



## 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 Aragonesa de Radio y Televisión* (Aragón TV)

**Gloria Rosique Cedillo**, Universidad Carlos III de Madrid, grosique@hum.uc3m.es

Enero, 2021



<http://centresderecerca.uab.cat/oic>



<https://ddd.uab.cat/collection/localcom>



<http://www.ciencia.gob.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.

## Contenido

1.	Introducción .....	3
1.1.	Contexto .....	3
1.2.	Estructura organizacional de CARTV .....	6
1.2.1.	Implantación de un Plan de Formación para CARTV, Aragón Radio y Aragón TV.....	7
2.	Inclusión .....	8
3.	Transparencia .....	10
4.	Participación.....	10
4.1.	Proyecto “Media Cognitiva” para el estudio de audiencias y contenidos .....	11
4.2.	Análisis presencial de audiencias “Jurado de Espectadores” .....	11
4.3.	Participación de los grupos de interés .....	11
4.4.	Medición de la participación a través de herramientas propias.....	12
4.5.	Medición de la participación a través de herramientas externas.....	13
5.	Recursos digitales.....	14
5.1.	Aragón Deporte.....	16
5.2.	Aragón Cultura .....	18
5.3.	Aragón Sostenible .....	19
5.4.	Redes sociales .....	20
5.5.	Aplicaciones móviles .....	20
5.6.	Audiencia digital.....	22
5.7.	Plataformas digitales: acuerdos de coproducción con Netflix y similares.....	24
5.8.	Producción de contenido nativo digital .....	24
5.9.	Oferta de contenidos interactivos y transmedia.....	25
5.10.	Archivo digital.....	28
6.	Innovación .....	31
6.1.	Proyecto “televisión conectada” y aplicaciones Smart TV.....	31
6.2.	DVBT2 (TDT 2). Emisiones en pruebas en 4K, HDR y DOLBY ATMOS.....	32
6.3.	“Slow TV” para <i>web</i> y televisiones conectadas. IPTV, 4K Y 360ºVR.....	32
6.4.	Aplicaciones para asistentes controlados por voz .....	33
6.5.	Nube: uso de recursos virtuales para producción, edición y archivo .....	33
6.6.	5G y dividendo digital.....	34
7.	Relevancia de la información .....	34
8.	Los jóvenes y la televisión pública .....	35
9.	Comparativa autonómica .....	36
10.	Conclusiones.....	36
11.	Referencias.....	37

## 1. Introducción

El presente informe tiene como objetivo general describir la estrategia digital que viene llevando a cabo la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV), en relación con su principal canal de la televisión “Aragón TV”, a fin de conocer el estado actual de su desarrollo en consonancia con la transformación digital del sector audiovisual.

La metodología se centra en el análisis documental de la información corporativa de CARTV, la cual se realizó mediante la consulta de fuentes como: el Segundo Contrato Programa de CARTV 2018-2020, la Memoria de actividad 2019, el Informe de auditoría de cuentas anuales, la Memoria resumen Presupuestario de 2019 y el Impacto de la CARTV en el sector audiovisual 2006-2016, así como en el uso de datos empíricos provenientes de diversas fuentes como la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2019 del INE, el Informe de Tendencias de Medios Multiplataforma 2020 de Comscore, los indicadores LOCALCOM de los medios de servicio público regionales y la encuesta LOCALCOM relacionada con los universitarios españoles y la televisión pública.

Dicho análisis se complementó con entrevistas en profundidad a informantes clave vinculados con la estrategia digital de la corporación como: Javier Romero Collazos, Jefe de Prensa y Comunicación de CARTV, cuyo departamento tiene un vinculación directa a la Dirección General y con la Dirección de Aragón TV, y entrevistas realizadas a Laura San Nicolás LaPuente, Directora Técnica de CARTV, Samuel Barraguer, director de Informativos y a Francisco Querol, director general de CARTV a través de fuentes secundarias.

### 1.1. Contexto

Aragón TV nació el 21 de abril de 2006 en un contexto de gran competencia, junto a otras cadenas generalistas, como Cuatro y La Sexta y las autonómicas de Baleares, Asturias y Murcia. Irrumpía así una nueva generación de televisiones en un contexto de creciente oferta en el que competían las grandes cadenas nacionales, la televisión de pago, el resto de autonómicas y al que no tardarían en llegar las nuevas cadenas de TDT.

A pesar de las múltiples dificultades que ha atravesado el sector -crisis económica, fragmentación de las audiencias-, la televisión aragonesa ha logrado situarse en un lugar de referencia. Desde entonces, Aragón TV ha fluctuado entre la segunda y cuarta televisión autonómica con mayor cuota de pantalla, solo superada por la catalana TV3, por la Televisión de Galicia (TVG) y recientemente por Euskal Telebista (EITB 2), y se ha posicionado como la tercera dentro de Aragón, tras Telecinco y Antena 3, de un total de casi 30 cadenas en abierto.

En referencia al contexto autonómico, los datos del INE (2019) señalan que un 99,1% de los aragoneses dispone de televisor, un 84,9% de ordenador y un 98,7% de móvil. En cuanto al nivel de equipamiento de ordenadores en sus hogares, Aragón se posicionan entre los primeros cinco puestos entre las comunidades autónomas, y en relación con el uso que los aragoneses hacen de Internet, cabe destacar que un 78,6% del total de los encuestados utilizan Internet diariamente de lunes a viernes, lo que la sitúa como la sexta comunidad autónoma en esta categoría (INE, 2019). Ambos porcentajes resultan halagüeños para que Aragón TV pueda seguir consolidando su estrategia digital.

Por otra parte, y conforme al nivel de habilidades digitales de los aragoneses, se aprecia que el porcentaje de la población sin habilidades de esta índole es poco significativo (2,1%), si se compara con el de personas que tienen habilidades bajas (32,6%) y básicas (21,3%) -que juntas suman más de la mitad de la población- y avanzadas (35,8%) (INE, 2019).

Considerando que la estrategia digital de la CARTV se basa en la accesibilidad de sus contenidos a través de diferentes soportes (plataformas digitales y apps de telefonía móvil), y en la producción de contenidos nativos digitales, se puede corroborar que su estrategia multiplataforma en línea es coherente, considerando que para acceder a una plataforma digital es suficiente con tener habilidades digitales bajas, y que para hacer uso de apps, es necesario disponer de habilidades básicas y avanzadas, lo que supone el 57,1% de los aragoneses. En este sentido, se infiere que la población con habilidades avanzadas lo conforman los jóvenes, los más habituados a visionar contenidos a través de la telefonía móvil y compartir material propio en las redes sociales, lo cual coincide con el perfil de seguidores en redes sociales (*Facebook* e *Instagram*) de Aragón TV, cuyas franjas de edad mayoritarias son las comprendidas entre los 25 y 44 años (Aragón TV, 2019a).

No obstante, cabe destacar que hay una brecha digital del 2,1% de la población aragonesa que se infiere la componen personas de mayor edad y bajo nivel de formación, así como 36,292 viviendas que no disponen de acceso a Internet. A este respecto, CARTV no aporta indicios de programas de formación para adultos mayores o similares que permitan reducir estas diferencias.

En relación con la accesibilidad, CARTV tiene acuerdos de colaboración con la *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals* para la instalación de emisores o transmisores para la difusión de la emisión en las zonas limítrofes de ambas Comunidades Autónomas y también para el estudio, investigación, promoción y difusión en alta definición mediante transmisión digital terrestre (TDT) e IP.

Asimismo, ha desarrollado -a través de acuerdos gestionados con las marcas de fabricantes de pantallas y "set top box"- aplicaciones que aseguren la inserción de sus contenidos en los diferentes equipos, formatos y sistemas, ofreciendo sin problemas de localización los contenidos licenciados o cedidos para su distribución. Este servicio

permite no sólo consumir sus contenidos a través de la emisión tradicional en directo o brevemente a la carta, sino poder extender su uso para otros públicos en cualquier lugar del mundo. Desde las noticias generadas por los servicios Informativos como unidad visual, hasta las series propias, pasando por espacios dedicados como “El Tiempo”.

Por otra parte, Aragón TV mantiene su compromiso con la discapacidad cognitiva, auditiva y visual, y el derecho al acceso a la información como una de sus prioridades. En 2019 Aragón TV emitió más de 7.126 horas de programación subtitulada, de las que 2.291 se correspondieron a emisiones en directo y más de 4.835 a emisiones en diferido. En su compromiso con la atención a los espectadores con algún tipo de discapacidad auditiva, todas las emisiones de Aragón noticias se emitieron con su correspondiente subtitulado accesible (Memoria, 2019). Durante 2019 Aragón TV emitió subtituladas aproximadamente un 98% de sus horas de emisión. De ellas, el 31,5% corresponde a programas en directo y el 66,5% restante, a emisiones grabadas.

En 2019 Aragón TV emitió una media de 10,6 horas semanales de contenidos que incluían lenguaje de signos, lo que supone un aumento de dos horas en el promedio semanal respecto al año anterior. En cómputo anual fueron algo más de 550 horas. Por sus condicionantes técnicos, las emisiones que incluyen lenguaje de signos han comprendido fundamentalmente programas de corte informativo y de actualidad. Por lo general, la inclusión de lenguaje de signos se circunscribe a producciones en las que habla una sola persona, o varias, pero con turnos bien definidos.

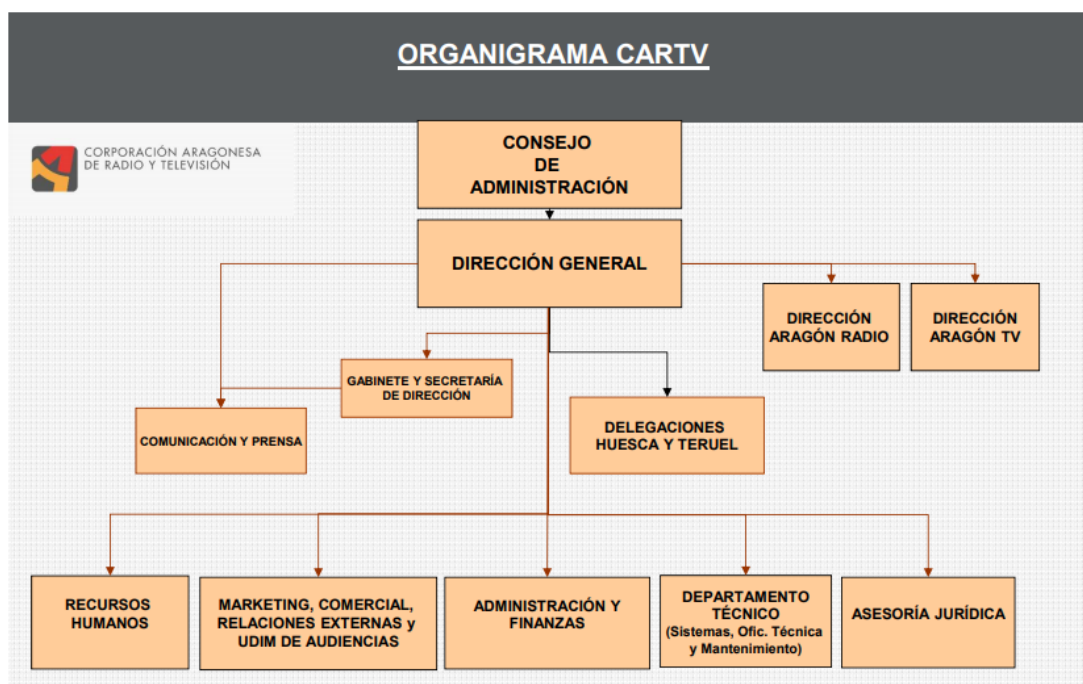
En el 2019 Aragón TV emitió una media de 3,5 horas de programación audiodescrita a la semana, lo que supone más de 180 durante todo el año. El objetivo fue hacer accesible las producciones audiovisuales a los espectadores con algún tipo de discapacidad visual. Las audiodescripciones, por su propia naturaleza y características, no son aplicables a un alto porcentaje de producciones audiovisuales. Los programas en directo, por su carácter imprevisible en muchas ocasiones, hacen muy complicado poder incluir una audiodescripción a la hora de emitirlos. Las producciones grabadas, de todo género y naturaleza, suelen ser las elegidas para incorporar audiodescripción. Es el caso de las producciones de ficción, películas y series, si bien en muchas ocasiones por su propia naturaleza narrativa se hace muy complicado incluir una pista de audio complementaria que vaya narrando las acciones que se suceden sin interferir en los diálogos propios de la producción. La cadena adquiere, siempre que está disponible, la versión de las películas y series que emite con la correspondiente audiodescripción. La ya comentada dificultad para incorporar audiodescripción en emisiones en directo explica que la totalidad de programación audiodescrita durante 2019 se corresponda a ficción, cine y series. Aragón Tv emitió durante 2019 todo tipo de títulos y géneros cinematográficos, desde los clásicos del cine a producciones más actuales.

