

INFORME DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE CONTENIDOS EN TELEVISIONES RELIGIOSAS QUE EMITEN EN MÚLTIPLEX NO ASIGNADOS

1.-INTRODUCCIÓN

El Consejo Audiovisual de Andalucía advirtió en julio de 2015 sobre la proliferación de canales televisivos religiosos que emiten en múltiplex no asignados por la Junta de Andalucía, en los concursos y convocatorias públicas por el que se han otorgado las licencias para gestionar servicios de comunicación audiovisual de televisión terrestre de ámbito local.¹ La importancia de los medios de comunicación en la transmisión de postulados ideológicos o religiosos resulta indudable, como demuestra la experiencia de otros países que han regulado la concesión de licencias televisivas a organizaciones religiosas. En nuestro país se reconoce, pero no se ha desarrollado legislativamente, el derecho de acceso a los medios de comunicación públicos de las confesiones religiosas en su calidad de grupos sociales significativos, se protege el pluralismo religioso y se prohíbe la difusión de contenidos que puedan promover la discriminación, el odio o el desprecio por razones religiosas.

Mediante su sistema de seguimiento de medios, el Consejo detectó en 2014 la progresiva implantación en Andalucía de televisiones religiosas que carecen de licencia administrativa, fenómeno que hasta entonces era puntual y esporádico. El 19% de las 53 frecuencias o canales no asignados registraron emisiones gestionados por organizaciones religiosas, o estrechamente vinculadas a ellas, con un propósito doctrinal.

El Consejo Audiovisual tiene entre sus funciones velar por el pluralismo, concepto que no se circunscribe exclusivamente a la esfera política, y por el respeto de los valores y principios constitucionales y estatutarios en los medios de comunicación². A la preocupación de la ocupación fraudulenta del espacio radioeléctrico se suma en este caso la incertidumbre sobre el uso que pudiera dársele a un bien público en la función de adoctrinamiento ideológico que inspira a las organizaciones confesionales. De ahí que se encomendase a los servicios técnicos la realización de un informe que permitiese conocer y valorar tanto el alcance como el contenido de la programación y la publicidad que difunden en Andalucía estas televisiones, no sujetas a los requisitos y exigencias establecidos para la gestión de servicios de comunicación audiovisual.

Para este informe, el Área de Contenidos del Consejo ha analizado una muestra de los contenidos que durante un día han difundido cada una de las seis televisiones religiosas captadas en 2015, en diferentes frecuencias, analizando tanto la programación como su publicidad. En total se han estudiado 252 horas, cuya distribución se precisa en la tabla siguiente:

¹ Decisión 34/2015 sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencias del CAA. <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/decisiones/decision-342015-sobre-los-contenidos-emitidos-por-las-televisiones->

² Ley 1/2004, de 17 de diciembre de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía.



Muestra analizada

CADENA	FECHA	DURACIÓN
CONFESIÓN CATÓLICA		68:11:42
<i>NAZARENO TV</i>		<i>68:11:42</i>
MUX 24 - SID 1803 - MÁLAGA	07/06/2015	22:12:54
MUX 36 - SID 10223 - CADIZ	12/06/2015	22:59:12
MUX 47 - SID 803 - MÁLAGA	10/03/2015	22:59:36
CONFESIÓN EVANGÉLICA		137:55:40
<i>RTVIDA</i>		<i>68:58:47</i>
MUX 38 - SID 135 - GRANADA	16/05/2015	22:59:49
MUX 43 - SID 36 - MÁLAGA	06/09/2015	22:59:09
MUX 49 - SID 68 - GRANADA	06/02/2015	22:59:49
<i>SOLIDARIA TV</i>		<i>22:59:47</i>
MUX 43 - SID 37 - MÁLAGA	12/09/2015	22:59:47
<i>TV CRISTIANA ENLACE TBN</i>		<i>22:59:04</i>
MUX 38 - SID 1 - GRANADA	02/09/2015	22:59:04
<i>EJTV</i>		<i>22:58:02</i>
MUX 43 - SID 38 - MÁLAGA	08/09/2015	22:58:02
CONFESIÓN MUSULMANA		45:57:38
<i>CÓRDOBA INTERNACIONAL TV</i>		<i>45:57:38</i>
MUX 43 - SID 39 - MÁLAGA	04/02/2015	22:59:33
MUX 49 - SID 66 - GRANADA	20/03/2015	22:58:05
TOTAL GENERAL		252:05:00

Para el análisis de la programación se ha aplicado el modelo de datos de géneros y subgéneros televisivos del Servicio de Análisis del CAA, analizándose además el discurso de los programas de información, de debate y de contenidos puramente religiosos o doctrinales.

