



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 *Corporación Radio e Televisión de Galicia* (RTVG)

Mª del Mar López Talavera, Universidad Complutense de Madrid, mmlopezt@ucm.es

Junio, 2021







http://www.ciencia.gob.es/

Tabla de contenidos

Introducción	3
Contexto autonómico	6
Principios generales de la estrategia de digitalización	9
Recursos digitales	11
Participación	19
Innovación	20
Relevancia de la información	21
Los jóvenes y la televisión pública	22
Conclusiones	23
Bibliografía	23

Introducción

El caso de estudio de la Corporación de Radio y Televisión de Galicia forma parte del proyecto I+D "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", financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (CSO2017-82277-R) y lo que se busca averiguar son las actuaciones de transformación digital de esta televisión autonómica. Se trata de vislumbrar cómo las políticas de transformación digital e innovación de CRTVG se alinean con los ejes de la Estrategia Digital Europea: tecnología que funcione para la gente; economía digital justa y competitiva y sociedad digital abierta, democrática y sostenible. Será necesario comprobar, tras la búsqueda documental, si la televisión gallega representa algún papel concreto en el desarrollo de la sociedad de la información, el impulso de la creación digital o en la reducción de la brecha digital.

La metodología seguida consiste en realizar un análisis comparativo de fuentes documentales tales como los informes anuales o de rendimiento de la cadena, memoria de presupuestos, la Ley de creación del servicio público de radiotelevisión, el mandato marco, las líneas estratégicas relacionadas con la transformación digital, junto con una interpretación de datos empíricos tales como ingresos, plantillas, audiencias, redes sociales, aplicaciones móviles, etc. Además, el estudio de CRTVG se completará con entrevistas a los directivos responsables de la estrategia de transformación digital e innovación.

La Corporación Gallega de Radio y Televisión (CRTVG) nació el 1 de enero de 2016, con la participación al 100% de la Xunta de Galicia, como sucesora de la Compañía Gallega de Radio y Televisión, que empezó a emitir en 1985. De esta forma, se unificaban las tres entidades existentes hasta ese momento (Empresa Gallega de Radio-Televisión, Radiotelevisión Galicia, S.A., y Televisión de Galicia S.A.). La Corporación actual tiene su sede en Santiago de Compostela, capital de Galicia. La primera misión de CRTVG es mejorar y normalizar el uso del gallego como lengua oficial y promover su cultura a través de la Televisión de Galicia (TVG), la Radio Galega (RG) y los medios digitales.

Desde finales de 2019, CRTVG emite las 24 horas los 365 días del año a través de dos canales TDT en HD, dos por satélite para Europa y América y cuatro por Radio Galega. A esto se suman otras ventanas digitales, con el portal crtvg.gal, el canal @ G24Noticias y varios canales temáticos en soporte IP, como enserie.gal, vivea.gal o pasouoquepasou, el archivo online de medios públicos.

La cadena llega a más de 4 millones de personas en el noroeste de España (cubriendo Galicia y las áreas circundantes) y el Norte de Portugal. Las parrillas de programación abarcan noticias, conciertos, programas culturales, contenidos infantiles, concursos, juegos, series, películas, debates y deportes. De estas áreas, más del 60% es de producción hecha con recursos propios.

Desde 2009, TVG transmite con tecnología digital desde más de cuarenta centros de transmisión y retransmisión que brindan una cobertura cercana a más del 85% de la población, cobertura que ya alcanzó el 98% en abril de 2010.

Desde marzo de 2019, TVG emite en alta definición (HD) para sus dos canales, y es el único televisor con más de un canal en España con toda su oferta de televisión HD en TDT, manteniendo también los dos canales en SD. Con servicios informativos punteros, televisión autonómica líder y apoyado en un fuerte posicionamiento de la Radio y los medios digitales

gallegos, la Corporación impulsa la innovación tecnológica en el ámbito de los contenidos digitales y canales temáticos, para consolidarse como el medio audiovisual de referencia para la ciudadanía gallega. También es el medio autonómico español que más invierte en su sector audiovisual autonómico en cuanto a cine y series de televisión, como reflejan anualmente los datos de la CNMC, colocando sus productos y la lengua gallega en las principales plataformas de streaming del mundo. El 96% de lo que se emite en TVG es material elaborado en Galicia y por gallegos, ya sea en forma de producción interna o producido por productoras pertenecientes a la industria audiovisual gallega.

Desde 2017, CRTVG se organiza en cinco grandes áreas: Área de gestión, Área Corporativa, de información y documentación, Área de contenidos, Área de soporte y Área de Tecnología y Medios, e Innovación y Negocios. En cuanto al departamento responsable de la transformación digital y de innovación, encontramos en el organigrama de CRTVG el Área de innovación y negocios, cuyo director actualmente es José Pereira Fariña y dentro de esta área también está la Jefa del Servicio de Innovación en el Entorno Digital que actualmente es Esther Medina Ferreiro. Se puede contactar a través del correo: dir.innovacion@crtvg.gal.

A nivel digital, el Área de Contenidos ha experimentado un cambio importante con la creación del Servicio de Extensión Audiovisual en agosto de 2019. Este nuevo departamento se encarga de generar y difundir contenidos en esta área a través de los distintos canales de CRTVG, además de controlar, de forma global, la presencia de la Corporación en el entorno digital. Esto va siempre de la mano del resto de departamentos que realizan tareas en la red, además de coordinarse con el Área de Noticias y, sobre todo, con el Área de Innovación y Negocio, favoreciendo así la generación de contenidos digitales siguiendo una estrategia común. La reorganización del personal, en 2018, hizo posible que el Área de Contenidos dispusiera de personal propio especializado en contenidos digitales. La posterior creación, en el año 2019 del Departamento de Extensión Audiovisual potenció, aún más, estos contenidos digitales, con un equipo especializado que alimenta la página web y que gestiona las redes sociales. Se establecieron los siguientes objetivos:

- La mejora en la planificación de la estrategia digital para una mejor difusión y una mejor adaptación al mundo digital del contenido emitido en la televisión.
- Mejora de la eficiencia del apartado "A la carta". Más contenidos y más velocidad en la presencia de estos contenidos en la página web, además de sacarles mayor rendimiento, dándoles una segunda vida a todos los contenidos de TVG.
- Adaptación de los lenguajes tradicionales al lenguaje digital.
- Alimentar de contenido, de forma constante, a las redes sociales de CRTVG, convirtiéndolas casi directamente en su propio canal, a través del cual, consumir todo tipo de contenidos.
- Captar nuevas audiencias a través de las redes sociales que consuman los contenidos a través de la página web, sumándose así a la audiencia lineal, y creando una conversación social alrededor de los contenidos televisivos.

A continuación, se detallarán las estadísticas descriptivas básicas. En cuanto a los presupuestos, la CRTVG, en su portal de transparencia, en el apartado de "actividad corporativa", incluye la memoria anual de los presupuestos. De esta memoria, se desprende un presupuesto que fue, para el año 2019, de un importe de 109.165.000 euros, e incrementó dicho presupuesto para el ejercicio 2020, con un importe consolidado total de 111.213.000 euros. El incremento para 2020

se ve reflejado en las necesarias inversiones para afrontar la renovación tecnológica de la Corporación RTVG. Esta renovación ha afectado, sobre todo, a los formatos de emisión, a las tecnologías de producción y a los procesos de generación de contenidos y servicios. El crecimiento más dinámico de este presupuesto en el 2020 se experimenta en los espacios relacionados con los entornos digitales, destacando la realidad virtual y el vídeo OTT. En esta línea, las mayores partidas de crecimiento aparecen asociadas a los segmentos de vídeo OTT, con aumento del 14,8% del presupuesto, hasta llegar a los 234 millones de euros para el año 2022. Asimismo, la realidad virtual subirá un 37,9% del presupuesto hasta alcanzar los 387 millones de euros, en los próximos 5 años. Estos datos, extraídos de los presupuestos, ponen de manifiesto que los segmentos con más crecimiento son los coincidentes con el entorno digital. Dentro de esta política presupuestaria de la Corporación, en 2019, se destinó más de 48 millones de euros al desarrollo de productos digitales de conocimiento: contenidos y aplicaciones. De esta partida presupuestaria, 31 millones de euros fueron destinados a elaboración de contenidos audiovisuales gallegos y europeos.

