



LOS RETOS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA ANTE EL MERCADO ÚNICO DIGITAL EUROPEO: ESTRATEGIAS MULTIPANTALLA, INNOVACIÓN Y RENOVACIÓN DE LOS MANDATOS DEL SERVICIO PÚBLICO*

Objetivo 3. Comparativa autonómica. Caso *Empresa Pública Regional Radiotelevisión de la Región de Murcia* (La 7 TV)

Eduardo Fco. Rodríguez Gómez, Universidad Carlos III de Madrid, edrodrig@hum.uc3m.es

Enero, 2021



* Proyecto CSO2017-82277-R, *Los retos de la televisión pública en España ante el mercado único digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público* (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Contenido

Introducción	3
Objetivos y metodología	3
BLOQUE I: MARCO CONTEXTUAL	4
BLOQUE II: RECURSOS DIGITALES	6
BLOQUE III: INNOVACIÓN	10
BLOQUE IV: SERVICIO PÚBLICO.....	12
Conclusiones	14
Referencias	14

Introducción

La aprobación por el Parlamento Europeo de la Directiva UE 2018/1808¹ de Servicios de Comunicación Audiovisual introduce importantes cambios que afectan a los servicios públicos autonómicos. Durante el llamado Segundo Dividendo Digital, las actuales frecuencias de TDT deberán reasignarse, lo que conllevará la terminación de la televisión en abierto tal y como la conocemos a finales de la década 2020-2030, y se implantará la quinta generación de telefonía móvil (5G), que permitirá la interconexión de móviles y ordenadores con los objetos, la gestión en red de la inteligencia artificial y el acceso al vídeo bajo demanda de alta calidad, entre otros aspectos todavía por explorar.

En la Región de Murcia, la televisión 7 TV se crea con la Ley 9/2004, cuyo texto encomienda a la Radiotelevisión de la Región de Murcia (RTRM) el control del cumplimiento de las obligaciones del servicio público, establecidas en el Mandato Marco (2013-2022) y concretadas actualmente en el Segundo Contrato Programa (2019-2022). Al amparo de la Ley 6/2012, aprobada por las Cortes Generales con mayoría del Partido Popular, se procedió a la modificación de la ley regional 9/2004 y se aprobó la ley autonómica 10/2012, cuyo artículo 14 permitió la gestión indirecta del servicio público de televisión regional. El contrato se adjudicó en 2015 mediante licitación pública a CBM Servicios Audiovisuales, filial del Grupo Secuoya, siendo esta responsable de la gestión administrativa, de la producción de contenidos y del desarrollo de las estrategias necesarias para adaptar la cadena al nuevo entorno digital. Actualmente (enero 2021) se halla en marcha el concurso para adjudicar el nuevo contrato de la televisión autonómica para el quinquenio 2020-2025.

Objetivos y metodología

La presente investigación contribuye al estudio sobre la aportación que las nuevas tecnologías brindan a los medios audiovisuales públicos para poder cumplir con sus mandatos como entes al servicio de la sociedad. Mediante un estudio de caso de la televisión autonómica de Murcia 7 TV, basado en el análisis de sus servicios digitales, la documentación oficial y entrevistas a expertos, se muestra el estado actual de una televisión pública regional de gestión privada en su conversión hacia un MSP. La principal cuestión que aborda este informe es si la 7 TV se encuentra en disposición de consumir los objetivos formulados en las directivas europeas y mantener su naturaleza como Medio de Servicio Público. En definitiva, se analiza si la televisión autonómica cumple con principios básicos como la inclusión y la transparencia, ofreciendo datos y accionando los mecanismos necesarios que permitan superar las desventajas sociales y económicas para implicar a los usuarios en la evaluación, el diseño y el desarrollo de sus servicios públicos audiovisuales en el nuevo entorno digital.

El estudio de caso se formaliza mediante un análisis documental que se complementó con entrevistas a expertos del ámbito de la televisión regional pública, con especial hincapié en la región de Murcia, con el objetivo de responder a las siguientes preguntas de investigación:

PI₁. ¿Ofrece la 7 TV sus contenidos para ser consultados con efectividad en canales móviles?

PI₂. ¿Ha desarrollado la 7 TV una estrategia para consolidar la relación con su audiencia a través de las RRSS generalistas?

PI₃. ¿Ofrece la 7 TV la posibilidad de acceder a sus contenidos mediante los asistentes controlados por voz, como Alexa o Google Home?

PI₄. ¿Ofrece la 7 TV una mayor participación e interacción con el usuario a través de sus plataformas web, la HbbTV, la SmartTV o el botón rojo?

PI₅. ¿En qué medida la 7 TV ofrece contenido nativo exclusivo para los medios digitales de la cadena, como webdocs, realidad virtual, realidad aumentada, videos en 360°, etc.? ¿Qué acciones se han emprendido en relación a la implementación de la tecnología 5G?

PI₆. ¿Ofrece la 7 TV la posibilidad de consulta pública de sus archivos digitales?

PI₇. ¿Ha desarrollado la 7 TV acuerdos de coproducción con otras plataformas digitales, como Netflix o HBO?

¹ Que modifica a la Directiva 2010/13/UE.

PI₈. En lo relativo al conocimiento de sus audiencias, ¿ha establecido la 7 TV un sistema para el tratamiento de los datos de los usuarios obtenidos mediante sistemas de tracking o ha llevado a cabo estudios o encuestas para analizar las demandas de los usuarios?

PI₉. ¿En qué medida el portal de transparencia de la cadena ofrece documentación de acceso libre y público sobre su gestión y el control de calidad de sus contenidos?

PI₁₀. ¿Estimula la 7 TV la participación ciudadana en la toma de decisiones?