## 1.2. Estructura organizacional de CARTV

Debido a la evolución del proyecto, a las necesidades y al cumplimiento de los compromisos de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y de sus Sociedades en el ámbito digital, “se hace necesario acometer un proyecto de transformación con una serie de cambios con un componente tecnológico, que pivotará en torno a una nueva plataforma digital” (entrevista Romero: 14/07/2020). Si bien actualmente la estructura corporativa no cuenta con un departamento exclusivo para la vertiente de contenido digital, en palabras de Laura San Nicolás Lapuente, directora técnica de Aragón TV “Ahora estamos viendo cuál es la mejor solución. No tenemos un departamento digital como tal, ya que en esa parte están participando gente de diversos equipos: técnico, redacciones, marketing...” (TM Broadcast, 2020). Debido a que la estructura organizacional de CARTV no contempla una única área dedicada a la estrategia digital, son varios los departamentos (con mayor o menor implicación) que trabajan de forma transversal conformando un equipo multidisciplinar: el departamento de Comunicación y Prensa, Marketing e Informativos, en total unas 6-7 personas. Asimismo, recientemente la Dirección General generó un espacio de *coworking* a modo de HUB interno e Innovador denominado “La Pecera Digital” (entrevista Romero: 14/07/2020).

Normalmente en cuestiones de desarrollo en propuestas innovadoras y su análisis para la dirección se concentran unas 10 a 15 personas del Grupo. Además, en 2019 la Dirección General de la CARTV reactivó el Departamento de “Nuevos Proyectos”, con una División de “Análisis Digital para web” con un director y editor digital, un refuerzo en el Área de Comunicación y tres “Pilotos” transmedia denominados “Aragón Cultura”, “Aragón Deportes” y “Aragón Sostenible” (con sus respectivos coordinadores). Asimismo, y junto con la División de Marketing, se está creando un grupo de trabajo de “Audiencias y Estudios de tendencias” con Técnicos del Área de Documentación y Contenidos, dedicados a la parte innovadora en los análisis de comportamiento de oyentes y espectadores (entrevista Romero: 14/07/2020).

**Cuadro 1. Organigrama de CARTV**



Fuente: CARTV, 2020.

De acuerdo con los datos del 2019 aportados por los indicadores LOCALCOM de los medios de servicio público regionales, Aragón TV cuenta con 134 empleados, 102 por cada millón de habitantes, y tiene un presupuesto anual aproximado de 46 millones de euros, lo que supone un coste mensual por habitante de 2,96 euros. Sus ingresos como porcentaje del PIB autonómico son del 0,13% y en cuanto al ranking de audiencia, se sitúa con un 8,8%, lo que la sitúa en la cuarta posición junto con Canal Sur, ocupando el primer puesto TV3 (Cataluña), seguido de EITV (País Vasco) y TVG (Galicia).

### 1.2.1. Implantación de un Plan de Formación para CARTV, Aragón Radio y Aragón TV

CARTV se propone poner en marcha un plan formativo que recoja las necesidades de cada departamento y del conjunto de la organización ante la realidad de un sector tan competitivo y dinámico como es el audiovisual que, en palabras de Javier Romero, jefe de Prensa y Comunicación de CARTV: “les obliga a estar inmersos en un permanente proceso de aprendizaje y adaptación”. Dicho plan se deberá basar en la realización de acciones formativas de carácter individual o general que permitan la actualización, capacitación o reciclaje del personal empleado, de acuerdo con las exigencias del desarrollo de sus actividades o las características de sus puestos de trabajo.

La transformación digital es un reto interno en el que es necesario armonizar la experiencia de trabajadores de diferentes perfiles y generaciones, lograr la implicación directa de todas las áreas de la empresa e integrar las tecnologías nuevas con las

tecnologías heredadas. “Para llevar a cabo este proyecto es necesario introducir la nueva cultura digital en la organización, investigar y actualizar herramientas e impulsar un nuevo plan de formación para dotar de las habilidades precisas a cuantos intervengan en este proceso de transformación” (entrevista Romero: 14/07/2020).

Considerando que este plan debe diseñarse de un modo participativo teniendo en cuenta los intereses y prioridades de cuantos integran la organización, en 2020 se comenzó a realizar una labor exhaustiva de identificación y análisis de las necesidades formativas que se adapten a los retos que ha de abordar la organización a corto plazo, y en la que participen tanto los responsables de dirección y de cada área o departamento, el área de formación del departamento de RRHH, los representantes legales de los trabajadores y el resto de trabajadores de CARTV, Aragón Radio y Aragón TV (CARTV, 2019).

## 2. Inclusión

El servicio público de comunicación audiovisual prestado por la CARTV tiene carácter multimedia por lo que contempla la difusión gratuita de contenidos a través de los canales convencionales y a través de otros medios y soportes tecnológicos, promoviendo con ello el acceso universal a la oferta de contenidos digitales, “como servicio público tenemos la obligación de ofrecer nuestros contenidos a los usuarios de un modo accesible desde todo tipo de dispositivos” (entrevista Romero: 14/07/2020).

De acuerdo con el apartado 15.9 del Contrato Programa de la Corporación que versa sobre las “Vías de difusión y acceso a los contenidos” (Gobierno de Aragón, 2018), Aragón TV y Aragón Radio asegurarán la máxima continuidad y cobertura geográfica, social y cultural del conjunto de sus emisiones a fin de alcanzar con su programación al mayor número posible de ciudadanos. El servicio público de comunicación audiovisual prestado por la CARTV tiene carácter multimedia por lo que contempla la difusión de contenidos a través de televisión, radio e Internet.

La CARTV realizará su actividad de comunicación audiovisual a través de Aragón TV y Aragón Radio. Ambos medios ofrecerán sus contenidos a través de los canales convencionales y podrán también hacerlo a través de satélite y operadores de cable. Complementarán sus vías de difusión, abiertas a la participación de oyentes y espectadores, con sus perfiles y páginas en las principales redes sociales. Aragón TV y Aragón Radio potenciarán su oferta de servicios audiovisuales multimedia a través de redes, sistemas interactivos, aplicaciones y soportes basados en protocolos de Internet para atender adecuadamente las nuevas demandas de los usuarios. A través de sus portales de Internet y aplicaciones se ofrecerán contenidos informativos y de entretenimiento elaborados a partir de los contenidos generados por ambos medios o producidos de forma específica para estos canales de difusión. Así mismo, permitirán el acceso a sus contenidos a través de Internet mediante sus webs y aplicaciones en las



modalidades “en directo” y bajo demanda o “a la carta”. Aragón TV y Aragón Radio avanzarán hacia un sistema productivo multimedia. Para ello se aplicarán criterios de convergencia de sistemas y recursos en su producción audiovisual para elaborar contenidos multimedia susceptibles de difusión a través de todo tipo de soporte, medio, plataforma, redes y aplicaciones digitales. CARTV impulsará un plan de medios sociales para definir la estrategia de difusión de contenidos y promover buenas prácticas en el uso de las redes sociales. Este plan determinará los criterios de interactividad con los usuarios y promoverá una gestión uniforme de las distintas cuentas corporativas y vinculadas a programas en las distintas redes sociales.

A continuación, se enumeran las distintas plataformas a través de las cuales Aragón TV y Aragón Radio difunden sus contenidos:

Plataformas de difusión de contenidos de Aragón TV y Plataforma TDT.-

Se emiten 2 canales en simulcast (Aragón TV y Aragón TV HD) que se difunden mediante 405 centros emisores a través de las siguientes frecuencias: canal 57 en Huesca, canales 38 y 40 en Zaragoza y canal 26 en Huesca. El canal Aragón TV también se difunde por satélite complementariamente sólo para Aragón en aquellas zonas donde no existe cobertura de TDT, mediante la tecnología TDT-SAT.

Plataformas de internet (de acceso gratuito):

- *Página web*
- Aplicaciones para dispositivos móviles (*smartphones* y *tablets*) con sistema operativo iOS y Android.
- *Streaming* y TV a la carta accesibles desde la página web y las aplicaciones móviles
- Redes sociales: perfiles en *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*

Plataformas de tv de pago:

- Vodafone TV: Se emite solo en Aragón. Se emite el canal Aragón TV HD en el dial 7.
- Movistar+: Se emite tanto en Aragón como fuera de la Comunidad, en las dos plataformas de cable y satélite, solo el canal SD. | Plataforma de cable: En Aragón se emite el canal Aragón TV en el dial 8. Fuera de Aragón se emite el canal Aragón TV INT en el dial 155.
- Plataforma de satélite: Tanto en Aragón como fuera de la Comunidad se emite el canal Aragón TV INT en el dial 155.

Plataformas de satélite en abierto:

Astra (1KR) Para los usuarios residentes fuera de la Comunidad Autónoma se mantiene la emisión de Aragón TV INT a través de diversas plataformas:

Plataformas de Internet:

*Streaming* en página *web* y aplicaciones para dispositivos móviles v Plataformas de TV de pago (cable y satélite): Movistar + v Plataformas de satélite en abierto: Astra (1KR).