Asimismo, el volumen de inversión tecnológica, en el bienio 2018-19, se cifra en 15 millones de euros, destinados principalmente a la dotación de una nueva redacción digital.

CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA, S.A.

PRESUPUESTO 2020: INVERSIONES EN DIGITALIZACIÓN

(Importes en euros)

- Euros-

INVERSIONES EN DIGITALIZACIÓN	CRTVG
DOTACIONES	
VÍDEO OTT	234.000.000
REALIDAD VIRTUAL	387.000.000
CONTENIDOS DIGITALES Y APPS	48.000.000
CONTENIDOS AUDIOVISUALES GALLEGOS Y EUROPEOS	31.000.000
NUEVA REDACCIÓN DIGITAL	15.000.000

Siguiendo con las estadísticas descriptivas básicas, los ingresos de CRTVG han tenido la siguiente evolución, en los últimos 8 años: En 2013, han sido de 97.212.000, lo que representa el 0,18% del PIB; en 2014, cayeron a 92.672.000, lo que representa el 0,17% del PIB; en 2015, siguieron su descenso a 91.539.000, que representa el 0,16% del PIB; en 2016, los ingresos remontaron a 95.909.000, que representa el 0,16% del PIB; en 2017, bajaron a 93.588.000, que representa el 0,15% del PIB; en 2018, continuaron su descenso a 91.891.000, que representa el 0,15% del PIB; en 2019, los ingresos incrementaron notablemente a 99.867.000 y en el año 2020, han seguido a la alza, con un total de 102.763.000.

En referencia a los gastos anuales por habitante y mes, los datos recabados en el período 2013-2018 son los siguientes: En 2013: 2,94; en 2014: 2,82; en 2015: 2,80; en 2016: 2,95; en 2017: 2,88 y en 2018: 2,84.

En cuanto a datos disponibles de plantilla de TVG, en el período 2013-2020, han sido los siguientes: En 2013: 957 empleados. Esta cifra se redujo a 953 empleados en 2014 y, desde 2015 hasta la actualidad, se mantiene una plantilla de 954 empleados. La plantilla de TVG por millón de habitantes, en el período 2013-2018, es la siguiente: En 2013 y 2014 es de 348; en 2015, incrementa a 350 empleados; en 2016, aumenta a 352 empleados, y en 2017 y 2018 se mantiene en 353 empleados.

Por último, el ranking de audiencia, en el período 2013-2019, es el siguiente: En 2013, del 11,8%; cae al 10,8% en 2014; en 2015 desciende levemente al 10,3%, para remontar muy escasamente en el 2016 al 10,7%. En 2017, asciende al 11,2%, pero en 2018 vuelve a caer notablemente al 10,6% y, en 2019, sigue su descenso al 10,2%, posicionándose en este año en su cifra más baja de audiencia.

Contexto autonómico

Según los datos recabados en la encuesta sobre equipamiento y uso de TIC en los hogares, en 2019, realizada por el INE (Instituto Nacional de Estadística), el equipamiento de productos TIC en las viviendas principales y el tipo de equipamiento es el siguiente, en los hogares gallegos.

Participan en la encuesta un total nacional de viviendas de: 16.451.384 y en Galicia el total de viviendas es de: 967.264, estando en la guinta posición a nivel nacional.

Con respecto al tipo de equipamiento, los datos en Galicia son los siguientes:

- Hogares con televisión: 99,5 (siendo el total nacional de 99,1).
- Hogares con ordenador (incluyendo netbooks, tablets, de mano, etc.): 73,3 (siendo el total nacional de 80,9).
- Hogares con teléfono móvil: 98,2 (siendo el total nacional de 98,5).
- Hogares con tablet: 47,0 (siendo el total nacional de 56,8).

En cuanto al acceso a internet en las viviendas principales en Galicia y la forma de conexión, los datos del INE son los siguientes:

- Viviendas con conexión de banda ancha: 99,3 (siendo el total nacional de 99,7).
- Viviendas con conexión de banda ancha por ADSL, red de cable o fibra óptica, vía satélite, WiFi público o WiMax: 76,2 (siendo el total nacional de 85,2).
- Viviendas con conexión móvil de banda ancha a través de un dispositivo de mano (teléfono móvil de últimas generaciones, vía modem USB o tarjeta en portátiles): 83,1 (siendo el total nacional de 83,9).

Con respecto a la evolución de datos de personas en el uso de Internet, en el período 2006-2019, encontramos los siguientes apartados, referidos a Galicia:

- 1) Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses: 84,0 (siendo el total nacional de 90,7).
- 2) Personas que han utilizado Internet diariamente (al menos 5 días a la semana): 67,1 (siendo el total nacional de 77,6).

En el apartado de habilidades digitales, en el uso de Internet o Software, por motivos particulares, sobre el total de personas encuestadas (de 16 a 74 años), participa una muestra en Galicia de 1.988.284 (siendo el total nacional de 34.910.798). Los datos del INE revelan lo siguiente en la Comunidad Autónoma de Galicia:

- 1) Sin habilidades: 2,4 (siendo el total nacional de 2,0).
- 2) Con habilidad baja: 31,1 (siendo el total nacional de 31,5).
- 3) Con habilidad básica: 21,4 (siendo el total nacional de 21,1).
- 4) Con habilidad avanzada: 29,0 (siendo el total nacional de 36,1).

Hay que tener en cuenta que el nivel de habilidades digitales se calcula como combinación de las actividades realizadas y los conocimientos informáticos, en base a la metodología de EUROSTAT.

En cuanto a los servicios de internet usados por motivos particulares, en los 3 últimos meses, la encuesta del INE, arroja los siguientes datos en Galicia:

- 1) Servicios de comunicación y acceso a la información, tales como participar en redes sociales (Facebook, Instagram...): 53,1 (siendo el total nacional de 58,6).
- 2) Otros servicios, tales como colgar contenidos propios (texto, fotos, música, vídeos...) en una página web para ser compartidos: 26,0 (siendo el total nacional de 31,3).

Por último, en referencia a la exclusión digital, según los datos del INE, el total de viviendas gallegas que no disponen de acceso a Internet es de: 106.944 (siendo el total nacional de 1.382.272).

Dentro de este contexto autonómico, es pertinente analizar particularidades, que en Galicia cobran especial relevancia con el tema lingüístico. En términos de cumplimiento de su misión de servicio público, CRTVG dispone de 7 canales que emiten programación las 24 horas, exclusivamente en idioma gallego. Estos canales son:

- 2 canales en digital, la TVG y TVG2
- 2 canales de TV vía satélite para el exterior, América y Europa.
- 3 canales de radio.

CRTVG tiene diversas misiones y como una de las primeras, consustancial a su existencia, es la promoción y normalización de su lengua oficial, el gallego, en el marco de preservación y actualización de su cultura. Entre las líneas estratégicas de la Corporación está la de introducir la lengua y la cultura gallegas en aquellas zonas donde esté menos presente y posicionar, tanto la lengua como la cultura de Galicia, en la red.

En los criterios rectores de la Dirección Editorial de CRTVG está promover la dinamización de la lengua y cultura gallegas y reforzar la identidad de Galicia. La Corporación tiene la

responsabilidad de ejercer como dinamizador en el uso de la lengua propia de Galicia entre el pueblo gallego.

Por tanto, la lengua de la Corporación es el gallego, sin perjuicio de la emisión de contenidos audiovisuales en lenguas extranjeras, en su versión original, con subtítulos en gallego. La expresión oral en lenguas diferentes, como cooficiales en Galicia, deberá contar siempre que sea posible con el correspondiente apoyo de subtítulos en gallego para la correcta comprensión del mensaje por el conjunto de la audiencia.

