción de trabajadores a tiempo completo en el conjunto, con casos de pérdidas de hasta la mitad de la plantilla.

**Evolución de los trabajadores a tiempo completo de las empresas de comunicación municipales de Andalucía (2010-2017)**

2010	2017	Evolución 2010-2017
464	381	-18,05%

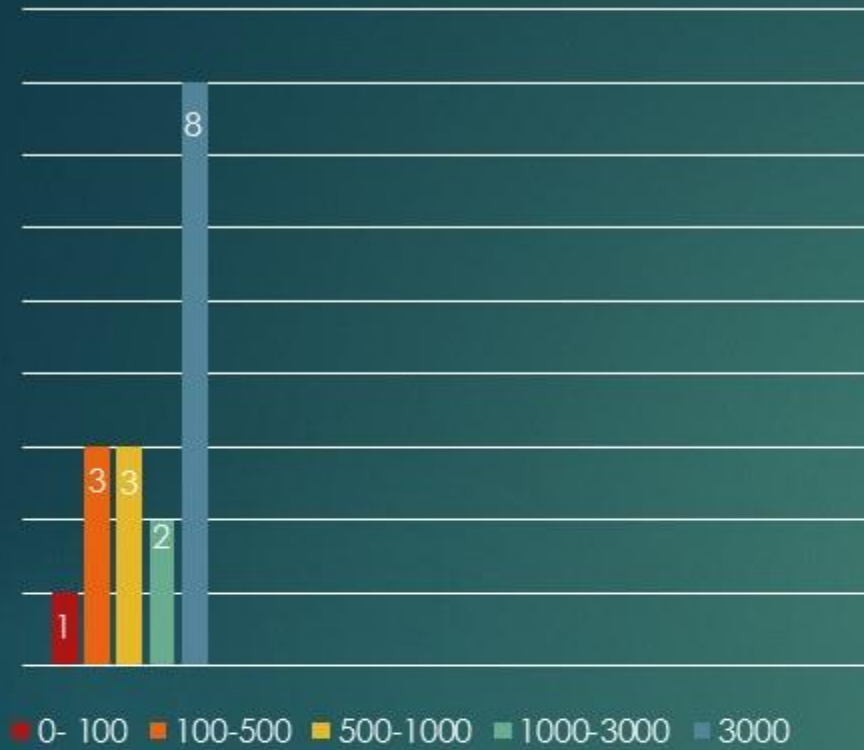
## PERFIL DE LA TV EN FACEBOOK



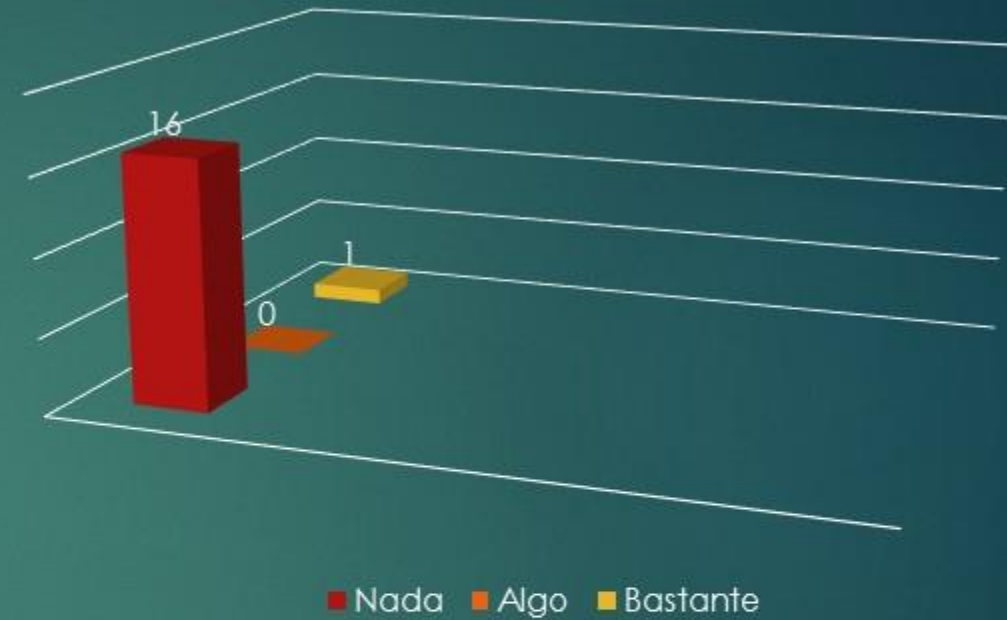
## PROGRAMAS CONCRETOS CON PERFIL EN FACEBOOK