### 3. Transparencia

Dentro de los valores de la televisión aragonesa destaca la “Transparencia”, la cual tiene una mención especial en su Memoria anual (2019). Su página *web* principal aporta el cumplimiento de su servicio público en datos: información económico-financiera, porcentaje dedicado a cada uno de los contenidos emitidos, retransmisiones, coproducciones, datos de su audiencia lineal y digital, compromisos con la sociedad, etcétera. Asimismo, cuenta con un apartado “Nosotros”, que incluye el subapartado de “Transparencia”, en el que se tiene acceso a la siguiente información (fecha de consulta: 23/10/2020):

- Información institucional, organizativa y política (consejo de administración, retribuciones, organigrama, etc.)
- Información sobre planificación, gestión, control financiera y presupuestaria (Memorias de actividad, contrato programa, auditorías, presupuestos, etc.)
- Información sobre contratos, convenios, encomiendas de gestión y encargos a medios propios
- Contacto, derecho de acceso y otra información

Por otra parte, la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión cuenta con un portal de transparencia propio accesible a través de: <https://www.cartv.es/transparencia>, en el que se incluye la información pública que exige el cumplimiento de lo previsto en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno y la Ley 8/2015, de 25 de marzo, de Transparencia de la Actividad Pública y Participación Ciudadana de Aragón.

La Corporación ha recibido el sello RSA 2020. Con él se reconoce el esfuerzo de esta entidad para seguir avanzando en aspectos como la transparencia, la sostenibilidad, el respeto a las personas empleadas, la excelencia, una relación con los proveedores ética y responsable, y el respeto al medio ambiente.

### 4. Participación

Los *castings* convocados para diferentes programas de la cadena supusieron una oportunidad para llevar a cabo una tarea de acercamiento a la comunidad de espectadores y oyentes de la #ComuniCARTV a través de la plataforma de *Active Camping*. Se realizó la búsqueda de aragoneses que desearan participar en el

largometraje documental “Somos”, para ello se creó una *landing*, [somoslapelicula.es](http://somoslapelicula.es), que permitía a los interesados registrarse para el *casting*. Posteriormente se buscaron emplazamientos atractivos en Zaragoza, Huesca y Teruel para la realización de esas pruebas de selección en las que participaron más de 3.000 aragoneses.

A finales de septiembre Aragón TV arrancó el rodaje de la serie “El último *show*”. Esta presentación que tuvo lugar en el auditorio de CARTV contó con parte del reparto de la serie encabezado por Miguel Ángel Tirado, Luisa Gavasa, Itziar Miranda, Rubén Martínez, Armando del Río, José Luis Esteban, Pablo Lagarto y los jóvenes y Denis Cicholewski y Laura Boudet, que interpreta a la nieta del protagonista y fue seleccionada mediante un *casting* en el que participaron 340 adolescentes aragonesas. Posteriormente, se convocó un nuevo *casting* para seleccionar otros actores secundarios y figuración para el que se apuntaron 1.637 personas.

Asimismo, el programa “Tres minutos” permitió poner en marcha un *casting* para seleccionar a jóvenes de entre 8 y 16 años para demostrar su talento artístico.

#### 4.1. Proyecto “Media Cognitiva” para el estudio de audiencias y contenidos

Además del llamado “Panel de Audiencias”, la Dirección ha encomendado la creación de un Grupo Investigador de la Universidad de Zaragoza (perteneciente al antiguo CPS, Escuela de Ingeniería y Arquitectura de Zaragoza, EINA), para explorar el diseño de un algoritmo y sistema IA que dependa de él y del análisis de *Big Data*, con la intención de proporcionar una solución o “*software*” único y personalizado que ayude a la programación de Contenidos de todas las Áreas del Grupo CARTV.

#### 4.2. Análisis presencial de audiencias “Jurado de Espectadores”

Como complemento de los diversos medios de medición y el proyecto de “análisis cognitivo” de comportamiento, se ha analizado la conveniencia de crear una “Sala de Visionado de Contenidos Audiovisuales” de forma presencial y con espectadores “Diana” seleccionados por grupos de edad. De esta manera en nuestras instalaciones podemos evaluar, mediante encuesta y análisis, reacciones concretas ante los diferentes productos y contenidos. También podrá servir de laboratorio a otros medios OTT e Internet.

#### 4.3. Participación de los grupos de interés

Como parte del desarrollo de su estrategia y con el objetivo de dar respuesta a las necesidades de servicio público de la sociedad, desde el año 2018, CARTV ha habilitado un canal de comunicación que se ha materializado en cuatro encuentros con representantes de los distintos grupos de interés (Administración pública, Órganos de Gobierno y asesores, audiencia, empleados, empresas proveedoras, anunciantes,

federaciones y asociaciones cívicas y del ámbito sectorial, y empresas de medición de audiencias en las tres provincias aragonesas), a fin de obtener información sobre sus necesidades y buscar nuevas fórmulas para reducir los desequilibrios económicos, sociales y culturales entre los diferentes territorios de Aragón. A partir de la celebración de estos encuentros, los grupos de interés han colaborado en la selección de los temas más relevantes en materia de responsabilidad social, a los que debe dar difusión la cadena (campañas y acciones específicas para alcanzar la igualdad de género, consumo responsable, lucha contra las noticias falsas, etcétera).

Tras valorar los temas destacados por los grupos de interés y analizar los compromisos adquiridos en el contrato programa, se define la lista de temas relevantes que deben guiar el rumbo y marcar las prioridades de la corporación para alcanzar el éxito en su cometido de servicio público (Aragón TV, 2019a).

A partir de ello, se estableció la planificación de reuniones bianuales o trianuales, con el objetivo de revisar las nuevas expectativas reflejadas por los grupos de interés, y valorar su percepción sobre el cumplimiento de las que se han establecido previamente (Aragón TV, 2019a).

#### 4.4. Medición de la participación a través de herramientas propias

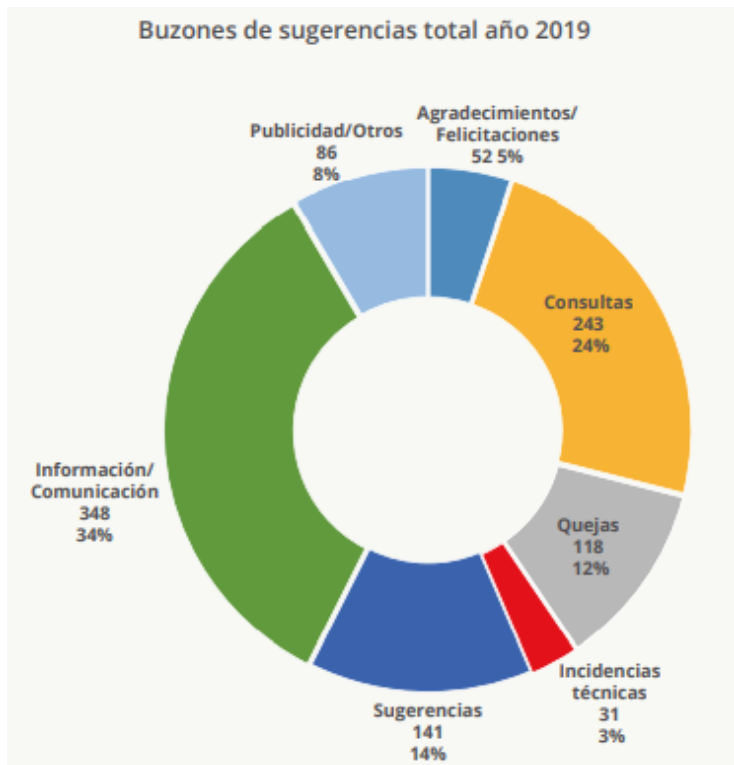
“Aplicamos todo lo dispuesto en la ley de protección de datos. Nuestro departamento de Sistemas nos asesora y vela por todas las cuestiones que tienen que ver con la Ciberseguridad de la cadena y de los usuarios” (entrevista Romero: 14/07/2020).

Las páginas *web* de CARTV y Aragón TV dan acceso a un “Buzón de sugerencias” que remite a un formulario que permite a cualquier ciudadano enviar comentarios. Asimismo, dispone de una dirección de correo electrónico accesible desde sus páginas *web* (fecha de consulta: 05/11/2020):

A continuación, se detallan los datos correspondientes al uso del buzón de sugerencias durante el año 2019:

- Mensajes atendidos: 1.019
- Sugerencias: 141
- Quejas: 118
- Felicitaciones: 52
- Solicitudes de rectificación: 1

**Gráfico 2: Buzón de sugerencia total año 2019**



Fuente: Aragón TV, 2019: 73.

#### 4.5. Medición de la participación a través de herramientas externas

La diversificación de plataformas para acceder y ver los contenidos hace necesario disponer de la información en un único panel de control y visionado que aglutine todos los datos del total de nuestros oyentes y telespectadores. Así, tanto nuestros equipos de Programación de Contenidos y Emisiones, como los diversos profesionales de análisis externo, pueden llevar a cabo una comparativa del comportamiento del público, “rastreado” su interacción en todo tipo de medios y plataformas. Cómo consumen los contenidos, cuándo y dónde, lo que comentan sobre ellos... se ha convertido en una cuestión fundamental para conocer realmente qué buscan nuestros espectadores y oyentes (entrevista Romero: 14/07/2020).

“Los principales indicadores que tenemos en cuenta son usuarios, seguidores, videos o podcast consumidos, tiempo medio de sesión, alcance, *engagement*, descargas de las app’s” (entrevista Romero: 14/07/2020). A partir de los datos recogidos elaboran informes mensuales y anuales, también cuando llevan a cabo alguna acción o campaña específica.

## 5. Recursos digitales

La estrategia de aumentar la publicación de contenidos en las redes sociales junto a la activación de “Aragón Deporte”, “Aragón Cultura” y “Aragón Sostenible”, punta de lanza de la transformación digital en la que está inmersa la CARTV, ha permitido aumentar el consumo digital y atender las necesidades de una parte muy importante de la audiencia, principalmente los más jóvenes, cuyo consumo audiovisual se efectúa cada vez más en el ámbito digital.

El apartado decimosexto del Contrato Programa de la Corporación que versa sobre la Plataforma de Medios Digitales de CARTV (Gobierno de Aragón, 2018), indica que ésta implementará, sobre la base técnica y tecnológica generada por sus medios propios, una plataforma digital de medios audiovisuales acorde con la demanda de contenidos en multicanal. La Plataforma de Medios Digitales de CARTV servirá como soporte desde el que los espectadores, oyentes o usuarios accedan en movilidad, en directo y a la carta a los contenidos y servicios generados por los medios de CARTV y participen, a su vez, a través de diferentes vías.

Los objetivos que se establecen para la constitución de la Plataforma de Medios Digitales son los siguientes:

- a) Reforzar el cometido de servicio público de CARTV desde la proximidad, la calidad, la pluralidad y el interés general, ahondando en el liderazgo tecnológico y en la demanda existente en la sociedad aragonesa.
- b) Converger, potenciar, complementar y alinear los actuales soportes convencionales de radio, televisión y *web*.
- c) Participar en el progreso tecnológico, promoviendo activamente el desarrollo de la sociedad de la información y utilizando las nuevas técnicas de producción, distribución y difusión, de programas de radio y televisión y de servicios conexos o interactivos de comunicación audiovisual para ofrecer nuevos servicios, incluidos los digitales y en línea, susceptibles de enriquecer o completar su oferta de programación.