Por otra parte, iniciativas concretas para favorecer el desarrollo de la lengua gallega como #Instagal, que nació el 18 de diciembre de 2018, como un espacio participativo en Instagram para conocer los usos del gallego, fue reconocido con el Premio Paraugas de Comunicación y Marketing de Galicia, en la categoría de Mejor Proyecto Social Media.

En cuanto a si la lengua oficial de la comunidad, el gallego, condiciona o no la estrategia de digitalización de la cadena televisiva pública, hay que señalar que "el informe Xabarín", elaborado por A Mesa pola Normalización Lingüística, en abril de 2021, para analizar la oferta de las principales plataformas audiovisuales en este idioma, advierte de que ninguno de los diez canales temáticos infantiles y juveniles de las operadoras de TV ofrece contenido en lengua gallega. El estudio ha constatado que la lengua gallega está totalmente ausente de la oferta para esta franja de edad tanto en 'Movistar +', 'Vodafone TV', como en 'Orange TV'. Estas plataformas carecen de canales específicos en esta lengua mientras sí cuentan con una amplia propuesta en castellano.

Además, dentro de estas particularidades lingüísticas, CRTVG mantiene una intensa relación de colaboración con la Radio Televisión Portuguesa (RTP) para enmarcar diversos acontecimientos entre Galicia y Portugal en el campo audiovisual y que, en los últimos años, han dado como resultado coproducciones y programas conjuntos, con muy buena acogida tanto en Galicia como en Portugal. Una muestra de programa conjunto es "Aquí Portugal", en noviembre de 2019. El programa fue un éxito de audiencia, que sirvió para estrechar más los lazos entre las culturas gallega y portuguesa. Tuvo un share del 13,5% en Portugal y del 14% en Galicia, con un alcance total de 2 millones de personas.

En 2019, TVG emitió "Verao M", rodada en 2018 entre el Norte de Portugal y localizaciones gallegas, con un componente transfronterizo puro. CRTVG también ha comprado producciones portuguesas como la serie "Ouro verde" y coprodujo con RTP una serie de ficción "Auga seca", que fue grabada en el verano de 2019, entre Vigo y Lisboa.

Destaca también "O sabor das margaridas", como la primera serie de la Corporación RTVG en la plataforma Netflix, con versión original en gallego.

A la vista de todo este escenario expuesto anteriormente, sí que existe un compromiso de CRTVG para el desarrollo de una sociedad de la información inclusiva y así lo manifiesta dentro de los criterios rectores de la Dirección Editorial, en su artículo 21, titulado: Contribución al desarrollo de la sociedad de la información. Dice lo siguiente: "La Corporación CRTVG, en su función de servicio público, contribuirá al desarrollo de la sociedad de la información, participando en el progreso tecnológico y comprometiéndose a crecer con ella y ser un referente de la modernidad, con especial atención a la investigación con implantación en Galicia, y fomentando el uso de diferentes tecnologías y formas de difusión. Continuará desarrollando

nuevos servicios conectados e interactivos, a través de ofrecer servicios de información en línea y fomentará la participación ciudadana en la creación de información y vida pública".

En el Mandato Marco de la Corporación RTVG, de 16 de Diciembre de 2015, se especifica que dicho Mandato Marco se configura como un instrumento de orientación estratégica para desarrollar el servicio público audiovisual de Galicia, adaptándolo a los cambios tecnológicos, económicos y de usos sociales que imponen la evolución de la sociedad de la información y del conocimiento, las políticas audiovisuales europeas y nacionales, las directivas comunitarias de servicios audiovisuales y la Agenda Digital 2020. En el Capítulo III de este Mandato Marco, sobre innovación, investigación y desarrollo del servicio público de RTVG, en su artículo 32, sobre Nuevas Tecnologías dice: "La Corporación RTVG contribuirá al desarrollo de la sociedad de la información y participará en el progreso tecnológico en I+D+i. El Contrato Programa fijará el porcentaje anual destinado a I+D+i sobre su presupuesto operativo".

Principios generales de la estrategia de digitalización

Del Informe de Gestión de 2019, CRTVG señala que en el momento actual, la transformación digital está acelerando los avances tecnológicos y los nuevos hábitos de consumo. Estos factores hacen que la Corporación revise sus estrategias del lado de los ingresos tradicionales y establezca acciones que procuren nuevas alternativas de negocio. En el marco de un escenario expansivo, hay 3 aspectos que afectan a la compañía: convergencia, en el sentido de que se tienen que desarrollar nuevos modelos de negocio basados en la relación directa con el usuario; conexión con el consumidor, de cara a colocarlo en el centro de sus estrategias. Se deben procurar nuevas fuentes de crecimiento de ingresos, con el cambio a un modelo de plataformas y personalización. El crecimiento más dinámico se experimenta en los espacios relacionados con los entornos digitales, destacando la realidad virtual y el vídeo OTT.

La Corporación RTVG, precisa de una constante actualización tecnológica en cuanto:

- La consideración de la Red, de banda ancha, como canal principal de transmisión.
- La capacidad de adaptarse al ajuste inminente del espacio radioeléctrico para la TDT y la TV por satélite.
- La capacidad de recepción de los contenidos por los distintos dispositivos de recepción disponibles en el mercado, siendo especialmente relevante adaptarse a introducir la tecnología 5G. En 2019 se avanzó para adherirse a muy corto plazo a esta tecnología 5G.
- El incremento de las posibilidades de interacción con el público, y mediante las redes sociales.
- La formalización de una oferta articulada, combinando canales programados y contenidos por catálogo, accesibles para el consumo convencional simultáneo a la emisión o al diferido, en este caso en línea y previa descarga.

Por tanto, se abre paso a una nueva organización productiva, asentada en el sistema de producción digital y enfocada en colocar a la audiencia en el centro de la actividad de CRTVG. Se están produciendo cambios en el modelo de gestión y en la estrategia de producción de cara a definir, organizar y racionalizar el tráfico de contenidos que produce la Corporación con destino a los distintos canales y formatos.

La Corporación, en 2019, se convirtió en el primero de todos los operadores de TV en España con más de un canal que emiten todos ellos en alta definición- HD. En febrero de 2019, las retransmisiones del primer y segundo canal, TVG y G2 pasaron a HD. Tras las pruebas iniciales, el nuevo servicio se hizo público el 26 de marzo. También han comenzado los trámites para cambiar a HD el canal TVG Europa.

Por otra parte, CRTVG está actualmente trabajando en los 4 vectores que la Estrategia Digital de Galicia 2030 determina que debe tener una empresa pública: igualdad digital, foco en las personas, impulso de un ecosistema digital fuerte y liderazgo digital.

En estos principios generales de la estrategia de digitalización hay que abordar 3 de ellos y comprobar si CRTVG los cumple. Son: la <u>inclusión</u>, promoviendo el acceso universal a la oferta de contenidos digitales; la <u>transparencia</u>, ofreciendo datos asociados a su función de servicio público, con libre acceso para que administraciones y grupos interesados puedan consultarlos y reutilizarlos, y la <u>participación</u>, fomentando y facilitando la participación de la ciudadanía en la producción de contenidos.

En cuanto a la <u>inclusión</u>, en el Mandato Marco se especifica que es parte de la función de servicio público de la Corporación RTVG la producción, edición y transmisión de un conjunto de canales de radio, TV y servicios de información en línea con una programación diversa y equilibrada para todo tipo de público, que abarcará los diferentes géneros, diseñada para satisfacer las necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad y promover la revitalización de la lengua gallega, fortalecer la identidad de Galicia y promover la cultura gallega. Asimismo, la Corporación RTVG ofertará una amplia difusión de distintas expresiones culturales, tanto en el ámbito gallego como nacional e internacional, prestando especial atención a la realidad actual de Galicia y de sus ciudadanos, así como al legado histórico, cultural, lingüístico y social de Galicia.

La programación informativa debe constituir el eje fundamental de su oferta. A tal respecto, RTVG presentará una oferta programática destinada al entretenimiento de calidad para todos los ciudadanos.

La Corporación RTVG ofrecerá a la ciudadanía, a través de los distintos medios y soportes tecnológicamente adecuados, un número suficiente de plataformas para diferenciar e identificar los contenidos y público objetivo al que se dirige.

