



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 *Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (Canal Sur)*

María Purificación Subires Mancera, Universidad de Málaga, purificacion@uma.es

Mayo, 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

1. Introducción	3
1.1. Objeto de estudio.....	3
1.2. Preguntas de investigación	3
1.3. Metodología	3
1.4. Contexto socioeconómico de Andalucía	4
1.5. Marco histórico, institucional y legislativo de Canal Sur.....	4
1.6. Departamentos responsables de transformación digital y/o innovación en la RTVA	8
1.7. Estadísticas descriptivas básicas	9
2. Contexto autonómico: equipamiento, conectividad y habilidades digitales.....	15
2.1. Equipamiento y conectividad	17
2.2. Habilidades digitales y acceso frecuente a Internet	17
2.3. Particularidades.....	19
2.4. Compromiso para el desarrollo de una Sociedad de la Información inclusiva	19
3. Principios generales de la estrategia de digitalización.....	21
3.1. Inclusión	21
3.2. Transparencia.....	22
3.3. Participación.....	24
3.4. Otros principios	25
3.5. El reto de la renovación tecnológica	25
4. Recursos digitales.....	32
4.1. Contenidos	32
4.1.1. Web	32
4.1.2. Redes sociales	34
4.1.3. Aplicaciones móviles	36
4.1.4. Archivo digital.....	36
4.1.5. Plataformas digitales.....	37
4.1.6. Producción de contenidos nativos digitales, interactivos y transmedia.....	37
4.2. Participación.....	38
4.3. Innovación	38
5. Relevancia de la información	39
6. Los jóvenes y la televisión pública.....	40
7. Comparativa autonómica	40
8. Conclusiones.....	41
Referencias.....	43

*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.

1. Introducción

1.1. Objeto de estudio

El objeto de estudio del presente trabajo es el de analizar la estrategia de transformación digital e innovación de Canal Sur Televisión (RTVA), la cadena pública autonómica de Andalucía y el de evaluar cómo se alinea con la Estrategia digital Europea. La investigación se plantea desde una perspectiva comparada, estudiando el caso de Canal Sur Televisión para poder compararlo con las demás cadenas autonómicas públicas en España.

1.2. Preguntas de investigación

La hipótesis de la que partimos en nuestro proyecto es la de que existen diferencias marcadas entre las estrategias de dichas cadenas autonómicas y que estas pueden explicarse atendiendo a aspectos como el tamaño del mercado, nivel de financiación, política lingüística y entorno político en el que operan estas televisiones. Las preguntas de investigación que nos planteamos para el análisis específico de Canal Sur son las siguientes:

¿Se alinea la estrategia de transformación digital e innovación de Canal Sur Televisión con la Estrategia digital Europea? En particular:

¿Cuenta Canal Sur Televisión con una estrategia multiplataforma en línea, más allá de la distribución lineal de televisión?

¿Existe una orientación basada en el servicio público en las estrategias de creación y distribución de contenidos digitales propios por parte de Canal Sur Televisión?

¿Se han implementado en Canal Sur Televisión acciones para la digitalización del patrimonio y la promoción de la diversidad y el pluralismo en línea?

¿Se ha producido alguna reorganización interna en la RTVA para implementar la estrategia digital?

1.3. Metodología

La metodología de la investigación se basa, en primer lugar, en el análisis documental, mediante la búsqueda, consulta y estudio de fuentes documentales tales como leyes, informes anuales, memorias de los presupuestos, cartas de servicio, contratos-marco, así como en la recogida y análisis de datos relativos a Canal Sur Televisión, en particular, y a la comunidad autónoma andaluza, en general.

El trabajo se complementa con la realización de encuestas a estudiantes de las Facultades de Ciencias de la Comunicación de las Universidades participantes en la investigación –entre ellas, la Universidad de Málaga-, con el fin de conocer los usos y expectativas de los jóvenes futuros

profesionales de los medios acerca de la televisión pública en España, y de la televisión pública autonómica de su respectiva comunidad.

1.4. Contexto socioeconómico de Andalucía

Andalucía es la comunidad autónoma más poblada de España, con 8.464.411 habitantes a 1 de enero de 2020 (INE, 2020a), por delante de Cataluña (7.780.479) y Comunidad de Madrid (6.779.888), y la segunda en extensión superficial, solo por detrás de Castilla y León (INE, 2008, p. 10). Su PIB en 2019 ascendía –según la estimación avance del INE-, a 165.865.509 miles de euros, ocupando el tercer puesto, por detrás de Cataluña y de la Comunidad de Madrid, pero su PIB per cápita solo alcanzaba los 19.633 euros –muy por debajo del total nacional, que es de 26.426 euros-, situándose en este caso en antepenúltimo lugar, solo por delante de Extremadura y de la Ciudad Autónoma de Melilla (INE, 2020b).

Asimismo, según los datos de la Encuesta de condiciones de vida (ECV) del INE, la renta media por hogar en Andalucía en 2019 es de 23.826 euros, una de las más bajas del país, solo por delante de Extremadura, y muy por debajo de la renta media a nivel nacional, que alcanza los 29.132 euros (INE, 2020c). Respecto a la renta media por persona se sitúa en los 9.160 euros, frente a la media nacional, de 11.680 euros, lo que la coloca en antepenúltimo lugar, superando en este caso a la Región de Murcia y Extremadura (INE, 2020d). Se trata de datos demográficos y socioeconómicos que sirven para entender e interpretar la realidad de una región extensa y poblada, pero cuyos habitantes tienen un nivel de renta menor al de la media de otras comunidades autónomas –sin olvidar los desequilibrios existentes en su territorio entre las ciudades más pobladas y el entorno rural, y de los municipios costeros con respecto a los de interior-.

1.5. Marco histórico, institucional y legislativo de Canal Sur

Tanto por extensión, como por población, y si atendemos a la importancia de la información de proximidad, resulta evidente el importante papel, de servicio público, que la RTVA puede y debe cumplir como medio de comunicación público en la sociedad andaluza. La creación de este medio aparece reconocida en el propio Estatuto de Autonomía de Andalucía. En el Estatuto inicial de 1981 (Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Andalucía) esta atribución viene recogida en el artículo 16, en el cual se establece que “la comunidad Autónoma de Andalucía podrá regular, crear y mantener su propia televisión, radio y prensa y, en general, todos los medios de comunicación social para el cumplimiento de sus fines” (BOE, 1982). La reforma del Estatuto de Autonomía de Andalucía, plasmado en la Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, profundiza en este punto (BOE, 2011). Así, introduce varios artículos relativos a los medios de comunicación en la comunidad autónoma andaluza (artículo 69, sobre “medios de comunicación social y servicios de contenido audiovisual” y artículo 131, sobre el Consejo Audiovisual de Andalucía) y dedica un título específico –el número VIII, artículos 207 a 217- a los Medios de comunicación social. El artículo 210, que está centrado, concretamente, en el servicio público de radiotelevisión, recoge en su tercer punto que “La Junta de Andalucía gestionará directamente un servicio de radiotelevisión pública”. En el artículo 211 se alude a los fines y principios que rigen dicho servicio y se reconoce el derecho de acceso:

**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.*

“1. Los medios de comunicación de gestión directa por la Junta de Andalucía y las Corporaciones locales orientarán su actividad a la promoción de los valores educativos y culturales andaluces, respetando, en todo caso, los principios de independencia, pluralidad, objetividad, neutralidad informativa y veracidad.

2. Se garantiza el derecho de acceso a dichos medios de las asociaciones, organizaciones e instituciones representativas de la diversidad política, social y cultural de Andalucía, respetando el pluralismo de la sociedad” (BOE, 2011)

Por otra parte, el art. 214 establece que el control de los medios gestionados directamente por la Junta de Andalucía corresponde al Parlamento, por medio de una Comisión Parlamentaria, y que la elección de la persona que dirija la radio y televisión públicas autonómicas “corresponde al Pleno del Parlamento por mayoría cualificada” (BOE, 2011). Todos estos puntos están desarrollados en la vigente Ley 18/2007, de 17 de diciembre, que también será analizada en este informe.

Canal Sur Televisión inició sus emisiones en febrero del año 1989, coincidiendo con la celebración del Día de Andalucía, el 28 de febrero. La gala inaugural se celebró el 27 de febrero y las emisiones regulares comenzaron al día siguiente (Canal Sur, s.f.). La televisión autonómica andaluza –al igual que la radio, que había iniciado sus emisiones a finales de 1988-, nació al amparo de la Ley 8/1987, de 9 de diciembre, de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y regulación de los servicios de Radiodifusión y Televisión gestionados por la Junta de Andalucía (BOE, 1988), desarrollada a partir de la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión (BOE, 1983) –sendas leyes ya derogadas-. Actualmente, el funcionamiento de la RTVA se regula a través de la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) (BOE, 2019a), cuya última actualización, del año 2019, se ejecuta a través de la Ley 2/2019, de 26 de junio, relativa a modificación de la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la Radio y Televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) y de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía (BOE, 2019b).

La Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) tiene atribuida la gestión directa del servicio público de radio y televisión autonómicos, aunque –como se explica en su Portal de Transparencia (Canal Sur, 2020a)-, dicha gestión es ejercida a través de su sociedad filial, Canal Sur Radio y Televisión S.A. Fue en el año 2015 cuando Canal Sur Radio y Canal Sur Televisión, que inicialmente estaban separadas, se fusionaron en una sola empresa. Con dicha medida, que no supuso despidos o recorte de plantilla, se buscaba “más operatividad y eficiencia” simplificando su estructura y funcionamiento, y que los profesionales de ambos medios, en cada una de las delegaciones provinciales, pudieran trabajar indistintamente, para radio o televisión, una práctica que ya se venía realizando con anterioridad (Canal Sur, 2015b; Junta de Andalucía, 2015; BOJA, 2015a).

Las Leyes 18/2007 y 2/2019, que recogen el funcionamiento, los principios y las funciones como servicio público de la radiotelevisión pública de titularidad autonómica en Andalucía, establecen que la RTVA se estructura en tres órganos:

- el Consejo de Administración (cuyos 9 miembros deben ser elegidos por el Parlamento de Andalucía por mayoría de tres quintos)

- la Dirección General (una persona, elegida por el Parlamento Andaluz por mayoría de dos tercios, en primera votación, o de tres quintos, en caso de segunda votación)
- el Consejo Asesor (formado por 13 miembros, en representación de sindicatos -1 vocal-, organizaciones empresariales -1 vocal-, corporaciones locales andaluzas -3 vocales-, Administración Pública de la Junta de Andalucía -2 vocales-, Consejo Escolar de Andalucía -1 vocal-, Consejo Andaluz de la Juventud -1 vocal-, Consejo Andaluz de Universidades -1 vocal-, Consejo de los Consumidores y Usuarios de Andalucía-1 vocal-, Consejo Andaluz de Atención a las Personas con Discapacidad -1 vocal- y Federación de Organizaciones Andaluzas de Mayores -1 vocal-, estos seis últimos elegidos por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía a propuesta de las citadas organizaciones- (BOE, 2019a)

El artículo 35 de la Ley 18/2007 recoge lo establecido en el Estatuto de Autonomía en relación con el control externo, mediante la existencia de una Comisión de control del Parlamento de Andalucía que velará especialmente por “el cumplimiento efectivo” por parte de RTVA y Canal Sur Radio y Televisión, “de la función de servicio público definida en el artículo 4” de la Ley. Será la persona que ostente la Dirección General de la RTVA, la que rinda cuentas de la gestión presupuestaria (BOE, 2019a).

Respecto a la función de servicio público, desarrollada en el artículo 4 de la Ley 18/2007, debe destacarse en particular lo señalado en el punto 2, donde, atendiendo tanto a la radio y la televisión como a los nuevos servicios digitales, se define dicha función de servicio público como:

“el servicio esencial para la sociedad consistente en la producción, edición y difusión de un conjunto equilibrado de programaciones audiovisuales y canales, generalistas y temáticos, en abierto o codificados, de radio, televisión y nuevos soportes tecnológicos, así como contenidos y servicios conexos e interactivos, que integren programas audiovisuales y servicios digitales diversificados, de todo tipo de géneros y para todo tipo de públicos, con el fin de atender a las necesidades democráticas, sociales y culturales del conjunto de la población andaluza, garantizando el acceso a la información, cultura, educación y entretenimiento de calidad” (BOE, 2019a)

La Ley 18/2007 también establece dos instrumentos fundamentales para el funcionamiento de Canal Sur Radio y Televisión: la Carta de Servicio Público (art. 7) y el Contrato-Programa (art. 8). La Carta de Servicio Público ha de ser aprobada por el Parlamento de Andalucía, a propuesta del Consejo de Gobierno de la Junta. Se trata del documento que determina, para un período de seis años, “las prioridades de actuación de la RTVA y sus sociedades filiales para el cumplimiento de la función de servicio público encomendada y las estrategias para la consecución de los objetivos generales [...]” (BOE, 2019a). El Contrato-programa especifica y desarrolla “el mandato de la Carta de Servicio Público” para un período de tres años y, en este caso, es acordado entre el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y la RTVA. Este documento nace con el objetivo de adecuarse “a la cambiante realidad audiovisual” y de servir como instrumento de gestión. Así, fija las actividades y los objetivos que la RTVA debe cumplir como servicio público, los mecanismos y los medios para adaptarse a los posibles cambios económicos y en el sector de la comunicación audiovisual, los mecanismos de control de la ejecución del propio programa, así como:

“Las compensaciones económicas que anualmente hayan de percibir la RTVA y sus sociedades filiales, con cargo a los Presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que garanticen su financiación estable y suficiente, el mantenimiento de la plantilla, así como la renovación tecnológica que se requerirá por la gestión y prestación del servicio público de radio y televisión y de servicios digitales conexos e interactivos” (BOE, 2019a)

*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.

Aunque tanto la Carta de Servicio Público como el Contrato-Programa tiene un período de vigencia fijado en seis años y tres años, respectivamente, la última Carta aprobada por el Parlamento es del año 2010. En el artículo 3 de dicha Carta se establece que, transcurrido el plazo de seis años, “se considerará prorrogada su vigencia hasta la aprobación de una nueva”. (BOJA, 2010). En el año 2016 –a los seis años de la Carta anterior-, se realizó una nueva Propuesta de Carta de Servicio para el período 2017-2022, que fue admitida a trámite, pero finalmente no llegó a aprobarse en el Parlamento (Parlamento de Andalucía, 2017). Según recoge una noticia publicada por Europa Press:

“Dicha propuesta de Carta 2017-2022 fue admitida a trámite por la Mesa del Parlamento el 5 de octubre de 2016 y remitida a la Comisión de Control de la RTVA para el inicio de la correspondiente tramitación, pero la Mesa de la referida Comisión de Control no llegó a proponer a la Mesa del Parlamento la culminación del trámite parlamentario” (Europa Press, 2019)

Con fecha 6 de octubre de 2020, el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía aprobó la nueva Carta de Servicio Público de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) para el período 2021-2026, siendo remitida al Parlamento de Andalucía para su tramitación y aprobación definitiva (Junta de Andalucía, 2020a). El 15 de octubre fue admitida a trámite por la Mesa del Parlamento, “acordándose su remisión a la Comisión de Control de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía y sus Sociedades Filiales” con el fin de iniciar su tramitación (BOPA, 2020a). El 26 de octubre de 2020 fue presentada en dicha comisión de control (Parlamento de Andalucía, 2020a) y con fecha 30 de octubre fue publicada en el Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía (BOPA, 2020a; Parlamento de Andalucía, 2020b), tras su orden de publicación con fecha 19 de octubre de 2020. El último trámite realizado ha sido la publicación en el BOPA, el 20 de noviembre de 2020 (tras su orden con fecha 13 de noviembre), de las propuestas de resolución de los diferentes partidos políticos admitidas a trámite por parte de la Mesa de la Comisión de Control de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y la Televisión de Andalucía y de sus Sociedades Filiales reunida el 11 de noviembre de 2020 (BOPA, 2020b). Aún queda pendiente, por tanto, finalizar dicha tramitación, la aprobación definitiva de la Carta en el Parlamento y su publicación en el BOJA.

Respecto al Contrato-Programa, ocurre una situación similar a la Carta de Servicio, siendo también objeto de prórroga durante 2016 y 2020. Tras la aprobación de la Carta de Servicio Público del año 2010, se aprobó el correspondiente Contrato-Programa para el período 2013-2015 (BOJA, 2012). A finales de 2015 se acuerda una primera prórroga de este Contrato-Programa para el ejercicio 2016, a la espera de la aprobación de la nueva Carta de Servicio Público para el período 2017-2022 –que finalmente no llega a aprobarse- (BOJA, 2015b). Mientras se encuentra en tramitación dicha Carta se acuerda y publica en BOJA el Contrato-Programa para el período 2017-2019 (BOJA, 2017a). En 2019, al haberse cumplido el plazo de tres años sin haber acordado un nuevo Contrato-Programa, decide prorrogarse el anterior, por el plazo de un año (BOJA, 2019a). Finalmente, con fecha 30 de diciembre de 2020, y mientras sigue en proceso de tramitación la Carta de Servicio, se publica en el BOJA el “Acuerdo de 29 de diciembre de 2020, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Contrato-Programa entre el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía para el periodo 2021-2023” (BOJA, 2020a). Este documento, que marca las pautas para estos próximos tres años es la base –junto con la Carta de Servicio Público en fase de tramitación y aprobación-, para el análisis de la estrategia de transformación digital e innovación de Canal Sur Radio y Televisión. A este Contrato-Programa debe sumarse Plan de eficacia, eficiencia y racionalización

*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 la Radio y Televisión de Andalucía para el ejercicio 2021 (BOJA, 2021), documento cuya elaboración y aprobación durante el primer trimestre de 2021 ya venía fijada en la Ley de Presupuestos de la Junta de 2021, al tratarse de una condición impuesta por Vox para apoyar dichos presupuestos. El plan fue finalmente aprobado mediante acuerdo del Consejo de Gobierno el 30 de marzo de 2021, y publicado en BOJA con fecha 6 de abril.

1.6. Departamentos responsables de transformación digital y/o innovación en la RTVA

Dentro del organigrama de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía y Canal Sur Radio y Televisión S.A., el Departamento responsable de transformación digital e innovación es la Dirección de Innovación y Negocio -situado en el Nivel A2, por debajo del nivel A0 (Dirección General) y del Nivel A1 (Dirección Corporativa de la RTVA y Dirección Adjunta de Canal Sur Radio y Televisión S.A.)-, según establece la Disposición que entró en vigor en octubre de 2019 (RTVA, 2019) y también la nueva Disposición disponible en el apartado de Información institucional y organizativa de la web de Canal Sur (RTVA, 2021). En dichos documentos se recogen las funciones que tiene encomendada la Dirección de Innovación y Negocio, entre las cuales se incluye (art. 9) “la política comercial y de ingresos por publicidad”, la coordinación de la comunicación interna y externa, del área de Marketing y de la Responsabilidad Social Corporativa, “la creación de una nueva vía de negocio y patrocinio denominada «Eventos»” consistente en la emisión en directo en diferentes puntos de Andalucía o “la elaboración del Plan Estratégico de la RTVA”. Asimismo, esta Dirección incorpora en su estructura al gabinete encargado de coordinar “la elaboración del Contrato-Programa, la Carta de Servicio Público, las relaciones con FORTA, las intervenciones en el Consejo de Administración y en las Comisiones de Control Parlamentario” (RTVA, 2019, pp.15-16). La Dirección de Innovación y Negocio aglutina el área comercial, el área de comunicación y Canal Sur Media.

