

## **Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre contenidos televisivos emitidos en la comunidad autónoma en el 2011**

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha analizado y evaluado la oferta cualitativa y cuantitativa de contenidos que los andaluces pueden recibir en cadenas autonómicas y locales, públicas y privadas. En el 2011 se han catalogado 74.281 horas de programación y publicidad de 127 canales de televisiones. Según lo dispuesto en el artículo 4.11 de su Ley 1/2007, es función de esta institución incentivar la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación, por lo que procede realizar las siguientes recomendaciones en relación con las valoraciones que suscitan los resultados del *Informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía* en el 2011:

### **1.- Presencia de canales televisivos ilegales en Andalucía**

El 55 por ciento de las televisiones locales captadas, grabadas y analizadas por el Consejo Audiovisual de Andalucía en el 2011 son ilegales. Un 71 por ciento de estas televisiones sin licencia se dedican en esencia a la emisión de programas esotéricos y de paraciencias sin respetar las limitaciones horarias que establece la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual para proteger a los menores de contenidos que puedan perjudicar su desarrollo. Ninguna de las gestiones realizadas hasta ahora por el Consejo ante los organismos con competencias sobre el espacio radioeléctrico y las emisiones vía satélite ha conseguido minimizar el problema.

La ocupación fraudulenta de canales de TDT ha crecido de manera alarmante durante el 2011 y sigue haciéndolo, en menor medida, en el 2012, interfiriendo en la adecuada ordenación y regulación del sistema audiovisual en Andalucía. La presencia de canales ilegales supone además una competencia desleal y un agravio comparativo respecto a aquellos prestadores que han cumplido estrictamente con los requisitos exigidos para sus emisiones.

El Consejo Audiovisual de Andalucía considera necesario aunar esfuerzos para erradicar este problema por lo que solicita:

- A las administraciones públicas y, en particular, a los ayuntamientos que se abstengan de incluir publicidad en las televisiones que carecen de licencia administrativa o título habilitante.
- A las empresas que prestan servicios de transporte y difusión de señales de radio y televisión que exijan la licencia o título habilitante al contratar estos servicios.

## 2.- Derecho a recibir una comunicación plural

Todas las personas tienen derecho a que la programación televisiva incluya distintos géneros y atienda los diversos intereses de la sociedad, especialmente cuando se realice a través de prestadores de titularidad pública.

La implantación de la TDT y el desarrollo de la televisión privada parece no haber mejorado en general la calidad ni la pluralidad de la programación. El 70 por ciento de los contenidos emitidos en el 2011 en canales privados de ámbito autonómico son programas de venta, juegos de azar, videncia, chat y otros formatos que se han desarrollado para paliar la crisis publicitaria que padece el sector. El resto de la programación está básicamente centrada en programas de opinión y de ficción.

Los programas de videncia, chat y ventas constituyen también el 40 por ciento de los contenidos emitidos por televisiones locales de ámbito privado, aunque ninguna alcanza los porcentajes del canal autonómico.

El Consejo Audiovisual de Andalucía realiza al respecto las siguientes recomendaciones:

- Los prestadores del servicio deberían promover **contenidos que contribuyan a la cohesión de Andalucía**, dentro de un marco cultural plural, al ser actualmente muy escasos o no estar siquiera presentes en la programación de nuestra comunidad autónoma. En el caso de los prestadores públicos, el Estatuto de Autonomía de Andalucía establece en su artículo 211 que los medios de comunicación de gestión directa por la Junta de Andalucía y las Corporaciones locales han de orientar su actividad a la promoción de los valores educativos y culturales andaluces. Tienen encomendadas las funciones de fomentar el desarrollo audiovisual y la producción cinematográfica de Andalucía, así como la de promover el reconocimiento y uso de las modalidades lingüísticas andaluzas, en sus diferentes hablas.
- Aunque hay una importante diversidad de géneros televisivos, se ha de evidenciar la mayor apuesta de las cadenas públicas por la **promoción de la cultura**. Como media, los programas culturales ocupan uno de cada diez minutos de emisión en el sector de la televisión local. Su presencia es significativa en los prestadores públicos RTVA, Onda Algeciras (23 por ciento) y Onda Jerez, con un 21 por ciento. La RTVA dedica una cuarta parte de sus emisiones a programas culturales de divulgación, documentales o educativos y, en particular Canal Sur 2, dedica una tercera parte de sus emisiones (34 por ciento). Por el contrario, y de entre las cadenas privadas autonómicas, Metropolitan TV no dispone prácticamente de contenidos culturales en las emisiones clasificadas en 2011 (0.17 por ciento), y en otras muchas cadenas locales los contenidos culturales no llegan al 10 por ciento.