La Corporación RTVG mantendrá una oferta televisiva generalista que tendrá como contenidos básicos la información, la cultura, el deporte, el entretenimiento y la programación dirigida a la infancia.

La Corporación RTVG está comprometida en mejorar sus servicios a la audiencia. La mejora implica a todo el dispositivo de emisión y de producción, suponiendo la incorporación de nuevos programas en la parrilla, la mejora de la producción y la visualización de contenidos informativos y una insistencia en apostar por la emisión a través de canales digitales.

En cuanto a la transparencia, en el Mandato Marco de la Corporación RTVG, se dispone en el artículo 17 que se establecerán medidas para garantizar la transparencia de su actividad, de acuerdo con la normativa vigente. A tales efectos, la Corporación publica de manera periódica y actualizada la información cuyo conocimiento es relevante para garantizar la transparencia de su actividad, desde el punto de vista de dar cuenta de su funcionamiento y del control de su

actuación pública. Este mismo imperativo se recopila dentro de los criterios rectores de la Dirección Editorial de CRTVG, en el artículo 23.

En la línea de comunicación y accesibilidad de CRTVG, su portal de transparencia, visible en su web corporativa, ha sido en 2019 la herramienta básica que tiene la sociedad gallega para encontrar información sobre el funcionamiento y coste de los medios públicos gallegos.

Este portal de transparencia se organiza en 4 grandes secciones: 1) la información institucional (organigrama, definición estratégica, anuncios corporativos y referencias legales); 2) la actividad corporativa (presupuestos, contratos y planes de actuación); 3) la responsabilidad social (acciones de Responsabilidad Social Corporativa y autorregulación) y 4) el área de interacción con los usuarios, ligada también al Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma.

El portal es accessible en: http://www.crtvg.es/crtvg/portal-de-transparencia

En el año 2020, en el núcleo de la actividad de la Corporación, estaba el impulso de acciones encaminadas a incrementar la transparencia en sus objetivos y sus líneas de actuación. En esta línea, la Corporación deberá hacer explícitos los objetivos de actuación de la organización, permitiendo su seguimiento mediante informes de progreso y facilitando el acceso a éstos. Asimismo, deberá promover, en clave de la transparencia, un sistema de medición de resultados y de auto-evaluación de todas las áreas de la estructura corporativa como práctica normalizada del seguimiento de su gestión.

En cuanto a la <u>participación</u>, la Corporación RTVG se comprometió, en los últimos 6 meses de 2019, a poner en marcha una plataforma OTT propia, que de servicio a la audiencia, ofertando contenidos interactivos, con especial interés a los protocolos de la Redes IP, Internet y el uso a través de dispositivos de movilidad.

Referente a la interacción con su público y usuarios, la Corporación, además de mantener en su web corporativa, en el Portal de Transparencia, una sección permanente de "preguntas frecuentes", recibió y respondió 1678 correos del público en 2019 -frente a 1623 en el 2018- a través del "Buzón de Galicia". Desde el Departamento de Proyección Social, y mediante una serie de diferentes correos electrónicos como info@crtvg.gal y prensacrtvg@crtvg.gal, se gestiona diariamente un servicio de atención al público para canalizar demandas, peticiones, dudas y quejas a la Corporación. Estos canales de comunicación conforman su línea básica de diálogo con la audiencia.

Las comunicaciones de usuarios que se reciben se clasifican en tres conjuntos, que son: 1) petición de información, de cesión de material audiovisual y solicitudes de participación en programas, además de comentarios sobre los programas y los servicios en línea; 2) sugerencias y 3) quejas que se analizan y se les da una respuesta. Todas estas peticiones del público se tramitan internamente y se derivan a los departamentos correspondientes.

Recursos digitales

En cuanto a los contenidos de RTVG, la Corporación pretende formalizar una oferta articulada combinando canales programados y contenidos por catálogo, accesibles para el consumo convencional simultáneo a la emisión o al diferido, en este caso en línea y previa descarga.

Desde el punto de vista de la oferta y su relación con el servicio público, RTVG sustenta una política de contenidos:

- Que singularice la oferta propia distinguiéndola de las grandes plataformas privadas trasnacionales.
- Que se capten y consoliden otros segmentos de la población con intereses específicos, ampliando la penetración social de productos de la Corporación a otros grupos sociales.
- Que se privilegie la elección de contenidos a voluntad del receptor en cuanto al momento y medio de recepción, así como la inter-actividad.
- Que constituya la vanguardia de la presencia de la lengua y cultura de Galicia, con las implicaciones económicas y sociales que esto supone, en el espacio digital, teniendo presente el valor estratégico de las actividades de generación de contenidos.

Además, en el año 2019, la Corporación consolidó nuevos formatos de difusión digital de contenidos, como el inicio del proyecto DicoMindset y la creación de canales temáticos específicos como "deporte360.gal", destinado a contenidos de deporte base, deporte femenino y deportes alternativos.

En cuanto a las líneas estratégicas que la Corporación adopta en referencia a sus contenidos digitales, son las siguientes:

- Atraer a públicos y generaciones que, aunque tradicionalmente estaban poco representadas en la audiencia de CRTVG, cada vez encuentran más contenidos de interés, tanto en la televisión lineal, como en los contenidos que se encuentran en los canales paralelos de la Corporación.
- Brindar servicios a la comunidad educativa.
- Incrementar el valor agregado del patrimonio audiovisual, preexistente en CRTVG, con costes moderados, dándole trayectoria digital.
- Posicionar a CRTVG como pionera en proyectos de contenidos digitales. Una de las tareas más destacadas de este último año es que se ha conseguido darle una segunda vida a los contenidos a través de la readaptación al lenguaje digital de los contenidos lineales.

CRTVG está presente en la web, haciéndola accesible, a partir de su sitio web corporativo www.crtvg.gal, generando nuevos contenidos y productos específicamente para las nuevas plataformas y tecnologías que incentivan la interacción con el público.

En el año 2019, aumentaron las visitas al sitio web crtvg.gal en un 6%, así como el número de usuarios, que llegó al 9%. En este mismo año, también se produjo un importante aumento del 24% de visitas a crtvg.gal a través de las redes sociales, respecto a 2018. Por tanto, en cifras, el portal web de la Corporación, www.crtvg.gal, remató 2019 con 11.925.241 visitas; 4.219.832 usuarios y 30.952.595 páginas vistas.

La edad de los usuarios de la web crtvg.gal está repartida como sigue: 3% en el tramo juvenil, entre 18-24 años; un 22% entre 25 y 34 años; un 30% en el tramo entre 35 y 44 años; un 21% entre 45 a 54 años; un 16% de 55 a 64 años y un 9% son usuarios mayores de 65 años. El 53% de visitas son de mujeres y el 47% son visitas de hombres.

Asimismo, en 2019, por término medio, 745.000 personas consumieron diariamente contenidos a través del portal web de la Corporación. En términos de contenido disponible en la web, se visualizaron 32 millones de páginas a lo largo del año, en los canales digitales de la Corporación, mientras que 350.000 personas seguían a diario programas en las redes sociales.

En cuanto a la estructura de la página web de la Corporación se divide en los siguientes apartados:

- Portada.
- TVG
- G24 Noticias.
- RG (Radio Galega).
- Deportes.
- #Cultura 365.
- O Tempo.
- Xabarín (programación infantil y juvenil).
- Directos.
- CRTVG.

A su vez, toda la información de la Corporación, contenida en el apartado CRTVG, se divide en:

- Presentación.
- CRTVG Viva.
- Portal de Transparencia.
- AcciónsG.
- Canales Temáticos.
- Blogs.
- Cámaras web.
- Apps.
- Contacta.

En referencia a la audiencia digital, y como parte de las acciones del proyecto CSO2017-82277-R, la gestión económica firmó un contrato de suministro de datos sobre audiencias digitales con la firma Comscore. La métrica utilizada es MMX Multi-Platform y Video Metrix. Comscore presenta sus datos en tres grupos: Total Digital Population (TDP), en referencia a la población digital total, Desktop, en referencia a los equipos informáticos de sobremesa, y Mobile, referente a los dispositivos móviles.