Dentro de dicha Dirección de Innovación y Negocio, en el Nivel 04 del organigrama se integra la Jefatura de Canal Sur Media. Como establece el artículo 9 de la Disposición citada:

“Otra de las misiones principales de esta Dirección de Innovación y Negocio es que bajo sus competencias queda la Jefatura de Canal Sur Media para impulsar el plan de renovación digital y social media de todos los contenidos, la transformación digital de la empresa y desarrollar cuantas medidas sean necesarias para hacer que Canal Sur Radio y Televisión S.A. sea competitiva en los nuevos escenarios de consumo bajo demanda.” (RTVA, 2019, p.16)

De la Jefatura de Canal Sur Media dependen el Departamento web y nueva plataforma tecnológica, el Departamento de redes sociales y el Departamento de canales temáticos, adscritos a su vez a la Dirección de Innovación y Negocio (RTVE, 2019, p. 17).

En el artículo 27 de la Disposición de 2019 (art. 25 en la de 2021) se establecen cuáles son específicamente sus objetivos, funciones y ámbito de actuación de la Jefatura. Así, como se señala en el texto:

“Esta jefatura tiene como objetivos el desarrollo de plataformas para la difusión de contenidos bajo demanda de Canal Sur Radio y Televisión S.A., la gestión de todas las webs propias de la RTVA y Canal Sur Radio y Televisión S.A., la gestión y dirección de las redes sociales y la política social media

y los canales web de TV (Andalucía Turismo, Andalucía Cocina, Andalucía Flamenco y La Banda WebTv).

Además, esta Jefatura deberá planificar la estrategia para adaptar CANAL SUR RADIO Y TELEVISIÓN S.A. a los nuevos formatos de consumo, proponer oportunidades de negocio en estos formatos, diseñar la estrategia de las redes sociales y liderará el desarrollo tecnológico junto al área de Sistemas de Gestión Corporativa y a la Dirección Técnica para tales fines” (RTVE, 2019, p. 28).

Dentro de su ámbito de actuación se incluyen, por consiguiente, tanto la web como los medios sociales de Canal Sur.

Por otra parte, los órganos de gestión internos de Canal Sur se estructuran en distintos Comités, en los cuales participan tanto la Dirección de Innovación y Negocio como la Jefatura de Canal Sur Media. Así, la Dirección se integra en los Comités de Dirección y el de Antena de Radio. Y de manera conjunta, Dirección y Jefatura forman parte de los Comités de Antena de Televisión y Multimedia, Coordinación (llamada “Mesa de Contenidos” en la nueva disposición), Tecnología de la Información y las Comunicaciones de RTVA y Canal Sur Radio y Televisión S.A. (Comité TIC) e Innovación y Negocio (RTVA, 2019, pp. 4-7), que en la nueva disposición recibe el nombre de “Transformación Digital, Innovación y Negocio”. A ellas se une la “Comisión de Valoración de Obra Europea” en la nueva Disposición (RTVA, 2021)

En el momento de la redacción de este informe, la Dirección General de RTVA está a cargo de Juan de Dios Mellado Pérez (Canal Sur, 2020b), mientras que la Dirección de Innovación y Negocio la ejerce Juan Vargas Ruano (Canal Sur, 2020c). De la Jefatura de Canal Sur Media se encarga Juan Manuel Blanco Poley.

1.7. Estadísticas descriptivas básicas

Como ya se ha indicado anteriormente, la RTVA ejerce la gestión directa del servicio público de radio y televisión autonómicos a través de su sociedad filial, Canal Sur Radio y Televisión, S.A. Esto lleva a que el presupuesto de ambas –RTVA y Canal Sur Radio y Televisión S.A.- aparezca de manera diferenciada en el Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Para este informe se atenderá a la información presupuestaria de la RTVA del año 2020, teniendo además en cuenta que los datos presupuestarios de radio y televisión aparecen juntos –puesto que en 2015 ambas sociedades filiales se unieron en una sola-. Asimismo, debe advertirse que la Junta de Andalucía publica en 2020 dos informaciones diferenciadas: presupuesto y presupuesto consolidado–que “es el que resulta de la eliminación de las transferencias internas entre las distintas Consejerías y Organismos Autónomos o entre la Entidad Local y sus Organismos Autónomos”- (Junta de Andalucía, 1999).

En el Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía del año 2020 para la RTVA los ingresos previstos ascendían a 161.323.050 euros (157.058.050 en el presupuesto consolidado) (BOJA, 2019b). La RTVA recibe una transferencia de financiación de explotación de la Junta de Andalucía por un valor de 140.977.050 euros (Canal Sur, 2020d; Canal Sur, 2019a), mientras que Canal Sur Radio y Televisión S.A. percibe una subvención de explotación incorporada al resultado del ejercicio procedente de la RTVA por un importe de 133.712.050 euros (que se corresponde con los gastos financieros de la RTVA) (Canal Sur, 2020e).

*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.

En los presupuestos del año 2021 se produce un cambio con respecto a los de 2020, ya que, en lugar de realizar la transferencia de financiación de explotación de la Junta de Andalucía a la RTVA, se hace a Canal Sur Radio y Televisión. Según se recoge en la Ley 3/2020, de 28 de diciembre, del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2021, el presupuesto de la RTVA asciende a 26.806.000, mientras que el presupuesto de explotación de Canal Sur Radio y Televisión S.A. alcanza los 148.518.050 (sumando los presupuestos de capital sube a los 153.768.050 euros). Debe destacarse que los presupuestos de Canal Sur del año 2021 han sido objeto de un gran debate, al haberse visto condicionados por el pacto político de los dos partidos que gobiernan en coalición en Andalucía -PP y Ciudadanos- con Vox para la aprobación de los presupuestos de la Comunidad Autónoma del ejercicio 2021. Según la información publicada por diferentes medios, como El País (Martín-Arroyo, 2020), El Mundo (Rodríguez, 2020), ABC (2020) o La Vanguardia (2020), el acuerdo supone un recorte de 14 millones de euros del presupuesto de RTVA y Canal Sur, además de la desaparición del canal Andalucía Televisión (ATV). Los puntos acordados en este pacto quedan reflejados en la Ley de Presupuestos a través de la disposición adicional vigesimoséptima titulada “Plan de eficacia, eficiencia y racionalización de la Radio y Televisión de Andalucía”, según la cual la RTVA y Canal Sur Radio y Televisión S.A. debía elaborar “un plan durante los dos primeros meses del año 2021, que asegure la eficacia, eficiencia y racionalización de los recursos con que cuentan en el Presupuesto 2021 y permita su sostenibilidad en el corto y medio plazo” (BOJA, 2020). Este Plan, que debía ser aprobado en Consejo de Gobierno durante el primer trimestre de 2021 –y que lo fue finalmente el 30 de marzo de 2021-, nació con el propósito de establecer:

“las pautas y procedimientos que sean precisos para adaptar la Carta de Servicio de la entidad y el Contrato Programa, sus estrategias de mercado y de mejora de audiencias mediante nuevos procesos de comercialización y desarrollo, impulso de la plataforma digital de la RTVA y de integración de contenidos a la carta con otras plataformas, la reunificación de los tres canales actuales en dos, la exportación de contenidos a países de habla hispana y la conveniencia de la renovación de marca, así como de obtención de ingresos, optimizando con todo ello la financiación procedente del Presupuesto de la Junta de Andalucía” (BOJA, 2020b).

En protesta por lo acordado en este pacto, la plantilla de Canal Sur secundó una huelga los días 22 y 23 de diciembre de 2020, coincidiendo con la fecha del debate final para la aprobación de los presupuestos en el Parlamento de Andalucía. Unos días antes, el 14 de diciembre, el Comité Intercentros convocó un acto que fue recogido como noticia en la web de Canal Sur, bajo el título “Los trabajadores reivindican Canal Sur como un servicio público esencial para Andalucía”. En dicho acto, el actor Antonio de la Torre leyó “el manifiesto de la Plataforma en Defensa de la RTVA en el que se pide un Canal Sur «libre de injerencias políticas»” (Canal Sur, 2020). En sus demandas, los trabajadores de Canal Sur contaron con el apoyo de dos plataformas de recogida de firmas en Internet. En primer lugar, la citada Plataforma en Defensa de la RTVA: “Canal Sur de toda y para toda la ciudadanía andaluza”, donde participan asociaciones de la prensa y otras asociaciones, federaciones, sindicatos, facultades, grupos de investigación o fundaciones, entre otras entidades, junto con el Comité Intercentros RTVA, el Consejo Profesional RTVA, la Agrupación de Trabajadores de Canal Sur y los sindicatos CCOO RTVA, CGT RTVA, SPA RTVA y UGT RTVA. Y, en segundo lugar, la iniciativa “La Universidad con Canal Sur”, promovida por el profesor de la Universidad de Sevilla Francisco Sierra Caballero.

Por otra parte, unos días después de la aprobación de los presupuestos, el 28 de diciembre, fue destituido Álvaro Zancajo como director de Contenidos Informativos, Nuevos Formatos y

Transformación Digital de Canal Sur TV -un cese que, según fuentes de la RTVA no guardaba relación con la huelga (EFE, 2020)-. Dicha destitución fue criticada por parte del portavoz de Vox en el Parlamento, según recoge Isabel Morillo en El Confidencial (2020).

El “Plan de eficacia, eficiencia y racionalización de la Radio y Televisión de Andalucía” fue aprobado finalmente, como ya se ha indicado, el 30 de marzo de 2021 y publicado en BOJA el 6 de abril (BOJA, 2021). El artículo 9 del Plan recoge las principales diferencias entre el presupuesto de 2020 y 2021, en relación con la partida de aprovisionamiento (compra de programas), que se ha reducido un 16,27 por ciento. En el caso de los gastos de personal, y como se explicará en el apartado dedicado al reto de la transformación digital de Canal Sur, la RTVA deberá asumir el aumento del 0,9 por ciento aprobado para el personal del sector público. En la siguiente tabla, extraída del Informe sobre el “Acuerdo del Consejo de Gobierno por el que se aprueba el Plan de Eficacia, Eficiencia y Racionalización de la Radio y Televisión de Andalucía para el ejercicio 2021”, Anexo II (Junta de Andalucía, 2021a), elaborado por la Dirección General de Presupuestos de la Consejería de Hacienda y Financiación Europea de la Junta de Andalucía, puede verse el resumen de medidas del Plan y el impacto que estas tienen sobre el Presupuesto de 2021, o en comparación con el de 2020.

RESUMEN DE LAS MEDIDAS DEL PLAN E IMPACTO PRESUPUESTO 2021			
MEDIDA	IMPACTO ECO.		INCIDENCIA PPTO.2021
	INGRESOS	GASTOS	
Estrategia de mejora de la audiencia	0,00	reducción 10% sobre el presupuesto ejecutado en 2020	sin incidencia económica adicional sobre el Presupuesto 2021
Estrategias de mercado con nuevo procesos de comercialización y desarrollo	12.011.133,00	0,00	
Nuevas líneas de negocio	2.488.867,00	0,00	
Servicio de difusión de la Televisión vía satélite	0,00	264.300,00	{ejercicio 2022}
Plataforma audiovisual digital OTT	0,00	275.000,00	sin incidencia económica adicional sobre el Presupuesto 2021
Proyecto “Canal Sur en el Mundo”	0,00	6.000,00	
Análisis de marca	0,00	18.000,00	
Estudio de consultoría sobre necesidades de personal	0,00	150.000,00	
Jubilación parcial con contratos de relevo	0,00	237.358,45	
Renovación de las bolsas externas de empleo	0,00	15.000,00	
Acciones de formación continua	0,00	140.000,00	
Coste de liquidación de la FAVA	0,00	184.995,89	
Aprovisionamientos y contratación con el sector audiovisual	0,00	reducción del 10% sobre el Presupuesto ejecutado en 2020	
TOTAL IMPACTO ECO. MEDIDAS CUANTIFICADAS	14.500.000,00	1.290.654,34	

Fuente: Junta de Andalucía, 2021a, p. 26.

Este informe de la Dirección General de Presupuestos señala que las medidas incluidas en el Plan “no presentan incidencia económica adicional sobre el Presupuesto 2021 de RTVA, al haberse previsto su efecto en las dotaciones de las partidas presupuestarias que lo componen” (2021a, p. 25).

Por otra parte, también debe destacarse que en la Sesión del Consejo de Gobierno del 30 de marzo de 2020, se aprobó el expediente para la contratación de la nueva “Plataforma de Edición, Emisión y Archivo”, por un valor de 17.4 millones de euros (Junta de Andalucía, 2021b). Esta autorización queda plasmada a través del “Acuerdo de 30 de marzo de 2021, del Consejo de Gobierno, por el que se autoriza el expediente de contratación para la prestación del servicio de la Plataforma Digital integrada de Edición, Emisión y Archivo para Canal Sur Radio y Televisión, S.A.” (Junta de Andalucía, 2021c), por procedimiento abierto y por un importe total de *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.

17.424.000,00 euros, IVA incluido. Según este acuerdo, se establece “un plazo de prestación efectiva de seis años, más cuarenta semanas de provisión y nueve semanas de posterior desmontaje de instalaciones”. La previsión es la de que el servicio dé comienzo a partir del 1 de enero de 2022. En la siguiente tabla, incluida en el Acuerdo, puede verse el importe de cada una de las anualidades:

Ejercicio	Importe € IVA excluido	Importe € IVA incluido
2022	2.400.000	2.904.000
2023	2.400.000	2.904.000
2024	2.400.000	2.904.000
2025	2.400.000	2.904.000
2026	2.400.000	2.904.000
2027	2.400.000	2.904.000
Total	14.400.000	17.424.000

Fuente: Junta de Andalucía (2021c)

Con fecha 5 de mayo de 2021 compareció en la Comisión de Control de la RTVA y de sus Sociedades Filiales del Parlamento de Andalucía el director general de la RTVA, Juan de Dios Mellado, a propuesta de los diferentes grupos políticos, con el fin de informar sobre el Plan. En su intervención oral este abordó la cuestión del presupuesto y la renovación tecnológica, en el punto dedicado al Informe de 2018 de la Cámara de Cuentas de Andalucía, afirmando lo siguiente:

“Desde que está este Gobierno, el presupuesto de Canal Sur no se ha rebajado e incluso hay 8 millones de inversión tecnológica que no había desde el año 2012. Es todo lo contrario, hay una apuesta por la RTVA por parte de esta dirección general y por parte de este Gobierno. Y a los hechos me remito. Recientemente el Consejo de Gobierno aprobó la autorización del gasto de 17 millones de euros para cambiar los sistemas informativos, la plataforma de contenido digital de la RTVA, que data de 2013 y que no es competitiva. Una infraestructura, unas necesidades técnicas que estaba demandando la sociedad y que desde el año 2013 que se puso en marcha, que se puso en marcha, no se ha acometido. Lo ha hecho esta dirección general y este Gobierno. Por lo cual, vamos a dejar el mantra del recorte presupuestario, vamos a dejar el mantra de que no se apuesta por la RTVA. Y vamos a ver... Porque el recorte del 10% que usted dice sobre el presupuesto, no es sobre el presupuesto, es sobre la partida de aprovisionamiento, no sobre el presupuesto global. Con lo cual el presupuesto es idéntico al aprobado en enero del año..., que entró en vigor el 1 de enero del año 2020. Con el añadido que hay dinero para inversión tecnológica, que antes no lo había. [...]” (Diario de Sesiones del Parlamento de Andalucía, 2021)

En el punto dedicado a informar sobre el Plan Juan de Dios Mellado remarca esa misma idea en relación con el presupuesto, con estas palabras: “[...] leyendo mis presupuestos y el BOJA, todavía no encuentro ese recorte de catorce millones; encuentro todo lo contrario: mismo presupuesto que el 2020 y más inversión tecnológica, mantenimiento de empleo y reconversión de Canal Sur (Diario de Sesiones del Parlamento de Andalucía, 2021).

Una vez realizado este repaso por los presupuestos para el año 2021 es preciso retroceder a los correspondientes a los años 2019 y 2020, puesto que son los que se toman en el presente informe como referencia para poder establecer comparaciones con los servicios públicos de radio y televisión de otras comunidades autónomas. Así, en relación con los ingresos de 2019, Canal

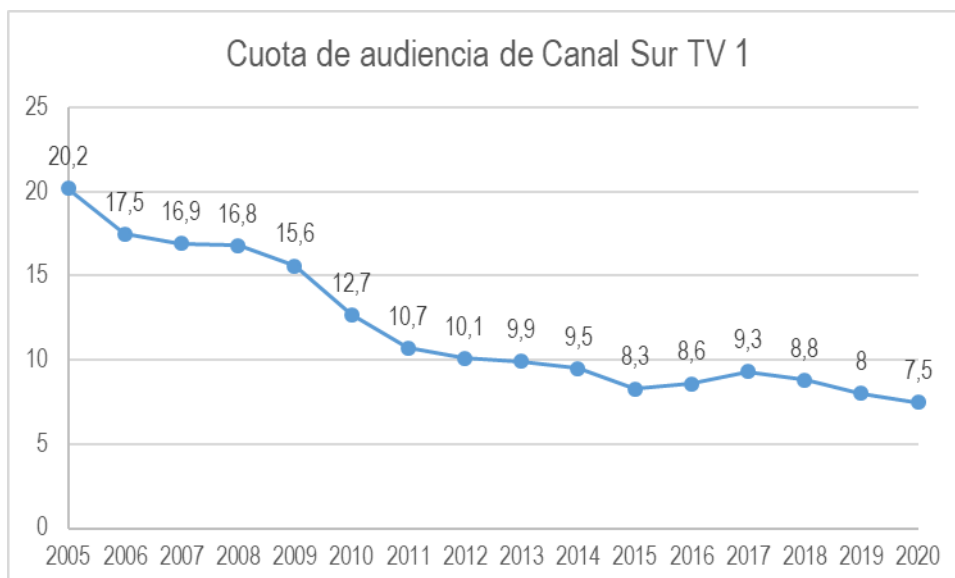
**Proyecto CSO2017-82277-R, Los retos de la televisión pública en España ante el Mercado Único Digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.*

Sur se sitúa en segundo lugar, solo por detrás de TV3, y a escasa distancia de la EITB. Sin embargo, teniendo en cuenta que Andalucía es la región más poblada de España, el coste mensual por habitante que supone del mantenimiento de la radiotelevisión autonómica es de los más bajos del país (en torno a 1,6 euros), situándose en antepenúltimo lugar, solo por delante de la Comunidad de Madrid y la Región de Murcia. En este sentido debe recordarse, no obstante, que tanto el PIB per cápita como el nivel de renta media de Andalucía son inferiores a la media nacional y se sitúan en la parte baja de la tabla. Respecto al porcentaje del PIB andaluz que suponen los ingresos de la RTVA gira en torno al 0,10 por ciento (con datos de 2018) –al igual que las televisiones autonómicas de otras comunidades como Islas Baleares, Castilla-La Mancha, Islas Canarias, Principado de Asturias o Comunidad Valenciana-.

Respecto a la plantilla de RTVA y Canal Sur Radio y Televisión, esta asciende, según recogen los Presupuestos del año 2020, a 1547 personas. De ellas, 288 pertenecen a la RTVA (Junta de Andalucía, 2019) y 1259 a Canal Sur Radio y Televisión S.A. (Junta de Andalucía, 2019) Los gastos de personal para el año 2020 ascienden en los presupuestos de la RTVA a 17.200.000 euros (Canal Sur, 2020d), mientras que en los de Canal Sur Radio y Televisión alcanzan los 74.290.000 euros (Canal Sur, 2020e). El Portal de Transparencia de la RTVA publica la retribución bruta media anual de cada puesto en el año 2020, tanto de la RTVA como de su filial Canal Sur. En el caso de los directores, la retribución bruta alcanza los 78.522,77 euros (salvo en el caso del director de Servicios Jurídicos, en el que esta es de 73.450,36 euros, y de los directores territoriales, que reciben 55.899,84 euros brutos). Entre los jefes la retribución bruta oscila entre los 72.800 y los 55.899,84 euros, mientras que en los jefes de sección gira entre los 42.100 y los 51.900 euros. La retribución bruta de los demás profesionales se sitúa entre los 30.000 y los 50.000 euros. Los únicos trabajadores que perciben menos de 30.000 euros brutos son los Auxiliares de Servicios Generales (27.900 euros). La de redactores, realizadores y documentalistas es de 43.900 euros. Productores, operadores de cámara, ayudantes de realización y mezcladores, editores de continuidad o encargados de operación y montaje de vídeo perciben 39.300 euros brutos anualmente.