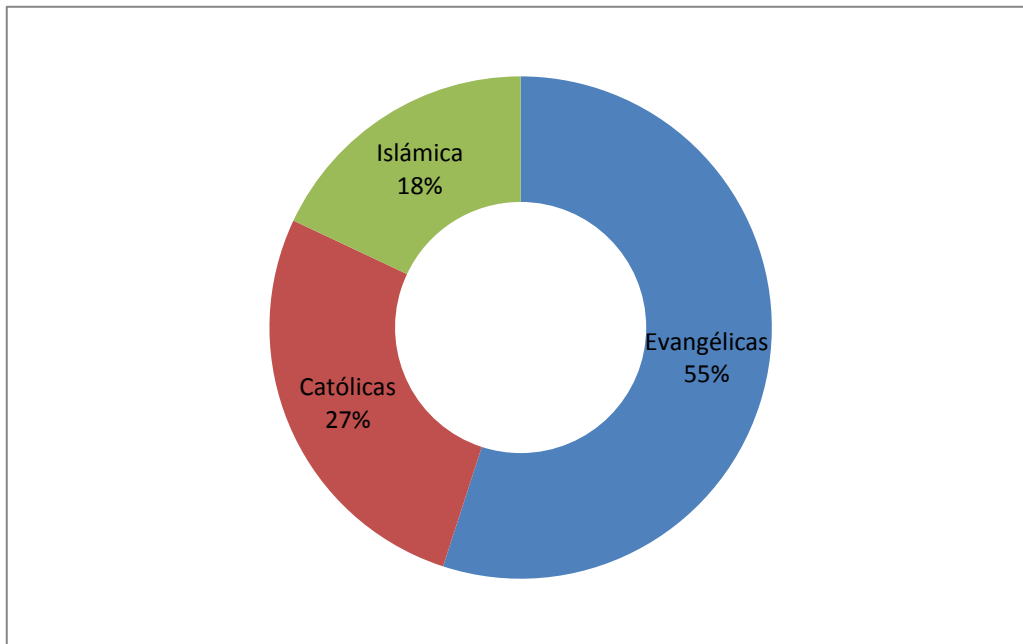
En cuanto a la publicidad, se han minutado todos los anuncios emitidos por las televisiones incluidas en la muestra, especificándose la tipología de la publicidad, que ha sido clasificada como comercial, religiosa o institucional. Se ha evaluado también su ámbito geográfico ya que algunas de estas cadenas emiten por satélite, así como la difusión de teléfonos de contacto y la solicitud de donaciones económicas a la audiencia.

1.- RESULTADOS DEL INFORME

El Consejo ha detectado emisiones de seis televisiones religiosas en once frecuencias de Cádiz, Granada y Málaga. El apartado 1 del anexo incluye una descripción del ideario de estos medios televisivos, de acuerdo a los datos obtenidos a través de sus páginas web y redes sociales. La distribución confesional es la siguiente:



Gráfico : Distribución confesional



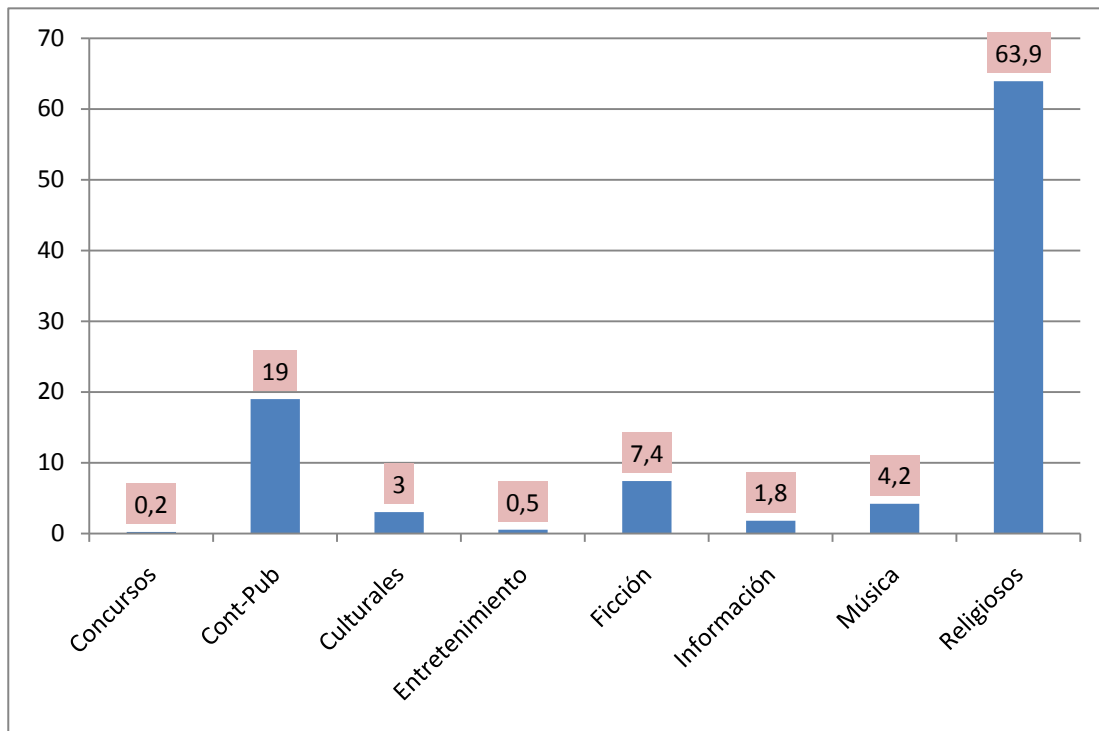
1.1.- Contenidos de las emisiones

Los contenidos netamente religiosos (actos litúrgicos, prédicas, programas de catequesis o proselitismo, etc.) suponen en conjunto dos tercios de las emisiones analizadas, aunque con grandes diferencias por cadenas, que oscilan entre el 79% de Nazareno TV y 17% de Solidaria TV, cadena que, junto con EJT, emite numerosos bloques de continuidad y publicidad (64% y 48% del tiempo, respectivamente). Si bien podría hablarse en algunos casos de una programación generalista, hay que tener en cuenta que todos los contenidos de estas televisiones responden al propósito de adoctrinamiento religioso. Solidaria TV es la cadena más singular porque se presenta como una ONG no abiertamente confesional, aunque la religión cristiana evangélica impregna claramente también la mayoría de sus contenidos.

El siguiente gráfico refleja la distribución por géneros televisivos de los contenidos analizados. En el anexo, tabla 2 y 3, figura la distribución por géneros y subgéneros de cada televisión:



Gráfico : Distribución de la programación por género



Córdoba Internacional TV es la cadena que cuenta con una programación más generalista, con presencia de informativos (8,4% del tiempo de emisión analizado), programas de ficción (8,5%) y culturales (14,5%). En la programación de EJTV, por su parte, tiene gran importancia la música (el 23,3% del tiempo de emisión son programas musicales, pero hay una presencia constante de la música en los contenidos de autopromoción y continuidad), ya que la filosofía de la cadena es precisamente emplear la música como herramienta de acercamiento a la religión, algo, por otra parte, común en las iglesias evangélicas.

En los programas informativos y otros espacios analizados se ha comprobado que todas las cadenas hacen proselitismo religioso. En la muestra analizada no se ha hallado alusiones ofensivas a otras confesiones ni a los no creyentes, ni contenidos que inciten al odio o la intolerancia por motivos religiosos o de otro tipo.