- En cuanto a TDP (Total Digital Population), CRTVG comenzó en mayo de 2019 con 395.000 visitantes únicos, para acabar en abril de 2020 con 494.000 visitantes únicos. El salto

considerable se produce de febrero de 2020, con 359.000 visitantes únicos, a marzo y abril de 2020, meses marcados por el confinamiento que impuso el Covid-19 en los hogares españoles y que disparan las cifras, siendo de 449.000 visitantes únicos en marzo de 2020 y de 494.000 visitantes únicos en abril de 2020. Similar comportamiento mantiene el sitio web CRTVG.ES, que comienza en mayo de 2019 con 395.000 visitantes únicos para dispararse las cifras en marzo de 2020, con 437.000 visitantes únicos y 478.000 visitantes únicos en abril de 2020. La cuenta TelevisiondeGalicia@YouTube no ofrece datos hasta marzo de 2020, con 16.000 visitantes únicos, incrementando a 19.000 en abril de 2020, coincidiendo estos meses con el confinamiento por la pandemia. En el período comprendido entre marzo de 2019 y abril de 2020, el promedio mensual es el siguiente: CRTVG, con 369.000 visitantes únicos mensuales; CRTVG.ES, con 366.000 visitantes únicos mensuales y TelevisiondeGalicia@YouTube, con 17.000 visitantes únicos mensuales. Si se comparan la media de visitantes únicos del primer trimestre de la serie con la media del último trimestre de la serie se observa un crecimiento del 11%. Los sitios en internet y cuenta en YouTube de la Corporación obtuvieron en abril de 2020 un 1.1% de la audiencia total de Internet en España durante el período estipulado. Considerando las televisiones públicas españolas, CRTVG ocupa en este apartado el puesto 22 del ranking.

- En cuanto a Desktop (ordenadores), CRTVG comenzó en mayo de 2019 con 72.000 visitantes únicos, para acabar en abril de 2020 con 91.000 visitantes únicos. El salto considerable se produce de febrero de 2020, con 46.000 visitantes únicos, a marzo y abril de 2020, los meses del confinamiento, que disparan las cifras, siendo de 93.000 visitantes únicos en marzo de 2020 y sufre una ligera bajada a 91.000 visitantes únicos en abril de 2020. Similar comportamiento mantiene el sitio web CRTVG.ES, que comienza en mayo de 2019 con 72.000 visitantes únicos para dispararse las cifras en marzo de 2020, con 81.000 visitantes únicos, coincidiendo con el inicio de la pandemia y, sufre un descenso de 74.000 visitantes únicos en abril de 2020. La cuenta TelevisiondeGalicia@YouTube no ofrece datos hasta marzo de 2020, con 16.000 visitantes únicos, incrementando a 19.000 visitantes en abril de 2020, coincidiendo estos meses con el confinamiento por la pandemia. En el período comprendido entre marzo de 2019 y abril de 2020, el promedio mensual es el siguiente: CRTVG, con 62.000 visitantes únicos mensuales: CRTVG.ES, con 60.000 visitantes únicos mensuales y TelevisiondeGalicia@YouTube, con 17.000 visitantes únicos mensuales. Si se comparan la media de visitantes únicos del primer trimestre de la serie con la media del último trimestre de la serie se observa un crecimiento del 25%. Considerando las televisiones públicas españolas, CRTVG ocupa en este apartado el puesto 28 del ranking.
- En cuanto a Mobile (dispositivos móviles), CRTVG comenzó en mayo de 2019 con 328.000 visitantes únicos, para acabar en abril de 2020 con 415.000 visitantes únicos. El salto considerable se produce de marzo de 2020, con 368.000 visitantes únicos, a abril de 2020, que se disparan las cifras, a 415.000 visitantes únicos. Similar comportamiento mantiene el sitio web CRTVG.ES, que comienza en mayo de 2019 con 328.000 visitantes únicos para dispararse las cifras en abril de 2020, con 415.000 visitantes únicos. En el período comprendido entre marzo de 2019 y abril de 2020, el promedio mensual, tanto para CRTVG como para CRTVG.ES, es de 313.000 visitantes únicos mensuales. Si se comparan la media de visitantes únicos del primer trimestre de la serie con la media del último trimestre de la serie se observa un crecimiento del 9%. Considerando las televisiones públicas españolas, CRTVG ocupa en este apartado el puesto 21 del ranking.

Con respecto a la métrica Video Metrix de Comscore, es una estadística importante para dimensionar la capacidad que tienen las televisiones públicas para captar la atención de la audiencia mediante la difusión de contenidos de vídeo en sus plataformas digitales. Por ejemplo, los sitios propiedad de TVG recibieron en abril de 2020 un total de 493.990 visitantes únicos (Multi-Platform Media Trend Report), mientras que los espectadores únicos de vídeos de TVG en ese mes (Video Metrix Media Trend Report) fueron menos de la mitad, 190.926, que vieron 1,6 millones de vídeos. Según estos datos, la ratio de vídeos vistos por espectador único es de 8.

Además, el sitio web de TVG recibió más visualizaciones de vídeos, en abril de 2020, con un total de 907.000 vídeos vistos, que el canal de YouTube, con 714.000 vídeos vistos. El terminal preferente para acceder a visualizar los vídeos es el móvil, con 1,325 millones de vídeos vistos, en abril de 2020, frente a 342.000 vídeos vistos en el ordenador, en el mismo mes.

Otros datos a considerar relevantes en cuanto a la audiencia, es que TVG alcanzó una cota de audiencia media del 9,2% en el conjunto del día a lo largo del año 2019. Este dato posiciona a TVG como la segunda en cota de pantalla de un operador autonómico en todo el Estado. En horario de prime time, ésta aumenta hasta el 9,5%, siendo la tercera en posición comparativa con el resto de canales autonómicos. Además, en cuanto a la información general diaria, TVG es el canal con la audiencia media más elevada en Galicia. La franja informativa del medio día acapara 119.000 telespectadores de audiencia media y una cota del 19,3%.

En referencia a las redes sociales, CRTVG tiene actualmente presencia en Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. De todas ellas, cabe destacar el crecimiento de Instagram y el incremento de seguidores en la cuenta de Youtube. Facebook es la red social con mayor alcance de usuarios, llegando a la cota del 75%, seguido de Twitter con 20%, y de Instagram con 5%. Hay que tener en cuenta que Instagram es la red más nueva de CRTVG, con poco menos de un año de vida, que logró superar la barrera de los 30.000 seguidores, todo un mérito para esta red en su primer año de andadura, con perfil marcadamente juvenil y adolescente.

Por tanto, CRTVG cuenta con:

- 1. Tres páginas oficiales en Facebook:
 - . CRTVG: http://www.facebook.es/crtvg
 - . Televisión de Galicia: https://www.facebook.com/televisiondegalicia
 - . Radio Galega: https://www.facebook.com/aradiogalega
- 2. Tres cuentas oficiales en Twitter:
 - . CRTVG: http://twitter.com/crtvg
 - . TVG: http://twitter.com/tvgalicia
 - . RG: http://twitter.com/radiogalega
- 3. Un canal en Youtube: youtube.com/tvg

En el entorno específicamente marcado por la digitalización funcional plena, en 2019, se intensificó la explotación multimedia de contenidos y la interacción con el público mediante las redes sociales, al tiempo que se normalizó la interacción de contenidos específicos para Youtube e Instagram, y se incrementó el rendimiento de las Apps. De esta forma, hubo contenidos que

provocaron conversaciones en las redes sociales y que consiguieron plasmarse en la emisión lineal de estos programas. Es el caso de programas como "Land Rober Tunai Show" o "Luar", que tienen mucha vida, sobre todo en Twitter e Instagram, y que interaccionan con los usuarios a través de concursos y votaciones. Ambos dos productos consiguieron ser *trending topic* en España.