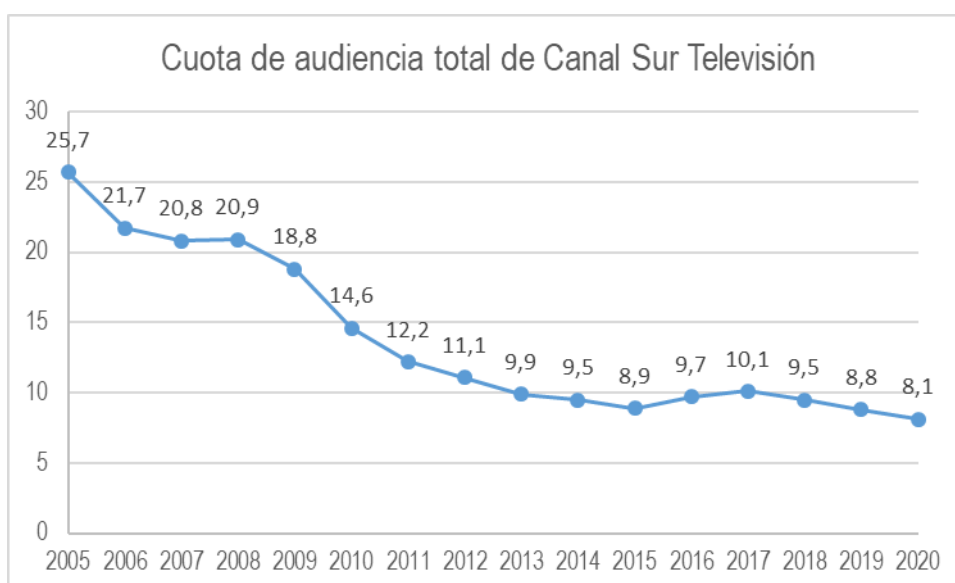
Tomando los datos de población y de la plantilla de 2020, el número de empleados de la RTVA y Canal Sur Radio y Televisión S.A. es de 182,7 por cada millón de habitantes. En la comparativa por comunidad autónoma, con datos de 2018, ese número era de 176, situando a Canal Sur en la sexta radiotelevisión pública autonómica, por detrás de País Vasco, Galicia, Cataluña, Castilla-La Mancha y Extremadura.

Respecto al porcentaje de audiencia de Canal Sur, el principal aspecto que debe destacarse es el descenso que se ha ido produciendo a lo largo de los años, y ello pese a que durante mucho tiempo se mantuvo entre las primeras cadenas autonómicas por porcentaje de audiencia. En la siguiente gráfica, elaborada a partir de los datos proporcionados por Barlovento Comunicación en sus informes anuales, a partir de Kantar Media, puede observarse con claridad el descenso en la audiencia de Canal Sur TV 1, con leves repuntes en estos últimos 5 años, que no han conseguido mejorar significativamente su situación:



Fuente: Elaboración propia a partir de Barlovento Comunicación (con datos de Kantar Media)

Sumando el conjunto de canales (Canal2, hasta su cierre, Canal Sur Andalucía y Andalucía Televisión- ATV) puede observarse la misma tendencia. El anunciado cierre de Andalucía Televisión en 2021 puede provocar un descenso aún mayor en la audiencia de Canal Sur, o bien un traspase de parte de su audiencia hacia el primer canal.

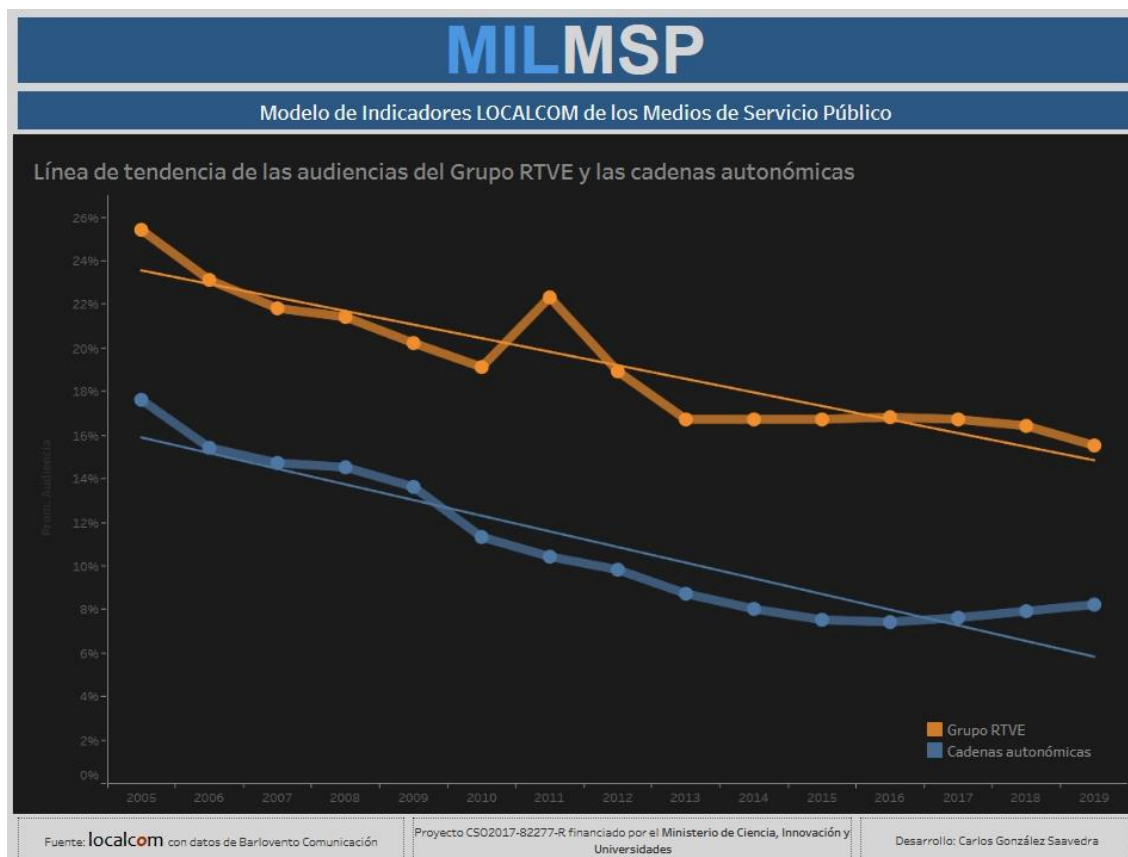


Fuente: Elaboración propia a partir de Barlovento Comunicación (con datos de Kantar Media)

Sin embargo, debe destacarse que este problema no afecta exclusivamente a Canal Sur, sino al conjunto de las televisiones autonómicas, que han visto como durante esta última década su audiencia ha ido descendiendo. Barlovento Comunicación llegaba a hablar de un mínimo histórico de las autonómicas públicas en su informe anual de 2016. En el ranking de audiencias, con datos

*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 2019, Canal Sur Televisión, con un 8,8 de porcentaje total ocupa el cuarto lugar, por detrás de TV3 (18,7 %), EiTb (11,3 %) y TVG (10,2 %).



Fuente: Proyecto LOCALCOM a partir de datos de Barlovento Comunicación

2. Contexto autonómico: equipamiento, conectividad y habilidades digitales

En la Comunidad Autónoma Andaluza, el desarrollo de políticas públicas para la inclusión digital de la población se ha materializado a través de diferentes planes y programas entre los que debemos destacar el *Plan I@andalus de Iniciativas Estratégicas para el Desarrollo de la Sociedad de la Información* (Junta de Andalucía, 2002), puesto en marcha en 2002, y que se basaba “en la creación de infraestructuras, servicios electrónicos de calidad y concienciación ciudadana acerca de la utilidad de las TIC” (Subires, 2013, p. 224). Uno de las principales iniciativas de este plan fue la puesta en marcha, entre 2002 y 2004, del *Programa Guadalinfo* en Andalucía, consistente en una Red de Centros de Acceso Público a Internet con el fin de reducir la brecha digital en los municipios de menos de 10.000 habitantes, fundamentalmente, del ámbito rural (aunque posteriormente se amplió a los de hasta 20.000 y a zonas en riesgo de exclusión social). A través de este proyecto se aseguraba el acceso de la población a unas instalaciones con acceso a equipos informáticos e Internet, y se fomentaba la alfabetización digital mediante la realización de actividades formativas. Actualmente, la Red Guadalinfo se mantiene ofreciendo además nuevos servicios, acciones y actividades vinculadas con la innovación social y el emprendimiento (Guadalinfo, 2020).

*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.

En el año 2003 se promulga el *Decreto de Medidas de Impulso a la Sociedad del Conocimiento en Andalucía* (BOJA, 2003), y en 2005 se publica el *Plan de Innovación y Modernización de Andalucía* (PIMA) (BOJA, 2005; Junta de Andalucía, 2005), a partir del cual se desarrolla el *Plan Andalucía Sociedad de la Información (2007-2010)*, que se fundamentaba en cuatro líneas: Comunidad digital, Empresas para la nueva economía, Administración inteligente e Infraestructura y contexto digital (Junta de Andalucía, 2006; BOJA, 2007).

En 2017 se publica el *Acuerdo de 5 de septiembre de 2017, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la formulación del Plan Estratégico para la incorporación de la ciudadanía a la Sociedad y la Economía Digital*, nacido en el marco de Estrategia Europea 2020 y su línea «Una Agenda Digital para Europa». Los objetivos fundamentales del Plan estratégico son la mejora del acceso y uso de las TIC en Andalucía, el fomento de “la adquisición y desarrollo de competencias digitales por parte de la ciudadanía”, tanto para su desarrollo personal como profesional, el impulso de la Innovación Social y la promoción de la cooperación y colaboración ciudadana, empresarial y de las administraciones públicas en el desarrollo de la Sociedad de la Información y la economía digital en Andalucía (BOJA, 2017c). En julio de 2018 se publicó la resolución por la que se acordaba la apertura del trámite de información pública del Plan -cuya propuesta está disponible en la web de la Junta de Andalucía para su consulta (Junta de Andalucía, 2018)-. Sin embargo, después de dicha fecha, no ha vuelto a publicarse ninguna otra resolución relativa a este Plan. Debe recordarse en este sentido que en diciembre de 2018 se celebraron elecciones autonómicas en Andalucía, y se produjo un cambio de gobierno, lo que parece haber paralizado la puesta en marcha de esta propuesta.

También en 2017 se publicó el *Acuerdo de 16 de mayo de 2017, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la estrategia de impulso del sector TIC Andalucía 2020* (BOJA, 2017c), materializado en el documento *TIC2020. Estrategia de Impulso del Sector TIC Andalucía 2020*, dedicado al impulso de este sector en la comunidad autónoma andaluza (Junta de Andalucía, 2017). Por otra parte, también debe citarse el *Plan de Seguridad y Confianza Digital Andalucía 2020, Periodo 2017-2020*, vigente actualmente, y que está dirigido a administraciones, ciudadanía y empresas (Junta de Andalucía, 2020b)

En el actual gobierno andaluz existe una Dirección General de Estrategia Digital y Gobierno Abierto, dentro de la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Interior, a la que se adscriben la Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones, S.A. (Sandetel) y el Consorcio Fernando de los Ríos, que está encargado de la Red de Centros Guadalinfo. Debe resaltarse que a esta misma Consejería también se encuentran adscritas la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) y Canal Sur Radio y Televisión S.A.

La estrategia digital actual de la Junta de Andalucía queda plasmada en su portal web, en la página “Estrategia digital y gobierno abierto”, en la cual se detallan las competencias de la Dirección General que lleva dicho nombre. Entre ellas se incluye la elaboración de planes estratégicos o “la promoción del uso seguro y responsable de Internet y las nuevas tecnologías por parte de la ciudadanía, así como, el desarrollo de programas de capacitación y certificación en competencias digitales dirigidos a la ciudadanía” (Junta de Andalucía, 2020c)

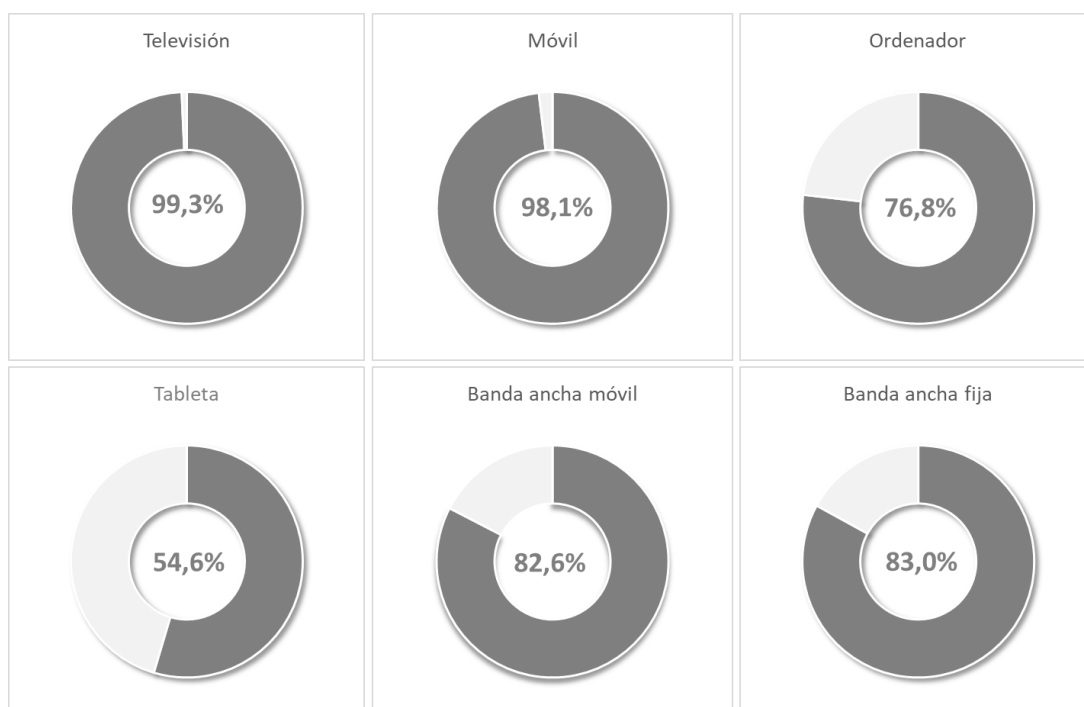
Por último, también debe mencionarse, dentro de las acciones emprendidas desde la Junta de Andalucía, la existencia de la red de voluntariado de Andalucía Compromiso Digital (Andalucía Compromiso Digital, 2020) y de la Plataforma de autodiagnóstico del nivel de competencias digitales (Andalucía es Digital, 2020).

*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.

2.1. Equipamiento y conectividad

Para el análisis del equipamiento y del nivel de conectividad a Internet va a utilizarse como fuente la Encuesta de Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares del año 2019. En la siguiente gráfica puede observarse el porcentaje de hogares encuestados que disponen de televisión, teléfono móvil, ordenador, tableta, conexión de banda ancha móvil y fija en Andalucía. Como puede verse, es mayoritario el número de hogares que cuenta con televisión y móvil. Sin embargo, solo tres cuartas partes de los hogares dispone que ordenador, y poco más de la mitad cuenta con tableta. Respecto al tipo de conexión, es similar el porcentaje de hogares que emplean banda ancha fija y móvil. Si se compara con los datos a nivel nacional, el porcentaje de hogares andaluces que disponen de ordenador está ligeramente por debajo de la media nacional (76,8 frente a 80,9). El porcentaje es similar a la media nacional en el caso del televisor y del teléfono móvil. Solo es levemente inferior en el caso de la tableta (54,6 frente a 56,8).

Equipamiento y conectividad en los hogares de Andalucía. Año 2019



Fuente: LOCALCOM con datos del INE

2.2. Habilidades digitales y acceso frecuente a Internet

El porcentaje de hogares que disponen de acceso a Internet en 2019 en Andalucía es del 89,7 por ciento, frente a un 9,9 por ciento que no cuenta con este. Si se compara con la media nacional, apenas se observa diferencia, aunque Andalucía se encuentra también en este caso por debajo de la media: 89,7 por ciento en Andalucía frente al 91,4 por ciento en el total de España. El porcentaje de usuarios que utilizan Internet a diario (al menos una vez al día) alcanza en Andalucía

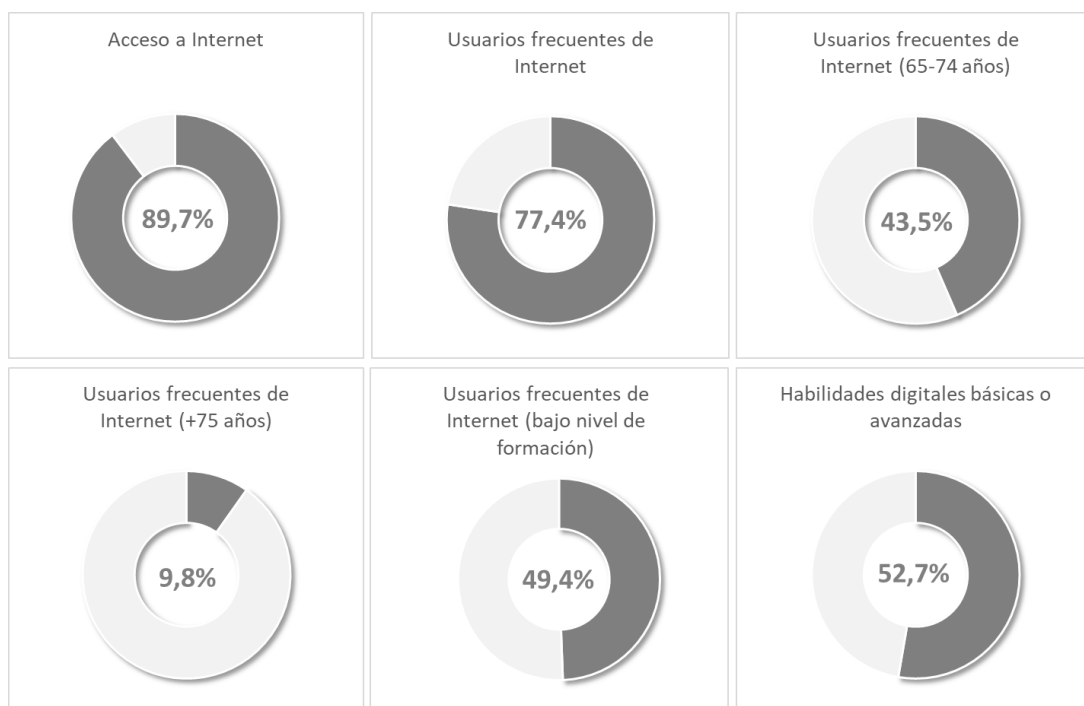
**Proyecto CSO2017-82277-R, Los retos de la televisión pública en España ante el Mercado Único Digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.*

el 77,4 por ciento, cifra muy similar a la media nacional (77,6 por ciento). También es similar en el caso del uso diario de Internet (al menos 5 días a la semana) de las personas de entre 65 y 74 años, puesto que en Andalucía alcanza el 2019 el 43,5 por ciento, mientras que la media nacional es del 43,3 por ciento. Debe resaltarse en este caso la persistencia de una brecha generacional en el acceso y en el uso de la tecnología que se hace especialmente evidente en el caso de las personas a partir de los 65. Así, según los datos de la encuesta, en las personas de 75 y más años el porcentaje de uso de Internet (al menos una vez al día) se reduce en Andalucía al 9,8 por ciento, mientras que la media nacional alcanza el 11,9 por ciento. Cifras que sirven para resaltar esa brecha digital generacional a la que se ha hecho alusión anteriormente.