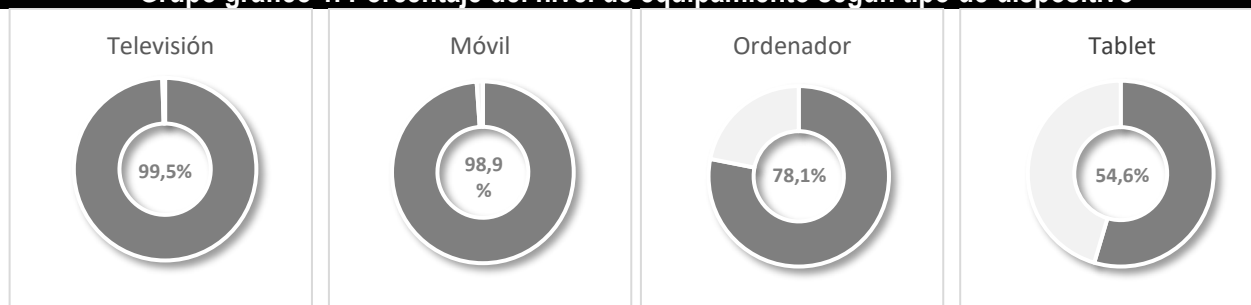
Los expertos consultados fueron: Juan Miguel Aguado Terrón, ex director general de RTRM y catedrático de Comunicación Social, Cultura y Tecnología de la Universidad de Murcia; Purificación García Ayala, jefa del departamento de control de RTRM; Olga Arribas Gila, directora técnica de 7 TV Región de Murcia; Javier Marzal Felici, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universitat Jaume I y coeditor de “Los medios de comunicación públicos de proximidad en Europa”; y Ana Azurmendi, profesora titular de Derecho de la Información de la Universidad de Navarra y coautora de “La reforma de la televisión pública autonómica en el nuevo marco legal audiovisual”.

BLOQUE I: MARCO CONTEXTUAL

Contexto autonómico: equipamiento, conectividad y habilidades digitales

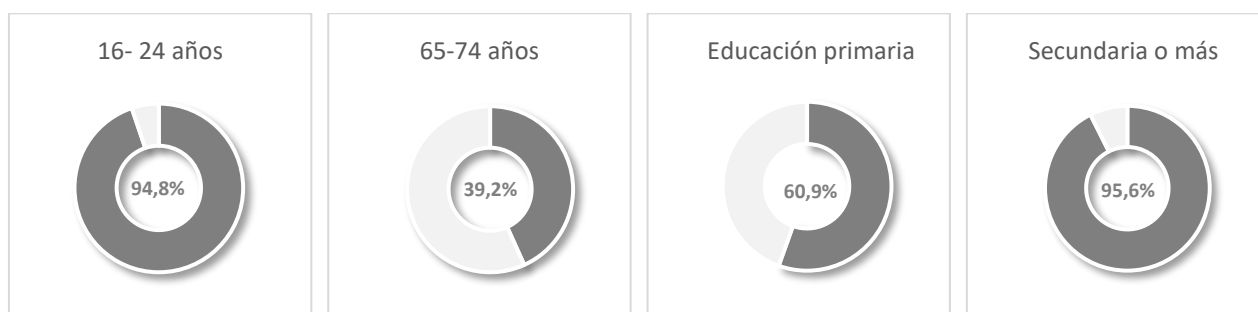
Según la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2019), en la región de Murcia hay 488.426 viviendas, de las cuales, el 99,5% tiene aparato de televisión, el 78,1% ordenador y el 98,9% teléfono móvil. Por edad, la encuesta muestra que el 81,5% de la población utiliza internet, siendo el grupo etario comprendido entre los 16 y 24 años el de mayor acceso (94,8%) y el comprendido entre los 65 a 74 años el de menor (39,2%). Por estudios, el acceso a internet es más reducido entre los que no llegaron a terminar la educación primaria (44,3%) y mayor entre los que terminaron estudios de doctorado (100%), siendo superior al 90% para todos aquellos que superaron al menos la educación secundaria. Según la Encuesta de la Población Activa, en Murcia, el 3% de la población es analfabeta, el 47% ha finalizado la primera etapa de la ESO, el 20% la segunda etapa y el 29% algún título de educación superior (INE, 2020). Respecto a los servicios de internet, el 57,5% de la población murciana hace uso de alguna red social (Facebook, Instagram, etc.) y el 27,3% cuelga contenidos propios en la web para ser compartidos. Los siguientes gráficos muestran el nivel de equipamiento y conectividad en los hogares de la Región de Murcia para el año 2019.

Grupo gráfico 1. Porcentaje del nivel de equipamiento según tipo de dispositivo



Elaboración propia. Fuente: INE.

Grupo gráfico 2. Porcentaje de usuarios de internet según edad y nivel de estudios



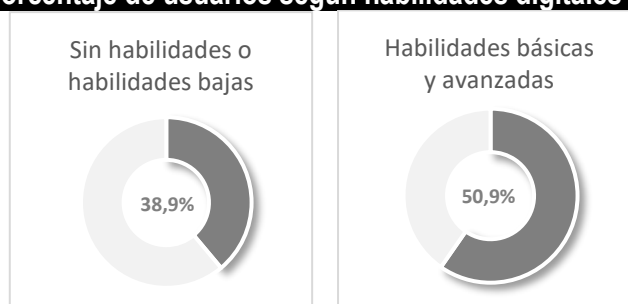
Elaboración propia. Fuente: INE.

Grupo gráfico 3. Porcentaje de usuarios de internet y su acceso según tipo de banda ancha



Elaboración propia. Fuente: INE.

Grupo gráfico 4. Porcentaje de usuarios según habilidades digitales (Internet o software)



Elaboración propia. Fuente: INE.

Ingresos, gastos y audiencias

La 7 TV cuenta con 66 empleados, 45 por cada millón de habitantes, y tiene un presupuesto anual aproximado de 16 millones de euros, lo que supone 11 euros de coste por habitante al año, siendo una de las plantillas menos dimensionadas y de menor gasto por habitante entre las televisiones autonómicas públicas de España (tabla 1).

Tabla 1. Empleo, presupuesto y gasto por habitante de las televisiones públicas autonómicas de España (2019)

Comunidad Autónoma	Canal de TV	Empleados	Empleados por millón de hab.	Presupuesto Anual (€)	Coste por habitante (€)
Andalucía	Canal Sur	1482	176	159.407.050	18,9
Aragón	Aragón TV	134	102	46.688.372	35,3
Asturias (Principado de)	RTVPA	108	105	23.302.115	22,8
Balears (Illes)	IB3	112	95	42.100.000	35,4
Canarias	RTVC	221	101	50.391.505	23,4
Castilla-La Mancha	CMM	491	242	42.113.715	20,6
Cataluña	TV3	2319	309	317.693.494	41,9
Comunitat Valenciana	A PUNT	538	109	98.733.000	19,8

* Proyecto CSO2017-82277-R, *Los retos de la televisión pública en España ante el mercado único digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público* (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Extremadura	Canal Extremadura	246	231	25.483.768	23,9
Galicia	TV de Galicia	954	353	99.867.000	36,9
Madrid (Comunidad de)	Telemadrid	344	52	83.054.616	12,4
Murcia (Región de)	7 TV	66	45	16.064.936	10,8
País Vasco	EITB	998	459	131.827.927	60,5

Fuente: Observatorio Iberoamericano de la Comunicación. Indicadores LOCALCOM de los medios de servicio público regionales.

