

## **Documento de análisis y valoración sobre el *Estudio sobre el pluralismo político del segundo trimestre de 2011 en las televisiones públicas de Andalucía***

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) es la autoridad independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de los medios audiovisuales en Andalucía y por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad. Son funciones atribuidas al CAA en su Ley de creación garantizar la misión de servicio público asignada a los medios de comunicación audiovisual, así como la realización de estudios sobre los diversos aspectos del sistema audiovisual. Además de esto, el órgano se debe muy especialmente al mandato legislativo expresado en el artículo 4 de la ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA, en el que se indica que es función de esta entidad *velar por el cumplimiento de los principios constitucionales y estatutarios, en especial los referentes a los de pluralismo político, social, religioso, cultural, de objetividad y veracidad informativa, en el marco de una cultura democrática y de una comunicación libre y plural*. Como respuesta a este mandato, el Pleno del CAA aprobó el 30 de abril de 2008 la metodología por la que se vienen realizando los informes anuales, desglosados por trimestres, de pluralismo político de 2009, 2010 y el presente de 2011, cuyos datos correspondientes al segundo trimestre dan pie a esta valoración.

La metodología cuantitativa de estudio del pluralismo político de la que se ha dotado el Consejo Audiovisual de Andalucía se centra en el análisis de los tiempos de palabra de los actores políticos, y va referida inicialmente al pluralismo interno, esto es, al hecho de que, ciñéndonos al ámbito de la televisión, en los informativos se vele por la libertad para expresar y para que sean difundidas con ecuanimidad todas las opiniones y corrientes de opinión y pensamiento. Esta metodología parte del hecho de que cualquier dato de pluralismo político sólo cobra sentido cuando se sirve contextualizado, esto es, cuando se indica del modo más preciso posible en qué circunstancias, ejerciendo qué roles y respecto a qué asuntos se produce la presencia, la toma de palabra o se expresa determinada opinión.

La metodología cuantitativa de los estudios de pluralismo político del CAA es coincidente con la empleada por las autoridades reguladoras de nuestro entorno, cuyos estudios sirven de referencia en este campo. Así sucede con los análisis del Consejo Superior del Audiovisual (Francia), la Entidad Reguladora para la Comunicación Social (Portugal), la Autoridad para las Garantías en las Comunicaciones (Italia), o, finalmente y en el marco español, el Consejo Audiovisual de Cataluña. En todos estos casos se emplea la medición de los tiempos de palabra de los actores políticos, diferenciándose los diversos roles, institucionales o de partido, que estos puedan desempeñar. En el caso portugués, además de los tiempos de palabra se mide el tiempo de presencia en pantalla de los actores.

A diferencia de las citadas autoridades reguladoras, y a pesar de haber apelado al consenso institucional en varias ocasiones para alcanzar tal objetivo, el Consejo Audiovisual de Andalucía no cuenta con un criterio definido para valorar el cumplimiento del pluralismo político de los prestadores públicos. Otras instituciones sí han alcanzado criterios básicos para la determinación del pluralismo, como la regla de los tres tercios aplicada por los consejos francés e italiano, que otorga como máximo

un tercio del tiempo para el gobierno y un tercio para el partido del gobierno, y como mínimo un tercio del tiempo para la oposición, o la aplicada en Portugal, que entiende ponderado conceder la mitad del tiempo al gobierno y al partido o partidos que lo apoyan, un 48 por ciento a la oposición parlamentaria y el resto a los partidos extraparlamentarios.

En el caso de Andalucía, la valoración del grado de cumplimiento del pluralismo político, una vez definido su umbral cuantitativo mínimo, deberá tener en cuenta la realidad de unos informativos donde se mezclan, en diverso grado de complejidad, las noticias de ámbito nacional, autonómico, provincial y local, con actores que pueden intercambiar papeles institucionales, de gobierno, oposición, o partidos políticos según el caso, y cuya presencia relativa ha de ser establecida, a su vez, para prestadores del servicio que pueden ser nacionales, en desconexiones regionales, autonómicos, con desconexiones provinciales, y locales. Datos que se elevan a 644 horas de 1.480 informativos, con 34.700 noticias, 31.478 registros con tiempo de palabra y 904.000 datos procesados. Todo ello genera, metodológicamente, una gran dificultad en el tratamiento y exposición de los datos que ha de resolverse con una ingente aplicación de recursos por parte del Consejo Audiovisual de Andalucía, que se eleva a 3.000 horas de catalogación.