Respecto al uso de Internet por nivel educativo, los datos muestran también la existencia de una brecha. Así, mientras que en las personas con un nivel educativo alto (estudios superiores) que han utilizado diariamente Internet -al menos 5 días a la semana- el porcentaje alcanza el 94 por ciento en Andalucía, este baja al 87,6 por ciento en el caso de las personas con un nivel educativo medio (Segunda etapa de Secundaria y Formación Profesional) y se reduce al 49,4 por ciento en el de quienes tiene un nivel educativo bajo (Estudios primarios y primera etapa de Secundaria). Los porcentajes son prácticamente iguales a los de la media nacional.

Otro de los elementos clave es el nivel de habilidades digitales. Entre la población andaluza encuestada en 2019, un 2,2 por ciento declara no contar con habilidades digitales, un 34,5 por ciento tiene un nivel bajo, un 18,7 por ciento un nivel básico y un 34 por ciento, un nivel avanzado. El porcentaje total de encuestados que afirma contar con nivel básico o avanzado alcanza el 52,7 por ciento en Andalucía. En este caso se sitúa casi 5 puntos porcentuales por debajo de la media nacional (52,7 frente a 57,2).

Uso de Internet y habilidades digitales en Andalucía. Año 2019



Fuente: LOCALCOM con datos del INE

*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 nivel de interacción y participación de la sociedad andaluza en Internet, un 61,5 por ciento de las personas de entre 16 y 74 años encuestadas participan en redes sociales y un 32,5 por ciento cuelga en la web contenidos propios, como textos, fotografías, música, vídeos o software con el fin de compartirlos. En ambos casos, los porcentajes son muy similares a la media nacional.

2.3. Particularidades

Como particularidad debe destacarse la existencia de los Centros Guadalinfo –a los que ya se ha hecho alusión anteriormente- en los municipios de menos de 20.000 habitantes y en zonas en riesgo de exclusión social. Existen más de 760 centros en toda Andalucía. En especial destaca por su trabajo en el entorno rural, fomentando la adquisición de competencias digitales en la población, promoviendo el emprendimiento y luchando contra la despoblación. El proyecto se gestiona a través del Consorcio Fernando de los Ríos, en el que participan la Junta de Andalucía y las ocho Diputaciones Andaluzas.

2.4. Compromiso de la cadena pública para el desarrollo de una Sociedad de la Información inclusiva

El compromiso de Canal Sur para el desarrollo de una Sociedad de la Información inclusiva se materializa, en primer lugar, a través de su canal accesible, que emite de manera simultánea (simulcast) la programación de Canal Sur 1 en lenguaje de signos, con subtítulo y audiodescrito (Canal Sur, 2020g). Dicho canal accesible surge tras la desaparición de Canal 2, el segundo canal de Canal Sur Televisión.

La Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) incluye, igualmente la necesidad de la búsqueda de la plena inclusión de toda la ciudadanía. Así, señala, en su exposición de motivos:

“Esta adaptación legal a la realidad presente y requerimientos futuros de los medios de comunicación trata de satisfacer la plena integración de las personas con discapacidad sensorial, con especial atención a la infancia, la juventud y personas mayores, a las formas nuevas de radio y televisión digital y a sus contenidos conexos e interactivos, siendo estos últimos contemplados desde una óptica de interés general para que la ciudadanía andaluza se beneficie de los progresos de la Sociedad de la Información y del Conocimiento” (BOE, 2019a)

Dentro de las funciones que la radiotelevisión pública autonómica debe cumplir, se incluye, en el artículo 4.3.f, la de “ofrecer una programación que atienda a la diversidad de la ciudadanía andaluza”, que fomente la innovación para su pleno acceso a la Sociedad de la Información, la cohesión territorial a nivel social y económico, así como los valores éticos (BOE, 2019a)

En la Carta de Servicio Público de la RTVA vigente –la del año 2010, a la espera de aprobación de la nueva carta- también se recoge este compromiso en los siguientes artículos (BOJA, 2010):

*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.

- Art. 9, sobre el fomento de la educación, en el que se señala que la RTVA y Canal Sur facilitarán a la ciudadanía el acceso “a los servicios de la Sociedad de la Información a través de sus canales de difusión en la medida que la tecnología lo permita”.
- Art. 11.2, donde señala su compromiso con valores como “la plena igualdad entre mujeres y hombres”, “la atención a las personas mayores”, “la atención a las personas en situación de dependencia”, “la inclusión social, económica, laboral y cultural de las personas inmigrantes”, “el respeto a las minorías”, “el respeto a todas las creencias religiosas y confesiones [...]” o el respeto a la diversidad de las orientaciones sexuales, y a la diversidad social, étnica y cultural de las personas”.
- Art. 13, donde se defiende la “atención a todos los públicos” y se alude a “la vocación de prestar un servicio público universal”, recalcando la aspiración de que los contenidos y servicios digitales puedan satisfacer a toda la población “en función del grado de implantación en Andalucía de tecnologías y equipamientos”. Para ello, la RTVA y Canal Sur promoverán “el desarrollo de aplicaciones, contenidos y servicios innovadores”.
- Art. 14, de atención a la infancia y juventud, incluyendo “la prestación de contenidos y servicios digitales nuevos”.
- Art. 15, de atención a las personas mayores y a las poblaciones vulnerables (sin aludir, en este caso, a contenidos o servicios digitales –cuestión que sí es abordada en el artículo 42, remitiéndose al Contrato-Programa).
- Art. 18, sobre Internet y nuevos servicios, donde se reafirma la presencia de RTVA y Canal Sur en Internet, y se defiende su papel como “promotor para el desarrollo y la implantación de nuevas prestaciones de contenidos y servicios en soportes digitales emergentes”.
- Art. 23, dedicado a la innovación tecnológica, en el que se promueve el uso de las nuevas tecnologías en la elaboración y difusión de contenidos, haciendo también de esta forma que la RTVA se convierta “en un agente tecnológico de primer nivel” y que actúe “como operador de referencia” en el uso de nuevos soportes, dispositivos y medios.
- Art. 35 en el que vuelve a insistirse en la necesidad de que la RTVA ejerza un papel de liderazgo en el proceso de digitalización, en que ofrezca nuevos servicios digitales y online, “para que la ciudadanía andaluza se beneficie del mayor acceso posible a la Sociedad de la Información y del Conocimiento” (idea en la que también insiste en el artículo 36).
- Art. 37, en el que se hace mención a la necesidad de fortalecer la presencia en Internet, a través de sus canales, y de su servicio de radio y televisión a la carta, incrementando su aportación en la Red.
- Art. 45, que resulta clave, puesto que en él se afirma que “la RTVA y sus sociedades filiales participarán en el desarrollo tecnológico de Andalucía como operador de referencia del estado de la tecnología audiovisual digital en la Comunidad”. Asimismo se señala que estas “promoverán y apoyarán iniciativas para la alfabetización digital de la ciudadanía”.
- Art. 47, sobre atención y participación de la audiencia defiende en uno de sus puntos la promoción de la participación activa de la audiencia, tanto en los programas audiovisuales, como en los contenidos digitales y online. A su vez, también fomenta el desarrollo de aplicaciones digitales para los usuarios.

En la nueva Carta, pendiente de aprobación, se insiste igualmente en la idea de que los nuevos servicios digitales e interactivos, online y bajo demanda, a través de diferentes dispositivos, beneficiarán a la ciudadanía al permitirles “la mayor participación posible en los bienes y servicios

**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 la Sociedad de la Información y del Conocimiento” (BOPA, 2020a). Se defienden igualmente los mismos valores cívicos de la Carta de 2010, así como la atención a todos los públicos, la accesibilidad de las personas con diversidad funcional sensorial, la presencia en Internet, el desarrollo digital y la prestación de nuevos servicios, insistiendo en la idea de que de esta forma, Canal Sur colaborará “de forma activa desde la esfera audiovisual pública en el desarrollo y la implantación masiva de lo que implica el concepto de Sociedad de la Información y del Conocimiento en todos los aspectos de la vida de Andalucía” (BOPA, 2020a). De especial interés resulta el artículo 15, sobre “Alfabetización mediática e informacional”, que refleja el compromiso de la radiotelevisión pública andaluza por inclusión digital de la población. Así, el punto 1 del artículo señala que:

“La RTVA y Canal Sur realizarán permanentes acciones informativas y divulgativas en sus programas y servicios en todo soporte sobre campañas de diversos aspectos y temáticas relativas a la alfabetización mediática de la población, con mensajes que capaciten la recepción crítica de la comunicación audiovisual, y mensajes con carácter pedagógico para dar a conocer a la población el mejor manejo, funcionalidades y derechos en el uso de aplicaciones digitales, y divulgar información para prevenir amenazas de fraude, apropiación indebida de datos personales, usurpación de identidad y demás riesgos inherentes a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, e información sobre modalidades seguras de acceso telemático a contenidos y servicios digitales” (BOPA, 2020a)

De manera específica, se compromete a la realización de campañas con jóvenes, personas mayores, en zonas rurales, y con personas en riesgo de exclusión social con el fin de luchar contra la brecha digital en el acceso a las TIC y lograr que puedan beneficiarse de los nuevos servicios digitales. Este compromiso queda reflejado en el Contrato-Programa para el periodo 2021-2023, en la cláusula 17 del apartado 3.3. “Compromiso con la sociedad andaluza”, que se amplía con el apoyo a “iniciativas públicas y del Consejo Audiovisual de Andalucía para la alfabetización digital de la sociedad”, además de las propias campañas de la RTVA y Canal Sur (BOJA, 2020a).

3. Principios generales de la estrategia de digitalización

Para el análisis de los principios generales de la estrategia de digitalización de Canal Sur Televisión va a recurrirse al Contrato-Programa 2021-2023 –que es el documento vigente hasta 2023, que está elaborado a partir de la nueva Carta de Servicio 2021-2026 aún no aprobada, por lo que recoge toda la estrategia de modernización, estrategia digital e innovación de la cadena en el cumplimiento de su función de servicio público-, y al portal web de Canal Sur, donde se publica la información de transparencia.

3.1. Inclusión

En el apartado 2.4. de este informe se ha abordado de manera detenida el compromiso de la cadena pública para el desarrollo de una Sociedad de la Información inclusiva, destacando la existencia del canal accesible, y lo acordado en las dos Cartas de Servicio Público –la de 2010, y la pendiente de aprobación, y en el Contrato-Programa 2021-2023-. En estos documentos destaca el interés de la RTVA y su sociedad filial Canal Sur Radio y Televisión S.A. por promover el acceso

*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.

universal a su oferta de contenidos digitales, y la atención a todos los públicos. La nueva carta de Servicio Público resalta, en el artículo 13 que todos los servicios digitales que se presten “aspirarán a satisfacer a todos los grupos de población”, teniendo en cuenta tanto el grado de implantación de las tecnologías, como las propias demandas de la audiencia. Así, en la cláusula 8 (apartado 3.3. Compromiso con la sociedad andaluza) del Contrato-Programa acordado y aprobado en diciembre de 2020 se señala que:

“Con esta finalidad de servicio comprometido con la sociedad, las programaciones lineales, programas y contenidos de radio y de televisión, y la prestación de contenidos y servicios digitales, conexos e interactivos y adicionales a través de la red Internet y en nuevos soportes y plataformas de comunicación y de distribución digital producidos por los medios de Canal Sur aspirarán a alcanzar la máxima afinidad social posible y a obtener altos índices de aceptación social por cada uno de los segmentos de población a los que se dirijan, conforme al objetivo fundamental de prestar y satisfacer un servicio público audiovisual universal de utilidad real y efectiva para la sociedad de Andalucía” (BOJA, 2020a).

El apartado 3.4 (cláusulas 18 a 21) están centradas, específicamente, en la “defensa de la igualdad de la mujer”. Las cláusulas del apartado 3.13 se dedican en particular a la “atención a las personas mayores y a las personas de colectivos vulnerables”, destacando tanto la producción de nuevos programas, contenidos y servicios, como la promoción de su participación activa. Y el apartado 3.20 (cláusulas 99 a 105) aborda la “accesibilidad para las personas con diversidad funcional”, manteniendo el compromiso del subtítulo y de la traducción a lengua de signos “en la primera emisión de todo programa de producción propia interna y de aquellos otros cuya posesión de derechos de explotación lo permite”, así como del servicio de audiodescripción.

En la cláusula 122 del apartado 3.23, centrada en la “innovación tecnológica para el crecimiento multimedia”, Canal Sur también se compromete a prestar “todo tipo de servicios y prestaciones digitales que sean técnicamente posibles” empleando los recursos disponibles para personas con diversidad funcional, personas mayores y menores de edad. Asimismo, insiste en la idea de que la RTVA, a través de los contenidos y servicios prestados, contribuya al desarrollo de la Sociedad de la Información en Andalucía y a la eliminación de la brecha digital (cláusula 121). En este sentido también debe recordarse el punto dedicado a la alfabetización mediática e informacional ya citada en el apartado anterior.

A partir del análisis del Contrato-Programa y de las Cartas de Servicio Público puede concluirse, por tanto, que la estrategia de la RTVA y Canal Sur se fundamenta en la promoción del acceso universal a la oferta de contenidos digitales, atendiendo a los cambios tecnológicos y a las nuevas demandas de la población, teniendo en cuenta las necesidades de colectivos concretos, y fomentando la alfabetización mediática y digital de la ciudadanía, con el fin de contribuir al desarrollo de la Sociedad de la Información en Andalucía.

3.2. Transparencia

La web de Canal Sur cuenta con un Portal de Transparencia (Canal Sur, 2020h) en el que se ofrece:

- “Información institucional y organizativa”, donde se informa sobre las funciones, estructura, órganos colegiados, sedes, así como la normativa de la RTVA y Canal Sur Radio y Televisión S.A. y del Consejo de Administración.
- “Información sobre altos cargos y personas que ejercen la máxima responsabilidad”, donde se ofrecen los nombres del Director General de la RTVA, así como del Presidente y de los Consejeros del Consejo de Administración, y el enlace al respectivo BOJA o BOPA con su nombramiento.
- “Información sobre planificación y evaluación”, apartado en el que se facilitan –a fecha de cierre de este informe- el nuevo Contrato-Programa para el período 2021-2023, publicado en BOJA el 30 de diciembre de 2020.
- “Información de personal”, donde se recoge el Convenio colectivo, la relación de puestos y las retribuciones (grupos profesionales, posiciones directivas y retribuciones brutas anuales), así como la representación sindical, con el nombre de los representantes
- “Información sobre procedimientos, carta de servicio y participación ciudadana”, donde aparece publicada la vigente Carta de Servicio Público del año 2010.
- “Información sobre contratos, convenios y subvenciones”, dividido en cuatro bloques: “Perfil del contratante”, “Contratos menores”, “Convenios” y “Encargos a medios propios”. En todos los casos aparece subdividido entre Agencia Pública Empresarial RTVA y Canal Sur Radio y Televisión.
- “Información económica, financiera y presupuestaria”, apartado en el que se proporciona el Presupuesto de la RTVA y de Canal Sur Radio y Televisión, informes sobre las cuentas anuales y consolidado.
- “Registro de actividades de tratamiento”, sección en la que publica el “Registro de Actividades de Tratamiento” de la RTVA y Canal Sur, ofreciendo un documento con información detallada sobre los registros de Club La Banda; Defensor de la Audiencia; Selección de Personal; Gestión de Recursos Humanos; Proveedores y clientes; peticiones del Portal de Transparencia; Sociedad General de Autores y Editores; Asuntos Judiciales; Promoción, Comunicaciones y Relaciones Institucionales; Registro de Programas; Seguridad, video-vigilancia y control de accesos; Prevención de Riesgos Laborales; Servicio Médico; Concursos y Convenios; Público asistente, invitados y participantes a programas de radio y televisión; Fondos documentales de radio y televisión; Gestión de contrataciones; Tratamiento de embargos; Gestión de peticiones de oyentes; Derechos del interesado y Booking. Se incluye asimismo el nombre de la entidad responsable del tratamiento, el correo electrónico del Delegado de Protección de Datos y los Derechos de la ciudadanía (acceso, rectificación, supresión y portabilidad de los datos, limitación y oposición), ofreciendo para su descarga el formulario de ejercicio de derechos.

Por otra parte, también debe mencionarse que la web de Canal Sur también cuenta con un apartado específico sobre el Grupo RTVA, donde se ofrece información sobre la Dirección General de RTVA, la Dirección Adjunta de Canal Sur Radio y Televisión, la Dirección Corporativa de la RTVA, la Dirección de Información y Negocio, las Áreas de Negocio (tarifas publicitarias y servicios de booking), el organigrama para su descarga, el procedimiento para las visitas a Canal Sur y las charlas coloquios en centros educación (suspendidas actualmente a causa de la Covid-19). También se ofrecen las Memorias de la RTVA hasta el año 2018 (Canal Sur, 2020i).

Por último, la web de Canal Sur también cuenta con una sección de Comunicación, desde la que es posible acceder a las noticias corporativas, y suscribirse, a través de un formulario, al boletín de noticias de Canal Sur (Canal Sur, 2020j).

A partir del análisis de la web de Canal Sur, y de los contenidos publicados en ella, puede concluirse que la RTVA ofrece tanto información como datos de Transparencia asociados a su función de servicio público, que están a disposición de la ciudadanía en general, de las administraciones y de grupos interesados –como puede ser el caso de investigadores de proyectos de investigación-, bajo libre acceso, permitiendo que puedan ser utilizados.

3.3. Participación

La importancia de la interacción con la audiencia queda reflejada en la cláusula 16 (apartado 3.3) del Contrato- Programa 2021-2023, en la cual se habla de la actualización en las vías de participación del público, los servicios en redes sociales, o la atención a quejas y sugerencias, y se recuerda la figura del Defensor de la Audiencia:

“Los medios de Canal Sur conciben la interacción de las personas usuarias como un privilegiado eslabón de la cadena de valor de la producción. Como criterio general de actuación, los medios de Canal Sur actuarán aplicando medidas y técnicas de fidelización y de atención cercana, y tendrán una permanente visión dinámica del tratamiento de su acción digital que supondrá una actualización constante a los nuevos accesos de participación de las personas usuarias, la apertura de servicios de todo tipo en redes sociales, y a la atención efectiva de los temas que preocupan a la sociedad digital y que se hacen presentes en las redes. Igualmente, continuará siendo prioritaria la atención a las cuestiones, sugerencias, quejas y reclamaciones que puedan instar a las personas usuarias y audiencia sobre cualquier tipo de contenido de radio, de televisión, servicio digital o de Internet, favoreciendo la plena interacción de la persona que desempeñe la función de defensa de la audiencia con la sociedad destinataria del servicio público audiovisual prestado por los medios de Canal Sur” (BOJA, 2020a)

De manera específica, la cláusula 79, del punto 3.13 alude a la promoción de la participación activa de las personas mayores y mayores en situación de dependencia, en los programas dedicados a estos colectivos.

Tanto en la Carta de Servicio Público de 2010 –vigente-, como la nueva Carta –pendiente de aprobación-, se alude directamente a la participación de la audiencia. El artículo 47 de la Carta de 2010 y el artículo 28 de la nueva carta señalan que “la atención y participación” serán para ellos “un eje rector”. En este sentido, se incluyen tres líneas específicas sobre participación de la audiencia (BOJA, 2010; BOPA, 2020a):

- una sobre la atención a los comentarios sobre los programas, contenidos o servicios de Canal Sur hechos por parte del público.
- otra sobre participación, afirmando que “se promoverá la participación activa de la audiencia en los programas audiovisuales de radio y de televisión, y en los contenidos y servicios digitales y en línea que se presten”
- una tercera sobre el fomento de “aplicaciones digitales que permitan la colaboración” del público, tanto en el acceso, como en la configuración y en “la aportación de elementos para las aplicaciones y servicios en línea prestados a través de la red Internet o de cualquier soporte digital de comunicación o distribución en que opere Canal Sur”

**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 a la figura del Defensor de la Audiencia, dispone de un espacio en la web de Canal Sur donde se publica la información sobre las quejas de la audiencia, así como las memorias del defensor, y las vías de contacto.