Asimismo, en 2019, para dar respuesta al incremento de las redes sociales, se creó un Departamento de Extensión Audiovisual, que coordina la presencia en las redes de contenidos de entretenimiento y trabaja para acercarse al público más joven que usa canales digitales y consume contenidos a la carta, a través de los dispositivos móviles.

La evolución de los datos en las redes sociales, en cuanto a seguidores y publicaciones o aportaciones de los usuarios, en el período comprendido entre agosto de 2019 y abril de 2020 es la siguiente, ordenada por orden creciente:

Seguidores de las redes sociales

Agosto de 2019

1) Facebook: 166.786 seguidores.

2) Twitter: 158.647 seguidores.

3) Youtube: 33.525 seguidores.

4) Instagram: 32.432 seguidores.

Abril de 2020

1) Facebook: 175.996 seguidores.

2) Twitter: 169.526 seguidores.

3) Instagram: 44.794 seguidores.

4) Youtube: 44.551 seguidores.

Aportaciones o publicaciones

Agosto de 2019

1) Twitter: 164.356 publicaciones.

2) Youtube: 3.363 publicaciones.

3) Instagram: 1.137 publicaciones.

Abril de 2020

1) Twitter: 191.500 publicaciones.

2) Youtube: 4.121 publicaciones.

3) Instagram: 1.709 publicaciones.

Existe una cuenta específica de noticias en Twitter, G24 Noticias, que en abril de 2020 tenía 6.559 seguidores y 24.200 Tweets.

En cuanto a las aplicaciones móviles, CRTVG tiene 3 apps, disponibles en Appstore y Google Play: 1) App de CRTVG: contiene la programación, los programas, etc.; 2) Xabarín: es la TVG infantil, con la programación y juegos educativos; 3) Pasouoquepasou.crtvg: permite visualizar el archivo en línea de TVG.

La evolución de los datos de las descargas de las aplicaciones móviles en Google Play, desde agosto de 2019 a abril de 2020, es la siguiente:

Descargas agosto 2019

1) CRTVG Informativos y Directos: + de 50.000

2) Xabarín TVG Infantil: + de 5.000

3) TutuGalegoEducativo: + de 100

Descargas abril 2020

1) CRTVG Informativos: + de 50.000

2) Xabarín TVG Infantil: + de 10.000

En el año 2020, se confirma un aumento progresivo del consumo de la televisión en Galicia a través de los dispositivos móviles, que ya es del 71% de usuarios.

En cuanto al archivo digital en línea de TVG, pasouoquepasou.crtvg, su objetivo es facilitar el acceso a los contenidos de archivo de los medios públicos gallegos, adaptándolos a Internet.

El archivo audiovisual de la Corporación RTVG es el testimonio más importante de la Historia de los últimos 35 años de Galicia. Además, es la principal fuente documental audiovisual de acontecimientos informativos de ese período. Por eso, la Corporación pone a disposición de la ciudadanía, en abierto, la plataforma de consulta denominada pasouoquepasou y se puede acceder a ella a través de su sitio principal en la red: crtvg.gal. Para la utilización profesional de este archivo, la empresa tiene establecida una línea de negocio consistente en la venta de imágenes, sujeta a tarifa.

En 2019, se puso en marcha el nuevo sistema de clasificación de los fondos audiovisuales. El archivo de CRTVG acometió la digitalización plena de sus fondos, estableciendo dos vías de trabajo internas: la digitalización bajo demanda y la digitalización planificada. A partir de octubre de 2019, el préstamo interno de cintas para la producción, procedentes del archivo, fue perdiendo importancia en favor de las descargas de imágenes existentes en el nuevo archivo digital.

Pasouoquepasou.crtvg acabó el año 2019 con 84.745 páginas vistas, 10.232 usuarios y 12.810 visitas.

En referencia a las plataformas digitales, desde el año 2020, más de 60 series autonómicas se emiten en las principales plataformas de streaming. "Auga Seca" es la segunda producción de TVG que lleva la lengua gallega a la plataforma digital HBO, después de "O sabor das margaridas", que fue todo un éxito internacional en Netflix desde 2019. Otros títulos como "'El último show', "Merlí", "Cites", "Les de l'hoquei", "La víctima número 8", "La sala" o "'Treufoc" se encuentran disponibles tanto en Netflix como en los catálogos de otras plataformas como HBO, Amazon Prime Video o Filmin.

Además, otras producciones de TVG, como la serie de ficción histórica "Vidago Palace" llegó en 2020 a HBO y "Matalobos", serie que se firmó, también en 2020, la venta de la primera temporada a la plataforma de los Estados Unidos y América Latina Ocean New Media. "Hotel Almirante", basada en la novela homónima de la escritora Marta Rivera de la Cruz, que llegará a una plataforma SVOD, con sede en Estados Unidos, y "Tres camiños", producción internacional en la que participa TVG, que podrá verse en Amazon Prime Video a comienzos de 2021. En el ámbito del público infantil, la serie "As aventuras de Minchi", se verá en una plataforma OTT en China.

En cuanto a las producciones de contenido nativo digital, la primera serie de ficción de la cadena, que ha sido éxito internacional en Netflix desde 2019 es "*O sabor das Margaridas*". La segunda producción de TVG, "*Auga Seca*", disponible en la plataforma HBO, pretende seguir extendiendo la lengua y el audiovisual gallego por los mercados internacionales. Filmada originalmente en gallego y portugués, lleva esta lengua a una plataforma digital. Vista en más de 180 países y subtitulada a 30 idiomas, se destaca entre las series de ficción más vistas en 2019 en Reino Unido e Irlanda. Una producción que ya cuenta con una segunda temporada, emitida en TVG, que también estará disponible en esta plataforma.

Mas series de producción propia, se encuentran la serie de ficción histórica "Vidago Palace", y otras como "Matalobos" y "Hotel Almirante".

Entre los programas que ofrecen contenido extra para el mundo digital, cabe destacar el proyecto "Un país en 360", que habla del patrimonio gallego. En este caso, además del programa emitido en lineal, cada capítulo lleva aparte 6 piezas para emitir en el canal de Youtube de TVG. En cada uno de los episodios de emisión lineal, se ha añadido la experiencia de incluir un código QR en la pantalla, para facilitar el acceso de los espectadores al canal de Youtube, en el que se han incluido vídeos de realidad virtual.

Asimismo, dentro del compromiso de la cadena contemplado en su Mandato Marco, está que la Corporación RTVG impulsará su propia producción en su programación, de manera que cubra la mayor parte de los programas emitidos en canales generalistas. Establecerá, al menos, el 50% de producción interna en el ámbito de la televisión. Y la cadena no podrá ceder a terceros la realización y edición de los programas informativos. También destaca la apuesta de la cadena por contenido propio, elaborado especialmente para las redes sociales como Instagram y Youtube, que tuvieron un significativo incremento de seguidores, de un 34% a un 45%, en el año 2019. La Ley de Medios Públicos de Comunicación Audiovisual de Galicia, Ley 9/2011, de 9 de noviembre, también contempla el fomento de las producciones y retransmisiones audiovisuales propias, que contribuyan a la proyección de Galicia en el exterior.

Hay que señalar también, que en 2019, se produjeron contenidos propios, desde el Área de Extensión Audiovisual de la cadena, en días señalados como el Día de las Letras Gallegas, el Día de la Mujer, Carnaval o la Gala del Mestre Mateo.

Por tanto, el año 2019, fue el de la consolidación en la digitalización de los procesos de producción y gestión de materiales, en el Área de Contenidos. De este modo, los programas de producción propia interna utilizaron a pleno rendimiento la nueva plataforma de producción digital. Un ejemplo de programa pionero en utilizar la plataforma digital fue "Vivir aquí", a finales de 2018. Los programas de producción propia externa también adecuaron sus parámetros a las nuevas exigencias de la plataforma digital.