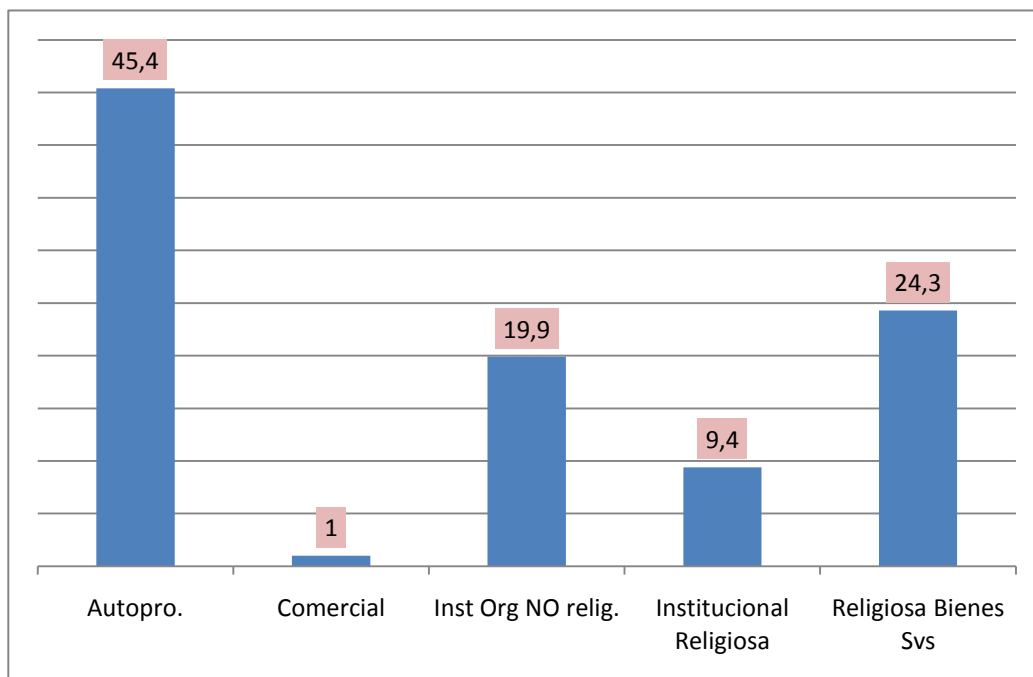
1.2.- Comunicaciones comerciales

El Consejo ha analizado 343 bloques de publicidad y continuidad, que contenían 617 comunicaciones comerciales. La publicidad supone el 19% de los contenidos emitidos por estas televisiones, si bien su peso es muy desigual entre las televisiones analizadas, con porcentajes que oscilan entre el 9% de Córdoba Internacional TV y el 64,3% de Solidaria TV. Las tablas 4 y 5 del anexo detallan las comunicaciones comerciales por cadena, si bien -en general- la publicidad netamente comercial tiene una presencia mínima.

Salvo en Córdoba Internacional TV, en todas las cadenas se han encontrado contenidos publicitarios que tienen su origen en América. (Tabla 6 del anexo).



Gráfico : Contenido publicitario



El subtipo de publicidad más numeroso corresponde a autopromociones de las propias cadenas, mensajes que alcanzan el 45% de los anuncios emitidos. Destaca en este aspecto EJTU, con un 78%, centrado al ámbito geográfico de Latinoamérica.

La publicidad comercial tiene escasa incidencia en estas cadenas. En la muestra analizada, sólo se han hallado anuncios comerciales en la evangélica EJTU y la islámica Córdoba Internacional TV.

En EJTU, la publicidad comercial alcanza el 22% de los contenidos publicitarios si bien todos los bienes y servicios que se anuncian se ubican en América, continente donde la cadena tiene su sede. En Córdoba Internacional, las emisiones comerciales suponen el 1%. Los bienes y servicios que se promocionan se circunscriben este caso al ámbito de España.

Se ha hallado un considerable porcentaje (20%) de campañas publicitarias promovidas por instituciones, como la Dirección General de Tráfico, y organizaciones no religiosas (Unicef y SOS Racismo). Este tipo de publicidad es muy relevante en Córdoba Internacional TV (43%), y Nazareno TV (23%) y el ámbito geográfico de la mayor parte de los anuncios analizados es español: 92,7% de la muestra.

La publicidad de instituciones religiosas ocupa el 9,4% de los anuncios analizados, con especial relevancia en Solidaria TV (77%) y Nazareno TV (53%).

Un denominador común de estas cadenas es la emisión de publicidad de bienes y servicios de tipo religioso, que ocupa uno de cada cuatro anuncios estudiados. La publicidad de productos o servicios netamente religiosos destaca especialmente en Enlace TBN (42%), RTVida (25%), Solidaria TV (24%) y



Nazareno TV (22%). Salvo en el caso de Enlace (cadena por satélite con sede en Latinoamérica), el ámbito geográfico de estos anuncios es prioritaria o completamente español.

También es significativa la difusión de teléfonos de contacto en los mensajes publicitarios, lo que sucede en el 16% de la muestra analizada. La excepción es Córdoba Internacional TV, que no incluyó ningún teléfono en su publicidad. El 26,6% de los teléfonos de contacto son americanos y el 73,74% españoles (Tablas 7 y 8 del anexo).

Las cadenas evangélicas por satélite (EJTV y Enlace) difundieron teléfonos americanos, mientras que las basadas en España (RTVida y Solidaria TV) publicitaron teléfonos con prefijos nacionales. Nazareno TV incluyó teléfonos tanto de América (México, particularmente) como de España.

La solicitud de diezmo o donaciones económicas es una práctica habitual en la mayor parte de las televisiones analizadas. En el 19,20% de los anuncios con teléfono de contacto (51 de 99) se incluye una petición de donación económica para la organización religiosa. No se ha detectado ninguno de estos anuncios en Solidaria TV y es poco relevante en Córdoba Internacional TV, donde se han hallado sólo dos anuncios con estas características. En el resto de televisiones, el porcentaje oscila entre el 18% y el 26% de sus comunicaciones comerciales (tablas 8 y 9 del anexo). Nuevamente, el ámbito geográfico de estos anuncios depende en gran medida del origen de la emisión de las imágenes pero, globalmente, casi el 28% de los anuncios que piden donaciones están vinculados a números telefónicos radicados en América.