El índice de audiencia de 7 TV para el 2019 ha sido del 2,8%, uno de los índices más bajos de España en comparación con el resto de las televisiones autonómicas (Barlovento Comunicación, 2019).

Tabla 2. Porcentaje de la cuota de pantalla de las televisiones públicas autonómicas (2019)		
Comunidad Autónoma	Canal de TV	Cuota
Cataluña	TV3	14,6%
Galicia	TVG	9,3%
Aragón	Aragón TV	8,8%
País Vasco	ETB2	8,3%
Andalucía	Canal Sur	8%
Castilla-La Mancha	CMM	6,1%
Asturias (Principado de)	TPA7	5,9%
Extremadura	Extremadura TV	5,8%
Canarias	RTVC	5,6%
Madrid (Comunidad de)	Telemadrid	5,1%
Baleares (Illes)	IB3	3,5%
Murcia (Región de)	7 TV	2,8%
Comunitat Valenciana	A PUNT	2,1%

Fuente: Barlovento comunicación. Análisis televisivo 2019.

BLOQUE II: RECURSOS DIGITALES

Páginas web y producción de contenidos digitales

7 TV se emite a través de dos canales de TDT en *simulcast* con la misma programación, en formatos en definición estándar TDT-SD y alta definición TDT-HD. Adicionalmente a la emisión TDT, los contenidos producidos se difunden a través de dos canales en *streaming* en Internet: uno para emitir el contenido difundido a través de la TDT, y otro para cuando las retransmisiones de interés coinciden. Estos canales son compatibles con los navegadores web de mayor uso, tanto en dispositivos fijos como móviles, y en su caso con el 7 TV Player, la aplicación *ad-hoc* del canal de televisión para las plataformas móviles Android e iPhone.

Las emisiones online se realizan a través del portal para las emisiones en directo y a la carta (webtv.7tvregiondemurcia.es/). Desde esta web se puede acceder a la programación en directo, al archivo de contenidos digitales desde el 2015 hasta la actualidad, y al menú de programas a la carta, catalogados según su género: informativos, entretenimiento, deportes, reportajes especiales, contenidos divulgativos, retransmisiones o programas audiodescritos. El acceso a las emisiones en directo no tiene restricciones geográficas. La página corporativa de la cadena (7tvregiondemurcia.es/) da acceso al portal de emisiones online, al archivo digital de contenidos audiovisuales anteriores al 2015 y a información de utilidad para el usuario, como los servicios no audiovisuales (datos de atención al ciudadano, protocolo de publicidad, canal

* Proyecto CSO2017-82277-R, *Los retos de la televisión pública en España ante el mercado único digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público* (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

de sintonización, información sobre la HbbTV, FAQ's, registro, y política de privacidad y de cookies); y programación (informativos, deportes y programas destacados).

El Segundo Contrato Programa del Servicio Público de Comunicación Audiovisual de la Región de Murcia establece la posibilidad pero no la obligación de incluir, entre los contenidos generados para difundirse en línea y a la carta, “programas y *podcasts* específicamente realizados para su difusión en línea y a través de redes sociales y plataformas digitales de contenidos” (SCPSPCA, 2020: 27). Esto significa que la proveedora del servicio, CBM, no está obligada a generar contenidos propios específicos para los medios digitales de la cadena. La página corporativa de la cadena (7tvregiondemurcia.es/), así como la página web para las emisiones en directo y a la carta (webtv.7tvregiondemurcia.es/) no muestra contenidos exclusivos digitales más allá del blog y tres webcams en localizaciones de interés en Murcia y Cartagena, accesibles desde el menú principal. El portal web (webtv.7tvregiondemurcia.es/) ofrece noticias en texto y vídeo que son regularmente actualizadas, con especial atención a las noticias de la región. Los contenidos más relevantes generados para su difusión en línea y a la carta están también disponibles a través de un canal de la plataforma YouTube.

Según datos Comscore, la página web corporativa de 7 TV (7tvregiondemurcia.es/) tuvo en abril de 2020 un total de 103.471 visitantes únicos (ordenador y móvil), aproximadamente un 7% de su población. En el periodo comprendido entre marzo de 2019 y abril de 2020, esta web tuvo un promedio de 92.975 visitantes únicos mensuales, lo que supone un 0,27% de la audiencia digital incluyendo el resto de televisiones públicas regionales españolas que en total suman 34,14 millones de visitantes únicos. Si se comparan la media de visitantes únicos de la página web corporativa del primer trimestre de la serie (124.272) con la media del último trimestre de la serie (111.363) se observa igualmente una disminución del 10,3%. Respecto a la audiencia digital según su acceso (mediante ordenador o móvil), la gran mayoría de los visitantes únicos de la web acceden a través de dispositivos móviles. El número medio mensual entre mayo de 2019 y abril de 2020 para usuarios móviles es de 88.179 y para usuarios de ordenador de mesa es de 14.059. En la tabla 3 puede observarse la comparativa de la población total digital (visitantes únicos de la página web, bien mediante ordenador o móvil) de las televisiones públicas autonómicas de España. La 7 TV registra el segundo valor más bajo.

Tabla 3. Comparativa del número de visitantes únicos de la página web de las televisiones públicas regionales (2020)				
Comunidad Autónoma	Canal de TV	Página web	Visitantes únicos	Porcentaje de la población
Andalucía	Canal Sur	https://www.canalsur.es	1.293.162	15,4 %
Aragón	Aragón TV	http://www.aragontelevision.es/	100.481	7,6 %
Asturias (Principado de)	RTVPA	https://www.rtpa.es/	119.782	11,7 %
Canarias	RTVC	http://www.rtv.es/	150.673	7 %
Castilla-La Mancha	CMM	https://www.cmmedia.es	143.412	7,1 %
Cataluña	TV3	https://www.ccma.cat/tv3/	3.075.979	40,2 %
Comunitat Valenciana	A PUNT	https://apuntmedia.es	298.705	5,9 %
Extremadura	Canal Extremadura	https://www.canalextramadura.es	269.712	25,2 %
%Galicia	TV de Galicia	http://www.crtvg.es	477.968	17,7 %
Madrid (Comunidad de)	Telemadrid	http://www.telemadrid.es/	3.997.084	59,9 %
Murcia (Región de)	7 TV	http://7tvregiondemurcia.es	103.471	6,9 %
País Vasco	EITB	https://www.eitb.eus	2.755.353	124,8%
TOTAL			34.139.626	72,6 %

Elaboración propia. Fuente: LOCALCOM con datos de Comscore 2020. INE 2019.