Para la consecución de estos objetivos, CARTV asume los siguientes compromisos:

- a) Ofrecer contenidos audiovisuales, sonoros y gráficos en directo, a la carta y en interacción con los usuarios a través de multisoporte, de acuerdo con la evolución de las herramientas tecnológicas.
- b) Ofrecer contenidos informativos, educativos, divulgativos y de entretenimiento.
- c) Potenciar el servicio público en cuanto a contenidos y accesibilidad.
- d) Potenciar la audiencia de Aragón TV y Aragón Radio a través de otras vías de acceso y fidelización. Acceder al más amplio espectro posible de la ciudadanía aragonesa, a

través de los medios y soportes tecnológicos disponibles, de manera coordinada y convergente.

El apartado digital de Aragón TV se compone de una página *web* principal <http://www.aragontelevision.es/> que alberga los siguientes apartados (fecha de consulta: 14/10/2020):

## Cuadro 2: Página web principal de Aragón TV



Fuente: Aragón TV, 2020.

- Directo
- Informativos: a) El Tiempo b) Noticias c) Deportes
- Programas: Contenedor donde se accede a la programación de la cadena y a un archivo de programas (histórico).
- Cine y series
- A la carta: Repositorio de algunos de los programas de la cadena para visionarlos en diferido.
- Guía TV: programación semanal
- Nosotros: Quiénes somos / #Comunicartv / Comercial y publicidad / Contratación / Imagen Gráfica / Ofertas de empleo / Autorregulación de contenidos / Sala de Prensa / Buzón de sugerencias / Registro de programas / Cómo vernos / Premios y menciones / Financiación anticipada / Transparencia / Buscador

En la *web* principal destaca la programación y la información, con una doble función. Por una parte, funge como contenedor de la programación lineal, y por la otra como escaparate de promoción de sus principales contenidos.

La parte superior de la página *web* contiene un *banner* interactivo con algunos de los programas de entretenimiento que ofrece la cadena. A continuación, se encuentra la “Guía de televisión” que incluye la programación completa semanal. Posteriormente hay un apartado que se titula “Directo” que permite ver las noticias de “Euronews”, un

canal de noticias nacionales e internacionales 24 hrs., seguido del enlace “A la carta”, que lleva a un repositorio de la programación de entretenimiento y contenidos informativos que permite visionar los programas en diferido, ordenados por fecha y por popularidad. Finalmente se incluye el apartado de “El tiempo hoy”.

Más abajo hay un apartado titulado “Lo último” que ofrece la reproducción en diferido del último informativo emitido por la cadena, le sigue el apartado de “Deportes” y la sección de “El Tiempo”.

A continuación, la página promociona las plataformas digitales de “Aragón Deporte” (<https://www.cartv.es/aragondeporte>) y “Aragón Cultura” (<https://www.cartv.es/aragoncultura>), cada una de ellas posee una página *web* propia.

En definitiva, Aragón TV se compone de tres plataformas digitales entre las cuales dos de ellas son de índole temático:

### Cuadro 3: Plataformas digitales de Aragón TV



Fuente: [Aragón TV, 2020](#).

#### 5.1. Aragón Deporte

“Aragón Deporte” abre su página *web* con una noticia destacada que lleva a un texto escrito. En la parte superior derecha se ofrece la posibilidad de ver la programación en *streaming*, y un apartado audiovisual titulado “No te pierdas” que incluye resúmenes de fútbol de la jornada.

“En busca del personaje” es una sección de entrevistas audiovisuales que se presenta como contenido nativo digital.

“Lo mejor de La Jornada” incluye un análisis de la próxima temporada del Real Zaragoza. Le siguen las correspondientes “Salas de prensa” del Real Zaragoza y de SD Huesca que permite visionar las ruedas de prensa audiovisuales emitidas por los informativos de la cadena.

Asimismo, se incluye un apartado titulado “Una vida de esfuerzo” que incluye reportajes cortos -de 2 a 4 minutos de duración- a deportistas aragonesas y un apartado “Hoy



entrenamos con” que alberga un repositorio de entrevistas a deportistas, las cuales se actualizan una vez al mes (aprox.), ambos contenidos nativos digitales.

Finalmente, se incluye el apartado titulado “Rumbo a Tokio”, que incluye entrevistas - en audio- a los deportistas que van a ir a los Juegos Olímpicos realizadas en el programa Aragón Radio.

En el apartado central se ofrecen noticias deportivas principalmente de los equipos locales de fútbol, voleibol, ciclismo, etcétera, en formato audiovisual y escrito, en los que se incluyen fotografías infografías y tablas, principalmente. En la parte inferior se publicitan los programas deportivos tanto de Aragón TV como de Aragón Radio, a través de los cuales se accede a una descripción general del programa y a los últimos programas emitidos por televisión y radio, ordenados por fecha y de manera cronológica.

En la parte inferior de la página web se incluye un *banner* con “Lo más visto” en vídeo y audio y -fuera del apartado de contenidos-, se incluyen los datos de contacto de la cadena y los apartados que se enumeran a continuación:

- Nuestro deporte: incluye noticias divididas por especialidad deportiva en formato escrito y audiovisual. Además de las diferentes ligas de fútbol, baloncesto, balonmano, hockey, etcétera, incluye deportes minoritarios y populares.
- Resultados: incluye los resultados deportivos, calendario y clasificaciones divididos por especialidades deportivas.
- A la carta: incluye un repositorio de los últimos programas deportivos emitidos tanto de Aragón TV como de Aragón Radio ordenados por fecha.
- Archivo de retransmisiones: incluye un archivo de retransmisiones deportivas con antigüedad del 2019 ordenado por fecha.
- El equipo: incluye a los profesionales que participan en cada uno de los programas deportivos del grupo en las áreas de TV, radio y digital.

El lado derecho de la pantalla da cabida a las redes sociales; se incluyen en ella algunos contenidos publicados en *Twitter* y *Facebook* de este apartado deportivo. Pese a que también tienen presencia digital en *Instagram*, su icono es visible únicamente en la parte inferior de la página *web* (fecha de consulta: 22/10/2020).

## Cuadro 4: Redes sociales



Fuente: [Aragón TV, 2020](#).

### 5.2. Aragón Cultura

El nuevo canal estrenado en abril del 2019 recoge los contenidos de Aragón TV y Aragón Radio que tratan sobre temas culturales y los complementa con otros creados específicamente para Internet como los Encuentros de Aragón Cultura.

En el lado derecho de su *web* destaca un *banner* que incluye diferentes secciones con noticias diferenciadas por especialidad: música, cine, artes escénicas, artes plásticas, libros, nuestras raíces, historia y patrimonio, directorio de autores y otro planeta. Dentro de estas secciones cabe destacar “Otro planeta” que dedica este espacio al público joven y publica noticias relacionadas con videojuegos, cómics, nuevas tecnologías, entre otras.

En cuanto a contenidos nativos digitales, destaca la emisión en vídeo en su sección “Eventos” en la que emiten presentaciones y encuentros de índole cultural.

El ámbito local de la cadena la lleva a subrayar creaciones de destacados artistas aragoneses de diferentes ámbitos de la cultura. Las noticias se presentan en formato audiovisual, escrito y en audio, algunos de ellos en *podcast*. Destaca en ella su programación cultural emitida tanto en Aragón TV como en Aragón Radio, y algunos

Como servicios añadidos, la página *web* ofrece una agenda cultural de eventos de la comunidad autónoma de Aragón y una lista de reproducción de una selección de música que puede reproducir se también por *spotify*.

En concordancia con la interfaz de la *web* de Aragón Deportes, Aragón Cultura destina el apartado derecho de su página *web* a la red social *Twitter*, y en su parte inferior da acceso a *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*.

Finalmente, la página *web* de la Corporación Aragonesa de Radio y TV (CARTV) <https://www.cartv.es/especiales-cartv> tiene un apartado titulado “Especiales” en el que se aprecia cómo determinados acontecimientos (culturales, deportivos, sociales y

de entretenimiento), son abordados de un modo transversal desde el ámbito digital, con el fin de llegar a una audiencia joven (fecha de consulta: 17/10/2020).

### 5.3. Aragón Sostenible

En noviembre de 2019 nace Aragón Sostenible, una nueva marca de la CARTV que va en línea con la apuesta de creación de canales digitales temáticos como Aragón Deporte y Aragón Cultura. Esta plataforma de contenidos digitales [www.aragonsostenible.es](http://www.aragonsostenible.es) surge como respuesta a los compromisos y a la transformación digital, y ofrece los contenidos de Aragón TV y Aragón Radio relacionados con la mejora del planeta y la lucha contra los desequilibrios sociales y está enfocada a la divulgación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y de la Agenda 2030 de Naciones Unidas. Esta web está conformada por contenidos nativos digitales principalmente en formato de vídeo.

En cuanto a redes sociales, destina el apartado derecho de su página *web* a la red social *Twitter*, misma que aparece en la parte inferior de la página *web* (fecha de consulta: 29/10/2020).

#### Cuadro 5. Aragón Sostenible



Fuente: CARTV, 2020 c.

En definitiva, las plataformas de Aragón TV albergan una combinación de repositorio de programas de su emisión lineal, es decir, programas adaptados de su oferta lineal al formato digital, con contenidos nativos digitales, principalmente en sus plataformas digitales especializadas en deportes, cultura y sostenibilidad, así como en el apartado “Especiales” -anteriormente mencionado-. En sus páginas *web* publican contenidos audiovisuales, pero también contenidos escritos y en audio, destacando la sinergia de contenidos existentes entre Aragón TV y Aragón Radio.

En cuanto a temáticas, priorizan la información, el entretenimiento, los deportes y la cultura. No obstante, su estrategia digital se centra, principalmente, en los contenidos deportivos y culturales para un público objetivo joven-adulto que se ve reflejada en las páginas *web* especializadas en estas temáticas, y en la producción de contenidos nativos digitales de sus plataformas. Asimismo, su estrategia se vislumbra en la creación de estrategias transmedia incorporadas a determinados contenidos de entretenimiento.

“Dadas las limitaciones de personal para integrar un área específicamente digital mantenemos el criterio de generar perfiles sociales para cada programa que se pone en marcha. Aunque su número de seguidores pueda no ser muy alto simplifican el trabajo a quienes gestionan las cuentas corporativas ya que siempre es más sencillo compartir publicaciones que generarlas desde cero” (entrevista Romero: 14/07/2020).

#### 5.4. Redes sociales

Actualmente, CARTV cuenta con las siguientes cuentas en redes sociales asociadas a Aragón TV:

- Cuatro páginas oficiales en *Facebook* (Aragón TV, CARTV, Aragón Deporte y Aragón Cultura).
- Cinco páginas oficiales en *Twitter* (@CARTV\_, @aragontv, @ardeportes @AragonCultura y @ARA\_Sostenible).
- 34 páginas activas en *Facebook* y 35 en *Twitter* de programas de Aragón TV
- 96 canales en *Youtube*, de los cuales 17 se han creado a lo largo de 2019
- 1 cuenta corporativa en *Instagram* de Aragón TV
- 28 cuentas de programas de Aragón TV en *Instagram*

El perfil de los seguidores en redes sociales (*Facebook* e *Instagram*) de Aragón TV presenta características muy similares. Es ligeramente mayor el porcentaje de mujeres (59,22%) que de hombres (40,25%), y las franjas de edad mayoritarias son las comprendidas entre los 25 y 44 años (Memoria, 2019).