El universo objeto de estudio del informe de pluralismo político elaborado por el Consejo se concentra en aquellos informativos diarios de las televisiones públicas de producción propia que puedan ser captados por los medios técnicos de la institución, y que sean emitidos exclusivamente para Andalucía. Estos prestadores de servicio se han dividido en tres estratos según su alcance:

- Informativos autonómicos (Canal Sur TV, Canal Sur 2 y La 1 Andalucía)
- Informativos provinciales (desconexiones provinciales de la RTVA)
- Informativos locales (Canal 43, Fuengirola TV, Giralda Digital TV, Huelva TV, Interlmería, Onda Azul, Onda Cádiz, Onda Jaén, Onda Jerez, TG7)

Una vez realizados diez informes trimestrales y dos anuales de pluralismo político, y habida cuenta de que la primera edición de éstos se inició en 2009, el Consejo entiende adecuado adjuntar al informe de pluralismo correspondiente al segundo trimestre de 2011 una serie de consideraciones valorativas. Tales consideraciones han de iniciarse, necesariamente, advirtiendo de que los resultados del segundo trimestre de 2011 se muestran, en muchos aspectos, como excepcionales si se comparan con las tendencias observadas a lo largo de los informes de 2009, 2010 y del propio 2011 en su primer trimestre. La causa de esta excepcionalidad está en la celebración de las elecciones municipales del 22 de mayo, que ha hecho aumentar notablemente la información de crónica política y, en consecuencia, los tiempos de palabra en rol de partido, de mucho menos peso en otras ediciones del informe.

Las principales valoraciones que hace el Consejo Audiovisual de Andalucía respecto al Estudio sobre el pluralismo político del segundo trimestre de 2011 en las televisiones públicas de Andalucía son las siguientes:

1. El efecto de las elecciones municipales del 22 de mayo se manifiesta en el ascenso de la crónica política en todos los prestadores, que pasa a ocupar el primer puesto en porcentaje de tiempo de noticias de todos ellos, salvo en las emisiones autonómicas de la RTVA, donde le anteceden los deportes y los temas sociales. La

crónica política ocupa tres de cada diez minutos de TG7, y ronda una cuarta parte de la información en Huelva TV e Interalmérica.

2. De nuevo, se confirma la notable presencia de la información deportiva en todos los prestadores, evidenciando que se convierte en un relato informativo en absoluto marginal o limitado a la afición: ocupa el 15% del tiempo de noticias en La 1, el 18% en las emisiones autonómicas de la RTVA, el 14% en las desconexiones provinciales, y el 16% en las cadenas locales. A continuación, la amplia temática de sociedad, a la que se incorpora una miscelánea informativa, ocupa un papel relevante del 14%, 17% y casi 15% en LA 1, RTVA autonómica y media de las cadenas locales. En éstas, los deportes suponen prácticamente tres de cada diez minutos de Giralda Digital TV y Onda Jaén. Como se comprueba, se trata de porcentajes que dan lugar a una distribución relativa de temáticas desequilibrada respecto al resto para estos prestadores públicos.

3. El alcance geográfico de las noticias depende en gran medida del carácter de los prestadores, confirmando el ajuste a los perfiles propios de cada modelo:

- a. El ámbito autonómico andaluz es predominante en La 1 por tratarse de una desconexión para Andalucía.
- b. El ámbito local es el predominante en las cadenas municipales.
- c. El ámbito provincial es el más destacado en las desconexiones de la RTVA.
- d. Las emisiones autonómicas de la RTVA muestran una presencia de todos los ámbitos, incluida un importante porcentaje del nacional, dado el carácter generalista del canal público autonómico.

4. De nuevo, el Informe del estudio sobre el pluralismo político en las televisiones públicas de Andalucía confirma que los tiempos de palabra no muestran una distribución paritaria entre hombres y mujeres, esto es, se confirma la asimetría de sexos en la representación informativa. La presencia femenina oscila entre el 22% de las emisiones autonómicas de la RTVA y el 34% de las cadenas locales, con un discreto 23% en las desconexiones de LA 1, no alcanzando ni la cadena nacional ni la autonómica una cuarta parte de su tiempo dedicada a la voz de las mujeres.

