

EN ONDA VASCA



XABIER LAPITZ ENTREVISTA A ANDONI ORTUZAR EN 'EUSKADI HOY'

BILBAO. El invitado de *Euskadi Hoy* a las 08.30 horas será el presidente del BBB, Andoni Ortuzar. Iñigo Iturrate, Milagros García Crespo y Xose Luis Barreiro analizarán la actualidad. En *Euskadi Hoy Magazine*, Kike Alonso hablará con el juez decano de Bilbao, Alfonso González Güija, sobre los quince años de vida del jurado popular. En su espacio de consumo, Susana Arizkun, directora de la asociación de consumidores y usuarios Irache alertará a los oyentes sobre los anuncios que prometen trabajo cuando sólo ofrecen formación. *La tarde en Euskadi* recibirá al humorista Montxo Borrajo, que presentará su nuevo espectáculo, con el que pretende recaudar fondos para una fundación que ha creado para ayudar a niños y niñas con problemas físicos y psicológicos. >DEIA



La retransmisión del Mundial de Sudáfrica y la trayectoria de la selección española modificaron las audiencias veraniegas. FOTO: EFE

Fútbol, ficción y famosos

El actual modelo televisivo se sustenta en "las tres efes", más los informativos

MERCHE PEÑA
BILBAO

TRANSCURRIDOS los diez primeros meses del año, es seguro que TVE-1 terminará 2010 como líder de audiencia en el Estado, ya que a 31 de octubre tenía el 16,1% de cuota, mientras Telecinco ocupaba una cómoda segunda posición con el 14,7% y Antena 3 tiene el bronce asegurado con el 11,7%. Cuatro marca un 7,2%, La Sexta el 6,7 y La 2 se queda en el 3,2% (la misma cifra que alcanza ya Clan TVE).

Este año ha estado marcado por tres grandes acontecimientos: la supresión de la publicidad en TVE, el apagón analógico y, ¡cómo no! el Mundial de fútbol de Sudáfrica que compartieron las cadenas de Fuen-carral y Tres Cantos. Javier López, Gerente de Análisis de Barlovento Comunicación, explica que "los primeros meses TVE subió mucho, pero este efecto se ha ido diluyendo hasta el punto de que en verano Telecinco consiguió arrebatarle el liderazgo -si bien es verdad que con un producto tan potente como el Mundial de fútbol-, pero va a cerrar el año como líder destacado, a lo que contribuirá su habitual repunte de diciembre con las campañas, el mensaje del Rey, todos los especiales y la programación de Navidad, que siempre les ayuda".

Estefanía Jiménez, profesora de Comunicación Audiovisual de la UPV-EHU y autora del blog *El audímetro* en DEIA, también cree que TVE-1 acabará líder el año, "pero va a llegar un momento en el que ya no va a poder competir en igualdad de condiciones con Telecinco y Antena 3, básicamente porque cada vez va a ir notando más y más la retirada de ingresos por publicidad".

tablas de los espacios más vistos siempre aparecen, y además por este orden, primero los eventos deportivos importantes, después la ficción y, tal vez en un tercer escalafón, los informativos, pero el tema del corazón tiene mucha pujanza y está teniendo mucha presencia en la parrilla últimamente".

En cuanto al consumo televisivo, que en enero de 2010 llegó a 261 minutos por persona y día -el máximo desde que empezó la medición

en 1992-, sigue siendo altísimo. De hecho, el pasado octubre alcanzó las cuatro horas, el récord histórico de este mes. Javier López recuerda que "estamos entre 4 y 5 minutos por encima de la cifra de otros años y faltan por contabilizar noviembre y diciembre (los meses más fríos), con lo que se puede aventurar que llegaremos a 235 minutos. Este año va a haber un incremento de consumo muy fuerte, aunque no se puede achacar sólo a la crisis". De

hecho, cree que también se debe tener en cuenta que "hay una oferta de canales mucho más amplia y que la población va envejeciendo año tras año y los grupos de más edad son lo que más televisión consumen". Estefanía Jiménez matiza que "la televisión forma parte de nuestra rutina. Habría que articular nuevas maneras de controlar cómo se consume porque los datos miden el tiempo que está encendida, pero cada vez más se utiliza como radio. Aumenta el consumo, sí; pero ¿cuánto de este consumo es consumo atento y consciente, que merece la pena valorar en términos publicitarios y de análisis de contenido?", se pregunta.