## Seguidores en Facebook



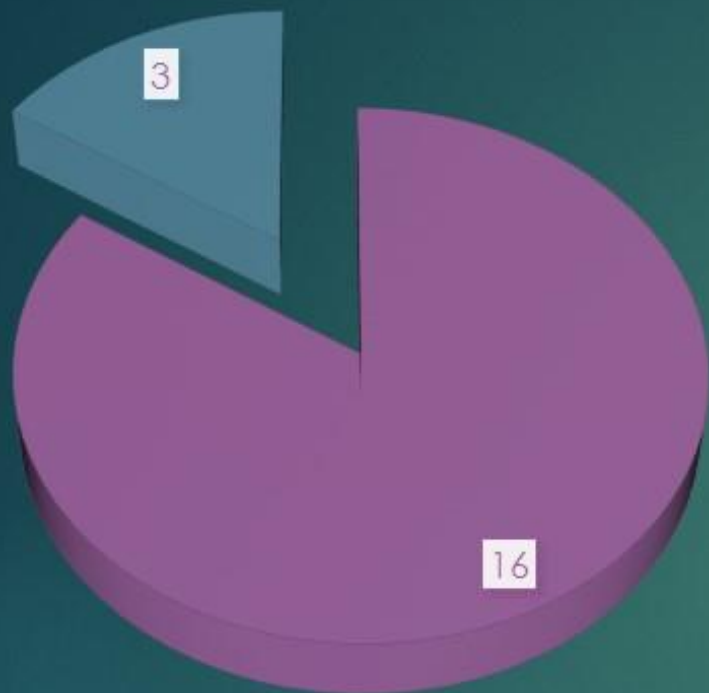
## Feedback en Facebook



## Principal contenido en Facebook



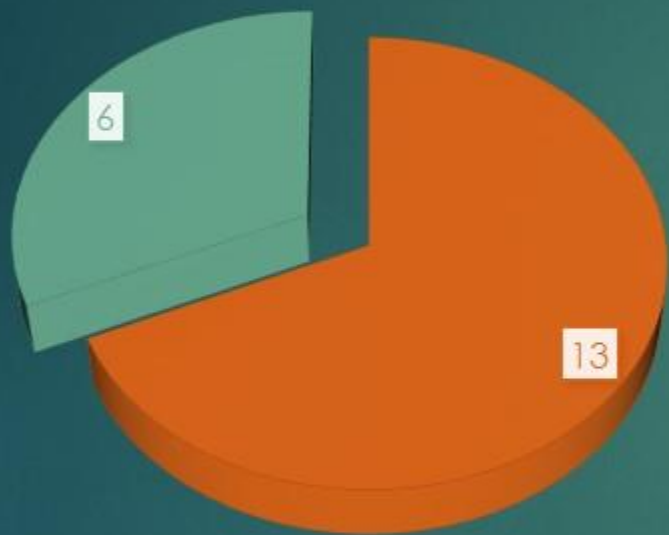
# PERFIL DE LA TV EN TWITTER



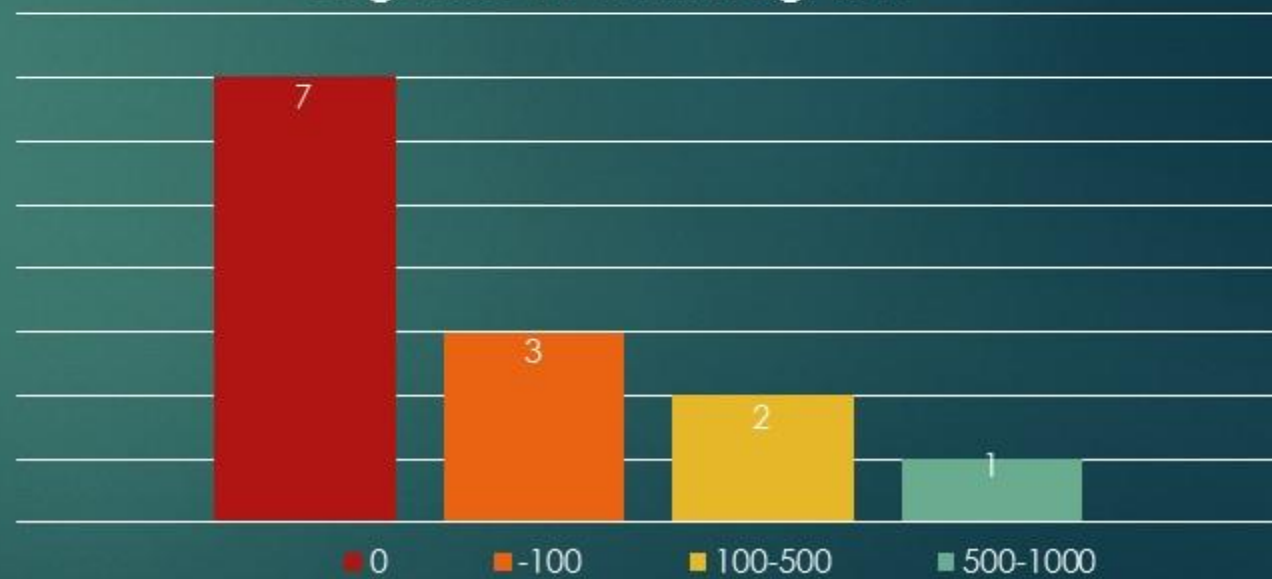
## Principal contenido en Twitter



## PERFIL DE LA TV EN INSTAGRAM



## Seguidores en Instagram



## PÁGINA WEB



## Secciones de la web



YouTube



livestream



# En cuanto al cuestionario a responsables de las TVL municipales

- Aun en proceso (solo 11 respuestas de los 19). Resultados provisionales:  
La mayoría de las televisiones no tienen a personal específico encargado del mantenimiento de la web y redes sociales y no producen contenidos específicos para estos medios.  
Una minoría de emisoras están planificando producir contenidos *transmedia* a corto medio plazo.  
La mayoría de las televisiones achacan esta falta de voluntad transmedia a las limitaciones presupuestarias o al desconocimiento.  
Todas las estaciones encuestadas valoran muy positivamente este tipo de contenidos y creen que serían muy bien acogidos entre la audiencia, ofreciéndoles un plus en la cercanía, la participación y en el servicio público.



# Conclusiones (provisionales):





# Gracias por su atención



Carmen del Rocío Monedero Morales  
roi@uma.es