El análisis del Contrato-Programa permite detectar que, aunque las dos Cartas de Servicio Público aluden a la importancia de la participación, en el primer documento no se aborda de manera específica cuáles van a ser los canales para promoverla, salvo en el caso de las personas mayores. Queda pendiente, por tanto, conocer, de qué manera se articulará la participación de la ciudadanía en la producción de contenidos, en el sentido con el que se analiza en el presente informe.

3.4. Otros principios

Del análisis del Contrato-Programa pueden extraerse otros principios de la estrategia de transformación digital e innovación de Canal Sur que resulta de interés destacar:

- La “potenciación del personal del grupo”, mediante una estrategia de formación continua de los profesionales que forman parte de la plantilla, con el fin de que puedan adquirir nuevas competencias digitales necesarias para la producción y distribución de contenidos y servicios multimedia en las distintas plataformas. Para ello se plantea la realización de acciones de formación profesional en cooperación con otras entidades públicas y privadas vinculadas con los nuevos contenidos y servicios (cláusula 6).
- El nacimiento de “Canal Sur Produce”, como “nuevo modelo de gestión de toda la producción audiovisual impulsada y participada por la RTVA” (Canal Sur, 2020k), que tiene como primer eje de actual “la total transparencia, control y calidad profesional” en todos los proyectos y contrataciones que se realicen (cláusula 60). Según se expone en la página de la web de Canal Sur Produce, este modelo facilitará al sector audiovisual andaluz tanto la presentación de proyectos, como la participación en convocatorias públicas de propuestas.
- El “apoyo al sistema educativo”, aportando a este contenidos audiovisual con fines educativos a través del portal www.educacion.tv (aún no disponible a la fecha de cierre de este informe) y del portal “Memoranda” con contenidos del archivo audiovisual de Canal Sur (cláusula 68). A ello se suma la cooperación en “proyectos de innovación, creación y desarrollo de aplicaciones docentes para reforzar el proceso de enseñanza-aprendizaje” así como nuevos servicios con función educativa (cláusula 69)
- La estrategia de estudio de las “expectativas, demandas y necesidades” de la sociedad andaluza en relación con los contenidos y servicios ofrecidos, con el fin de conocer el nivel de aceptación que tienen estos (cláusula 15).

3.5. El reto de la renovación tecnológica

La renovación tecnológica de la cadena, a la luz de lo recabado a partir de las declaraciones públicas de los propios responsables de la cadena, y de lo manifestado por parte de los trabajadores a través de diversas vías (medios de comunicación, comunicados sindicales,

**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.*

manifiestos...), resulta urgente e imperiosa, y necesaria para poder hacer frente a todos los retos de las televisiones públicas, y a las propias demandas de la Unión Europea. El Director General de la RTVA, en una entrevista publicada en ABC, ante la cuestión planteada por la periodista, “Una de las quejas de la plantilla es que los medios están obsoletos; también usted lo ha reconocido en el Parlamento”, afirmaba que “La renovación tecnológica no es una opción sino una necesidad” (Benot, 2020).

En el escenario actual, la televisión pública andaluza se encuentra en una encrucijada. Por una parte, tiene que enfrentarse al reto de la renovación tecnológica, que requiere de grandes inversiones. Por otra, a las limitaciones presupuestarias impuestas por pactos políticos que van a llevar incluso, a la desaparición en un futuro de la señal TDT y la reconversión en digital de uno de sus canales, Andalucía TV (algo que dependerá, como ya se detallará posteriormente, de la puesta en marcha de la plataforma OTT y del cumplimiento del Plan Técnico Nacional). La entrada de nuevos actores en el escenario político, que condicionan la continuidad de los gobiernos y la aprobación de los presupuestos a la toma de determinadas decisiones, ha generado una gran incertidumbre en un contexto en el que las televisiones públicas deben competir por mantener y mejorar su audiencia frente a otras propuestas audiovisuales que arrasan entre el público más joven -que es el futuro para la propia continuidad y supervivencia de los medios audiovisuales públicos-.

Según una información publicada en el diario El País, el Director General de la RTVA llegó a afirmar, tras conocer el pacto: “El acuerdo político alcanzado es un golpe duro para Canal Sur” (Martín-Arroyo, 2020). No debe pasarse por alto, en este sentido, que Juan de Dios Mellado – periodista con una amplia y reconocida trayectoria profesional y directiva, tanto en el ámbito de los medios de comunicación, como en el de la comunicación institucional-, fue elegido con los votos a favor de todas las fuerzas políticas del Parlamento Andaluz, con la única excepción de Adelante Andalucía, que se abstuvo. Así, logró 91 votos a favor, 17 abstenciones y ningún voto en contra. El periódico elDiario.es destacaba del nuevo director de la RTVA, en una noticia publicada en el momento de su nombramiento (julio de 2019), que se trataba de “un profesional sin un marcado perfil político”, lo que había “facilitado el acuerdo necesario entre PP y PSOE” (Cela, 2019). En ese mismo texto se afirmaba que este había llegado transmitiendo un mensaje de tranquilidad a los trabajadores con respecto a su futuro –ante la amenaza de recortes presupuestarios planteado ya en ese momento por Vox- y que entre sus retos se encontraban, precisamente “renovar las tecnologías de Canal Sur e impulsar un plan estratégico para adaptarse a los hábitos de consumo de televisión bajo demanda (Netflix, HBO...)”, y que ese “cambio de rumbo” lo harían “de la mano de los trabajadores” (Cela, 2019).

En este sentido, el Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA) y los sindicatos de Canal Sur ya habían iniciado una campaña en septiembre de 2018 –en la etapa final de la legislatura del PSOE, dos meses antes de las elecciones al Parlamento Andaluz, celebradas en diciembre de 2018-, denominada #RecuperarLaNuestra (Sindicato de Periodistas de Andalucía, 2018). Este texto recogía el sentir de los trabajadores de la cadena y la necesidad apremiante que veían de dar un cambio de rumbo. El texto, que solicitaba “el compromiso de todos los grupos parlamentarios” arrancaba con estas palabras:

“Tras casi 30 años de historia, Canal Sur, la radio y televisión pública de Andalucía deriva hacia un futuro incierto. Sin inversiones para adaptarse a los cambios tecnológicos, con una errática programación lejana a los actuales intereses de la plural sociedad andaluza y con la merma continua

de una plantilla cada vez más sobrecargada, pudiera parecer que existe un plan para que la Radio y la Televisión pública no sea el referente informativo y cultural de calidad que Andalucía merece.

Las trabajadoras y trabajadores de RTVA y Canal Sur Radio y Televisión vemos con preocupación cómo se va desintegrando poco a poco el servicio público que tenemos encomendado por el Parlamento de Andalucía, y cómo día a día los andaluces se van a alejando de una programación de Radio y Televisión con que la que se identifican cada día menos.

Creemos firmemente en la necesidad de una radio y televisión públicas en Andalucía que vertebré el territorio, que den voz a todas y todos los andaluces y que sea la transmisora de la cultura y el sentir andaluz. Es el momento de actuar para recuperar la nuestra” (Comité Intercentros RTVA y CSRTV, 2018).

El texto se componía de 14 puntos con las líneas maestras que los representantes de los trabajadores consideraban esenciales. Entre ellas, “convertir a CANAL SUR RADIO Y TELEVISIÓN en el gran generador de contenidos sobre Andalucía”, incrementar las desconexiones locales con el fin de “atender a la información de proximidad”, recuperar la producción propia, proteger el Archivo Audiovisual, una “financiación estable y suficiente y un plan de empleo real” y para la renovación urgente de los medios técnicos de Canal Sur, mejorar “las condiciones de trabajo para una mayor independencia”, dar a conocer Andalucía TV o poner en marcha un canal 24 horas de noticias de Andalucía (Comité Intercentros RTVA y CSRTV, 2018).

El futuro de la RTVA pasa –como defendía el manifiesto del Comité Intercentros #RecuperarLaNuestra- por el compromiso de todos los partidos políticos con la televisión pública autonómica, dotándola de los suficientes medios para garantizar el cumplimiento de su función de servicio público y para su renovación tecnológica.

Volviendo al año 2021, el “Plan de eficacia, eficiencia y racionalización de la Radio y Televisión de Andalucía” fue aprobado finalmente, como ya se ha indicado, el 30 de marzo, y publicado en BOJA el 6 de abril. En él se recuerda, en primer lugar, que en la planificación del ejercicio 2021 debe tenerse en cuenta la crisis económica derivada de la pandemia, la caída de los ingresos publicitarios y la situación de incertidumbre en la que vive actualmente el sector audiovisual. Según se recoge en el Plan, este contará con una “Comisión de Seguimiento” y un “Comité Permanente” creados específicamente para ello, y que se encargarán con control del cumplimiento de dicho plan, incluyendo los informes de rendición de cuentas trimestrales y anual, y la realización de reuniones sobre dichos informes con una fecha ya determinada. Se observa, por tanto, una estricta labor de cumplimiento de lo establecido en el Plan.

En relación con las estrategias de mercado y la comercialización, el plan contempla:

- La realización de estudios por franjas horarias y perfiles y de estudios comparados de programaciones,
- La “modernización de la oferta televisiva”, bajo las pautas de la calidad, la búsqueda de nuevos públicos, el incremento de los contenidos de proximidad, la “adaptación a nuevas tendencias de consumo”, el mantenimiento de la programación que cuenta con un público fiel, así como la fidelización de nuevos públicos.
- La búsqueda del equilibrio entre las distintas modalidades de producción, tomando como referencia fundamental la producción propia.
- El desarrollo de programas abiertos a la participación del público, que estén “conducidos por profesionales andaluces de reconocido prestigio”, en los que se recurra a nuevos

formatos, y en los cuales se ofrezca una visión actual de Andalucía, “descargada de estereotipos”.

- “Diseños de parrillas de programación con líneas estéticas renovadas”, estudio de las estrategias para el aumento de la audiencia, desarrollo de estrategias de programación para marcos temporales amplios, así como refuerzo de la autopromoción y de las campañas de lanzamiento de nuevos programas.
- Consideración de los servicios informativos como el “fundamento esencial” de su programación.

Con respecto a los “nuevos procesos de comercialización” se atenderá a lo recogido en el ‘Plan de Negocio RTVA 2021’, incluyendo actuaciones en relación con el posicionamiento de las marcas NewixMedia y NewixMedia Digital desarrolladas por la FORTA para la comercialización conjunta; soluciones 360 grados para el anunciante, potenciando el valor multimedia del grupo; atracción de grandes anunciantes o fidelización de anunciantes locales. El plan contempla la “consolidación de los soportes digitales del grupo como pilar importante en el plan de expansión comercial”, lo que incluye la explotación comercial de la plataforma OTT y de la plataforma Podcasting, las nuevas posibilidades comerciales de la prestación de servicios en streaming, así como el desarrollo de acciones comerciales derivadas de los canales y cuentas corporativas en redes sociales y plataformas de vídeo. A ello se suma la explotación de “Canal Sur Produce Música”, y la “intensificación de la explotación” del servicio de booking y de los derechos de explotación derivados de las obras en cuya financiación participen la RTVA y Canal Sur.

Otro de los pilares del plan es la emisión internacional de Canal Sur en América, para lo cual la RTVA llevará a cabo la correspondiente licitación pública que permita la prestación del servicio vía satélite. Dado que no esta actuación no está prevista inicialmente en el presupuesto de 2021, esta adjudicación y contratación será posiblemente ejecutada al inicio de 2022.

Aunque la actuación prioritaria de la estrategia de Canal Sur, tal como recoge el plan, es el desarrollo de “una plataforma audiovisual digital de servicio en sistema streaming OTT”, cuya implantación y explotación está prevista “a partir de octubre 2021”, una vez se haya producido la adjudicación del proyecto. En este sentido, el director general de RTVA, Juan de Dios Mellado, en su comparecencia ante la Comisión de Control de la RTVA y de sus Sociedades Filiales del Parlamento de Andalucía celebrada el 5 de mayo de 2021 afirmó que su puesta en marcha está prevista para “el último trimestre del año 2021” y que “será la primera televisión autonómica que tuviera una plataforma de consumo bajo demanda” (Diario de Sesiones de Parlamento de Andalucía, 2021).

La licitación se produjo el 5 de febrero de 2021 y se fundamenta, como se recoge en el Plan de eficacia, eficiencia y racionalización (BOJA, 2021) en los siguientes puntos:

- Conformidad con la imagen corporativa de Canal Sur
- “Integración de distintos canales con programaciones lineales, almacenamiento de contenidos a petición de personas usuarias, y funcionalidades para el acceso a través de todo tipo de dispositivos digital fijo o móvil”.
- “Máxima interactividad” para el público usuario, y empleo de un diseño de navegación que sea intuitivo, prestando los servicios mediante esquemas de contenidos.

- Adecuación a los estándares de mercado, tanto en referencia a las marcas de equipamientos de consumo, como a los operadores digitales y plataformas, así como “configuración de las aplicaciones de la OTT” a “los estándares de las plataformas con mayor cuota de mercado”
- Puesta a disposición de la OTT en las plataformas de los principales operadores por medio de acuerdos comerciales

A todo ello debe sumarse que Canal Sur seguirá trabajando en la expansión de sus contenidos en soportes tecnológicos de terceros –plataformas por ondas satélite, cable, IPTV, TVonline, servicios streaming...- mediante acuerdos comerciales. También llevará a cabo iniciativas para la venta de derechos de contenidos audiovisuales propios en mercados nacionales e internacionales, además de la difusión de los contenidos en plataformas de terceros, a través del proyecto “Canal Sur en el Mundo” (BOJA, 2021)

En relación con el controvertido punto de la desaparición del tercer canal –Andalucía TV-, el Plan establece, en su punto 4.1. que:

“los contenidos de la tercera señal TDT se reconducirán hacia nuevos soportes digitales de distribución, como la plataforma audiovisual OTT de Canal Sur, a fin de seguir ofreciendo a la población la utilidad de servicio público de los programas y contenidos originales que conforman la tercera señal TDT” (BOJA, 2021)

De esta forma, los contenidos de Andalucía TV pasarían a ser difundidos en soporte digital, lo que no supondría, finalmente, su desaparición total, aunque sí la pérdida del canal en TDT con el cese de emisión a través de la tercera señal TDT. Sin embargo, esta reconversión no es automática, sino que depende de la implantación de la plataforma OTT y de la propia legislación estatal y autonómica. Así, en la comisión de Control de la RTVA y de sus Sociedades Filiales del Parlamento de Andalucía celebrada el 5 de mayo de 2021, el director general de la RTVA, Juan de Dios Mellado aclaró que “esta opción no se realizará hasta que la OTT esté en marcha con todas las garantías”, afirmando, asimismo que “esa reunificación de tres canales en dos se hará cuando legal y técnicamente sea posible, porque tenemos que cumplir una serie de normativas como la que entra en vigor en 2023, que es el plan Técnico Nacional” (Diario de Sesiones del Parlamento de Andalucía, 2021).

Aunque no se indica la fecha exacta en la que dejará de emitir la tercera señal TDT, el Plan apunta que Canal Sur emitirá sus señales bajo planificación simulcasting en los estándares SD y HD hasta el 31 de diciembre de 2022 pasando a emitir exclusivamente en HD a partir del 1 de enero de 2023, en cumplimiento de la normativa fijada en el Real Decreto 391/2019, de 21 de junio. En este sentido, el director general de la RTVA aclara que esta no será antes de 2023, y que será en ese año “cuando se tendrá que tomar una decisión” (Diario de Sesiones del Parlamento de Andalucía, 2021), dejando de esta forma abierta la puerta a que dicha reconversión no se produzca finalmente.

Respecto a la segunda señal TDT, el plan defiende la necesidad de que sea mantenida, “como señal específica con medidas de accesibilidad audiovisual, conforme al derecho de acceso universal específico de las personas con diversidad funcional sensorial”.

En relación con el personal de la RTVA, el Plan pone en valor su trabajo y reconoce la “merma de efectivos” y el “relevante esfuerzo de prestación de servicio”, que se inició a raíz de la fusión de la radio y televisión, y que se ha visto incrementado con el desarrollo de la “tercera línea de

*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.

actividad”, “la de servicios digitales en soportes web y redes sociales a través de la unidad Canal Sur Media”. Así, el Plan señala:

“Esta ampliación de servicios pero con el mismo personal, incluso reducido paulatinamente, supone la constatación de un genuino ejercicio de eficacia y eficiencia así como de racionalización del uso de recursos, y que ha de ser justamente puesto en valor”.

Por este mismo motivo se reconoce la importancia de las acciones de formación puestas en marcha especialmente a partir del año 2016, y que tienen como principal objetivo el de formar a sus profesionales en las “nuevas competencias y capacidades profesionales” vinculadas con la transformación digital. Del mismo modo, se defiende la ampliación del personal adscrito a Canal Sur Media, puesto que va a ser la unidad encargada de la gestión de la plataforma OTT, y de buscar un equilibrio en la dotación de personal en los Centros Territoriales. El Plan contempla en este mismo sentido, la “elaboración de un exhaustivo estudio objetivo y de proyección plurianual sobre las necesidades de personal de la integridad del grupo empresarial en el contexto de la digitalización de todos los procesos productivos”.

A diferencia de lo que se había contemplado en un principio, el Plan propone “la renovación de bolsas externas de trabajo para efectuar la contratación de personal” para aquellos puestos “necesitados de efectivos”, así como “la solicitud de la convocatoria de una Oferta de Empleo Público” para cubrir aquellos puestos que sean necesarios para el cumplimiento del Plan y del Contrato-Programa. Asimismo, incide en la necesidad de potenciar las acciones de formación continua. También plantea “medidas de movilidad” conforme al Reglamento de la Mesa de Contratación y del Convenio Colectivo. Con respecto a la amortización de las plazas por jubilación en el ejercicio 2021, señala que “quedarán efectivamente vacantes”, aunque añade que “las nuevas necesidades de personal “serán plasmadas en el estudio mencionado anteriormente, lo que abre la vía a contrataciones en esa “nueva estructura de personal del grupo RTVA”.

El plan añade, además, en relación a los gastos de personal, que “en el presupuesto de esta partida no estaba incluida la subida del 0,9% que se ha aprobado para todo el personal del Sector Público”, y que este gasto, que deberá asumirse desde el grupo, “equivale prácticamente a los posibles ahorros que puedan suponer las jubilaciones previstas para el ejercicio 2021”. De esta forma, su previsión es que esa amortización de esas plazas por jubilación sirva para asumir la subida de los salarios durante este año.

Uno de los puntos más polémicos del plan es el análisis de marca, que responde a la demanda de Vox de cambiar el nombre de Canal Sur. En este sentido, el Plan contempla, mediante contratación pública, la elaboración

“de un estudio solvente de entidad independiente relativo a la valoración social, solidez de mercado, y repercusión, arraigo y consolidación de la marca «Canal Sur», así como sus ventajas competitivas y necesidades de mejoras y siendo sus conclusiones uno de los elementos de análisis que se tendrían en cuenta para estudiar la proyección de futuro de la marca; y debiéndose considerar igualmente la valoración de cuestiones trascendentes como el impacto y repercusión económica de elevación de costes que ocasionaría un cambio de marca; su afectación en el ámbito de derechos de propiedad intelectual e industrial; los efectos que ocasionaría la inherente pérdida de posición competitiva de mercado en el sector audiovisual y de la industria publicitaria y de comunicación comercial; así como los costes de posicionamiento sectorial y de divulgación y conocimiento general que acarrearía una potencial nueva marca.” (BOJA, 2021)

Los términos utilizados en el texto dejan entrever, claramente, la preocupación por el impacto, tanto económico, como en relación con la imagen de marca que supondría para Canal Sur el cambio en su denominación.