En las cadenas locales, encontramos máximos de presencia femenina en Fuengirola TV (más de la mitad del tiempo de palabra femenino) y, a mayor distancia y en segunda posición, Onda Cádiz. Sin embargo, el aparente equilibrio de las cadenas municipales esconde una clave focalizada: los porcentajes superiores de presencia femenina en los prestadores locales no responden exactamente a un equilibrio general de sexos, sino que se vinculan personalmente a que la alcaldía sea ejercida por una mujer, como sucede en los ejemplos antedichos.

5. Los tiempos de palabra de los informativos públicos de Andalucía están dominados por el conjunto de los actores no políticos, que suponen más de la mitad de la duración de las intervenciones en todos los prestadores analizados. En todos ellos se detecta una gran importancia de los tiempos de palabra de los actores ocasionales y de los actores deportivos. La notable presencia de actores ocasionales, tangenciales muchas veces al rigor de la noticia, en detrimento de las "personas expertas", se puede relacionar con ciertas prácticas confirmadas en algunos de los estudios cualitativos del Consejo de banalización e incluso espectacularización de la información,

especialmente inadecuadas en prestadores públicos y para temáticas de alta sensibilidad social.

6. Los roles de partidos políticos, en comparación con los de gobierno y otros actores no políticos, sufren un importante incremento en el trimestre, como consecuencia de la convocatoria municipal. Así por ejemplo, en La 1, y por contraste al primer trimestre del año 2011, los roles de partidos políticos (22%) se imponen a los de actores ocasionales, al incrementarse en 15 puntos a consecuencia de la convocatoria electoral. En la RTVA autonómica, los partidos (andaluces 11% y del resto de España 9%) ocupan un total del 20% y duplican su presencia respecto al trimestre anterior.

7. Centrándonos ahora exclusivamente en los actores políticos, medidos como un todo, ya se ha dicho que los efectos de la campaña electoral permiten verificar un predominio de los roles de partido frente a los institucionales y de gobierno. Ello supone la inversión de la tendencia habitual en los estudios sobre el pluralismo político elaborados hasta ahora por el Consejo Audiovisual de Andalucía: la fuerte presencia institucional en los tiempos de palabra de los actores políticos común a todos los prestadores y, particularmente, los locales, se ha visto aminorada en el trimestre.

8. No obstante, se verifica todavía una desigual distribución de los roles institucionales con más tiempo de palabra según el tipo de prestador:

- a. El Gobierno de Andalucía es el rol predominante en La 1 y en las desconexiones provinciales de la RTVA, con porcentajes en torno al 20% del total de actores políticos (21,12% La 1 y 18,37% en las desconexiones provinciales de la RTVA).
- b. Los gobiernos de España y de Andalucía son roles predominantes en las emisiones autonómicas de la RTVA, con porcentajes similares (21,47% y 19,44%).
- c. Los gobiernos municipales son el primer rol institucional en las cadenas locales, con un 36 % de media y fuertes diferencias internas: el gobierno de los ayuntamientos supone máximos de sobrerrepresentación institucional del 75,88% del tiempo de palabra de los actores políticos en Fuengirola TV, el 59,57% en Canal 43 y el 54,18% en Onda Azul, con mínimos del 18,88% en Giralda Digital TV y Onda Jaén.

9. Los datos nos advierten de la fuerte institucionalización de los tiempos de palabra políticos en las cadenas locales públicas y, por ende, del papel que las televisiones municipales vienen realizando como altavoces de la tarea de sus gobiernos. Hay que reseñar, en este sentido, la desmesurada importancia que adquiere en muchas de ellas la figura del alcalde o alcaldesa, que ostenta un porcentaje muy elevado de todo el tiempo de palabra institucional. Destacamos los casos de Fuengirola TV (49%), Onda Jerez (49%), Onda Azul (47%), Huelva TV (42%) u Onda Cádiz (39%). Lo que contrasta, por ejemplo, con el espacio ocupado por el máximo representante institucional autonómico en La 1 o RTVA (Presidente de la Junta de Andalucía, 23% y 16% respectivamente).