Isabel Llano. FOTO: ANTENA 3

ANTENA 3 FICHA A LA VIDEOBLOGUERA MÁS SEGUIDA

BILBAO. Isabel Llano, conocida en la Red como *Isasaweis*, se incorpora a la familia de canales del Grupo Antena 3. La videobloguera más seguida en la Red en España ofrecerá su amplio catálogo de consejos de estética, cuidados naturales y cocina para mujeres y hombres en un programa que presentará los fines de semana en Antena 3 y en una nueva sección en el magacín matinal *Espejo Público*. Asimismo, en antena3.com contará con un espacio propio en el portal vertical celebrities (antena3.com/celebrities). La asturiana Isabel Llano estudió Ingeniería informática y ha trabajado como profesora de Secundaria. El primer día que subió un video a Youtube bajo el seudónimo de *Isasaweis*, en el que explicaba cómo hacerse un moño de forma muy rápida y fácil con ayuda de unos calcetines, se multiplicaron rápidamente las visitas y comentarios animándole a que publicara más. Su habitación, sentada a los pies de su cama, es el escenario desde el que cuenta cómo cuidarse por dentro y por fuera. >DEIA



Estefanía Jiménez. FOTO: DEIA



Javier López. FOTO: DEIA

¿Tendencias o ciclos?

El resurgir de la ficción propia frente a la estadounidense es otro de los temas que se debaten estos meses. "Hemos tenido ejemplos de que a la gente le vuelve a interesar la ficción nacional. Los casos más recientes son 'Hispania' y 'Felipe y Letizia', pero la ficción española está reservada para las grandes generalistas por un tema sobre todo de costes. Un episodio de ficción propia puede ir desde los 400.000 euros al millón, depende de la gama, pero en cualquier caso es un producto muy caro y otras cadenas no pueden hacerle frente", asegura Javier López. Estefanía Jiménez cree que "es algo que va por ciclos, y el relativamente reciente éxito de 'Águila Roja' invita a ahondar en esa senda, como el éxito de 'CSI' hace unos años invitaba a las televisiones españolas a comprar y programar toda serie policial que se produjera en EE.UU. Otra cosa interesante es el despegue definitivo de los telefilmes, que son baratos de producir y tienen éxito. Los ciclos cada vez son más rápidos, en cuanto empiece a bajar la audiencia de la ficción histórica de producción propia volveremos a ver series estadounidenses. Podemos hablar de tendencias más que de ciclos." >M. PEÑA

CONSUMO TELEVISIVO

MES	MIN/DÍA
1. ENERO 2010	261
2. FEBRERO 2010	255
3. ENERO 2009	254
4. DICIEMBRE 2009	251
5. DICIEMBRE 2008	248
6. NOVIEMBRE 2009	247
7. ENERO 1996	246
8. NOVIEMBRE 2008	245
9. ENERO 1994	245
10. ENERO 2006	244
11. ENERO 1997	244
12. FEBRERO 2009	244
13. ENERO 2007	243
14. MARZO 2010	242
15. DICIEMBRE 1996	242
16. ENERO 2008	242
17. ENERO 2000	241
18. DICIEMBRE 1995	241
19. FEBRERO 2007	241
20. ENERO 2005	241
21. ENERO 1999	240
22. FEBRERO 1996	240
23. OCTUBRE 2010	240
24. FEBRERO 2005	240
25. FEBRERO 2006	240
26. FEBRERO 2008	239
27. DICIEMBRE 2007	239
28. MARZO 2004	239
29. FEBRERO 2003	239
30. ENERO 1995	238