- El Consejo considera que, en aras a su mayor cualificación, los operadores autonómicos **diversificaran sus géneros de entretenimiento**, concentrados en los magazines (72 por ciento RTVA, 91 por ciento Canal 21 y 85 por ciento Málaga TV) y con un predominio de los infoshow y realityShows (73 por ciento) y cámara oculta, segmento, *zapping* y videos caseros (24 por ciento) en Metropolitan TV. Estos últimos contenidos no son significativos en los prestadores locales públicos, pero en algunos de los privados llegan a suponer toda la programación de entretenimiento.
- Los contenidos catalogados demuestran que las televisiones andaluzas **no recogen la diversidad religiosa** en sus emisiones. Al respecto, el Consejo Audiovisual de Andalucía recuerda que el pluralismo en los medios de comunicación no se circunscribe al ámbito político sino que presenta facetas muy diversas, entre ellas la religiosa.
- La programación deportiva se concentrada en torno a un solo deporte: El **fútbol** llega a suponer el 90.30 por ciento de la programación deportiva de Canal Sur TV (más de la mitad del tiempo de toda la RTVA) y el 100 por cien de Metropolitan. Entre los prestadores locales privados, el fútbol ocupa dos terceras partes de las emisiones del género deportes, superando 10 de ellos el 90 por ciento.

El Consejo Audiovisual de Andalucía recuerda el papel que puede desempeñar la televisión en el fomento de la práctica deportiva y la adopción de hábitos de vida saludable entre la población.

### **3.- Derecho y libertad de información**

El derecho a recibir y transmitir con libertad información veraz es un elemento nuclear de una sociedad democrática que favorece el desarrollo de otros derechos fundamentales, como la libertad de pensamiento, de expresión y de opinión. Sin ellos, no es posible concebir el progreso social ni el desarrollo individual. La televisión cumple en este sentido una función esencial, ya que es la principal fuente de información para la ciudadanía andaluza. El derecho y la libertad de información detentan pues una función social que debe desarrollarse desde la responsabilidad y la ética, respetando el pluralismo social y político.

Las televisiones públicas, especialmente la RTVA, están además obligadas a ser neutrales e independientes, así como a garantizar el derecho de acceso a las asociaciones, organizaciones e instituciones representativas de la diversidad política, social y cultural de Andalucía, respetando en todo momento el pluralismo.

La información tiene un peso importante en los contenidos de las televisiones públicas. Constituye el 25,17 por ciento de la programación de Canal Sur y el 10.46

por ciento de Canal Sur 2. Los telenoticiarios y los programas de reportajes de actualidad ocupan en el prestador del servicio autonómico el mayor tiempo de sus contenidos informativos.

Como media, las televisiones locales públicas destinan casi el 22 por ciento de sus contenidos a programas informativos, con la peculiaridad de que casi el 50 por ciento de los informativos emitidos en el 2011 fueron redifusiones.

En los canales privados, en cambio, predominan los programas de opinión sobre los netamente informativos. Este hecho es especialmente significativo en la televisión autonómica Metropolitan TV, que dedica a tertulias o debates el 90 por ciento del tiempo dedicado a la información.

El Consejo Audiovisual de Andalucía recuerda a los medios de comunicación audiovisuales públicos y privados la obligación de respetar los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios, así como que el incumplimiento de algunas de las obligaciones que pesan sobre ellos en aras a garantizar el derecho del público a recibir una comunicación audiovisual plural expresamente recogido en el artículo 4 de la Ley General de Comunicación Audiovisual pueden ser objeto de sanción:

#### **El respeto a la dignidad humana y la lucha contra la discriminación**

La comunicación audiovisual nunca puede incitar al odio o a la discriminación por razón de género o cualquier circunstancia personal, debe respetar los valores constitucionales y contribuir a erradicar la desigualdad entre hombres y mujeres.

#### **La honestidad e independencia de la información**

Todas las personas tienen derecho a que la información se elabore con el deber de diligencia necesario para garantizar su veracidad y a que se respete el pluralismo político, social y cultural. Todas las personas tienen el derecho a ser informados de los acontecimientos de interés general y a recibir de forma claramente diferenciada la información de la opinión.

#### **Respeto a la vida privada y protección de los menores de edad**

Todos los medios de comunicación están obligados a respetar del honor, la intimidad y la imagen de las personas, a proteger a los menores de edad y a garantizar los derechos de rectificación y réplica.

En este sentido, el Consejo insiste en la particular atención que los medios deben prestar al tratamiento informativo de las noticias judiciales para respetar derechos fundamentales como la presunción de inocencia y el anonimato de los menores de edad. Estas informaciones exigen de los profesionales y de los medios mayores dosis de mesura, rigor y honestidad.

Al respecto el Consejo Audiovisual de Andalucía recomienda:

- Disponer de códigos o libros de estilo que contribuyan a garantizar los principios y valores que sustentan el derecho y la libertad de información.
- Proporcionar a la ciudadanía procedimientos e instrumentos que faciliten ejercer el derecho de rectificación y réplica.
- Los medios públicos deben contar con directrices para que los grupos sociales y políticos significativos puedan ejercer, como fuentes portadoras de información y de opinión, el derecho de acceso a la programación.