10. Desde el punto de vista de los roles políticos de partido, insistimos en las modificaciones que se han producido en el trimestre respecto a ediciones anteriores, al

ampliarse la presencia de éstos en todos los prestadores, por comparación con los roles institucionales a consecuencia de la convocatoria electoral. Reflejos evidentes de lo anterior son que en la RTVA autonómica, el principal actor en el de partido, Javier Arenas, ocupe más porcentaje de tiempo de palabra en este rol (16,87%) que el Presidente de la Junta de Andalucía, José Antonio Griñán, en su rol institucional (15,59%), o que en La 1 el porcentaje del primero sea sólo ligeramente inferior en su rol de partido (20%) al del Presidente de la Junta en su rol institucional (23%), incluso si José Antonio Griñán supera, en la unión de sus papeles institucional y de partido, con un 13,21%, el 9% de Javier Arenas. En el mismo sentido, hay que resaltar en las desconexiones provinciales de la RTVA el mayor peso de Juan Espadas en el total de actores políticos con rol de partido la desconexión de Sevilla (48,67%) que el entonces alcalde de la ciudad, Alfredo Sánchez Monteseirín, en su porcentaje según rol institucional (27,25%) y que, en la suma de tiempos, el primero suponga, en la suma de sus roles, un 25% más que Juan Ignacio Zoido y un 31% más que Alfredo Sánchez Monteseirín.

11. En el conjunto de tiempos de palabra de actores políticos en rol institucional y de partido, se producen efectos de macrocefalia en algunos operadores locales municipales. Destaca la concentración en torno a María Esperanza Oña en Fuengirola TV (51,53% del tiempo de palabra de actores políticos en rol conjunto), seguida de Francisco de la Torre en Onda Azul (41,92%) y –a mayor distancia- Teófila Martínez en Onda Cádiz (32,97%). El valor más bajo de los operadores locales analizados es, por diferencia, el de José Torres Hurtado en TG7 en su rol conjunto (14,02%).

La importancia de estos datos es mayor si los contrastamos con el reflejo de los principales actores políticos, también en el sumatorio de sus roles institucional y de partido, en operadores de mayor penetración, como las desconexiones de La 1 (encabezado por Javier Arenas, con un 12,92% de tiempo de palabra, y José Antonio Griñán, con un 11,50% total), o las emisiones autonómicas de la RTVA, encabezadas por José Antonio Griñán, con una suma correspondiente al 13,21% y Javier Arenas, con el 9%. Ambos superan el valor del entonces Presidente del Gobierno de España, José Luis Rodríguez Zapatero, con un 7,38%, incluso si como decimos la RTVA autonómica tiene carácter generalista. Las desconexiones provinciales de la RTVA mantienen un criterio muy similar al de la RTVA en el sumatorio de roles de los actores políticos, exceptuado el caso ya citado Juan Espadas alcanza en la desconexión de Sevilla un 37,99% del tiempo de palabra de actores políticos en la suma de sus roles institucional y de partido.

12. El estudio sobre el pluralismo político del segundo trimestre de 2011 en las televisiones públicas de Andalucía evidencia asimismo otras tendencias especialmente preocupantes, en relación con el ajuste de los tiempos de palabra de la oposición en prestadores que tienen contraídas especiales obligaciones de respeto al pluralismo político, dado su carácter público. Ya en el informe anterior se evidenció el poco tiempo de palabra que, en general, los prestadores locales públicos conceden a los partidos de la oposición municipal o que, en todo caso, no formaban parte del gobierno del ayuntamiento, oscilando entre el 1% de Fuengirola TV y el 24% de Onda Jerez. Un análisis pormenorizado de los estudios de pluralismo del Consejo Audiovisual de Andalucía desvela que el aumento de la crónica política produce un incremento en el grado de pluralidad de los informativos, y, de este modo, en el segundo trimestre de 2011, y por efecto de la campaña electoral, el Consejo ha verificado un aumento muy considerable del

tiempo de palabra en roles de partido. Sin embargo, solamente dos cadenas locales de las estudiadas, Onda Jerez e Interalmería, conceden más tiempo a los partidos de la oposición que a los del gobierno municipal, llegándose al caso extremo de Fuengirola TV, en el que la presencia de la oposición en el conjunto de los tiempos de palabra políticos alcanza el 5%.

La presencia de los partidos de la oposición en los tiempos de palabra de determinados prestadores locales queda, pues, marginada, con valores muy alejados a los criterios para delimitar el cumplimiento del pluralismo que se barajan en otros órganos de regulación europeos, y, en algunos casos, llega a ser estadísticamente despreciable, disminuyendo las posibilidades de las formaciones políticas o partidos de la oposición, para expresar sus ideas y opiniones, valor fundamental en el que se ampara el pluralismo político por el que el Consejo Audiovisual de Andalucía está obligado a velar.