La emisora radiofónica de RTRM, ORM, sí aporta contenidos exclusivamente digitales en su portal e-ORM (<https://www.orm.es/eorm/>), puesto en marcha en 2018. Se trata de un conjunto de *podcasts* organizado según temáticas –cine, humor político, ciencia e investigación, etc.–, que funcionan como propuestas

complementarias a la programación del medio convencional. Actualmente (enero 2021), e-ORM contiene 12 secciones, algunas de ellas con más de 90 *podcasts*.

Digitalización de contenidos y archivo digital

De acuerdo con el artículo 6, puntos l) y m) del actual Mandato Marco, RTRM debe “participar activamente en los grupos de trabajo de Preservación del Patrimonio Digital Audiovisual de la Región de Murcia, facilitando el acceso libre de los investigadores y de los ciudadanos en general” (BORM, 2013: 4336).

En julio de 2018, CBM inició el proceso de migración de contenidos desarrollados para 7 TV al sistema del archivo digital. Este sistema de VSN² incorpora además la posibilidad de gestionar los formatos de audio de la emisora Onda Regional (ACA, de 18 de junio de 2019). Desde entonces, el fondo histórico audiovisual de RTRM está disponible online para el uso general de los ciudadanos a través de dos portales. La web corporativa (<http://7tvregiondemurcia.es/historico/>) permite la búsqueda y descarga de los programas emitidos desde enero de 2009 hasta diciembre de 2015. El portal web para las emisiones en directo y a la carta (<http://webtv.7tvregiondemurcia.es/>) permite la búsqueda y descarga de los programas emitidos desde 2015 hasta la actualidad.

Acuerdos de coproducción con plataformas digitales: Netflix y similares

El Boletín Oficial de la Región de Murcia, el Contrato Programa y el Mandato Marco, así como las Actas del Consejo de Administración de RTRM, los convenios del ente corporativo y los presupuestos anuales no mencionan ningún acuerdo de colaboración con productoras de contenidos audiovisuales más allá de lo establecido con la proveedora del servicio actual, CBM Servicios Audiovisuales.

“La colaboración con Netflix o HBO es complicada. Las televisiones públicas y las OTTs operan en mercados diferentes. El caso de La Casa de Papel es un claro ejemplo de que a Netflix no le interesa lo local, busca formatos de proyección global. Con la 7 TV, la audiencia busca información y espectáculo de proximidad. Las procesiones de Semana Santa alcanzan el 20% de audiencia en una televisión que el resto del año apenas llega al 3%” (Entrevista Aguado: 25/06/2020).

“Crear que Netflix compensará la falta de un medio de servicio público es una barbaridad. Primero porque solo ofrece entretenimiento, la mayoría de muy mala calidad, y segundo porque nunca podrá ser un multiplicador de las industrias culturales locales como pueda serlo una televisión regional. Los medios públicos deben ofrecer entretenimiento –y podrían colaborar con las OTTs en una especie de simbiosis–, pero deben ir más allá. Por ejemplo, con la crisis del sistema sanitario algunas televisiones autonómicas han emitido contenidos educativos de gran calidad y podrían convertirse en una herramienta que complemente a la escuela y la universidad públicas” (Entrevista Marzal: 22/07/2020).

Redes sociales: usos (promoción, interactuar con la audiencia), acuerdos con YouTube, Instagram, Facebook.

De acuerdo con el marco conjunto establecido con FORTA³, los contenidos de 7 TV generados para su difusión en línea y a la carta son accesibles a través de un canal de YouTube. La cadena se dio de alta en esta plataforma en julio de 2015 y posee actualmente (enero 2021) 32.300 suscriptores y más de 11.252.000 visualizaciones de los 2147 vídeos subidos. El programa Murcia Conecta, de 7 TV, no posee canal de YouTube, pero sí su propia lista de reproducción con 414 vídeos y 14.260 visualizaciones.

Respecto al resto de redes sociales, 7 TV mantiene actualmente (enero 2021) cuenta activa en Twitter, Facebook e Instagram. La cadena se dio de alta en Twitter en abril de 2015, posee más de 23.500 seguidores y ha publicado más de 25.000 tweets. 7 TV Facebook posee 71.887 seguidores y 7 TV Instagram, 4.031 seguidores con 41 publicaciones. El programa Deportes en la 7 TV posee cuenta en Twitter con 4.921 seguidores y más de 4.000 tweets.

En la tabla 4 puede observarse el porcentaje comparado de usuarios de las televisiones autonómicas en las redes sociales respecto a sus poblaciones.

Tabla 4. Porcentaje de usuarios en RRSS generalistas respecto a la población de la Comunidad Autónoma de referencia (2019)

² Sistema para la gestión y producción de noticias en directo.

³ Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas.

* Proyecto CSO2017-82277-R, *Los retos de la televisión pública en España ante el mercado único digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público* (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Comunidad Autónoma	Canal de TV	YouTube (%)	Facebook (%)	Twitter (%)	Instagram (%)
Andalucía	Canal Sur	27,6	6,7	3,4	0,5
Aragón	Aragón TV	5,6	4,0	5,3	2,0
Asturias (Principado de)	RTVPA	0,0	1,7	0,3	0,3
Baleares (Illes)	IB3	6,7	3,3	4,9	0,9
Canarias	RTVC	5,3	2,4	2,3	0,1
Castilla-La Mancha	CMM	9,5	7,4	2,5	0,7
Cataluña	TV3	6,0	13,9	20,2	4,9
Comunitat Valenciana	A PUNT	0,1	1,9	1,4	1,2
Extremadura	Canal Extremadura	1,7	13,4	8,4	3,4
Galicia	TV de Galicia	1,2	6,2	5,9	1,2
Madrid (Comunidad de)	TeleMadrid	7,8	2,7	2,1	0,3
Murcia (Región de)	7 TV	1,2	3,9	1,6	0,2
País Vasco	EITB	19,6	4,3	11,8	0,5

Elaboración propia. Fuente: Observatorio Iberoamericano de la Comunicación. Indicadores LOCALCOM de los medios de servicio público regionales. INE 2019.