#### 5.5. Aplicaciones móviles

A partir del año 2016 la programación de Aragón TV en directo y a la carta se encuentra disponible instalando las aplicaciones móviles desarrolladas para la plataforma *Android* y *Apple*.

En total Aragón TV tiene dos aplicaciones, una en *Google Play* y otra en *Apple App Store* (para *iPhone* y *iPad*). A través de estas aplicaciones se puede seguir la programación en directo -solamente disponible en dispositivos con versiones Android 4.0 o superiores e iOS- de Aragón TV, además de los vídeos a la carta de todos los informativos y de los programas más destacados.

Características:

- Canal en directo 24 horas de Aragón TV
- Acceso a la zona de informativos ordenados por fechas
- Acceso a la lista de programas destacados
- Acceso a los vídeos más vistos en dispositivos Android

Cabe destacar que -en las reseñas publicadas en la aplicación- los usuarios señalan que no es posible ver sus contenidos a través de *Google Chromecast*.

En lo referente a las estrategias de producción, agregación y distribución de contenido digital cabe destacar que, en palabras de Javier Romero, Jefe de Prensa y Comunicación de CARTV, “en este momento nos encontramos en plena transformación. Afecta de un modo especialmente directo a Informativos. Con los nuevos contratos de suministros de informativos (ha ganado el concurso Chip Audiovisual) se contempla también el desarrollo de una unidad que genere y adapte los contenidos informativos para su difusión en la web y RRSS. Se desarrollará en los próximos meses. El contrato ha entrado en vigor el 1 de julio 2020 (entrevista Romero: 14/07/2020).

Además, se avanza en otras líneas:

La primera consiste en el estudio y aplicación de nuevas tecnologías que surgen cada día en el sector. Las más relevantes en calidad como 4K, o formatos como 360º, aplicaciones digitales como app en móvil o tablets o trabajando en televisores conectados o HbbTTV (Smart TV). También internas cómo la forma de gestionar el servicio de archivo, catalogación o indexación, los enlaces de equipos desplazados, los directos, comunicaciones para la agilización de la producción, y sobre todo innovaciones prácticas para establecer mayor rapidez en el proceso de llegar a antena, a nuestros oyentes y espectadores.

La segunda, un programa de innovación en la puesta en marcha de novedosos contenidos en radio y televisión (y no sólo en su parte lineal). Desde hace un año se han puesto en marcha retransmisiones de eventos deportivos en *streamming* ya que la cadena en TDT no puede cubrir las expectativas de audiencias más reducidas sin lastrar el share global. Además, ha iniciado la producción de productos de gran éxito y que ha sido reflejado este año en medios de comunicación nacional. El Programa “El Viaje”, una experiencia nórdica de televisión de los 90 en un único plano que aquí se reflejó con valentía en Prime Time o “El Último Show” una serie atípica de Alex Rodrigo con un equipo de guerrilla reducido y aragonés. Otros avances y todos ellos relacionados con llevar la Cultura a los hogares evitando el “*Easy Bussines Product*” serían dignos de su estudio.

La tercera se relaciona con el aspecto de inversión y adecuación del espacio, la organización y equipos técnicos a los nuevos tiempos para la producción en los que se encuentra inmerso el Área Técnica, de Explotación y RRHH, que junto con la cuarta que se centra en la implantación de la administración tanto financiera como jurídica o RRHH para mejorar los servicios y agilidad en un modelo complejo y externalizado como el nuestro. Aparte de esta cuatro patas se entiende que estos Planes van asociados a un laborioso Plan de Formación y reestructuración del Grupo”.

“El control editorial se mantiene en el seno de la corporación y sus sociedades (Aragón TV y Aragón radio) pese a que intervengan en las producciones empresas productoras colaboradoras. En determinados aspectos es muy sencillo puesto que los contenidos que llegan al ámbito digital ya han pasado antes los controles editoriales y de calidad de las emisiones convencionales. Contamos, además, con una Guía de buenas prácticas en Redes sociales para alinear la gestión de todos cuantos intervienen en el proceso” (entrevista Romero: 14/07/2020).

## 5.6. Audiencia digital

De acuerdo con los datos de Comscore (2019), los sitios en Internet (páginas web y cuentas en YouTube) de la CARTV tuvieron en abril de 2020 un total de 174 000 visitantes únicos.

En el periodo comprendido entre mayo de 2019 y abril de 2020 los sitios en Internet (páginas web y cuentas en YouTube) de CARTV tuvieron un promedio de 186 000 visitantes únicos mensuales.

Entre mayo de 2019 y abril de 2020 el número de visitantes únicos a los sitios en Internet (páginas web y cuentas en YouTube) de CARTV presentó un incremento del 2% -en el caso de los usuarios que accedieron a través del móvil-, y un retroceso del 48% de los usuarios que accedieron a través de un ordenador.

Entre las televisiones públicas españolas el promedio mensual de visitantes únicos -en el periodo comprendido entre mayo de 2019 y abril del 2020-, es superado al de CARTV por la mayor parte de las corporaciones públicas, con excepción de Radio Televisión Canaria (RTVC), que tuvo un promedio mensual de 117 000 visitantes únicos; Radio Televisión del Principado de Asturias (RTPA), que tuvo 124 000 y 7TV Región de Murcia con 93 000.

Dentro de los 115 medios identificados por Comscore con el atributo Televisión (Cable/Broadcast TV Entities), los sitios en Internet de CARTV ocupan la posición número 41.

Los sitios en Internet de CARTV obtuvieron en abril de 2020 un total de 174 visitantes únicos.

La gran mayoría de los visitantes únicos de las plataformas digitales de CARTV (*web+YouTube*) acceden a través de dispositivos móviles, 128. 688 (promedio mensual entre mayo de 2019 y abril de 2020) y sólo 63.964 lo hace a través de ordenadores.

Los datos de visitantes únicos según tipo de dispositivo guarda una proporción de 2:1, es decir, por cada dos personas que acceden a las plataformas de CARTV por móviles o tabletas, una lo hace por ordenador. En comparación con el resto de las cadenas públicas autonómicas, CARTV presenta la proporción más equiparada en cuanto al dispositivo que utilizan sus usuarios para acceder a sus plataformas digitales.

ARAGONTELEVISION.ES, tiene un promedio mensual de 47 000 visitantes únicos que accedieron a través de un ordenador.

Televisión de Aragón @ YouTube, tiene un promedio mensual de 42 000 visitantes únicos que accedieron a través de un ordenador.

ARAGONTELEVISION.ES, tiene un promedio mensual de 74 000 visitantes únicos que accedieron a través de un móvil.

Equipo de guardia Aragón TV @ YouTube, tiene un promedio mensual de 15 000 visitantes únicos que accedieron a través de un ordenador.

CARTV.ES, tiene un promedio mensual de 7 000 visitantes únicos que accedieron a través de un ordenador.

En lo referente a las aplicaciones móviles se aportan los siguientes datos:

Datos: Más de 50.000 descargas (04/12/2020)

Aplicaciones iOS y Android: 19.800 descargas anuales de la aplicación (Memoria, 2019).

Las descargas de Aragón Televisión han presentado la siguiente evolución entre los años 2017-2019:

**Cuadro 6. Evolución de las descargas de APP de Aragón TV**

Evolución de la CARTV en Internet			Variación	
	2017	2018	2019	
	19 vs 18			
<b>Aplicaciones</b>				
Descargas APP ATV	15.333	13.812	19.853	43,74%

Fuente: Aragón TV, 2020 a: 175.

En lo referente a la medición de audiencias digitales, Javier Romero, Jefe de Prensa y Comunicación de CARTV afirma: “sí tenemos contrato con Comscore. Para los medios públicos las audiencias no deberían ser lo más importante puesto que en nuestro ADN

está prestar atención también a sectores diversos de la sociedad, minorías, etc. Por ejemplo, los programas de carácter cultural son habituales en los medios públicos, pese a que no den elevadas audiencias, mientras que brillan por su ausencia en las cadenas privadas. No obstante, también tenemos la obligación de obtener índices significativos de audiencia. Eso nos obliga a medir que como medios públicos nuestros contenidos llegan al público (entrevista Romero: 14/07/2020).

Frente a una tendencia a la baja en los índices de audiencia de los canales convencionales de las cadenas generalistas por la multiplicación de la oferta, se da la paradoja de que aumentan de forma notable año tras año los consumos digitales de nuestros contenidos. Eso hace que sea preciso medir el consumo de nuestros contenidos se produzca donde se produzca. Tan importante es un espectador que se sienta en el salón de su casa ante la pantalla del televisor como el joven que ve un video de nuestros contenidos en su móvil mientras va a clase en el autobús”.

Actualmente CARTV no tiene acuerdos con Comscore para medir el número de espectadores y los vídeos vistos en *YouTube* (*Youtube Traffic Sharing*) por lo que, de momento se basan en las estadísticas de *youtube* para conocer el número de usuarios que lo utilizan

“En nuestros canales de *YouTube* -además del corporativo-, muchos otros programas tienen canales propios, aunque integrados en el oficial, los videos que más interés suscitan son los de los programas de humor, de viajes y tradiciones” (entrevista Romero: 14/07/2020).

### 5.7. Plataformas digitales: acuerdos de coproducción con Netflix y similares

Si bien Aragón TV no tienen acuerdos de coproducción con Netflix o similares, este año estrenaron su primera serie de ficción propia “El último *show*”, que suscitó el interés de HBO y que la ha incorporado a su oferta tras la emisión en Aragón TV. La serie se creó con las mismas premisas que rigen el resto de la programación: ofrecer contenidos que puedan resultar atractivos para un amplio espectro de la audiencia.

### 5.8. Producción de contenido nativo digital

La producción de contenido nativo digital se ve reflejada en las plataformas digitales de la cadena como *Aragón Deporte*, que incluye apartados específicos como: “En busca del personaje”, una sección de entrevistas audiovisuales, “Una vida de esfuerzo” que incluye reportajes cortos -de 2 a 4 minutos de duración- a deportistas aragoneses, y “Hoy entrenamos con” que alberga un repositorio de entrevistas a deportistas.

Asimismo, en la plataforma digital de *Aragón Cultura* destaca la sección “Eventos” en la que se emiten presentaciones, así como los “Encuentros de Aragón Cultura” (jornadas



culturales del videojuego, el teatro, etc. en formato podcast), y contenidos nativos digitales que se circunscriben a entrevistas o a promocionar algún contenido específico.

Finalmente, la plataforma *Aragón Sostenible* ofrece contenidos nativos digitales, principalmente en formato de vídeo.

En esta línea, recientemente el director general de CARTV, Francisco Querol, propuso una nueva programación basada en producir “más productos transmedia y colaborar en hacer productos que sean más atractivos a un tipo de perfil y consumidor diferente” (Hoy Aragón, 2020).