Dentro de la oferta de contenidos interactivos y transmedia, el nuevo sistema de producción digital implicó nuevas cualidades en los vídeos bajo demanda (servicio a la carta), y en el consumo de directos "LIVE". La mejora de la calidad en la web de los contenidos de vídeo (LIVE y VoD) ha sido gracias al proceso de digitalización de la Corporación RTVG, y supuso una mejora sustancial del servicio público que se ofrece en internet a los gallegos. De esta forma, el consumo de streaming tuvo un incremento del 9% con respecto a 2018, con 10.681.944 usuarios únicos, en total 71.472 más que en 2018.

En el entorno específicamente digital en 2019, resultado de la digitalización funcional plena, se intensificó la explotación multimedia de contenidos y la interacción con el público mediante redes sociales, al tiempo que se normalizó la interacción de contenidos específicos para Youtube e Instagram, y se incrementó el rendimiento de las Apps. También en 2019, se comenzaron a producir gifts, memes y stickers, como formas de adaptación al nuevo lenguaje interactivo audiovisual.

Ejemplos de contenidos interactivos están los siguientes: #instagal, que consiste en pequeñas historias relacionadas con la lengua gallega, que sigue en la parrilla televisiva desde 2019, creando los contenidos a partir de las respuestas de sus seguidores. También, en 2019, nace #Xabafío, para recuperar la historia de los videoclips y encabezados del Xabarín Club, para los seguidores infantiles y adolescentes, que se cuentan en forma de historias a través de Twitter. Por último, #BotandoManDoArquivo nace con la premisa de mostrar a la audiencia imágenes de archivo de CRTVG, y que obtuvo una fuerte acogida entre sus seguidores.

Participación

En cuanto a la política de privacidad, CRTVG en su web corporativa, se refiere en el apartado: "aviso legal y política de privacidad", a que los datos que cualquier usuario proporcione durante su acceso a la página web corporativa y a sus respectivos dominios, serán tratados en base a los siguientes criterios:

- La responsabilidad en el tratamiento de esos datos la representa como titular la entidad CRTVG.
- Todos los datos personales que se le solicitan al usuario, mediante la web u otro soporte, son obligatorios, no siendo posible el registro en el sitio web si no se facilitan los datos completos, sin prejuicio de que se podrá visualizar libremente el contenido del sitio web.
- Estos datos personales, facilitados por los usuarios, serán tratados con la siguiente finalidad: hacer efectivo el registro del usuario para permitirle el acceso a los productos y servicios de la Corporación. En el caso del uso de la Aplicación CRTVG, y siempre que exista un consentimiento expreso y se active la función de geolocalización en el dispositivo, se tratarán los datos relativos a la ubicación del dispositivo desde el que el usuario accede a la aplicación. Estos datos relativos a la geolocalización se utilizarán para conocer en qué zonas geográficas se utiliza más la aplicación, así como para conocer el perfil del interesado que utiliza esta información y la derivada de la relación entre el usuario y CRTVG, para ofrecer publicidad personalizada, propia de la CRTVG.
- En cuanto a los plazos de conservación de los datos personales se conservarán mientras se mantenga la relación con el usuario o hasta que ejercite su derecho de oposición y cancelación de datos.

También se ofrecen extensamente las condiciones de uso de la página web, de los blogs y comentarios en las redes sociales, así como las condiciones de uso del servicio de mensajería y los requisitos para el envío de material audiovisual a la Corporación. Puede consultarse en: http://www.crtvg.es/aviso-legal-e-politica-de-privacidade

Por otra parte, dentro del Portal de Transparencia de la Corporación, hay un apartado de "Interacción con usuarios". Allí se despliegan 6 pestañas, consistentes en:

- 1) "Contacta": A través del Buzón da Galega, se pueden depositar comentarios, sugerencias e incidencias técnicas, por 3 vías de contacto: Por email: info@crtvg.es; por teléfono: +34 981 540640, y por correo postal: Corporación Radio e TV de Galicia. Bando- San Marcos. 15820 Santiago de Compostela (A Coruña). No existe un formulario específico de quejas y sugerencias en la web corporativa.
- 2) "Preguntas frecuentes", con un compendio de las preguntas más comunes que pudieran tener los usuarios, directamente ya respondidas por la Corporación.
- 3) "Directorio", con todo el organigrama de la Corporación.
- 4) "Información comercial" y datos de contacto para los anunciantes.
- 5) "Servicio de documentación", con datos de contacto.
- 6) "Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma", con un link a ese portal.

En abril de 2016, CRTVG puso en marcha un servicio de mensajería "Gcontigo", para tener un contacto más cercano con la audiencia. Es un servicio personalizado, para que los usuarios puedan seleccionar qué tipo de información quieren recibir y de qué areas. Gcontigo es una nueva forma de recibir información de interés a través del móvil, en las apps o por el whatapp. Los usuarios pueden recibir información de actualidad, deportes, la programación de TVG, etc. Para darse de alta en el servicio hay que entrar en la web www.gcontigo.gal, y anexar el teléfono que aparece, como un nuevo contacto de la agenda del móvil.

Innovación

El 31 de enero de 2019, aparecía en *Extradigital* la noticia de que CRTVG, Amtega (Agencia para la Modernización Tecnológica de Galicia) y el operador gallego R se unían para fomentar el desarrollo de contenidos digitales. TVG patrocina un reto centrado en el análisis de "big data", aplicado al consumo televisivo. Según Xosé Pereira, Director del Área de Innovación y Negocio de RTVG, el objetivo es conocer el comportamiento de los usuarios en relación con los medios de comunicación en Galicia y también en otros productos audiovisuales, como los videojuegos. Con este reto se buscan ideas para recoger, ordenar y aprovechar los datos de cara a un consumo televisivo inteligente que nos permita tomar "decisiones informadas". Pereira ha explicado que, para la realización de este reto, la CRTVG pondrá a disposición de los elegidos los sistemas de medición de audiencias de la corporación o de sus canales digitales.

Asimismo, en el informe sobre el estado de la información financiera y verificación, correspondiente al ejercicio de 2019, se señaló que la Corporación, durante ese año, ha continuado trabajando en la construcción de "Data Hub", el primer conector de datos del audiovisual de Galicia, que va a permitir a todos los actores de los sectores TIC y audiovisual, entender mejor a su público.

En cuanto a aplicaciones de realidad virtual, en diciembre de 2019, CRTVG presentó en su sección de Culturgal, un nuevo programa "*Un país en 360*", una experiencia de realidad virtual, grabado con cámaras 360, que utiliza la tecnología para acercar a los espectadores el patrimonio

natural y monumental. Se descubre Galicia de forma inmersiva, porque el público está en el centro de la acción. Con la ayuda de lentes de realidad virtual, los espectadores pueden situarse en el centro de lugares emblemáticos, pudiendo mirar en todas las direcciones. Como apoyo, este programa incluye una serie de vídeos en diferentes formatos de realidad inmersiva.

Asímismo, CRTVG instaló un estudio virtual de informativos, donde los visitantes tienen la posibilidad de convertirse, por un momento, en presentadores de un telediario y reflejarse en una pantalla de gran formato, con un decorado característico de un informativo de TVG.

En diciembre de 2011, TVG inició las pruebas de TV conectada, bajo el estándar europeo HbbTV. El director general de la Corporación, Alfonso Sánchez Izquierdo, aseguró ante el Parlamento Gallego que CRTVG estaba en condiciones de aplicar esta nueva tecnología. En este proyecto TVG ha colaborado con Albertis y Telefónica.

En cuanto al desarrollo de aplicaciones para asistentes controlados por voz, el 14 de enero de 2020 la Corporación anunciaba que Radio Galega se iba a poder sintonizar, a través de la voz, con el asistente virtual Alexa. En abril de 2020 se anunciaba que todas las emisoras de Radio Galega ya estaban disponibles en los altavoces inteligentes Alexa, a través de Radioplayer.

Por último, señalar que la Corporación desarrolla, por iniciativa propia, un esfuerzo de innovación en el ámbito de la Tecnología que se materializa en "Dico Mindset", un proyecto de innovación de alcance estratégico. Consiste en crear una herramienta que transforme la experiencia formativa de la juventud gallega en soportes digitales.