El ex director general de RTRM⁴, Juan Miguel Aguado, destaca en una de sus comparecencias la progresión creciente de las redes sociales, en particular de YouTube, “donde los incrementos respecto a 2016 fueron casi exponenciales: un 350% en el número de suscriptores y un 402 % en el número de visualizaciones” (Comparecencia DG, de 5 de junio de 2018: 9). El ex director señalaba que desde la cadena también se llevó a cabo “un seguimiento de aspectos más cualitativos, como los tweets de mayor implicación o el *feedback* no estadístico de la población local” (entrevista: 25/06/2020). Tanto Javier Marzal como Ana Azurmendi recalcan el enorme esfuerzo llevado a cabo por las cadenas regionales para conectar con el público más joven, pero esta última consideraba que, por el momento, el alcance había sido “muy limitado” (entrevista Azurmendi: 20/07/2020).

Según consta en Acta del Consejo de Administración, CBM ha formado a los redactores y técnicos de RTRM sobre el uso de redes sociales y la difusión de contenidos de audio online (ACA, de 14 de marzo de 2018: 5). Al amparo del Convenio Marco de Colaboración firmado en 2012 entre RTRM y la Universidad de Murcia, el ente público desarrolló en febrero de 2019 una sesión formativa coordinada por la Profesora María Lourdes Martínez de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia, en la que la periodista Myriam Redondo impartió un taller sobre técnicas y herramientas de verificación en medios digitales y redes sociales (RTRM, 2019: 14).

En la tabla inferior se pueden observar los índices Spark and Klout⁵ de los servicios audiovisuales con cuenta en Twitter de la región de Murcia. Los datos han sido extraídos del Informe para el Seguimiento del Contrato Programa de RTRM (2018: 30).

Tabla 5. Índices Spark and Klout de los servicios audiovisuales con cuenta en Twitter de la región de Murcia		
Influencia social comparada de cuentas de medios en Twitter - Región de Murcia (índice Spark)	SPARK SCORE 2018 (sobre 100)	ENGAGEMENT SCORE 2018 (sobre 100)
Onda Regional	29	19
Onda Regional Deportes	24	75
7 TV	39	48
7 TV Deportes	15	80
Radio Murcia (Cadena SER)	31	23
COPE Murcia	17	62

⁴ Desde mayo de 2016 a octubre de 2019 el director general de RTRM fue Juan Miguel Aguado Terrón.

⁵ El índice Klout es la medida estándar de la influencia en redes sociales, y marca entre 1 y 100 el impacto social de un usuario (persona o institución), siendo 60-80 impacto alto, y 80-100 impacto excelente

Onda Cero Murcia	6	85
La Verdad	50	13

Fuente: Informe para el Seguimiento del Contrato Programa de RTRM 2018

Aplicaciones móviles

Según el Boletín Oficial del Registro Mercantil de Murcia, la aplicación 7 TV Player fue creada por Novigo Interactive en noviembre de 2015, ofreciendo un único servicio, el acceso a la televisión en directo y a algunos de los programas en diferido. La aplicación es compatible con los sistemas operativos Android e iPhone y puede descargarse desde sus respectivas plataformas. Según datos de AppStore, ha sido actualizada en nueve ocasiones, la última en abril de 2019. Aunque RTRM no aporta datos del número de usuarios, Google Play registra más de 10.000 descargas.

La pantalla de inicio contiene los enlaces para la visualización en directo de la cadena y algunas de las emisiones más destacadas de la semana. El menú da paso a las secciones que agrupan a los distintos programas según su género: informativos, entretenimiento, deportes, especiales, divulgativos y retransmisiones. Actualmente (enero 2021), la aplicación permite el acceso a la pantalla de inicio y a las secciones, pero no a los contenidos, al menos no en todos los dispositivos móviles⁶. El Real Decreto 1112/2018 obligaba a CBM a “declarar el estado de accesibilidad de los sitios web y aplicaciones móviles como mínimo una vez al año” (RDL 1112/2018, art. 17). El Pliego de Prescripciones Técnicas para el contrato de Gestión Indirecta 2020-2025 especifica que “todos los contenidos del portal estarán disponibles en aplicaciones para móviles, modernas y adaptadas a los sistemas operativos más extendidos” (CPHRM, 2020: 19). De entre las Actas del Consejo de Administración, solo una constata la operatividad de la aplicación y la formación del personal para programar dichas aplicaciones (ACA, de 18 de junio de 2019).

BLOQUE III: INNOVACIÓN

Big Data y sistemas de tracking

En lo referente al uso y gestión de los datos digitales obtenidos de los usuarios (gestión de identidad de usuario, recomendaciones personalizadas basadas en consumo, etc.), la documentación analizada hasta enero de 2021 no registra contratación alguna de servicios de sistemas de tracking de usuario o de big data con empresas productoras de este tipo de software. RTRM hace uso de las mediciones generadas por Kantar Media y el Estudio General de Medios que, Según Aguado, “son métricas convencionales que miden la monetización de los usuarios, no el valor social que generamos” (Entrevista: 25/06/2020). No obstante, el informe de seguimiento del Contrato Programa para el periodo 2014-2016 contempla la necesidad de “adoptar nuevas métricas para poder conocer la actividad y preferencias del público”, ante “el cambio hacia los hábitos, canales y formatos que imponen las nuevas formas de relación con los ciudadanos” (RTRM, 2018: 72). A este respecto, solo se conoce la puesta en marcha en 2017 de las páginas web del canal televisivo y la emisora radiofónica adaptadas especialmente para dispositivos móviles y con servicios de auditoría de accesos suministrada por Google Analytics (ACA, de 14 de marzo de 2018). RTRM no adopta decisiones automatizadas en relación a los datos personales proporcionados: “Los medios públicos”, comentaba Aguado, “estamos muy lejos todavía de lo que Google o Netflix hacen con la información que recopilan de sus usuarios y, sin embargo, es fundamental para ofrecer un mejor servicio y captar recursos publicitarios y audiencias” (Entrevista: 25/06/2020).

HbbTV, SmartTV y botón rojo

HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) o Televisión Híbrida es una tecnología que permite incorporar servicios interactivos a los telespectadores mediante banda ancha y recopilar datos sobre el consumo de las audiencias y la ubicación del aparato receptor con propósitos publicitarios. Además de gestionar los dos canales de 7 TV para la TDT, tanto en SD como en HD, CBM se ocupa de mantener el servicio de HbbTV por

⁶ Varios de los usuarios en Google Play y AppStore mencionan esta incidencia en sus reseñas desde febrero de 2019 y el autor de este artículo no ha podido acceder a ellos en tres dispositivos diferentes.