Otro de los aspectos claves del plan, recogido en el artículo 8, es la “reducción en un 10% de las cantidades referentes a aprovisionamiento y contratación externa de programas” con el fin de “fomentar la producción propia y aprovechamiento de los recursos humanos y técnicos”. Sin embargo, el propio texto del artículo recuerda la función que la RTVA y Canal Sur tienen en el “fomento del tejido productivo del sector e industria audiovisual de Andalucía”, y que está incluida en la vigente Carta de Servicio Público del año 2010, así como las obligaciones legales establecidas en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual con respecto al tiempo de emisión que debe reservarse a la obra audiovisual europea, y a la exigencia de financiación en la producción de obras de productores independientes (y cuyo incumplimiento supondría sanciones para la RTVA). Ante ello, se señala la importancia de la búsqueda de un equilibrio, aplicando una serie de medidas como la optimización de los flujos y los turnos de trabajo, incremento de la asignación de personal a programas de televisión de producción propia, inventario de las “necesidades de alquiler de materiales y servicios”, adquisición de materiales en lugar del alquiler, valoración del empleo del “leasing tecnológico con opción de compra”, ampliación del tiempo de emisión de programas de producción propia, “acuerdos de adaptación de las condiciones económicas de contratación de los programas en curso con vínculo contractual preexistente”, optimización de recursos, de desplazamientos o acuerdos con empresas textiles andaluzas para la reducción de costes de vestuario. En particular, desde el punto de vista técnico destaca la “adquisición de sistemas móviles de vídeo («mochilas») con tecnología 4G/5G para el equipamiento de todos los Centros de Producción” y la “implementación de receptores 4G/5G en flujos de trabajo de ingesta de datos en la producción de servicios informativos minorando tiempos dedicados”.

Asimismo, debe mencionarse la contratación de la nueva “Plataforma Digital de Edición, Emisión y Archivo”. Según se explica en la nota de prensa emitida por la Junta de Andalucía tras el Consejo de Gobierno, el sistema utilizado actualmente es del año 2007, y estaba “obsoleto”, lo que impedía a Canal Sur “cubrir determinadas necesidades técnicas y de producción relacionados con los nuevos formatos” (Junta de Andalucía, 2021). La nueva plataforma implica:

- “la renovación integral del actual sistema de producción digital acorde a las necesidades de producción” de la televisión actual y su implantación en todos sus centros territoriales –tanto en los de Andalucía como en la Delegación de Madrid-, implicando a las distintas áreas –“redacción de informativos y programas, delegaciones territoriales, sistemas de edición, documentación y archivo”. El sistema cubre “los sistemas de redacción, edición, postproducción, archivo e infografía”.
- La integración de este sistema con la plataforma OTT, las televisiones de la FORTA y el sector privado.
- El uso de “las últimas tecnologías de trabajo en `cloud` o de Inteligencia Artificial para la catalogación, búsqueda y edición de materiales”.
- La posibilidad de “acceso remoto y deslocalizado” gracias a “la instalación de áreas de trabajo en la nube”
- La puesta en marcha de un programa formativo y de actualización para los profesionales de distintas áreas, lo que permitirá obtener un “alto rendimiento de las nuevas herramientas” (Junta de Andalucía, 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.*

4. Recursos digitales

Para la elaboración de este apartado se ha recurrido al Contrato-Programa 2021-2023, al Plan de eficacia, eficiencia y racionalización de la Radio y Televisión de Andalucía para el ejercicio 2021, así como a la información publicada por la Junta de Andalucía y la RTVA. De dichos documentos e informaciones deben destacarse los tres proyectos concretos en los que está trabajando actualmente Canal Sur: la plataforma OTT, la Plataforma Digital de Edición, Emisión y Archivo, así como la digitalización de su archivo audiovisual.

4.1. Contenidos

La apuesta por la creación y difusión de sus contenidos digitales queda reflejada en el artículo 114 del Contrato-Programa, en el que se señala que:

“La RTVA y Canal Sur continuarán potenciando su servicio a través de su dominio de páginas web de contenidos informativos, textuales, fotográficos, infográficos, con contenidos audiovisuales de cadena y provinciales disponibles en directo y bajo demanda ‘a la carta’, con la distribución de los programas de radio y de televisión en directo, y con la creación de páginas web para eventos extraordinarios de interés social, y nuevos entornos web específicos para programas informativos y de la oferta audiovisual general de Canal Sur” (BOJA, 2020a, p. 45)

En cuanto a la elaboración de contenidos digitales, el Contrato-Programa establece, en su cláusula 117, que será Canal Sur Media la “encargada de toda la aportación logística, productiva y funcional” de dichos servicios y contenidos. Entre ellos menciona “plataformas de streaming”, “portales de internet”, “canales audiovisuales web”, “presencia y contribución en redes sociales”, “desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles”, prestaciones de “televisión digital híbrida” o “prestaciones de ‘televisión conectada’”.

Por otra parte, debe recordarse la ya citada Plataforma Digital de Edición, Emisión y Archivo, ya analizada en el apartado anterior, dedicado al reto de la renovación tecnológica.

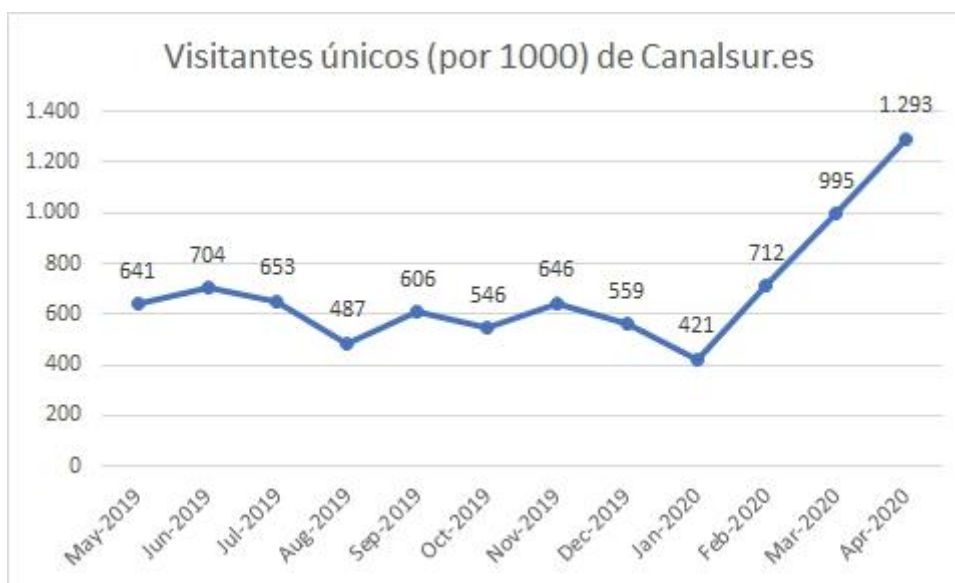
4.1.1. Web

La RTVA cuenta con un único portal web para radio, televisión, servicio A la carta e información corporativa, que está bajo el dominio: <https://www.canalsur.es/>

La web se estructura en cuatro grandes bloques, a los que puede acceder desde el menú superior izquierdo: Noticias (organizadas por secciones), Televisión (con la programación y un espacio dedicado a cada uno de los programas más destacados de Canal Sur 1), Radio (con la programación, Radio a la carta, bloques de dos emisoras y frecuencias) y RTVA (donde se ofrece la información corporativa). Desde la parte superior derecha del portal puede accederse a Canal Sur En Directo y A la Carta, así como al buscador, y a los perfiles en redes sociales. Desde el pie de página también es posible consultar la información corporativa (Quiénes somos, Direcciones Territoriales, Servicios y Contacto). Asimismo, dispone de una web, bajo el dominio de [canalsur.es](http://www.labanda.canalsur.es/), el programa infantil La Banda de Canal Sur Televisión (<http://www.labanda.canalsur.es/>).

**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.*

Según datos de Comscore, el número de visitantes únicos de las webs de RTVA en visualizaciones por mil se duplicó durante período comprendido entre mayo de 2019 y abril de 2020. Si al inicio de dicho período era de 641.000, en abril de 2020 -coincidiendo con el confinamiento por la pandemia- ascendía a 1.293.000, lo que supone un incremento del 50 por ciento. En conjunto, representa el 2 por ciento de la audiencia digital TPD total.



Fuente: Comscore (2020)

Si se compara las visitas a través del ordenador y de dispositivos móviles puede observarse que, en abril de 2020, 157.000 visitantes únicos accedieron a la web de Canal Sur a través de la primera vía –ordenador-, mientras que 1.156.000 lo hicieron a través de la segunda –móviles-. Se observa, por tanto, un predominio claro del uso de los dispositivos móviles frente a los equipos de escritorio.

El promedio mensual de visitantes únicos que han visto por lo menos un vídeo al mes con una duración superior a 3 segundos es, en el caso de la web de Canal Sur según los datos de Comscore, de 75.000 (mayo de 2019 a abril de 2020). Respecto al número de vídeos vistos, el promedio se sitúa en los 458.000, Debe advertirse que no se incluyen los datos de las visualizaciones de los canales de Youtube de Canal Sur, donde Canal Sur ocupa el segundo puesto, solo por detrás de RTVE, como ya se verá en el apartado dedicado a las redes sociales.

Respecto a la vía de acceso, se observa, al igual que en el caso de los visitantes únicos, un claro predominio del acceso a través de los dispositivos móviles en relación con los equipos de escritorio. Así, en abril de 2020, 92.000 visitantes visualizaron los vídeos de la web de Canal Sur a través del ordenador, mientras que 361.000 lo hicieron a través del móvil.

En el caso de OJD Interactiva el número de visitas registradas en el año 2020 oscila entre las 2.693.976 del mes de abril -con 4.640.809 páginas- y las 1.383.012 del mes de julio -con 2.479.492 páginas- (OJD Interactiva, 2020).

4.1.2. Redes sociales

En un estudio realizado por la autora de este informe en noviembre de 2019, se pudo constatar la existencia de 144 perfiles distintos, entre genéricos de Canal Sur y específicos de programas, en las redes Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y LinkedIn. De manera desagregada, se localizaron 39 perfiles en Facebook, 49 en Twitter, 23 en Instagram y 30 en Youtube. En el caso de LinkedIn, Canal Sur contaba con 3 perfiles propios de Canal Sur. También está presente, desde diciembre de 2019, en TikTok, convirtiéndose en la primera cadena autonómica española con perfil oficial en esta red social (Canal Sur, 2019b).

El medio social que mayor número de seguidores aglutina, en el caso de Canal Sur Televisión, es Youtube, con 2.912.902 en abril de 2020 (contabilizando tanto el canal genérico como el de los programas). Youtube acapara, de esta forma, el 74 por ciento del total de seguimiento en redes sociales por parte del público. Le sigue Facebook, en segundo lugar, con 651.529 seguidores (17 por ciento del total) y Twitter, en tercer lugar, con 307.150 (8 por ciento del total). En último lugar se sitúa Instagram donde no llega a los 62.000 seguidores, lo que supone un 2 por ciento sobre los demás medios sociales. Este dato da una idea del menor seguimiento que se hace de Canal Sur por parte del público joven, que actualmente se concentra en dicha red social.

Si se compara con RTVE y con las demás cadenas autonómicas en cuanto a número de seguidores en Youtube, Canal Sur ocupa –con datos de abril de 2020- el segundo lugar, solo por detrás de RTVE, y es la primera entre las autonómicas. Curiosamente, en el año 2019 Canal Sur llegó a ponerse incluso por delante de RTVE. El crecimiento durante este último año ha sido del 25 por ciento. También por número de visualizaciones ocupa Canal Sur el segundo lugar, solo por detrás de RTVE. No ocurre así con el promedio de visualizaciones por vídeo, donde Canal Sur ocupa el tercer puesto, por detrás de RTVE y Telemadrid.

Por otra parte, es un programa de Canal Sur (que curiosamente ya no se encuentra en emisión), Gente Maravillosa el que acumula mayor número de seguidores en Youtube –incluso más que el canal genérico de Canal Sur Televisión, que ocupa el cuarto lugar en la lista, por detrás del ya citado Gente Maravillosa, Operación Triunfo y RTVE. El canal de Gente Maravillosa es además, el que ha logrado mayor número de visualizaciones por vídeo.

La antigüedad del canal genérico en Youtube de Canal Sur Televisión es de 14 años (abriéndose un año después de los más veteranos, que han cumplido 15 años), mientras que las de los canales Carnivalsur y educaciontv es de 11 años.

En el caso de la red social Facebook, Canal Sur ocupa el tercer lugar, solo por detrás de RTVE y TV2. El incremento en el número de seguidores en el último año ha sido del 16 por ciento. Respecto a las cuentas en Facebook más seguidas, Andalucía Directo consigue ponerse por delante del perfil genérico de Canal Sur -un perfil que, al igual que otras cadenas autonómicas, tiene una antigüedad de 12 años-.

En cuanto a número de seguidores en Twitter, Canal Sur ocupa nuevamente el tercer lugar, por detrás de RTVE y TV3. Con respecto a 2019 solo ha experimentado un incremento del 7 por ciento. Por número de tuits publicados, la RTVA ocupa el 5 lugar, por detrás de RTVE, EITB, TV3 y Telemadrid. Y por antigüedad, Canal Sur (13 años) ocupa el segundo lugar, solo por detrás del perfil de Twitter del portal de noticias de TV3 .

En el caso de Instagram, Canal Sur baja al cuarto lugar por número de seguidores –situándose por detrás de TV3, RTVE y À Punt-, aunque el incremento en el último año ha sido del 49 por ciento. Las cuentas más seguidas en Instagram son las del perfil genérico y la de Andalucía Directo.

El equipo encargado de la estrategia en redes sociales de Canal Sur es el Departamento de Redes Sociales y Participación de Canal Sur Media, dirigido por Juan Manuel Blanco Poley. Este Departamento es el encargado de la coordinación de todos los programas de la cadena, aunque quienes se encargan de gestionar las cuentas son los responsables de los propios programas. Como señala Blanco Poley en una entrevista concedida a Pepe Santos y publicada en el *Diario de Sevilla* en febrero de 2019:

“Hemos crecido mucho desde el año 2015 en el que se crea un área específica de Redes Sociales. Hasta ese momento, teníamos una presencia muy automatizada en las Redes (poca personalización y pocos recursos multimedia) y no fue hasta ese momento cuando empezamos a definir una estrategia social para cada una de nuestras marcas y cadenas, teniendo en cuenta los diversos perfiles de usuario y la temática tan diversa de nuestros espacios en TV y radio.

Al mismo tiempo, nos dábamos cuenta que los programas tenían un espacio de interacción como nunca antes habían tenido gracias a las Redes y desde ese momento empezamos a coordinar las tareas de los compañeros que trabajaban desde cada una de las cuentas de programas. Es decir, comenzamos a trabajar una gestión profesionalizada de las Redes corporativas de la RTVA y al mismo tiempo empezamos a liderar, a servir de coordinadores de todos los compañeros que trabajaban en el social media de cada uno de los espacios de radio y TV. Una tarea compleja, pero al mismo tiempo ilusionante y con la que hemos ido creciendo hasta ahora de manera paralela al auge de las Redes Sociales en la sociedad actual.”

En esta misma entrevista, y con datos pertenecientes, por tanto, al año 2019, Blanco Poley señalaba lo siguiente ante la pregunta de quiénes formaban el equipo de redes sociales de Canal Sur:

“Somos seis personas en las cuentas corporativas y de informativos; que trabajamos en la dinamización de contenidos los 365 días del año. Además, servimos de coordinación con los compañeros que llevan las redes de las distintas estaciones y programas de Canal Sur Radio y TV.

Hemos logrado crear un equipo muy cohesionado, que está actualizado en las últimas tendencias que se mueven en este mundo tan cambiante. No se nota cuando cualquiera está a los mandos de los distintos perfiles y eso es muy importante.

Trabajamos en equipo con la plataforma Hootsuite y ésta nos facilita mucho la labor por la gran cantidad de perfiles y páginas que controlamos. Tenemos mucho trabajo por delante y muchos proyectos por emprender.”

El empleo de plataformas como Hootsuite permite que Canal Sur pueda disponer de información sobre el impacto de sus redes sociales, lo cual, como apunta en la entrevista a *Diario de Sevilla* el responsable de Canal Sur Media les facilita la labor teniendo en cuenta el número de perfiles y el volumen de seguidores y de contenidos subidos a las redes.

4.1.3. Aplicaciones móviles

RTVA cuenta con dos apps específicas de televisión, Canal Sur TV y Club Infantil La Banda, disponibles para Android e iPhone, (Canal Sur, 2018a; Google Play, 2020 y App Store, 2020). Por número de descargas, a abril de 2020, la app de Canal Sur TV, como más de 100.000 descargas (110K) ocupa el 4º lugar, por detrás de RTVE, TV3 y EITB. Respecto a la app del Club Infantil La Banda, el número de descargas a abril de 2020 es de más de 10.000.

La estructura de la APP de Canal Sur Televisión es muy similar a la de la web. Por una parte, ofrece la opción “En directo” (donde emite el mismo programa que se difunde a través de la web). Y por otra, dispone de servicio A la carta, en este caso, con dos categorías: Programas A-Z, desde donde se puede acceder a todo el listado de programas y Categorías, con las mismas 17 subcategorías disponibles en el espacio A la Carta de la web de Canal Sur. Los programas que se proporcionan a través de la app son los mismos que los de la web.

4.1.4. Archivo digital

Canal Sur ofrece, a través del servicio “A la carta” de Canal Sur videos completos de los programas emitidos agrupados en tres categorías:

- Programas (A-Z) – con la opción de seleccionarlos todos por orden alfabético, o por letra del alfabeto-
- Categorías, con las subcategorías: actualidad, cocina, concursos, cultura, deportes, documentales, entretenimiento, especiales, flamenco, innovación, musicales, naturaleza, noticias, salud, series, toros, viajes
- Cadenas, con la posibilidad de elegir entre Canal Sur Televisión o Andalucía Televisión.

Sin embargo, como ya se indicaba anteriormente, estos vídeos solo están disponibles durante un período determinado de tiempo.

Junto con la plataforma OTT, el otro proyecto estrella de la RTVA es la digitalización de su patrimonio audiovisual. Ya tienen un precedente con el proyecto Memoranda, a cargo del Departamento de Archivo y Documentación, y que se basa en la elaboración de efemérides de acontecimientos o de personajes, así como en la recopilación de material de archivo para los antecedentes de noticias de actualidad. Cuenta con un canal de Youtube con más de 230.000 suscriptores.

El proyecto actual de digitalización del patrimonio audiovisual de Canal Sur Televisión está recogido en la nueva Carta de Servicio Público, así como en el contrato programa, en la cláusula 49. En ella se recoge que la RTVA “diseñará un ‘Plan de Gestión de Archivos Audiovisuales’ que incluirá medidas para su acceso para el público general y mediante las posibilidades de rendimiento mercantil a través de nuevas aplicaciones, plataformas y servicios digitales”. En el caso de investigadores y comunidad universitaria el acceso será gratuito, mientras que se regulará su cesión en caso de uso privado o comercial.

Para continuar el proceso de digitalización de archivos buscarán el apoyo financiero de la Unión Europea. Además, los fondos documentales audiovisuales de la RTVA “pasan a tener la consideración de Patrimonio Histórico de Andalucía”, según se establece en la cláusula 50 (BOJA, 2020a)

4.1.5. Plataformas digitales

El proyecto estrella de Canal Sur es la puesta en marcha de la plataforma OTT, a la que ya se ha hecho referencia de manera detenida anteriormente, y cuya puesta en marcha está prevista, según palabras del Director General de la RTVA, Juan de Dios Mellado, en su comparecencia ante la Comisión de Control de la RTVA y de sus Sociedades Filiales del Parlamento de Andalucía celebrada el 5 de mayo de 2021, para el último trimestre de 2021.

