



**Antonio Manfredi**

*Director de Medios Interactivos de RTVA*

En la mesa estamos sentados tres profesionales que tenemos el mismo objetivo: pilotar la nave que permita romper las dificultades analógicas para aprovechar todas las ventajas digitales que permitan a nuestras empresas abrir nuevos mercados y alcanzar nuevas audiencias. Por sí mismos, somos un ejemplo de diversidad, pues ellos dos proceden del mundo de la ingeniería y yo del periodismo informativo, pero nos hemos tenido que adaptar y aprender las nuevas herramientas de comunicación y, lo que es todavía más complicado, adaptar las capacidades de nuestras empresas a estos retos, con no pocos obstáculos, muchas veces dentro de nuestras propias organizaciones.

Los tres representamos a empresas públicas, con inversiones muy fuertes en recursos de nuestras respectivas administraciones y con críticas externas que ponen en cuestión la validez de este servicio público. Estamos pues ante el choque de varias fuerzas, como es la propia crisis económica, la devaluación del concepto del servicio público (con intenciones muchas veces poco explicadas y que sonrojaban a cualquiera que las conociera) y, además, el concepto de identidad nacional que defendemos, ya sea en la totalidad del territorio, como es el caso de RTVE, o de Galicia o Andalucía. Se nos ponen por delante retos que a mí me parecen apasionantes y que suponen, en la práctica, un nuevo reparto de las cartas, donde la expansión digital se lleva todas las apuestas, ya que no se trata exclusivamente de renovar nuestra capacidad de competir, si no de adaptarnos a nuevos modelos de competencia hasta ahora desconocidos y que van mucho más allá de empresas con nuestros mismos fines y estructura. Además, por primera vez, podemos aspirar legítimamente a servir intereses de usuarios más allá de nuestras fronteras geográficas, sin limitación alguna.

Uno de los ejemplos en los que las televisiones públicas podemos, por ejemplo, sacar pecho, es con la puesta en práctica del modelo HBBTV de televisión, el famoso "punto rojo" de RTVE, como modelo de servicio público que, a partir de la financiación europea, consigue atraer a millones de ciudadanos, frente a la imposición real de los fabricantes de televisores, que quieren imponer todas y cada una de sus aplicaciones propias de televisión interactiva, con la intención de luego marcar los contenidos y las intenciones y deseos de los usuarios. Como ven, aquí nadie da puntada sin hilo y todo el mundo intente aprovechar la digitalización para saltarse los límites de su negocio inicial.

Nosotros, en Canal Sur, operamos como lo que somos, una empresa modesta, pero que opera con el inconsciente colectivo español, pues cuando se habla de Flamenco, Doñana, Lorca, etc en realidad se habla de una manera de ser y entender de España. Esa es nuestra ventaja, que tenemos públicos en todo el mundo y por eso nuestra

televisión a la carta tienen el alto nivel de consultas que tiene. Somos una televisión esencialmente informativa, con gran parte de la programación diaria en directo y eso nos hace activos, vivos y siempre presente en la realidad de nuestra comunidad. Igualmente, respondemos a las grandes manifestaciones culturales de cada momento y que, como he dicho antes, atraer a público de todo el mundo, como es el caso de nuestra Semana Santa o nuestro Carnaval. Ahí estamos, obteniendo en estos programas los mayores niveles de audiencia, junto a los informativos locales: un esfuerzo titánico de 40 minutos diarios en 8 emisiones distintas que no tiene parangón. Éxito que se repite también en las audiencias digitales.

Ahora iniciamos nuevos retos. Canal Andalucía Turismo y Canal Andalucía Cocina dos formas de entregar también fragmentos de nuestra cultura que, además, deben convertirse en motor económico de Andalucía, en uno de los sectores más dinámicos y productivos de nuestra Comunidad, como es el Turismo, verdadera tabla de salvación económica, al que tenemos que aferrarnos para convertirnos en el referente internacional del sur de Europa, como ya está ocurriendo.

Queda otra gran alternativa, en la que en estos momentos se está trabajando activamente, como es el Flamenco. Desde el año 2007 ya existe Canal Flamenco Radio, que emite exclusivamente por Internet. Desde aquí, va a crearse el gran canal de Flamenco que todos ansiamos y donde, estamos seguros, recogeremos a nuevos usuarios.

No faltan también lo que nos critican por la calidad de nuestra programación. Sin duda no lo ven con la frialdad y la mirada crítica global, pues tenemos un canal completo dedicado a las personas con dificultades visuales y auditivas y otro canal con programación cultural de gran altura, como es ATV, que viene a conformar el amplio espectro de público al que nos dirigimos y las muchas opciones que ponemos a diario encima de la mesa, con su correspondiente versión digital, accesible en todo el mundo.

Si, es cierto, nos gusta lo nuestro y debemos decirlo con orgullo y compromiso, porque es una demanda muy clara del público, como ocurre con Se Llama Copla, la emisión cumbre de nuestro fin de semana y que, a las pocas horas de terminar su emisión en directo, supone una media de 40.000 descargas de nuestra Televisión a la Carta y un sinnúmero de impactos en redes sociales y muy especialmente en Youtube.

Somos un medio vivo, anclado en nuestra tierra y, al mismo tiempo, deseosos de ofrecer nuestros contenidos en todo el mundo, porque interesan, son buenos y ofrecen opciones variadas a todos los públicos. Si siguen ustedes nuestras redes sociales verán cómo es así, cómo, desde mi área, intentamos estar junto a todos los que comparten nuestras inquietudes, lo que nos ha obligado a un ejercicio de realismo y calidad en la relación con los usuarios que se rige por la coherencia, la confianza, la verdad y la ilusión por un futuro mejor para todos. Revisen ustedes, por



ejemplo, nuestra respuesta ante la crisis de las Campanadas de 2015 y situaciones posteriores, para que puedan comprobar que somos lo que somos y representamos lo que representamos, una comunidad viva, activa y con referentes en todo el mundo.