* Proyecto CSO2017-82277-R, *Los retos de la televisión pública en España ante el mercado único digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público* (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

el que se emiten los contenidos generados para difundirse en línea y a la carta. Dado que la HbbTV permite recopilar datos con propósitos publicitarios, Marzal aseguraba que “los servicios interactivos serán ineludibles porque los anunciantes exigirán a las radiotelevisión públicas datos fiables, y sin esos datos no van a contratar publicidad” (Entrevista: 22/07/2020).

El botón rojo permite acceder a los servicios de HbbTV de la 7 TV siempre y cuando el usuario posea un aparato receptor compatible y con conexión a Internet. La página de inicio muestra los programas más recientes y puede navegarse por las categorías según su género: informativos, entretenimiento, especiales, etc. Los menús de categorías permiten acceder a los programas que se muestran por orden inverso de emisión, siendo los más recientes los primeros. Otros servicios que permite la HbbTV en la región de Murcia son: la guía electrónica, con acceso a los contenidos por temáticas, sinopsis de los contenidos, programación automática y restricción de contenidos para menores; los servicios interactivos MHP⁷, como la cita médica o juegos (4 en raya, sudoku, etc.); sonido dual en varios idiomas; subtítulo en parte de los contenidos; y Teletexto.

7 TV está incluida en la nueva plataforma de televisión híbrida Loves TV, promovida por RTVE, A3Media y MediaPro, que aún los servicios interactivos y la estructura de distribución de contenidos de una OTT⁸. La RTRM o CBM no ofrecen datos públicos sobre el número de usuarios que hacen uso de los servicios ofrecidos por la HbbTV o el botón rojo. No obstante, Azurmendi afirmaba que este tipo de servicios habían atraído hasta el momento a una audiencia minoritaria y que, posiblemente por ello, las regionales estuvieran siendo “más cautelosas a la hora de invertir en experimentación interactiva” (Entrevista: 20/07/2020).

Olga Arribas señalaba tres posibles causas que explican el reducido consumo de este tipo de servicios:

“Que la mayor parte de los usuarios de televisión pertenecen al grupo de mayor edad, más reticentes a las nuevas tecnologías; que los telespectadores buscan tamaño y calidad en la imagen al comprar un televisor, no tanto que esté conectado internet; y que no todos los dispositivos que existen en el mercado son compatibles con esta tecnología” (Entrevista: 16/12/2020).

Respecto a otros servicios que permiten la participación del usuario, 7 TV no dispone de comunidad virtual, blogs personales o plataformas web que posibiliten la inserción de comentarios o valoraciones —a través de chat, foros o encuestas—, así como de recursos textuales o audiovisuales generados por el usuario.

Aplicaciones para asistentes controlados por voz: Alexa, Google Home o Apple

RTRM no ha desarrollado ninguna aplicación específica para los asistentes controlados por voz. Sin embargo, Alexa podría seleccionar el canal 7 TV a través de la aplicación Stream Player mediante comandos de voz, siempre y cuando se disponga de un dispositivo Amazon Echo con pantalla, Fire TV con mando Alexa o Tablet Fire HD.

Uso de la Nube

A parte del archivo histórico digital de 7 TV, que permite el acceso y descarga de todos los programas difundidos por la cadena desde 2009, en la documentación analizada hasta la fecha (enero 2021) no se menciona acuerdo alguno con empresas proveedoras de servicios de almacenamiento en la nube.

En 2018 se instaló un nuevo nodo de comunicaciones en la delegación de Cartagena que permite la conexión de la Asamblea Regional con el nodo de comunicaciones corporativo de RTRM. Para este objetivo, se adquirieron dos equipos portátiles IP y dos equipos fijos instalados en los racks de las unidades móviles para conexiones IP vía datos de telefonía móvil 4G.

También se aprobó un contrato de *renting* de ordenadores (unos 100) con los que se sustituyeron los equipos de la sede central y delegaciones, actualizando el Windows XP a Windows 10 (ACA, de 20 de marzo de 2018).

Bots o robotización

⁷ Multimedia Home Platform.

⁸ Over The Top: un servicio OTT permite la transmisión de contenidos a través de Internet sin la implicación de los operadores tradicionales en el control o la distribución del contenido.

* Proyecto CSO2017-82277-R, *Los retos de la televisión pública en España ante el mercado único digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público* (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

De igual forma, en la documentación analizada hasta la fecha (enero 2021) no se menciona el uso de aplicaciones de generación automática de contenidos o acuerdo alguno con empresas productoras de este tipo de software.

5G y dividendo digital

El informe de seguimiento del Contrato Programa para el periodo 2014-2016 establece que “con el 5G y la telefonía móvil vienen también otras nuevas formas de televisión o de servicios audiovisuales en la nube para los que las radiotelevisión públicas deben transformarse y adaptarse con tiempo suficiente. El horizonte de desafíos, por tanto, obliga a pensar mucho más allá de necesidades o intereses inmediatos, y a hacerlo en un marco de consenso y participación para la planificación estratégica del servicio público audiovisual digital autonómico” (RTRM, 2018: 71). Azurmendi cree que “las televisiones con un fuerte carácter identitario se adaptarán con mayor velocidad a estas expectativas que el resto de televisiones regionales” (Entrevista: 20/07/2020). No obstante, la documentación analizada hasta enero de 2021 no registra acción alguna a este respecto.

“Hay servicios 5G muy interesantes ligados al gobierno y a la ciudadanía digital, pero estamos en una fase muy incipiente. A la RTRM, como a todos los medios públicos pequeños, la falta de recursos económicos nos obliga a recurrir al voluntarismo y la dedicación. Mi hijo apenas ve la tele, pero se entera antes que yo de lo que ocurre en el mundo” (Entrevista Aguado: 25/06/2020).

En referencia a los procesos internos de digitalización, RTRM adquirió a finales de 2017 un sistema para audio digital sobre teléfonos móviles para colaboradores que no contaban con los equipos IP de exteriores Quantum. También RTRM adquirió dos equipos portátiles IP para redactores, destinados a coberturas informativas más complejas en las que sea necesaria la participación de un técnico de sonido o en la que pueda ser necesaria la participación de varios comentaristas o invitados a la vez durante la cobertura (ACA, de 18 de junio de 2019). A este respecto, Aguado manifestaba al ser entrevistado, que existía una especie de “digital washing” y “que se continuaba con un modelo de servicio público del siglo XX”, pero que “la televisión regional era una enferma con excelente salud” (Entrevista: 25/06/2020). Marzal aseguraba que todas las televisiones autonómicas del país habían sido creadas a imagen y semejanza de la madre, RTVE, y que era necesario reconocer “la huella indeleble de 40 años de dictadura” para poder transformar unas estructuras que mostraban sus primeros indicios de cambio: “Por ejemplo, las universidades y las televisiones públicas nunca han estado relacionadas, pero comienzan a haber cargos académicos en los órganos de gobierno y proyectos conjuntos de servicio público” (Entrevista: 22/07/2020).