El Director General de la RTVA ya informaba sobre esta plataforma en una entrevista publicada en el diario ABC en la que Juan de Dios Mellado informaba sobre este proyecto, denominando a la plataforma OTT, “el Netflix de Canal Sur”:

“En el primer semestre de 2021 vamos a lanzar la primera plataforma de consumo bajo demanda de Canal Sur, el Netflix de Canal Sur, una televisión a la carta en donde vamos a meter toda la programación y todo el archivo audiovisual. De forma paralela, abriremos una plataforma de podcast para la radio” (Benot, 2020)

En la cláusula 115 del Contrato-Programa también queda recogido por escrito este proyecto. Así, el documento firmado en el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y la RTVA se afirma que:

“Será prioritaria la actuación audiovisual de Canal Sur a través de una plataforma digital OTT propia como generación y explotación del servicio audiovisual basado en Internet con distribución en sistema streaming de acceso universal a través de aplicaciones para todo dispositivo digital, televisores smartTV, terminales móviles, tabletas, ordenadores personales, videoconsolas, dispositivos wearable device como prendas tecnológicas de implantación social con suficiente masa crítica, etcétera.” (BOJA, 2020a)

Respecto al formato abierto o de pago de la plataforma OTT, el Plan de eficacia, eficiencia y racionalización la incluye en un programa de comercialización, indicando en su punto 3.2, que “la plataforma OTT de Canal Sur será objeto de una específica planificación de explotación comercial con un Plan de Negocio singular, a partir de la adjudicación de este proyecto y su inicio de puesta en servicio”

4.1.6. Producción de contenido nativo digital y oferta de contenidos interactivos y transmedia

Canal Sur cuenta actualmente con tres canales temáticos a través de Internet: Canal Andalucía Turismo (<https://canalandaluciaturismo.es/>), para la promoción turística de la región (Canal Sur, 2015), Canal Andalucía Cocina (<https://canalandaluciacocina.es/>), “dedicado íntegramente a la gastronomía andaluza” (Europa Press, 2015) y Canal Andalucía Flamenco (<http://www.canalandaluciaflamenco.es/>), que ofrece una programación dedicada exclusivamente

*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.

al flamenco –declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco- y que tiene como objetivo su puesta en valor (Europa Press, 2016a).

El Contrato-Programa abre la puerta a la creación de “nuevas marcas de canales web” que estarán dedicados a temas como “el Patrimonio Histórico de Andalucía, Deportes base, Noticias, Cultura, sector agroalimentario, tauromaquia, costumbres y tradiciones, medioambiente” así como “innovación tecnológica” o “basados en producciones del fondo documental de la RTVA” (BOJA, 2020a, p. 48).

Durante el año 2021 también se han puesto en marcha los denominados “Encuentros digitales de CanalSur. Compromiso con Andalucía”, que la RTVA autodefine como “nuevo formato digital y propio a la oferta multimedia de CanalSur Radio y TV” y que tiene como objetivo “acercar el testimonio de andaluces referentes en sus disciplinas a través de un streaming en exclusiva en canalsur.es” (Canal Sur, 2021). El encuentro, que se celebra con una periodicidad mensual, consiste en una entrevista en la que se recogen las interacciones de los usuarios en redes sociales. Además, se ofrece la oportunidad de enviar preguntas al entrevistado a través de la página encuentros.canalsur.es.

4.2. Participación

La Memoria de la RTVA de 2019 –última publicada en la web- destaca que el portal canalsur.es cerró en ese año el mejor de su historia, citando datos de Google Analytics, bajo la auditoría de OJD. En particular destaca que el público de la web se incrementó un 37,4 por ciento con respecto al año 2018. Asimismo, señala que las secciones más visitadas son las de “televisión y radio en directo” (RTVA, 2019X).

Con respecto a YouTube la memoria resalta que Canal Sur es “la TV autonómica española que más se consume en esta plataforma”, alcanzando los 722 millones de visitas. En el consumo en directo se produjo un aumento del 13,4 por ciento con respecto a 2018, mientras que en el caso del consumo bajo demanda este creció un 3,7 por ciento con respecto a dicho año.

En cuanto al perfil de usuario de Youtube, la memoria recoge que “el acceso es mayoritariamente a través del móvil (76%)”, que el consumo de las mujeres es mayor al de los hombres, alcanzando un 58,1 por ciento” y que la edad media oscila entre los 35 y 44 años, franja que supone el 26,7 por ciento de los usuarios (RTVA, 2019X).

4.3. Innovación

El Contrato-Programa deja patente el interés de la RTVA y Canal Sur Radio y Televisión por la innovación. Dedicamos dos apartados a esta cuestión: 3.22. Actualización e innovación tecnológica y 3.23. Innovación tecnológica para el crecimiento multimedia. La cláusula 120 señala, en relación con este tema, lo siguiente:

“La RTVA y Canal Sur, conforme a su apuesta por la innovación tecnológica, estarán abiertos a la participación en proyectos innovadores multicanal tales como de periodismo digital, de periodismo móvil con nuevas narrativas inmersitas (sic), de inactivas (sic) tecnológicas de detección de *fake news*, de empleo de nuevas funcionalidades de inteligencia artificial y de *Hub de Big Data*, o los referidos a

*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.

avances en procesos de ingesta y *streaming* de la producción informativa en la nube con nuevos accesos remotos a fuentes documentales, en colaboración con empresas tecnológicas de vanguardia, de telecomunicaciones, de software, y de los ámbitos científico y universitarios de Andalucía” (BOJA, 2020a).

En relación con la renovación tecnológica, clave para poder realizar los proyectos previstos, la cláusula 110 establece que se contará con un “Plan Inversor de la RRVA y Canal Sur”, que será conforme a las necesidades de equipamientos tecnológicos necesarios (BOJA, 2020a)

Por otra parte, Canal Sur fue pionera, en su momento en tecnología HbbTV y oferta en 4K (Canal Sur, 2018b).

5. Relevancia de la información

La importancia de los contenidos informativos en la oferta digital de la cadena queda patente en el propio Contrato-Programa 2021-2023, en cuya cláusula 27 se resalta que:

“En todos los medios de Canal Sur, las programaciones generalistas lineales y las específicas dedicadas a la información de actualidad, y las producidas para plataformas de distribución y soportes web, basarán sus programaciones y prestaciones de contenidos en la potencia informativa estructural de Canal Sur referida a todos los órdenes de la vida y actualidad de Andalucía de cada una de sus Provincias en la diversidad de sus municipios [...]” (BOJA, 2020a)

En la cláusula 33 se establece, además, que todos los programas y contenidos informativos de Canal Sur, tanto los regionales como los provinciales, de radio y televisión se ofrecerán “tanto en directo como en diferido ‘a la carta’ a demanda de las personas usuarias a través de sus soportes web y aplicaciones digitales de Canal Sur” (BOJA, 2020a).

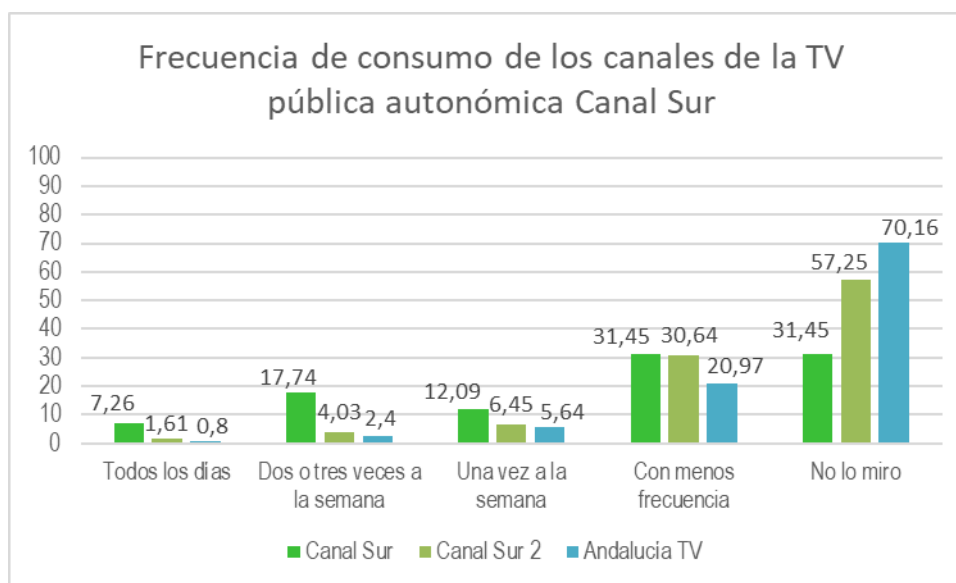
Sin embargo, actualmente el servicio A la carta en la web de Canal Sur solo ofrece, por ejemplo, los informativos de las dos últimas semanas, y con una fecha límite de visualización fijada. Tampoco se suben dichos contenidos completos al canal de Youtube –solo se ofrecen dos listas de reproducción con algunos informativos y noticias de diferentes fechas-. En la página de Facebook de Canal Sur Noticias (<https://www.facebook.com/CanalSurNoticias/>) es posible visualizar noticias concretas y fragmentos de los informativos. En el caso de la app, ocurre lo mismo que en la web, pues solo pueden consultarse los informativos emitidos durante las dos últimas semanas.

En otros programas como Los Reporteros o Andalucía Directo, la situación es distinta, ya que pueden consultarse los programas emitidos durante el último año. Pero también tienen fijada una fecha límite de visualización. En la app de Canal Sur solo están disponibles los últimos 12 programas.

Por tanto, actualmente, es posible acceder a los contenidos informativos de Canal Sur a través de la web A la carta, las redes sociales y la app de Canal Sur Televisión, pero acotado a un período de tiempo concreto y con una disponibilidad de visualización limitada.

6. Los jóvenes y la televisión pública

Los datos desagregados de la encuesta realizada en el proyecto, con las respuestas del alumnado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga (n=124) muestran que la frecuencia de consumo de Canal Sur entre las personas encuestadas es bastante reducido. Solo un 7,26 de las personas participantes en la encuesta son consumidores diarios de Canal Sur 1. Un 17,74 afirma ver la cadena dos o tres veces a la semana, y un 12,09, una vez a la semana. El porcentaje de quienes acceden “con menos frecuencia” o directamente no ven dicha cadena es del 31,45 por ciento –lo que supone, en total, un 62,9 por ciento de las personas encuestadas-. Peor es la situación en el canal accesible y en Andalucía TV, donde el porcentaje de quienes reconocen no verlo asciende al 70,16 por ciento.



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta LOCALCOM

Estos datos hacen pensar en la necesidad de buscar vías y soluciones para llegar a este público joven que tan escaso uso hace de la televisión pública autonómica.

7. Comparativa autonómica

Andalucía es una región muy extensa y que cuenta con 8 provincias, lo que obliga a disponer de Delegaciones provinciales para atender la información de proximidad, realizar las desconexiones de los informativos provinciales, y que las noticias más relevantes de cada provincia puedan ser conocidas por el público andaluz a través de los informativos regionales. Se entiende, atendiendo a estas circunstancias, que el coste de dicha radiotelevisión pública sea mayor, comparativamente, al de otras comunidades autónomas que requieren de un despliegue menor.

Los principales resultados que pueden extraerse del estudio comparativo son los siguientes:

- RTVA es la segunda radiotelevisión autonómica por número de trabajadores (2018) y la segunda en ingresos (2019), en ambos casos, detrás de TV3 de Cataluña. Por audiencia,

*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.

- sin embargo, ocupa el cuarto lugar, junto con Aragón TV, por detrás de TV3, EITB y TVG, las tres cadenas de regiones con lengua propia (2019).
- En coste mensual por habitante ocupa el antepenúltimo lugar (2018) y en número de empleados por cada millón de habitantes (2018) se sitúa en el sexto lugar, por detrás del Ente Público Radio Televisión Vasca, Corporación Radio y Televisión de Galicia, Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Castilla-La Mancha Media y Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales. Respecto a los ingresos como porcentaje del PIB autonómico (2018), Canal Sur se ubica en la parte media de la tabla.

8. Conclusiones

El nuevo Contrato-Programa y la nueva Carta de Servicio Público pendiente de aprobación suponen un punto de inflexión en la estrategia de transformación digital e innovación de Canal Sur Televisión. La Carta de Servicio Público de 2010 –aún vigente-, no se ajusta adecuadamente a la evolución tecnológica experimentada en esta última década. Dicho motivo hace imperiosa la necesidad de un nuevo documento que responda a los cambios acaecidos en estos últimos años, con la introducción de nuevos actores en el ecosistema mediático, nuevas tecnologías, nuevas demandas de contenidos y nuevos perfiles de audiencia, y que también se ajuste a los principios del mercado digital europeo. El Contrato-Programa 2021-2023, que emana de esa propuesta de Carta atiende a muchos de dichos requerimientos y sienta las bases para una renovación en la televisión pública andaluza, desde una perspectiva multiplataforma, necesaria e imprescindible para poder mantener y ganar audiencia –y captar la atención de los jóvenes, que son el futuro para la continuidad de la televisión pública-, y para poder competir en un mercado como el actual, con múltiples ofertas, en el que la fragmentación de las audiencias es uno de los rasgos más característicos.

Andalucía necesita una televisión pública autonómica capaz de atender a los retos de la sociedad en la que vivimos, que proporcione a la población andaluza contenidos de proximidad, que permita mantener el contacto de quienes emigraron con su lugar de origen, y que también dé a conocer Andalucía en el exterior, con perspectiva propia. Uno de los objetivos fundamentales de la RTVA, como medio, es –como recuerda la Ley de la radio y la televisión de titularidad autonómica-, la vertebración del territorio andaluz, y su desarrollo “social, identitario y cultural”, contribuyendo a la transmisión de valores esenciales y a la participación ciudadana (BOE, 2019a).

Los componentes básicos de la estrategia digital de la cadena autonómica son, como se destaca del Contrato-Programa, del Plan de eficacia, eficiencia y racionalización de la Radio y Televisión de Andalucía para el ejercicio 2021, la plataforma OTT y el nuevo CMS editorial, que permitirán situar a Canal Sur Televisión en una situación de equilibrio con sus demás competidores directos, tanto del ámbito público como privado. Por último, también debe destacarse el proceso de digitalización del patrimonio audiovisual de la cadena.

Tras el análisis, basado en la consulta de documentos y datos, podemos extraer las siguientes conclusiones:

- Canal Sur está en proceso de desarrollo de una estrategia multiplataforma en línea que, efectivamente, va más allá de la mera distribución lineal de televisión. Como primeros pasos, ya dispone de un servicio de televisión A la Carta -en parte limitado-, cuenta con

**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.*

una app y también tiene con una fuerte presencia en Youtube, donde es la televisión autonómica líder en cuanto a número de seguidores. Pero el elemento clave y decisivo en su estrategia multiplataforma es la plataforma OTT, un proyecto que Canal Sur pretende poner en marcha durante el último trimestre de 2021.

- A la luz del análisis de la Carta de Servicio Público pendiente de aprobación y del Contrato-Programa vigente durante el período 2021-23 puede considerarse que Canal Sur tiene en sus estrategias de creación y distribución de contenidos digitales propios una orientación basada en el servicio público. A través de ella será posible acceder tanto a los contenidos actuales, como a los resultantes de la digitalización del archivo. En particular, es interesante destacar los esfuerzos, tanto a través de la presencia en redes sociales, como por la propia creación de la plataforma OTT, por intentar acercar al público joven a la radiotelevisión autonómica.
- En relación con la digitalización del patrimonio, además del precedente de Memoranda, la nueva Carta de Servicio Público pendiente de aprobación y el Contrato-Programa del período 2021-23, introducen apartados concretos dedicados a la digitalización del Patrimonio. Respecto a la diversidad y el pluralismo en línea, es una cuestión que está implícita en los propios principios y valores de la RTVA, y que en el entorno digital se plasma a través de las vías de interacción y participación de la audiencia, como pueden ser las redes sociales. También en las propias acciones formativas promovidas por Canal Sur para la alfabetización mediática y digital.
- La reorganización interna de la RTVA no ha venido exclusivamente determinada por la adopción de una estrategia digital, sino también por el propio cambio de gobierno, que llevó a una reestructuración del organigrama de la cadena. Tanto en el Contrato-Programa como en el Plan de eficacia, eficiencia y racionalización de la Radio y Televisión de Andalucía para el ejercicio 2021 se da un mayor peso a Canal Sur Media, por su papel fundamental en el desarrollo de la estrategia digital de la cadena, promoviendo el trasvase de trabajadores a dicha sección, así como la formación en nuevas competencias vinculadas al ámbito digital.

Las estrategias de Canal Sur, sobre el papel, están alineadas con los principios del mercado digital europeo, pero la cuestión clave es la de garantizar que se dispone del presupuesto suficiente para poder llevar a la práctica la renovación tecnológica clave para esa transformación digital. Ese quizás sea, actualmente, el principal reto al que se enfrenta la RTVA. En este sentido, debe recordarse la contratación de la nueva "Plataforma de Edición, Emisión y Archivo", por un valor de 17.4 millones de euros, en un plazo de seis años (Junta de Andalucía, 2021b).

La viabilidad futura de la cadena vendrá determinada por su capacidad para adaptarse a los cambios, por la captación de público joven –quizás a través de la plataforma OTT y las redes sociales-, por su independencia frente a las injerencias políticas, por la renovación tecnológica y la evolución de los contenidos, pensando en todos los públicos. Una televisión de calidad, comprometida con el cumplimiento de la función de servicio público, y garante del pluralismo.

Referencias

ABC (2020). Los trabajadores de Canal Sur, contra el acuerdo de Vox y el Gobierno andaluz. ABC, 18 de noviembre de 2020. https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-cierre-canal-canal-o-ayudas-toro-bravo-concesiones-para-aprobar-presupuesto-andalucia-202011181216_noticia.html

Andalucía Compromiso Digital (2020). Junta de Andalucía. <https://www.andaluciacompromisodigital.org/>

Andalucía es Digital (2020). Plataforma de autodiagnóstico. Conoce el diagnóstico de tu nivel de competencias digitales. Junta de Andalucía. <http://www.digcomp.andaluciaesdigital.es/>

App Store (2020) Canal Sur. <https://apps.apple.com/es/developer/canal-sur-radio-s-a/id859703486>

Barlovento Comunicación (2021). Audiencias anuales (2006 a 2020). <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-anuales/>

Benot, Stella (2020). Juande Mellado, director de RTVA: «Vamos a lanzar el "Netflix" de Canal Sur con todo la programación y el archivo histórico». ABC, 15 de noviembre de 2020. https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-juande-mellado-director-rtva-vamos-lanzar-netflix-canal-todo-programacion-y-archivo-historico-202011150820_noticia.html

Blanco Poley, Juan Manuel (2020). Perfil en LinkedIn. <https://es.linkedin.com/in/blancopoley>

BOE (1982). Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Andalucía [Disposición derogada]. BOE nº 9, de 11 de enero de 1982. <https://www.boe.es/eli/es/lo/1981/12/30/6>

BOE (1983). Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión [Disposición derogada]. BOE, nº 4, de 5 de enero de 1984. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1984-250>

BOE (1988). Ley 8/1987, de 9 de diciembre, de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y regulación de los servicios de Radiodifusión y Televisión gestionados por la Junta de Andalucía [Disposición derogada]. BOE nº 14, de 16 de enero de 1988. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1988-955>

BOE (2011). Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía [Texto consolidado]. BOE nº 68, de 20 de marzo de 2007 (última actualización publicada el 11 de abril de 2011). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-5825>

BOE (2019a). Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) [Texto consolidado]. BOE, nº 252, de 26 de diciembre de 2007 (última actualización publicada el 27 de junio de 2019). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2008-1185>

BOE (2019b). Ley 2/2019, de 26 de junio, relativa a modificación de la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la Radio y Televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) y de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía. BOE, nº 188, de 7 de agosto de 2019. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2019-11576>

*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.