### 5.9. Oferta de contenidos interactivos y transmedia

Además de desarrollar tres plataformas digitales temáticas, Aragón TV puso en marcha páginas *web* específicas para distintos especiales, como un espacio directo de consulta para los usuarios de todo el material audiovisual específico sobre el evento: vídeos, podcasts, fotografías, noticias o colaboradores: 150 aniversario de Ramón y Cajal, Elecciones, La noche más mágica, Premios Territorio Trail y Muévete por el Clima. Por otra parte, la cadena ha trasladado la filosofía transmedia a algunos de los principales acontecimientos a los que año tras año da cobertura, como las “Bodas de Isabel”.

A este respecto, caben destacar cuatro proyectos por los que apostó la cadena de un modo especial en el 2019:

- El Viaje
- Semana Santa
- Contigo en Navidad
- Contigo en el Pilar
- El último *show*

*“El Viaje”: formato pionero en España de slow TV.-*

La autonómica emitió en la noche del 1 de enero, desde las 21:20 horas en prime time, el espacio titulado “El Viaje” <https://www.elviaje2020.com/>, un programa de casi cuatro horas de duración que mostró el recorrido íntegro y en tiempo real que hace el popular ferrocarril “canfranero”. Los telespectadores disfrutaron de los 218 kilómetros del recorrido completo que hace el tren, con el único punto de vista del conductor, desde su salida desde la estación de Zaragoza-Delicias hasta su llegada a la estación internacional de Canfranc, que ese año celebró el 90º aniversario de su inauguración. La primera parte de El viaje unió las capitales de Zaragoza y Huesca. A continuación, el tren cruzó la llanura de la Hoya de Huesca que alberga gran cantidad de pasos a nivel y en la que el claxon del convoy ferroviario rompió el silencio del paisaje. El tren serpenteó el curso del río Gállego atravesando varios túneles antes de llegar a Sabiñánigo. A

continuación, siguió el curso del río Aragón hasta su destino final. Tras los excesos navideños, la cadena aragonesa quiso lanzar una invitación al sosiego y la calma con este viaje especial que permitió a los espectadores disfrutar de algunos de los paisajes más hermosos de Aragón de un modo sereno y reposado poco habitual en los medios de comunicación.

Aragón TV invitó al telespectador a vivir una experiencia transmedia completa con la emisión de un programa simultáneo en Aragón Radio, la publicación de una web propia [www.elviajeaTV.com](http://www.elviajeaTV.com) y la posibilidad de participar y comentarlo en redes sociales.

En abril de 2019 la producción fue distinguida con el Premio Pello Sarasola, convocado por la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA) para galardonar los mejores programas desarrollados por parte de los servicios audiovisuales públicos autonómicos. En octubre de 2019, se sumó a este historial de premios y reconocimientos el de Mejor Programa Autonómico de los premios Iris de la Academia de la Televisión.

#### *Semana Santa.-*

Aragón TV, Aragón Radio y su canal digital Aragón Cultura prepararon un dispositivo especial para ofrecer una cobertura de la Semana Santa diferente. La tradición se dio la mano con la innovación para mostrar los principales actos y desfiles procesionales del modo más amplio, interactivo y multipantalla. Los contenidos estuvieron disponibles en directo o bajo demanda en todo tipo de dispositivos y con la opción de vivir una experiencia inmersiva de 360 grados en el momento de Romper la Hora en las localidades de Híjar y Calanda.

La programación convencional de Aragón TV en TDT incluyó tres especiales. El Jueves Santo, una edición especial de "Aragón en abierto" mostró la salida de siete de las 25 cofradías zaragozanas que procesionan esa tarde por las calles de la capital aragonesa. Por la noche, Aragón TV emitió un especial con el cierre en la Iglesia de San Cayetano de las cofradías de la Coronación de Espinas, la Hermandad de Cristo Resucitado, la Oración en el Huerto, el Descendimiento. Por primera vez se mostró la salida de la procesión de El Silencio en Alcañiz. A partir de las 23:40 horas, se narró el acto de "Romper la Hora" desde la localidad bajoaragonesa de Samper de Calanda. Pasada la medianoche, las cámaras de Aragón TV regresaron a Zaragoza para ser testigos de diferentes procesiones.

El Viernes Santo se emitió el acto de "Romper la Hora" desde Calanda y posteriormente la salida de la procesión de Las Siete Palabras. Por la tarde, se emitió la procesión del Santo Entierro de Zaragoza y se conectó con Barbastro para asistir a la también procesión del Santo Entierro que ese año celebró su 400º aniversario. El recién estrenado canal digital Aragón Cultura ofreció la cobertura de la Semana Santa más

completa y tecnológica de la historia de la cadena. Los usuarios de cualquier dispositivo conectado a Internet tuvieron la posibilidad de elegir y ver en directo vía *streaming* el momento en el que ‘rompen la hora’ cualquiera de las localidades de la Ruta del Tambor y del Bombo del Bajo Aragón: Albalate, Alcorisa, Andorra, Híjar, La Puebla de Híjar, Samper de Calanda, Urrea de Gaén y Calanda, que lo hace el Viernes Santo al mediodía. Además, una cámara 360º ofreció una experiencia inmersiva de forma que los espectadores pudieron moverse y girar para ver y vivir entre bombos y tambores el momento en el que rompen la hora en la plaza de Híjar, el Jueves Santo, y en Calanda, al mediodía del Viernes Santo.

#### *Contigo en El Pilar.-*

Aragón TV, Aragón Radio y su plataforma digital Aragón Cultura ofrecieron en 2019 una programación especial de fiestas del Pilar “inmersiva y multipantalla” pensada para ser disfrutada a través de los canales habituales y con una amplia oferta de contenidos diferentes y exclusivos vía internet. Con el lema ‘Contigo en el Pilar’ la cadena preparó un amplio dispositivo tecnológico que permitió seguir algunos de los principales actos de las fiestas por televisión, radio y, en una oferta complementaria, por cualquier dispositivo conectado a Internet.

A través de la web ‘contigoenelpilar.es’, alojada en la plataforma Aragón Cultura, se ofrecieron cuatro tipos de contenidos: los videos y audios de todos los especiales de las fiestas emitidos en Aragón TV y Aragón Radio, emisiones en directos de conciertos y los principales actos de las fiestas y la señal de las cámaras inmersivas 360º. Este tipo de cámaras permitieron entrar al camarín de la Virgen del Pilar y moverse por el interior del 5 al 14 de octubre. Esa misma experiencia inmersiva se pudo vivir también en los prolegómenos del Pregón y a lo largo de la Ofrenda de Flores.

Además, por primera vez se instaló una pantalla gigante en la confluencia de El Coso con la calle Alfonso I en la que se emitió sin interrupción el paso de los oferentes por ese punto. Todos aquellos que participaron en la Ofrenda de flores tuvieron la posibilidad de buscar en el video su paso por dos puntos del recorrido: la calle Alfonso y la llegada a la pirámide de flores de la plaza del Pilar. En esa web de fiestas se pudieron seguir también en directo las finales del Certamen Oficial de Jota Aragonesa y los conciertos de La Ronda de Boltaña, O’Carolan, Vegetal Jam y BiellaNuei y Joaquín Pardinilla Sexteto. Todos los conciertos pudieron verse posteriormente en la web de fiestas contigoenelpilar.es donde además se reunieron los mejores contenidos emitidos en Aragón TV y Aragón Radio.

#### *Contigo en Navidad.-*

Con el lema 'Contigo en Navidad' Aragón TV, Aragón Radio y Aragón Cultura ofrecieron una programación especial para estas fechas marcadas por las fiestas. La programación de Navidad contempló especiales como el Sorteo extraordinario de Lotería de Navidad, los especiales de Aragón TV de Nochebuena y Nochevieja, las Campanadas de Fin de Año y la tradicional Cabalgata de Reyes. Un año más, Aragón TV y el canal digital Aragón Deporte se volcó con la Aragón Cup. La web Contigo en Navidad reunió los principales contenidos navideños de Aragón TV y Aragón Radio así como las iniciativas solidarias de la cadena y los videos enviados por espectadores y oyentes.

*El último show:* <http://elultimoshow.tv/>.-

Es la primera serie de ficción de producción propia de Aragón TV alojada en una web interactiva, que aporta diversos contenidos que complementan el proyecto (dossier de prensa, fotografías del rodaje, cartel oficial, apariciones en prensa, etcétera).

Además de estos proyectos, Aragón TV continúa en la línea de producir "más productos transmedia y colaborar en hacer productos que sean más atractivos a un tipo de perfil y consumidor diferente" al que han tenido hasta ahora (Hoy Aragón, 2020).

#### 5.10. Archivo digital

La web principal de Aragón TV: <http://alacarta.aragontelevision.es/> dispone de un apartado titulado "A la Carta" que ofrece los últimos informativos en diferido y programas emitidos, y un banner que incluye su programación que da acceso a un repositorio de cada uno de sus programas, ordenados por fecha y de acceso gratuito.

Aragón Deportes también dispone de un repositorio gratuito de los últimos programas deportivos emitidos tanto de Aragón TV como de Aragón Radio ordenados por fecha, así como un "Archivo de retransmisiones deportivas" con antigüedad del 2019.

Aragón Cultura dispone igualmente del apartado "A la carta" que incluye un archivo audiovisual de los programas culturales emitidos por su televisión lineal y por Radio Aragón, con antigüedad del 2019, ordenados por fecha y de acceso gratuito (fecha de consulta: 18/11/2020).

Por otra parte, Aragón TV tiene más de 63.000 horas de material audiovisual, 427.403 registros de material en bruto, programas o piezas. Se continúa con la política de conservación de toda la emisión de la cadena en baja calidad desde abril de 2006 (28/4/06), más de 120.000 horas. Anualmente se incorporan aproximadamente 8.760 horas. Enmarcado en la doble función de conservación y reutilización del archivo, durante el año 2019 se han descargado 4.708 horas de imágenes en movimiento lo que

ha supuesto 56.729 ficheros de video. Estos contenidos han sido programas completos para su redifusión y material de archivo para la elaboración de nuevos contenidos.

La selección y análisis documental de todo el material que generan los servicios informativos y de deportes de Aragón TV es uno de los pilares del trabajo que se realiza. Se completa con el material del programa informativo semanal de reportajes “Objetivo” (923 nuevos registros). Asimismo, se han incorporado el siguiente número de materiales:

- Elecciones Generales de abril: 724 registros
- Elecciones Autonómicas, Municipales y Europeas de mayo: 1263 registros
- Elecciones Generales de noviembre: 651 registros

Otro de los pilares del archivo es el que genera el área de programas, quienes proporcionan recursos de calidad para el archivo de Aragón TV y también para los redactores a la hora de elaborar nuevos contenidos. Para el archivo se hace una selección del material de los programas que se trabajan dentro y fuera del edificio de producción. Se ha continuado con la selección de materiales de programas como Aragón en abierto (1536), Otro punto de vista (249), Investigación abierta (14), Unidad móvil (385), Tempero (297), Territorio vivo (527), Chino chano (115). Y durante el año además se han incorporado nuevas producciones: Atónitos Huéspedes (117), La voz de mi calle (423), Nos vemos (103), Aragón es Ohio (100), Aragoneses por el mundo (460), Bulevar (65), Cosas de clase (141), Sin Cobertura (29) y Veraneando (32). Puntualmente se siguen haciendo peticiones al resto de programas como Charrín charrán, Canal Saturno o En ruta con la ciencia.