BLOQUE IV: SERVICIO PÚBLICO

Participación ciudadana

A diferencia de la mayoría de las cadenas públicas regionales, la 7 TV carece de un medio de participación ciudadana, a modo de Consejo de Ciudadanía, que permita dar voz a los telespectadores en las tomas de decisión de la cadena. A pesar de que varios de los documentos examinados señalaban la importancia del cambio generacional en el consumo y la necesidad de ampliar el conocimiento sobre las demandas del público, no se han encontrado estudios cualitativos de audiencia o plataformas de comunicación formalizadas para dicho propósito. 7 TV tampoco dispone de comunidad virtual propia, blogs personales o plataformas web que posibiliten la inserción de comentarios o valoraciones —mediante chat, foros o encuestas—, así como recursos textuales o audiovisuales generados por el usuario. La web corporativa incluye un formulario de contacto y, bajo la pestaña de Servicios, un teléfono, un correo electrónico y una dirección física. La página web del ente institucional, RTRM, permite el contacto mediante formulario para el envío de “opiniones, comentarios, sugerencias e ideas” pero no existe un protocolo específico para la TV respecto a la admisión y gestión de quejas. La página web para las emisiones online no contiene forma de contacto.

Transparencia pública

* Proyecto CSO2017-82277-R, *Los retos de la televisión pública en España ante el mercado único digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público* (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Respecto al cumplimiento de transparencia pública, el portal de transparencia de RTRM ofrece por un lado documentos esenciales que conciernen a la gestión corporativa de 7 TV, como las actas del Consejo de Administración, los estudios de seguimiento del Contrato Programa, las comparecencias de su director general hasta 2018, los presupuestos anuales, las tarifas y condiciones publicitarias y el código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia. Por otro lado, están incompletos los contratos y convenios con terceros, y no existen o no son de libre acceso el registro de obsequios recibidos, los estudios sobre la calidad de la programación —y, en particular, de los informativos—, la representación sindical, el patrimonio inmovilizado, los planes de igualdad de oportunidades, y las cuentas bancarias y su relación de movimientos. Tampoco, en caso de su existencia, son accesibles un libro de estilo, un código de conducta general o un código de autorregulación que los profesionales o ciudadanos puedan consultar.

A este respecto, los estudios sobre cumplimiento del Contrato Programa destacaban las dificultades respecto a la monitorización del ente como servicio público, con un agravante considerable, el cese del director del departamento del Control de Servicio Público, “a consecuencia de actividades que supusieron un enorme daño reputacional para la RTRM” (RTRM, 2018: 7). Varias actas recogen las reclamaciones y quejas de algunos consejeros sobre la calidad, integridad y pluralidad de la programación en general y los servicios informativos en particular. Respecto a la programación, se apunta que “se han reducido el número de horas de contenido de servicio público” (ACA, de 29 de enero de 2020: 3), “se omiten asociaciones y agrupaciones regionales de carácter social (...) y no se programa a favor de la igualdad” (ACA, de 6 de febrero de 2018: 5), señalándose “la incapacidad del Ente para velar por el cumplimiento del servicio público de los medios audiovisuales y cumplir con sus competencias más básicas” (ACA, de 26 de febrero de 2019: 4). Respecto a los servicios informativos, se les atribuye “un sesgo tendencioso” (ACA, de 6 de febrero de 2018: 5) y “un tratamiento que dista de la imparcialidad y equilibrio exigible a un medio financiado con fondos públicos” (ACA, de 27 de febrero de 2017: 3).

El actual Pliego de Prescripciones Técnicas establece que los contenidos deben fomentar “los principios y valores constitucionales que contribuyan a la formación de una opinión pública plural” (ib., 20). No obstante, el pliego no especifica las directrices a seguir respecto a las líneas editoriales, que “quedan asumidas por el adjudicatario” (CPHRM, 2020: 6). Purificación García, jefa del departamento de control en RTRM, explicaba que “RTRM es un órgano de control parcial de 7 TV. Elaboramos informes trimestrales sobre tres indicadores básicos: audiencias generales, audiencias de informativos y financiación publicitaria. Pero por mandato parlamentario, la línea editorial y los estudios sobre calidad de la programación recaen en la empresa adjudicataria” (entrevista: 24/11/2020). En su segundo informe sobre el Seguimiento del Contrato Programa, RTRM advertía de que en el modelo de gestión indirecta, su capacidad de control “estaba limitada al no poder sancionar o adoptar resoluciones por no ser parte del contrato” (RTRM, 2018: 68).

Ciberseguridad y política de privacidad

Desde la web corporativa de RTRM se puede descargar el protocolo de protección de datos para los usuarios de la web que comprende las condiciones estándar de uso de la web y la política de cookies.

Para navegar en la web no es necesario que el usuario revele sus datos personales. No obstante, para contratar productos y servicios, recibir respuesta a las consultas y solicitar información o publicidad, es necesario introducir datos identificativos. También se recaban datos a través de las cookies o dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos sobre navegación, aunque RTRM no adopta decisiones automatizadas en relación a los datos personales proporcionados.

Los fines del tratamiento de datos por parte de RTRM son:

- Facilitar información solicitada a través del formulario de contacto.
- Resolver dudas sobre los servicios de RTRM.
- En los casos de procesos de contratación, valorar y gestionar la solicitud de empleo que mejor se ajuste al perfil.
- Para la ejecución de las obligaciones contractuales.

⁹ Francisco Martínez Campos, Director de Control de Servicio Público, fue destituido de su cargo por un artículo machista sobre sus redactoras publicado en un diario digital.