#### **4.- Derecho del menor a una franja horaria de protección reforzada**

La Ley General de Comunicación Audiovisual establece tres franjas horarias consideradas de protección reforzada, en las que no pueden emitirse contenidos calificados como recomendables para mayores de trece años, manteniendo a lo largo de la emisión del programa que los incluye el indicativo visual de su calificación por edad. Estas franjas horarias están comprendidas entre los 8 y las 9 horas y entre las 17 y las 20 horas, en el caso de los días laborables. Los sábados, domingos y fiestas de ámbito estatal el horario de protección reforzada comprende entre las 9 y las 12 horas

En esta franja horaria, Canal Sur TV orienta su programación hacia espacios informativos y de entretenimiento (35 por ciento respectivamente). El 32 por ciento de los programas de entretenimiento son magazines. El segundo canal emite fundamentalmente programas culturales (58 por ciento), dibujos animados y series (14 por ciento).

Por su parte, el canal autonómico de titularidad privada centra su programación en espacios de opinión (24 por ciento), series y telenovelas (25 por ciento), ventas (18 por ciento) y videncia (14 por ciento).

Más de dos de cada diez minutos de emisión están dedicados a programas de venta en Canal 21 de Córdoba, Málaga TV, 20TV de Sevilla, Onda Chiclana y Tele Sevilla. Esta cifra se eleva al 88 por ciento y al 86 por ciento en Bienestar/Astrocanal, en sus emisiones de Dos Hermanas y Chiclana.

Algunas televisiones locales destinan esta franja horaria a la emisión de tablones, género que abarca la emisión de rulos o planos con textos informativos y anuncios de diversos tipos. Canales públicos (Córdoba y Écija) y privados (Teleecija) dedican más del 50 por ciento de su programación en horario reforzado a este tipo de contenidos

Entretenimiento, ficción e información constituye el grueso de la programación de las televisiones locales públicas en esta franja horaria si bien las televisiones municipales de Fuengirola, Punta Umbría y Estepona emiten más de un 13 por ciento de programas de venta.

Todos los canales locales han aumentado en el 2011 sus programas de ficción en esta franja horaria (27 por ciento de la programación), dedicando mayor tiempo a los dibujos animados. Como media, el 14 por ciento de los programas de ficción son series animadas, generalmente destinadas al público infantil.

Al respecto, el Consejo Audiovisual de Andalucía tiene la obligación de:

- Proteger a los menores de edad de contenidos que puedan perjudicarles.
- Proteger a los menores de una excesiva saturación publicitaria.
- Garantizar que los prestadores del servicio, especialmente los de titularidad pública, contribuyen a la formación y al adecuado desarrollo de los menores ofreciendo, en las franjas horarias de protección, una programación adecuada.
- Proteger la salud tanto física como moral de los menores de edad.
- Contribuir a la educación mediática de los menores edad.
- Exigir la adecuada señalización de de los programas para que padres, madres y tutores puedan ejercer su responsabilidad.
- Cualquier persona puede solicitar al Consejo Audiovisual de Andalucía, a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, la adecuación de los contenidos audiovisuales con el ordenamiento vigente o los códigos de autorregulación.

## **5.- Derecho a emitir mensajes publicitarios**

Los prestadores del servicio de comunicación televisiva tienen derecho a emitir mensajes publicitarios pero respetando los límites que establece nuestro ordenamiento jurídico. Deben así respetar las reglas establecidas para no someter a la audiencia a una excesiva saturación publicitaria y para que el espectador medio diferencie claramente los contenidos comerciales del resto de la programación.

Los medios audiovisuales afrontan un descenso de la inversión publicitaria que ha provocado la generalización de los programas de venta, cuya limitación ha desaparecido de nuestro ordenamiento jurídico de nuestro país a diferencia de lo que sucede en otros países y de otras formas de publicidad, como el patrocinio, el emplazamiento de producto o la publicidad virtual.

Es significativo que, en el 2011, el Consejo Audiovisual de Andalucía registró 2.769 horas de emisiones de pantallas divididas en las 67.155 horas analizadas. Esto significa que en cuatro de cada cien horas se empleó en Andalucía un recurso que está creciendo el sector privado como nueva fuente de ingresos a través de servicio de chats y de la descarga de contenidos eróticos, fundamentalmente.

El Consejo Audiovisual de Andalucía recomienda los medios televisivos:

- Prestar especial atención a la inserción de mensajes publicitarios en las horas de mayor audiencia infantil.
- Evitar interrupciones disruptivas de los programas.

- Respetar la integridad de las obras cinematográficas y audiovisuales, siguiendo las reglas establecidas.