### Gráfico 1. Registros de archivos por áreas (2019)



Fuente: CARTV, 2019: 138.

En las políticas de preservación de programas de “Producción Propia”, se adoptó la decisión a comienzo de año de conservar dos versiones de aquellas retransmisiones que

se consideran “especiales”, una sin rotulación como hasta ahora y otra con rótulos. Es una cuestión que ha preocupado durante estos años, perder información importante en pantalla como rotulación o elementos gráficos, no solo de las imágenes propiamente dichas. Se ha colaborado intensamente con dos producciones importantes para Aragón TV. La serie de ficción *El último show*, a la que se ha proporcionado material para elaborar, entre otras cosas, la cabecera. Y el documental pendiente de estreno *Somos*, que ha requerido una labor de búsqueda documental muy exhaustiva.

Se ha mantenido la selección de contenidos de “Producción Ajena” que por su especial relevancia necesitan un análisis documental mayor y una preservación definitiva a futuro. Son contenidos que se enmarcan en el proyecto Fomento del Audiovisual Aragonés o materiales que tienen una relación importante con Aragón ya sea por contenido o por autoría. También se ha continuado con el archivado y análisis de los contenidos que se han emitido por *streaming*, tanto en la plataforma Aragón Deporte (218) como Aragón Cultura (7). Así como apoyo en sus necesidades de imágenes para la elaboración de contenidos. Durante este año se planteó modificar el tesoro geográfico.

En el año 2006 se adaptó e implementó el Tesoro ISOC de Topónimos y desde entonces no se ha realizado ninguna modificación. Desde el inicio, este tesoro no daba respuesta a los descriptores relativos a pedanías de los municipios, puesto que no están recogidos en él. El departamento de Documentación se puso en contacto con el Grupo de Trabajo de Descriptores Geográficos de Aragón para pedirles colaboración en la implementación de la “Lista de Descriptores Geográficos de Aragón: localidades, municipios, comarcas y provincias, actuales y desaparecidas”. Gracias a su buena disposición y ayuda se adaptó y se subsanó esta carencia arrastrada tantos años. A comienzos del año se empezó a dar acceso y cursos de formación de la base de datos documental a parte del personal interno de Aragón TV. Departamentos como Producción, Contenidos, Editores y Presentadores de informativos, Emisiones o Prensa acceden ya de forma independiente a la base de datos documental. Pueden visualizar todos los contenidos y la metadata de esos materiales. Según el perfil asignado a cada usuario puede realizar operaciones de descarga al sistema de trabajo y otros destinos, así como ediciones básicas. Todos estos usuarios pueden acceder a la copia legal y Archivo de Emisión, que ha resultado ser un fondo muy valorado.

Queda pendiente ampliar el acceso a toda la redacción de informativos y deportes, un paso planificado para el año 2020. En junio, tras un acuerdo con el grupo Atresmedia de custodia y preservación, se depositaron los fondos de la videoteca de la Delegación de Antena 3 Aragón en los archivos físicos de la CARTV. Para poder acomodar correctamente estos materiales hubo que poner en marcha un plan de expurgo previo, que el personal de videoteca llevó a cabo de una forma rápida y ordenada. Se siguen explorando vías para digitalizar los fondos históricos provenientes del archivo de Antena Aragón con la premura que supone la obsolescencia cada vez más cercana de los soportes y equipos de reproducción. Para la gestión de los archivos se utiliza una

solución de archivo de Tedral que se ha ido actualizando y que brinda un buen rendimiento, además, de que se integra con los sistemas de otras áreas (TB Broadcast, 2020).

## 6. Innovación

En el Capítulo segundo titulado “Líneas estratégicas en el modelo de gestión” del Contrato Programa de la Corporación sobre las inversiones para la renovación tecnológica (Gobierno de Aragón, 2018), se especifica que se mantendrá un continuado proceso de inversión para la renovación tecnológica del equipamiento, instalaciones e infraestructuras de CARTV y sus sociedades. Estas inversiones son necesarias para evitar la obsolescencia tanto de los equipos como de las instalaciones e infraestructuras existentes y para atender las nuevas necesidades que van surgiendo derivadas de la aparición de nuevos requerimientos o del avance de la tecnología por la transformación del sector. Se favorecerá la reutilización en el ámbito de la enseñanza, de los equipos que queden sin uso como consecuencia de la renovación tecnológica.

Asimismo, Javier Romero confirma que “es difícil determinar el porcentaje que se dedica a la innovación. Los diversos departamentos tanto de la empresa matriz como de sus mercantiles aportan anualmente un sinfín de ideas y novedades de toda índole. De ahí que sea difícil delimitar el gasto de una colaboración en un proyecto de creación, una coproducción, un evento, una ficción sonora inédita o un proyecto digital o un producto transmedia o una web” (entrevista Romero: 14/07/2020).

### 6.1. Proyecto “televisión conectada” y aplicaciones Smart TV

Aragón TV no tiene sistema HbbTV en la TDT. Uno de los proyectos prioritarios del Departamento de Nuevos Proyectos es la puesta en marcha de un sistema HbbTV o ‘Botón rojo o azul (LOVES TV)’ para Aragón TV y Aragón Radio.

En estos momentos (y al igual que ocurrió con la puesta en marcha del HDTV) es prioritaria la extensión de la Digitalización a los medios convencionales con estas herramientas y otras como son las aplicaciones dedicadas de los fabricantes u otras colectivas, como Android para TV. El desarrollo de la “Smart TV” va a ser exponencial (al igual que la rápida implantación que hemos visto de los “smartphones”) y su uso, cotidiano en unos pocos años. Además, se implementará en paralelo a la utilización de dispositivos portátiles como los mencionados teléfonos inteligentes o las extendidas tabletas digitales, y su interacción con el televisor y sus contenidos. Se han realizado todos los estudios preliminares -tanto técnicos y comerciales, como financieros- para su implementación, añadiendo servicios de transcodificación que permitan que la televisión pueda acceder a sus contenidos “A la carta” en formato HD y 4K -además de servicios de “catch up”- como parada y retorno de emisión, inicio del programa, cambios de bloques comerciales, programación en diferido 7 días, nuevo EPG aumentado,

recomendaciones, aplicaciones o “widgets” por programas, lenguaje de signos seleccionable y ventana posicionable, audio-descripción, subtitulación avanzada, etc.

“Trabajamos hace dos años en tres líneas y ninguna aprobada, ni activa. Eso sí, disponemos del hardware para ofrecer estos servicios. Se plantean tres proyectos en paralelo” (entrevista Romero: 14/07/2020):

- Botón rojo propio
- Loves TV
- Una lanzadera común Hbbtv para FORTA

La intención primera es dotar de servicios de TV y Radio a la carta propios de Aragón través de Smart TV,s.

Loves TV: dota de un botón azul con aplicaciones de catch up y selección de parada, inicio, selección de contenidos de una semana, publicidad ad hoc, servicios de sugerencias, etc. Tipo Movistar y plataformas con set top box propio.

Y finalmente, dotar a la Forta de una plataforma lanzadera hbbtv de todos los servicios anteriores pero que permita ver nuestra programación en otras comunidades como aplicaciones Android o widgets de distintas marcas de televisores, en Directo y a la carta. Y viceversa con las otras CCAA. Es decir, aquí veríamos ETB y su repositorio pulsando su logo en Hbbtv. Un netflix u OTT regional, para entendernos” (entrevista Romero: 14/07/2020).

## 6.2. DVBT2 (TDT 2). Emisiones en pruebas en 4K, HDR y DOLBY ATMOS

RTVE, junto a Cellnex y la Universidad Politécnica de Madrid y otros operadores locales (Canal Sur/Atresmedia/ TVE), están realizando en diversas ciudades de España un Piloto de Emisiones DVB2 (TDT2) que implica mayor rango de banda ancha y poder cuadruplicar las emisiones actuales de HDTV. Esta emisión es compatible con los televisores actuales y se recibe a través de una antena convencional. En este año y desde el Departamento, la CARTV ha sido admitida en la Cátedra que conforma este consorcio investigador como miembro activo y ha preparado las primeras emisiones de este sistema en 2020. Con la colaboración del Gobierno de Aragón trabaja en la elaboración de contenidos en este formato de alta calidad que forma parte de la “continuidad” de estos contenidos en pruebas.

## 6.3. “Slow TV” para web y televisiones conectadas. IPTV, 4K Y 360°VR

Aragón TV programó en directo y en “Prime Time” una serie de contenidos basados en la denominada “Slow TV”. Un producto de larga duración que desde principios de siglo se emite especialmente en canales de países nórdicos. A fin de no hipotecar la emisión convencional se está diseñando un espacio propio de canales en Directo con esta



filosofía “pausada”, con calidad suficiente para poder ser visualizado con definición en pantallas de TV, e incluso revertir su utilidad como salvapantallas de ordenador o tabletas digitales.

Para ello se han realizado las suficientes pruebas con cámara, directo y grabaciones de la tecnología tanto en IPTV y “*streaming*” en 4K, como en 360ºVR. Se ha desarrollado y programado una “APP” para teléfonos móviles-dispuesta para Android e IOS-, junto a un apartado que pueda estar embebido en las diferentes páginas *web* que ofrece la CARTV. Las pruebas iniciales se desarrollaron en un apartado concreto difundiendo la Semana Santa del Bajo Aragón y las Fiestas del Pilar desde una perspectiva diferente e innovadora que despertó gran expectación (prueba de ello son las elevadas cifras de visionado del Camarín de la Virgen o la implicación de las cuadrillas de diversas localidades turolenses retándose en directo en la potencia de sus “toques” de tambor y bombo).

Se conformó un grupo de trabajo de CARTV, Aragón Radio y Aragón TV con el objetivo de realizar un hito tecnológico, la transmisión en 360º de la Semana Santa del Bajo Aragón, reconocida como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Esta histórica retransmisión se realizó en Formato 4K, 360º VR y en IPTV; todo de forma simultánea. Además, Aragón TV nunca había podido ofrecer la Semana Santa en el Bajo Aragón en más de una localidad al mismo tiempo. En estas transmisiones IPTV, se conectaron cinco localidades de forma puntual en HDTV y en Directo con una Unidad Móvil de televisión en Samper de Calanda que emitió para todo el territorio de Aragón el acto de “Romper la Hora”.

En el caso de las Fiestas del Pilar se instaló en directo durante 10 días una cámara 360º VR en el Camarín de la Virgen del Pilar mediante la conexión de enlaces IP 5G, ya que las normas de patrimonio imposibilitaban instalar cualquier tipo de cables y/o conexiones. Además, se realizó la conexión 360º en Directo el Día de la Ofrenda de Flores mediante este mismo método de enlace. A estas retransmisiones se incorporaron las grabaciones de todos los actos festivos en directo y un extenso saluda en 360º de los pregoneros, el grupo zaragozano con proyección internacional B Vocal.

#### 6.4. Aplicaciones para asistentes controlados por voz: disponibilidad (Alexa, Google Home o Apple), oferta de contenidos

No disponen de aplicaciones de esta índole.

#### 6.5. Nube: uso de recursos virtuales para producción, edición y archivo

“Tenemos recursos en Microsoft Azure, y en Amazon *Web Services*. Se utilizan para repositorio de datos y de infraestructura en nube híbrida (pública y privada). Y se utiliza

también como producción de programas con productoras externas” (entrevista Romero: 14/07/2020).