BOJA (2003). DECRETO 72/2003, de 18 de marzo, de Medidas de Impulso de la Sociedad del Conocimiento en Andalucía. BOJA, nº 55, de 21 de marzo de 2003. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2003/55/1>

BOJA (2005). ACUERDO de 7 de junio de 2005, de Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Plan de Innovación y Modernización de Andalucía (2005-2010). BOJA, nº 122, de 24 de junio de 2005. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2005/122/1>

BOJA (2007). Acuerdo de 26 de diciembre de 2006, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Plan de Desarrollo de la Sociedad de la Información en Andalucía 2007-2010. BOJA, nº 88, de 5 de mayo de 2007. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2007/88/1>

BOJA (2010). Resolución de 15 de octubre de 2010, de la Presidencia, por la que se ordena la publicación de la Carta del Servicio Público de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), aprobada por el Pleno del Parlamento de Andalucía en sesión celebrada los días 15 y 16 de septiembre de 2010. BOJA, nº 213, de 2 de noviembre de 2010. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2010/213/21>

BOJA (2012). Acuerdo de 28 de diciembre de 2012, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Contrato-Programa entre el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía para el período 2013-2015. BOJA, nº 254, de 31 de diciembre de 2012. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2012/254/14>

BOJA (2015a). Acuerdo de 3 de noviembre de 2015, del Consejo de Gobierno, por el que se autoriza la fusión por absorción de «Canal Sur Televisión, S.A.» a «Canal Sur Radio, S.A.» y el cambio de denominación a «Canal Sur Radio y Televisión, Sociedad Anónima (Canal Sur)». BOJA nº 219, de 11/11/2015. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2015/219/1>

BOJA (2015b). Acuerdo de 22 de diciembre de 2015, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la prórroga del Contrato-Programa acordado por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía con la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) para el período 2013-2015. BOJA, nº 251, de 30 de diciembre de 2015. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2015/251/1>

BOJA (2017a). Corrección de errores del Acuerdo de 27 de diciembre de 2016, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Contrato-Programa entre el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía para el período 2017-2019 (BOJA núm. 2, de 4.1.2017). BOJA, nº 15, de 24 de enero de 2017. https://www.juntadeandalucia.es/boja/2017/15/BOJA17-015-00035-914-01_00106312.pdf

BOJA (2017b). Acuerdo de 16 de mayo de 2017, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la estrategia de impulso del sector TIC Andalucía 2020. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2017/95/1>

BOJA (2017c). Acuerdo de 5 de septiembre de 2017, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la formulación del Plan Estratégico para la incorporación de la ciudadanía a la Sociedad y la Economía Digital. BOJA, nº 179, de 18 de septiembre de 2017. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2017/179/2>

BOJA (2019a). Acuerdo de 27 de diciembre de 2019, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la prórroga del Contrato-Programa acordado por el Consejo de Gobierno de la Junta de

Andalucía con la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) para el periodo 2017-2019. BOJA, nº 250, de 31 de diciembre de 2019. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2019/250/34.html>

BOJA (2019b). Ley 6/2019, de 19 de diciembre, del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2020. BOJA, nº 246, de 24 de diciembre de 2019. https://www.juntadeandalucia.es/boja/2019/246/BOJA19-246-00232-19086-01_00167198.pdf

BOJA (2020a). Acuerdo de 29 de diciembre de 2020, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Contrato-Programa entre el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía para el periodo 2021-2023. BOJA, Boletín extraordinario nº 91, de 30 de diciembre de 2020. https://www.juntadeandalucia.es/boja/2020/591/BOJA20-591-00067-16663-01_00183868.pdf

BOJA (2020b). Ley 3/2020, de 28 de diciembre, del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2021. BOJA, nº 251, de 31 de diciembre de 2020. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2020/251/2.html>

BOJA (2021). Acuerdo de 30 de marzo de 2021, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Plan de eficacia, eficiencia y racionalización de la Radio y Televisión de Andalucía para el ejercicio 2021. BOJA, Nº 63, de 6 de abril de 2021. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2021/63/15>

BOPA (2020a). 11-20/CSRT-000001, Propuesta de Carta del Servicio Público de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) 2021-2026. BOPA, nº 444, de 30 de octubre de 2020. <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=bopa&id=149294>

BOPA (2020b). 11-20/CSRT-000001, Propuesta de Carta del Servicio Público de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) 2021-2026. BOPA, nº 458, de 20 de noviembre de 2020. <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=bopa&id=149895>

Canal Andalucía Cocina. RTVA (2020). <https://canalandaluciacocina.es/>

Canal Andalucía Flamenco. RTVE (2020). <http://www.canalandaluciaflamenco.es/>

Canal Andalucía Turismo. RTVA (2020). <https://canalandaluciaturismo.es/>

Canal Sur (s.f.). 25 años de Canal Sur: inauguración y primer informativo. Recuperado el 17 de noviembre de 2019, de <http://blogs.canalsur.es/documentacionyarchivo/25-anos-de-canal-sur-inauguracion-y-primer-informativo/>

Canal Sur (2015a). Convocatoria medios de Comunicación: Se presenta este jueves en Málaga “Canal Andalucía Turismo”. http://www.canalsur.es/Especial_Canal_Sur:_Feria_de_Malaga/96608.html

Canal Sur (2015b). La Junta da luz verde a la fusión de Canal Sur Televisión y Radio. Canal Sur, 3 de noviembre de 2015. <https://www.canalsur.es/la-junta-da-luz-verde-a-la-fusion-de-canal-sur-television-y-radio/646481.html>

Canal Sur (2018a). Canal Sur estrena sus nuevas aplicaciones de radio y televisión para móviles. Canal Sur, 22 de febrero de 2018. <https://www.canalsur.es/television/programas/especial-canalsur/noticia/1254931.html>

Canal Sur (2018b). Canal Sur intensificará su expansión en las plataformas digitales. Canal Sur, 2 de octubre de 2018. <https://www.canalsur.es/rtva/canal-sur-intensificara-su-expansion-en-las-plataformas-digitales/1333754.html>

Canal Sur (2019a). Mellado califica los presupuestos de RTVA para 2020 de "realistas y equilibrados". Canal Sur, 20 de noviembre de 2019. <https://www.canalsur.es/noticias/andaluc%C3%ADa/mellado-califica-los-presupuestos-de-rtva-para-2020-de-realistas-y-equilibrados/1507155.html>

Canal Sur (2019b). Canal Sur, primera cadena autonómica de España con perfil oficial en Tik Tok. Canal Sur, 4 de diciembre de 2019. <https://www.canalsur.es/noticias/canal-sur-primera-cadena-autonomica-de-espana-con-perfil-oficial-en-tik-tok/1513155.html>

Canal Sur (2020a). Información institucional y organizativa. Transparencia. <https://www.canalsur.es/transparencia/informacion-institucional-y-organizativa/625198.html>

Canal Sur (2020b). Dirección General de RTVA. Transparencia. https://www.canalsur.es/rtva/Direccion_General/1582670.html

Canal Sur (2020c). Dirección de Innovación y Negocio. Transparencia. <https://www.canalsur.es/rtva/direccion-de-innovacion-y-negocio/1568770.html>

Canal Sur (2020d). Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA). Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía 2020. Junta de Andalucía. https://aplicaciones.canalsur.es/merlin/fi_trans/presupuesto_consolidado_RTVA.pdf

Canal Sur (2020e). Canal Sur Radio y Televisión, S.A. Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía 2020. Junta de Andalucía. https://aplicaciones.canalsur.es/merlin/fi_trans/presupuesto_consolidado_CSRTV.pdf

Canal Sur (2020 f). Los trabajadores reivindican Canal Sur como un servicio público esencial para Andalucía. Canal Sur, 14 de diciembre de 2020. <https://www.canalsur.es/noticias/andaluc%C3%ADa/los-trabajadores-reivindican-canal-sur-como-un-servicio-publico-esencial-para-andalucia/1661838.html>

Canal Sur (2020g). Accesibilidad. <https://www.canalsur.es/rtva/accesibilidad/1205868.html>

Canal Sur (2020h). Portal de Transparencia. <https://www.canalsur.es/Portal-de-Transparencia-2636.html>

Canal Sur (2020i). Memorias RTVA. https://www.canalsur.es/comunicacion/Memorias_RTVA/99252.html

Canal Sur (2020j). Comunicación. <https://www.canalsur.es/Comunicaci%C3%B3n-3275.html>

Canal Sur (2020k). Andalucía Produce. https://www.canalsur.es/rtva/andalucia_produce-4453.html

Canal Sur (2020). Canal Sur Andalucía en Internet. <https://www.canalsur.es/canal-sur-andalucia-en-internet/518950.html>

Canal Sur (2021). Marta Borrell protagoniza este viernes los Encuentros Digitales. <https://www.canalsur.es/television/programas/andaluca-a-dos-voces/noticia/1715086.html>

Cela, Daniel (2019). El Parlamento andaluz más polarizado de la historia elige por primera vez al director de la RTVA sin votos en contra. EIDiario.es, 3 de julio de 2019. https://www.eldiario.es/andalucia/parlamento-polarizado-historia-director-rtva_1_1453653.html

Comité Intercentros RTVA y CSRTV (2018). #RecuperarLaNuestra https://www.spandalucia.com/documento-recuperar-la-nuestra-18_09_18-2/

Diario de Sesiones del Parlamento de Andalucía (2021). Comisión de Control de la Agencia Pública de la RTVA y de sus Sociedades Filiales. Nº 377, de 5 de mayo de 2021. <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=diario&id=154855>

EFE (2020). Destituyen a Álvaro Zancajo como director de informativos de Canal Sur TV. EFE, 28 de diciembre de 2020. <https://www.efe.com/efe/andalucia/portada/destituyen-a-alvaro-zancajo-como-director-de-informativos-canal-sur-tv/50001106-4428754>

Europa Press (2015). Arranca 'Canal Andalucía Cocina', nuevo canal de Internet dedicado íntegramente a la gastronomía andaluza. Europa Press, 14 de octubre de 2015. <https://www.europapress.es/andalucia/malaga-00356/noticia-arranca-canal-andalucia-cocina-nuevo-canal-internet-dedicado-integramente-gastronomia-andaluza-20151014230054.html>

Europa Press (2016). Canal Sur pone en marcha Canal Andalucía Flamenco para difundir este arte en todo el mundo. Europa Press, 3 de junio de 2016. <https://www.europapress.es/andalucia/fundacion-cajasol-00621/noticia-canal-sur-pone-marcha-canal-andalucia-flamenco-difundir-arte-todo-mundo-20160603140501.html>

Europa Press (2019). Junta prevé que la Carta de Servicio Público y el Contrato Programa de la RTVA se aprueben a final de 2020. 31 de octubre de 2020. <https://www.europapress.es/andalucia/noticia-junta-preve-carta-servicio-publico-contrato-programa-rtva-aprueben-final-2020-20191031135834.html>

Google Play (2019). Canal Sur. <https://play.google.com/store/apps/developer?id=CANAL+SUR>

Guadalinfo (2020). Junta de Andalucía. <http://www.guadalinfo.es/>

INE (2008). Extensión superficial de las comunidades autónomas y provincias. Anuario 2008. https://www.ine.es/prodyser/pubweb/anuario08/anu08_01entor.pdf

INE (2020a). Cifras oficiales de población resultantes de la revisión del Padrón municipal a 1 de enero. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2915#!tabs-tabla>

INE (2020b). Contabilidad Regional de España. CRE. Serie 2017-2019. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736167628&menu=resultados&idp=1254735576581#!tabs-1254736158133

INE (2020c). Renta por hogar por comunidades autónomas. Renta anual neta media (año anterior a la entrevista). Encuesta de condiciones de vida. Año 2019. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=9949#!tabs-tabla>

INE (2020d). Renta por persona y unidad consumo por comunidades autónomas. Renta anual neta media (año anterior a la entrevista). Encuesta de condiciones de vida. Año 2019. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=9947#!tabs-tabla>

Junta de Andalucía (1999). Conceptos y definiciones. Presupuestos de la Comunidad Autónoma. Anuario Estadístico de Andalucía 1999. <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/anuario/anuario99/cap13/concep13.pdf>

Junta de Andalucía (2002). Plan I@landalus. Iniciativas Estratégicas para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en Andalucía. <https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/1337166054ialandalus.pdf>

Junta de Andalucía (2005). Plan de Innovación y Modernización de Andalucía. <https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/1337163120PIMAv2.pdf>

Junta de Andalucía (2006). Plan Andalucía Sociedad de la Información (2007-2010). https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/1337163121Plan_ASI_2007_2010_070423.pdf

Junta de Andalucía (2015). El Gobierno andaluz autoriza la fusión de Canal Sur Televisión y Canal Sur Radio. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/consejo/sesion/detalle/70520.html>

Junta de Andalucía (2017). Estrategia de Impulso del Sector TIC Andalucía 2020. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicaindustriaconocimientoyuniversidades/areas/tic-telecomunicaciones/desarrollo-tic/paginas/Estrategia-impulso-sector-TIC-2020.html>

Junta de Andalucía (2018). Información pública de la propuesta del Plan Estratégico para la incorporación de la ciudadanía a la sociedad y la economía digital. <https://www.juntadeandalucia.es/servicios/participacion/todos-documentos/detalle/150520.html>

Junta de Andalucía (2019a). Plantilla de efectivos de personal. Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA). Presupuestos de la Junta de Andalucía 2020. <https://www.juntadeandalucia.es/export/presupuestos2020/personal/personalIII-a-1.pdf>

Junta de Andalucía (2019b). Plantilla de efectivos de personal. Canal Sur Radio y Televisión S.A. Presupuestos de la Junta de Andalucía 2020. <https://www.juntadeandalucia.es/export/presupuestos2020/personal/personalIII-a-19.pdf>

Junta de Andalucía (2020a). La nueva Carta de Servicio Público de la RTVA apuesta por la transformación digital. Consejo de Gobierno. Sesión de 06/10/2020. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/consejo/sesion/detalle/204170.html>

Junta de Andalucía (2020b). Seguridad y Confianza Digital. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/presidenciaadministracionpublicaeinterior/areas/tecnologias-informacion/seguridadyconfianzadigital.html>

*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.

Junta de Andalucía (2020c). Estrategia digital y gobierno abierto. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/presidenciaadministracionpublicaeinterior/areas/tecnologias-informacion/estrategia-digital.html>

Junta de Andalucía (2021a). Anexo II. Informe Acuerdo de Consejo de Gobierno por el que se aprueba el Plan de Eficacia, Eficiencia y Racionalización de la Radio y Televisión de Andalucía para el ejercicio 2021. Consejería de Hacienda y Financiación Europea. Dirección General de Presupuestos.

<https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Expediente%20Acuerdo%20CG%20aprueba%20Plan%20eficacia,%20eficiencia%20y%20racionalizaci%C3%B3n%20RTVA.pdf>

Junta de Andalucía (2021b). Autorizados 17,4 millones para contratar el nuevo sistema para la renovación tecnológica de RTVA. Consejo de Gobierno. Sesión de 30/03/2021. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/consejo/sesion/detalle/214704.html>

Junta de Andalucía (2021c). Acuerdo de 30 de marzo de 2021, del Consejo de Gobierno, por el que se autoriza el expediente de contratación para la prestación del servicio de la Plataforma Digital integrada de Edición, Emisión y Archivo para Canal Sur Radio y Televisión, S.A. <https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Acuerdo%20CG%20autoriza%20expte%20contrataci%C3%B3n%20servicio%20de%20Plataforma%20Digital%20RTVA.pdf>

La Vanguardia (2020). PP, Cs y Vox acuerdan recortar 14 millones en RTVA, suprimir Andalucía TV y analizar el cambio de nombre de Canal Sur TV. La Vanguardia, 18 de noviembre de 2020. <https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20201118/49535225170/pp-cs-y-vox-acuerdan-recortar-14-millones-en-rtva-suprimir-andalucia-tv-y-analizar-el-cambio-de-nombre-de-canal-sur-tv.html>

Martín-Arroyo, Javier (2020). Cerco de Vox a Canal Sur. El País, 22 de noviembre de 2020. <https://elpais.com/television/2020-11-21/cerco-a-canal-sur.html>

Morillo, Isabel (2020). Los cambios en la cúpula de Canal Sur abren otra crisis de Vox con el Gobierno andaluz. El Confidencial, 28 de diciembre de 2020. https://www.elconfidencial.com/espana/andalucia/2020-12-28/cambios-cupula-canal-sur-crisis-vox-gobierno-andalucia_2888936/

OJD Interactiva (2020). Evolución Audiencia CANAL SUR. Nacional e Internacional. 2020. <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/canal-sur-evolucion-audiencia/totales/anual/740/trafico-global/#>

Parlamento de Andalucía (2017). Expediente: 10-16/CSRT-000001. Propuesta de Carta del Servicio Público de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA). <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/actividadparlamentaria/todaslasiniciativas/portipo.do?numexp=10-16/CSRT-000001>

Parlamento de Andalucía (2020a). Agenda semanal del 26 al 30 de octubre de 2020. http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/actividadparlamentaria/agendasemanal.do?id=149174&numsemana=149174&desc=agendasemanal&utm_campaign=agendasemanal&utm_medium=rss&utm_source=sindicacion&utm_content=ag_149174

Parlamento de Andalucía (2020b). Expediente: 11-20/CSRT-000001. Propuesta de Carta del Servicio Público de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) 2021-2026.

<http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/actividadparlamentaria/todaslasiniciativas/busquedaavanzada.do?numexp=11-20/CSRT-000001>

Plataforma en Defensa de la RTVA (2020). <https://www.change.org/p/junta-de-andaluc%C3%ADa-canal-sur-de-toda-y-para-toda-la-ciudadan%C3%ADa-andaluza>

Rodríguez, Chema (2020). Canal Sur: el 'sacrificio' presupuestario que ha terminado de movilizar la tele pública andaluza. El Mundo, 14 de diciembre de 2020. <https://www.elmundo.es/andalucia/2020/12/14/5fd7a26dfddffde8e8b4604.html>

RTVA (2019). Disposición por la que se regula la organización, funcionamiento y procedimiento para la toma de decisiones en la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial Canal Sur Radio y Televisión S.A. http://www.canalsur.es/resources/archivos_offline/2019/11/7/1573112423904Disposicion_6_2019.pdf

RTVA (2020). Listado de Puestos de Trabajo de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA). https://aplicaciones.canalsur.es/merlin/rh_trans/retribucion_anual_media_estimada.pdf

RTVA (2021). Disposición por la que e se regula la organización, funcionamiento y procedimiento para la toma de decisiones en la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía y su Sociedad Filial Canal Sur Radio y Televisión S.A. https://www.canalsur.es/resources/archivos_offline/2021/5/4/1620122813825D-10.pdf

Santos, Pepe (2019). Entrevista Juanma Blanco Poley: "Canal Sur Media ocupa una situación de liderazgo entre las cadenas públicas". Diario de Sevilla, 3 de febrero de 2019. https://www.diariodesevilla.es/andalucia/canalsur-redesociales-cadenaspublicas-juanma-blanco-poley_0_1324367899.html

Sierra Caballero, Francisco (2020). La Universidad con Canal Sur. <https://www.openpetition.eu/es/petition/online/la-universidad-con-canal-sur>

Sindicato de Periodistas de Andalucía (2018). El SPA y el resto de sindicatos de Canal Sur ponen en marcha la campaña #RecuperarLaNuestra. SPA, 18 de septiembre de 2018. <https://www.spandalucia.com/recuperar-la-nuestra/>

Subires Mancera, María Purificación. TIC, sociedad y territorio: Internet como medio de comunicación, información y gestión del conocimiento para la dinamización en el ámbito rural. La experiencia de los Centros Guadalinfo. Valle del Guadalhorce y Sierra de las Nieves (2006-2013). Tesis Doctoral dirigida por la Dra. María Teresa Vera Balanza. Universidad de Málaga, 2013. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/7281>