Relevancia de la información

En 2007, TVG lanzó "agalega.es", una nueva página de la Red de Servicios de Información, desde la que los usuarios pueden acceder a las noticias y a todos los espacios de información que se emiten en el canal público.

En lo relativo a la definición de estrategia global de la Corporación RTVG, en cuanto a marcas y medios, en la definición de canales y plataformas propias con productos diferenciados, se apostó por una nueva marca "G24" para los servicios informativos. En mayor de 2019, nacía G24, el mayor proyecto de información para Galicia, en gallego. La nueva web g24.gal reúne todas las noticias generadas por los Servicios Informativos de CRTVG - tanto de TVG como de Radio Galega- las 24 horas del día y los 365 días del año, en una nueva apuesta por la inmediatez y la proximidad. Este primer paso de G24 está formado por una nueva página web, www.g24.gal, y tres nuevas cuentas en redes sociales especializadas en noticias:

En twitter: twitter.com/g24noticias En facebook: facebook.com/g24noticias En Instagram: instagram/g24noticias

Además, la audiencia puede contactar con G24 a través del WhatsApp 659 090 645.

Hay también creada una sección, llamada "Tempo real", integrada en la redacción de informativos, que su objetivo es alimentar el sitio web de CRTVG y sus redes sociales con contenido de noticias de última hora. Y tanto la página web como las redes sociales son vías importantes de acceso a la información para los públicos más jóvenes, que se acercan a TVG

desde sus dispositivos móviles, en un consumo a la carta de contenidos. Por tanto, toda la reorganización y refuerzo en los informativos implica el pleno desarrollo de la estrategia digital de la Corporación en el ámbito informativo y posibilita la extensión de los productos nativos del canal gallego al mundo digital.

Desde la implantación del sistema de producción digital, se reciben las noticias desde las distintas redacciones y se determinan las pautas para su publicación en la web, específicamente en las secciones de: Informativos, Deportes, #Cultura365, Directos y el Tiempo. Esto permite, por primera vez, que la información sea publicada en las redes antes de su emisión lineal, si así se desea.

Los jóvenes y la televisión pública

En 2019, se inicia el primer programa de producción propia para el público más pequeño, llamado "*La pita ciega*". El programa se empezó a emitir en marzo de 2020. Otra de las líneas de actuación para este colectivo, fue lograr un aumento sustancial en la oferta de contenido de la aplicación "*Xabarín TVG*", que permite a los niños acceder a los programas infantiles, mediante los canales digitales, a los que están muy acostumbrados.

Dentro de Xabarín Club, programa contenedor de series de animación, están las de producción gallega, como "*Tutú*" o "*Os Bolechas*". Su objetivo es la promoción y difusión de la lengua gallega entre los más pequeños. En 2019, se cumplieron 25 años de Xabarín Club.

Entre el 3 y el 27 de marzo de 2020, el grupo de investigación Localcom elaboró una encuesta entre alumnos de periodismo y ciencias de la comunicación de seis universidades españolas a fin de conocer su consumo de televisión pública y qué opinan sobre los valores que ésta representa. Se trata de una opinión relevante pues son quienes asumirán en el futuro la responsabilidad de informar a la ciudadanía a través de los medios de comunicación. Un total de 736 alumnos de las universidades de Alicante, Autónoma de Barcelona, Complutense de Madrid, Málaga, País Vasco y Santiago de Compostela aportaron datos sobre cómo acceden a contenidos televisivos en la actualidad y con qué intensidad usan las redes sociales; sobre qué contenidos televisivos, comerciales y públicos consumen, así como su relación con las nuevas plataformas digitales; y sobre la opinión que tienen del papel de la televisión pública en la sociedad actual.

A continuación, se resumen los dos aspectos clave de la encuesta, que permiten conocer la relación de los universitarios españoles con la televisión pública, y en concreto, con TVG.

1. Los universitarios sintonizan la televisión pública una vez por semana o con menos frecuencia. Las respuestas se presentan en una escala del 0 al 10, donde 10 representa a quienes ven a diario contenidos de un canal, plataforma o red social y 0 a quienes nunca lo hacen. Los canales principales de la televisión pública autonómica, como TVG, se ubican en la franja baja, con 3,5 puntos.

2. El valor que otorgan los jóvenes a la televisión pública nacional o autonómica varía en función de si residen en comunidades autónomas con 1 o 2 lenguas oficiales. Ante la actual oferta de medios públicos de distinto alcance territorial, los datos consolidados de la encuesta muestran que los universitarios consideran a la televisión pública de alcance nacional más importante (7,3 puntos) que la autonómica, en este caso TVG, (5,9) y la local (3,6). No obstante, si se desagregan los resultados por territorios, se observa que los jóvenes de las comunidades autónomas españolas con dos lenguas oficiales, como es el caso de Galicia, otorgan más relevancia a la televisión pública autonómica (7,2) que a la nacional (6,7) o a la local (3,5).

Conclusiones

En cuanto a perspectivas de futuro, la Corporación CRTVG está centrada en abordar los desafíos del entorno digital. A este respecto, es necesario avanzar de cara a un modelo de plataforma digital, así como generar nuevos contenidos de interés desde la propia singularidad de la autonomía, e incrementar la inter-actividad y procurar así nuevos públicos, captando a los jóvenes y los adolescentes. En 2019, se produjo una reorganización interna con objeto de implementar la estrategia digital y se creó el Servicio de Innovación en el Entorno Digital.

En 2019 y 2020 se ha continuado trabajando en los 4 vectores que la Estrategia Digital de Galicia 2030 determina que debe tener una empresa pública: igualdad digital, foco en las personas, impulso de un ecosistema digital fuerte y liderazgo digital.

Se puede concluir que la Televisión de Galicia es el cuarto canal más visto en Galicia, después de Telecinco, Antena 3, y TVE1, acaparando una cota de share del 9,2%, en el conjunto del año. Asimismo, un 25,1% de gallegos mayores de 4 años conectan diariamente con TVG, lo que la convierte en una de las televisiones autonómicas con mayor impacto de España.

Todas las acciones llevadas a cabo por CRTVG están alineadas con los principios del mercado digital europeo en cuanto que la televisión gallega tiene una estrategia propia multiplataforma en línea, que va más allá de la mera distribución lineal de la televisión. Además, TVG ha desarrollado estrategias de creación y de distribución de contenidos digitales propios, que fomentan la lengua gallega, su diversidad, su patrimonio y su cultura.

Bibliografía

CRTVG (2018), "Informe de progreso 2018", 68 pp.

CRTVG (2019, a), "Informe de audiencias da Televisión de Galicia 2019, segundo medición de audimetría". Departamento de Innovación e Negocio, 6 pp.

CRTVG (2019, b), "Memoria de servizo público 2019", 285 pp.

CRTVG (2019, c), "Informe de progreso 2019", 63 pp.

CRTVG (2019, d), "Contas anuais. Informe de Xestión. Informe de auditoría. Aprobación de contas. Exercicio 2019", 73 pp.

CRTVG (2019, e), "Plan xeral de actuación da Corporación Radio e Televisión de Galicia. Actuación 2020", 67 pp.

CRTVG (2020), "Estado de información financiera. Informe de verificación. Aprobación de contas", 111 pp.

DOG (2015), "Mandato marco da Corporación Radio e Televisión de Galicia". DOG, nº 247, pp. 4886-48908.

Europapress/Galicia (2021), "Un informe advierte de que ninguno de los canales infantiles y juveniles de operadoras de TV ofrece contenido en gallego". En: europapress.es/galicia/noticia-informe-advierte-ninguno-canales-infantiles-juveniles-operadoras-tv-ofrece-contenido-gallego-20210429142132.html

ExtraDixital (2019), "CRTVG, Amtega y R se unen para fomentar el desarrollo de contenidos digitales". En: extradigital.es/galicia-crtvg-amtega-y-r-se-unen-para-fomentar-el-desarrollo-decontenidos-digitales/

Enlaces electrónicos:

http://www.crtvg.es

http://www.crtvg.es/crtvg/portal-de-transparencia

http://www.agalega.es

http://www.g24.gal

http://cata.xunta.es