#### 6.6. 5G y dividendo digital

“El impacto en nuestras emisiones del Segundo Dividendo es menor que en el Primer Dividendo. No obstante, hemos realizado una campaña de información dirigida a nuestros espectadores” (entrevista Romero: 14/07/2020).

### 7. Relevancia de la información

El director de Informativos Samuel Barraguer, ha asegurado que “van a mantener las premisas de ‘rigor, veracidad, imparcialidad y contrastar’ en la que van a separar ‘información y opinión’. Para ello, ha indicado que van a disponer de más herramientas para hacer más directos y también van a contar con más equipos tanto en Huesca como en Teruel, además de hacer “una apuesta decidida por la oferta digital” (Hoy Aragón, 2020).

La página *web* principal de Aragón TV pone en el epicentro a la información como uno de los principales ejes de la cadena. Ofrece en su banner principal un apartado de “Informativos” que incluye un repositorio de los últimos programas emitidos, así como de las noticias más destacadas. Asimismo, hace una diferenciación entre “El Tiempo” y las noticias deportivas que cuentan con un apartado propio que ofrece contenidos gratuitos para visionarse en diferido.

Desde su página *web* principal se accede a las redes sociales: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *Youtube* (fecha de consulta: 21/11/2020).

En *Facebook* Aragón TV cuenta con 79.571 seguidores (02/12/2020). Su uso tiene por objetivo promocionar sus contenidos, concretamente la programación próxima a emitirse y, en segundo lugar, la utiliza para incluir noticias relacionadas con los informativos de la cadena.

Aragón TV se caracteriza por los mensajes de saludo a sus espectadores y cuyos posts son los que reciben más “likes”. Los principales recursos que utilizan son, en primer lugar, la fotografía, los enlaces propios que remiten a los usuarios a las páginas *web* de la Corporación, el uso de *hashtags* y el vídeo.

En *Instagram* la información tiene un peso mayoritario, principalmente a través de vídeos, seguido de fotografías.

Su página de *Youtube* incluye un primer banner que se titula “La actualidad e Aragón TV” que da la opción de reproducir noticias de diferentes temáticas. Si bien es el primer

*banner* que se presenta en la página, la información tiene el mismo peso que el resto de la programación.

En el caso de *Twitter*, la información tiene un peso mayoritario, principalmente a través de vídeos.

En cuanto a *apps*, la aplicación en *Google Play* permite visionar la programación Aragón TV en directo; le siguen cuatro apartados, el primero es el de “Informativos” que incluye un repositorio que comienza con el último informativo emitido en el día, seguido de sus correspondientes secciones de “El Tiempo” y “Deportes”. Permite visionar todas las ediciones de los informativos emitidos por la cadena en los últimos 15 días.

Seguido de este primer apartado se incluyen otros tres: “Programas”, “Más vistos” (ambos funcionan como repositorio de los contenidos lineales de la cadena), y “Búsquedas”.

## 8. Los jóvenes y la televisión pública

Los resultados de la Encuesta LOCALCOM realizada a universitarios españoles, indican que los jóvenes acceden a los medios públicos a través de los recursos digitales que tienen a su alcance. El 48% de los encuestados prefiere ver la televisión a través del teléfono móvil, de ahí la importancia de la accesibilidad de los contenidos de las cadenas en los teléfonos inteligentes y de que la estrategia de las televisiones públicas esté enfocada a este dispositivo a fin de atraer al público joven. Sólo un 3% prefiere ver la televisión a través de una tableta.

Más de la mitad (61%) accede a contenidos de TV a la carta disponibles en las páginas web de las cadenas públicas, un 38% descargan la aplicación en teléfonos inteligentes de alguna televisión pública y un 26% sigue algún canal de televisión pública en las principales redes sociales.

De lo anterior se desprende la importancia de tener accesibles los contenidos de las cadenas en sus webs, de enriquecerlas a través de contenidos específicos para este público (que las consume). Asimismo, cabe destacar la importancia de las App de las corporaciones como segunda opción preferencial de los jóvenes para visionar contenidos televisivos.

Teniendo cautivo al público principalmente en estos dispositivos, la estrategia de Aragón TV debe ir encaminada a facilitar el acceso (tecnológico) de sus contenidos a través de los teléfonos inteligentes y en la producción de contenidos interactivos (transmedia...) destinados a este público.

## 9. Comparativa autonómica

En comparación con el resto de las televisiones autonómicas, Aragón TV presenta una plantilla bastante reducida conformada por 134 empleados, lo que la sitúa entre las últimas posiciones, sólo por delante del Canal IB3 (Baleares), TPA (Asturias) y 7RM (Murcia).

Aragón TV tiene unos ingresos de 46,7 M, lo que la coloca en la 8va posición de las 13 televisiones autonómicas. La televisión pública aragonesa tiene un coste mensual por habitante de 2,96 euros, la tercera más costosa y a la que únicamente le antecede el Ente Público Radio Televisión Vasca y de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales.

En cuanto a ingresos como porcentaje del PIB autonómico, representa el 0,13%, lo que la sitúa entre los primeros cuatro puestos. En cuanto a audiencia *off line*, se sitúa en la 4ª posición junto con Canal Sur (Andalucía), sólo por detrás de TVE (Cataluña), EITB (País Vasco) y TVG (Galicia); asimismo es la cuarta cadena más vista en la comunidad aragonesa (después de Telecinco, Antena 3 y TVE).

En el año 2013 Aragón TV registró el índice más alto de audiencia (11, 5%), después fue disminuyendo hasta el año 2017 -en el que alcanzó un 8,3%- y a partir de entonces ha registrado un ligero ascenso hasta alcanzar en el 2019 un 8,8% de audiencia.

## 10. Conclusiones

La televisión pública de Aragón TV se encuentra en plena transformación hacia un medio de servicio público enmarcado en el nuevo entorno digital. Por un lado, su apuesta se centra en los contenidos *web* a través de una estrategia multiplataforma en línea compuesta por Aragón Deporte, Aragón Cultura y Aragón Sostenible, a la que poco a poco va incorporando más contenidos nativos digitales de producción propia con una orientación basada en el servicio público, que se consolida a través de la distribución de contenidos digitales de acceso gratuito a la ciudadanía, así como el desarrollo de aplicaciones (app), redes sociales, y la producción de contenidos transmedia. Si bien su apuesta es acertada, a tenor de los resultados de su audiencia digital es imprescindible que continúe desarrollando contenidos nativos digitales y que implemente nuevas estrategias para conocer y atraer a su público joven, a fin de incrementar su porcentaje de visitantes únicos.

Si bien las acciones desarrolladas por Aragón TV y CARTV están alineadas con los principios del mercado digital europeo, los resultados de sus audiencias digitales invitan a realizar una transformación más acelerada, a efectos de alcanzar a otras televisiones públicas a las que superan en audiencia *off line*.

En este sentido, Aragón TV está rediseñando su estructura interna para dar cabida a proyectos digitales y transmedia. Actualmente han puesto en marcha un plan de

reorganización -de carácter temporal-, a fin de seguir desarrollando proyectos innovadores enfocados a otros públicos.

Por otro lado, sus limitaciones se ciñen a velar por la accesibilidad y calidad de recepción de sus contenidos a través de los dispositivos móviles y páginas *web*, e intentar avanzar a la par de la tecnología, a razón de la demanda de sus usuarios más jóvenes -quienes cada vez ven menos televisión a través de la pantalla tradicional-. Asimismo, debe seguir creando espacios de intercambio entre los jóvenes para conocer sus inquietudes y demandas, como un factor clave para sus producciones transmedia.

A pesar de que Aragón TV, al igual que el resto de televisiones autonómicas, está mediatizado por las limitaciones presupuestarias para desplegar su estrategia digital, en los últimos años viene apostando por la integración de la tecnología en sus instalaciones (plató virtual) y equipos (4K), por la producción de formatos audiovisuales innovadores y nativos digitales (emisiones a 360°) y por la formación de sus empleados (plan de formación 2020) a fin de introducir la nueva cultura digital en la organización, investigar y actualizar herramientas, a fin de avanzar hacia el escenario digital y convergente, en línea con las nuevas formas de consumo digital, la fragmentación de las audiencias y las directrices europeas. No obstante, Aragón TV entiende que la clave de su éxito también radica en no perder de vista lo que es, es decir, una cadena de proximidad capaz de contarle a los espectadores lo que ocurre en la comunidad aragonesa (entrevista Romero: 14/07/2020).

## 11. Referencias

Aragón TV (2019 c). *Informe de auditoría independiente y Cuentas anuales al 31 de diciembre de 2019*. Disponible en: <http://www.cartv.es/transparencia/planificacion-gestion-control-financiera-presupuestaria/presupuestos/presupuestos-aragon-tv>

Aragón TV (2019 a). *Memoria de actividad Aragón TV 2019*. Disponible en: <https://www.cartv.es/transparencia/planificacion-gestion-control-financiera-presupuestaria/memorias-actividad/memorias-aragon-tv>

Aragón TV (2019 b). *Memoria resumen presupuestos Aragón TV 2019*. Disponible en: <http://www.cartv.es/transparencia/planificacion-gestion-control-financiera-presupuestaria/presupuestos/presupuestos-aragon-tv>

Aragón TV (2020). *Página web principal de Aragón TV*. Disponible en: <http://www.aragontelevision.es/>

CARTV (2020 a). *Organigrama CARTV*. Disponible en: <https://www.cartv.es/transparencia/institucional-organizativa-politica>

CARTV (2020 b). *Impacto de la CARTV en el sector audiovisual (2006-2016)*. Disponible en: <https://www.cartv.es/files/transparencia/impacto-de-la-cartv-en-el-sector-audiovisual.pdf?e8d309c45f>

CARTV (2020 c). *Página web principal de CARTV*. Disponible en: <https://www.cartv.es/aragonsostenible>

COMSCORE (2019). *Datos de audiencia digitales (Mayo de 2019-Abril de 2020)*.

Gobierno de Aragón. (2018, 31 de julio). ORDEN PRE/1371/2018, de 31 de julio, por la que se dispone la publicación del segundo contrato programa entre el Gobierno de Aragón y la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y sus sociedades, para la prestación del servicio público de comunicación audiovisual de la Comunidad Autónoma de Aragón. Boletín Oficial de Aragón n.º 165. <https://www.cartv.es/transparencia/contrato-programa-2018-2020>

Hoy Aragón (05/09/2020). Aragón TV propone una nueva programación (con sorpresas) para captar más audiencia. Disponible en: <https://www.hoyaragon.es/tendencia-aragon/aragon-tv-nueva-programacion/>

Instituto Nacional de Estadística (INE) (2019). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2019*. Madrid: INE.

LOCALCOM (2020). *Encuesta Localcom*. Disponible en: <https://centresderecerca.uab.cat/oic/content/encuesta-universitarios-television-publica>

LOCALCOM (2020). *Modelo de indicadores LOCALCOM de los Medios de Servicio Público*. Disponibles en: <https://centresderecerca.uab.cat/oic/content/MSP-Spain>