Conclusiones

La televisión autonómica de Murcia 7 TV se encuentra en un estado inicial de digitalización hacia los objetivos contenidos en la estrategia Digital Europea (Comisión Von der Leyden 2020-2026). Por un lado, el ente audiovisual permite la distribución de contenidos a la carta a través de la web y aplicaciones móviles¹⁰, participa y actualiza activamente en sus redes sociales con contenido producido para el canal convencional, ofrece el servicio HbbTV y ha digitalizado todo su archivo audiovisual para su consulta pública a través de Internet. Por otro lado, no se han especificado las estrategias a seguir en los próximos años respecto a la implantación de la tecnología 5G, no se han desarrollado aplicaciones de última generación para la producción de contenidos automáticos o el análisis computarizado de la audiencia, ni se han planificado las acciones de producción de contenidos propios digitales, atendiendo a la promoción de la diversidad y el pluralismo online. Además, a diferencia de la mayoría de cadenas públicas regionales españolas, la 7 TV carece de mecanismos de participación ciudadana, estudios de audiencia y protocolo de reclamaciones, así como plataformas que posibiliten la inserción de contenidos o valoraciones, como sí ocurre en gran parte de las cadenas públicas autonómicas.

El informe de seguimiento del Contrato Programa para los años 2014-2016 contemplaba las reformas legislativas derivadas de la trasposición de la nueva Directiva Europea de Televisión y la adaptación del servicio público al cambio digital (RTRM, 2019: 76). No obstante, el director general de RTRM hasta 2019¹¹, Juan Miguel Aguado, destacaba “la ausencia de planificación a futuro, pues el informe recoge lo que hay a día de hoy con unos pequeños retoques, mientras que en el horizonte de 2030, se acabará la televisión en abierto, a la que se accederá sólo por Internet” (ACA, de 27 de mayo de 2019: 3). En términos similares se expresaba uno de los consejeros de RTRM, José Carlos Losada Díaz: “Del tema digital no hay apenas nada, se mantienen lo que había, que no funciona bien.” (ACA, de 29 de enero de 2020: 3).

Como consecuencia de la inexistencia de un programa actualizado, destaca la ausencia de un proyecto específico de adaptación del servicio público de comunicación audiovisual a los desafíos del cambio digital, con nuevos canales, formatos y pautas de consumo. Según se reconocía en el informe de seguimiento del Contrato Programa 2014-2016 esta ausencia “supone la imposibilidad de planificar a medio plazo los objetivos y proyectos para el cumplimiento de la gestión del servicio público, en un momento especialmente sensible de transformación de los comportamientos de uso de los ciudadanos y de cambio de los formatos, los canales y los flujos de trabajo” (RTRM, 2019: 8).

Podría decirse que la 7 TV de la región de Murcia se encuentra en una fase muy incipiente en su conversión hacia un medio de Servicio Público. La cadena hace uso de las posibilidades básicas que Internet ofrece para distribuir contenido, al mismo tiempo que se llevan a cabo iniciativas y experimentos modestos, sujetos a la existencia de recursos económicos, para ver qué funciona y qué se puede mejorar. En este sentido, la 7 TV cumple de manera básica con sus obligaciones como audiovisual, apostando por programas de cultura local de consumo masivo y plataformas de distribución ubicuas y multipantalla, pero falta mucho camino por recorrer en términos de desarrollo digital, participación ciudadana, rendición de cuentas y producción de contenidos inclusivos.

Referencias

Acta de la sesión del Consejo de Administración RTRM, de 29 de enero. AÑO 2020. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Acta_C.A._2020-01-29.pdf

Acta de la sesión del Consejo de Administración RTRM, de 18 de junio. AÑO 2019. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Acta_C.A._2019-06-18.pdf

¹⁰ En apariencia, no operativos actualmente (septiembre 2020).

¹¹ Desde mayo de 2016 a octubre de 2019 el director general de RTRM fue Juan Miguel Aguado Terrón.

Acta de la sesión del Consejo de Administración RTRM, de 20 de marzo. AÑO 2019. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Acta_C.A._2018-03-20.pdf

ACA - Acta de la sesión del Consejo de Administración RTRM, de 26 de febrero. AÑO 2019. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Acta_C.A._2019-02-26.pdf

Acta de la sesión del Consejo de Administración RTRM, de 14 de marzo. AÑO 2018. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Acta_C.A._2018-03-14.pdf

Acta de la sesión del Consejo de Administración RTRM, de 6 de febrero. AÑO 2018. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Acta_C.A._2018-02-06.pdf

ACA - Acta de la sesión del Consejo de Administración RTRM, de 27 de febrero. AÑO 2017. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Acta_C.A._2017-02-27.pdf

Barlovento Comunicación (2019). Análisis Televisivo 2019. <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2019/12/analisis-televisivo-2019-BarloventoComunicacion-1.pdf>

BORM – Boletín Oficial de la Murcia (2013). Primer Mandato Marco previsto en la Ley 10/2012, de 5 de diciembre, de radiotelevisión de la región de Murcia. <http://www.borm.es/borm/documento?obj=anu&id=555755>

Comparecencia del Director General de RTRM en la Comisión de Asuntos Generales de la Asamblea Regional de Murcia de 5 de junio. AÑO 2018. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Comparecencia_DG_RTRM_Comision_Asuntos_Generales_Institucional_es_y_UE_2018-06-05.pdf

CPHRM - Consejería de Presidencia y Hacienda de la Región de Murcia (2020). Pliego de Prescripciones Técnicas para el contrato de Gestión Indirecta del Servicio Público de Comunicación Audiovisual Televisiva de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (2020-2025). [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1618&IDTIPO=200&RASTRO=c709\\$m&vigente=1&id=8a2629247277ced30172796e06600739](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1618&IDTIPO=200&RASTRO=c709$m&vigente=1&id=8a2629247277ced30172796e06600739)

INE-Instituto Nacional de Estadística (2020). Encuesta de la Población Activa. Resultados por CCAA. Recuperado de: <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=6369>

INE-Instituto Nacional de Estadística (2019). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares. Recuperado de: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608

RTRM (2019). Informe de seguimiento Contrato Programa 2014-2016. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Informe_seguimiento_2018_Contrato_programa_2014-2016.pdf

RTRM (2018). Informe de seguimiento Contrato Programa 2014-2017. Recuperado de: http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Informe_seguimiento_2017_Contrato_Programa_2014-2016.pdf

Real Decreto-ley 1112/2018, de 7 de septiembre, sobre accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público. «BOE» núm. 227, de 19 de septiembre de 2018, páginas 90533 a 90549. Recuperado de: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2018-12699

Segundo Contrato Programa del Servicio Público de Comunicación Audiovisual. AÑO 2020. Recuperado de:
http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Contrato_Programa_CARM-RTRM_2020-2022.pdf