2.- CONCLUSIONES

- Se han detectado emisiones de seis televisiones religiosas que operan sin licencia administrativa en once frecuencias de Cádiz, Granada y Málaga, con una preeminencia de organizaciones que promueven confesiones evangélicas (55%), católica (27%) e islámica (18%). Estas organizaciones disponen de página webs y de actividad en las redes sociales que permiten identificar a los responsables de la ocupación del espacio radioeléctrico.

- Si bien algunas de las televisiones analizadas difunden una programación generalista, todos sus contenidos tienen un propósito doctrinal. En la muestra analizada no se han detectado mensajes que pudieran vulnerar derechos o principios constitucionales, aunque se ha hallado una elevada presencia de comunicaciones (19%) que tiene como objetivo recaudar fondos para organizaciones religiosas, así como la difusión de publicidad y teléfonos de contacto radicados en América en tres de las seis televisiones analizadas. El 20% (123 de 627) anuncios analizados pertenecen a campañas promovidas en España por instituciones públicas, como la Dirección General de Tráfico, y organizaciones no gubernamentales sin fines religiosos.



ANEXO:

1.- Descripción de las cadenas

- **Nazareno TV** (www.nazareno.tv). La página web de la cadena no funciona, y en su cuenta de twitter anuncian el comienzo de las retransmisiones por TDT (agosto de 2014), pero permanece inactiva desde noviembre de 2014. Este perfil de twitter, con el lema “conéctate a la fe de Cristo”, indica que Nazareno TV es “la televisión católica en España”. Existe también un perfil de facebook a nombre de Nazareno TV, sin contenido alguno.

- **RTVida** (www.vidartv.com). Además de página web operativa, la cadena tiene cuenta de facebook (no activa), una aplicación para dispositivos móviles, y un perfil de twitter donde consta lo siguiente: *RadioTelevisión Vida, medio de comunicación cristiano, radio, televisión, música, video clips. Con sede en la Región de Murcia (ESPAÑA)*. La cadena especifica su dirección postal, así como teléfono de contacto. Cuenta también con canal en youtube. La radio tiene 20 años de antigüedad, siendo más reciente su salto a la TDT e internet. Los programas consisten básicamente en la retransmisión por televisión de las emisiones de radio.

- **TV Cristiana Enlace TBN** (www.enlace.org). Se trata de una televisión internacional de *comunicación cristiana* en español por satélite. Según la propia cadena, *las producciones se realizan en diferentes lugares de América, Europa y Asia, con un alto contenido cultural, espiritual y de entretenimiento. Cuenta con más de 6285 puntos de transmisión, con oficinas de trabajo en 23 países, aproximadamente 700 colaboradores y un alcance de señal con una cobertura que supera los 110 países en las bandas convencionales de televisión vía satélite y a nivel mundial cubre el planeta con una señal en vivo por Internet y la señal se sitúa en 14 satélites alrededor del mundo*. Emite por internet a través de su propia web y tiene presencia activa en todas las redes sociales.

- **EJTV** (www.ejtv.tv). Se anuncia en su web como *un medio masivo de conexión internacional, con un código de comunicación para la juventud, con programación musical y contenido producido desde diferentes puntos del continente, con un mensaje positivo, las 24 horas del día durante todo el año. Estamos presentes en 18 países con señal abierta y en televisión paga, en las principales compañías de cable e internet por medio de nuestra página y las redes sociales. Nosotros queremos estar ahí, crecer con vos y acompañarte, inspirarte a soñar, que sepas, que no estás solo, mientras intentas cumplir ese sueño, sabemos que no es fácil, pero te diremos que vale la pena. Somos EJTV, una conexión que inspira*. Cuenta con una web plenamente operativa, desde la que emite en vivo y a la carta, teniendo presencia en las redes sociales y ofrece una aplicación gratuita para dispositivos móviles.

- **Solidaria TV** (www.solidariatv.com). La página web no está operativa en el momento de redacción de este informe. Cuenta con perfiles de facebook y twitter, activos hasta septiembre. En el perfil de facebook se define como *un canal de TV temático de carácter solidario y entretenimiento para toda la familia, cuyo objetivo es apoyar y concienciar a cuanta más gente posible para poder ayudar a los más desfavorecidos*. El canal de youtube es actualizado regularmente con nuevos contenidos. Solidaria TV está vinculada a Remar, según puede comprobarse en la información contenida en la página web de dicha organización.



- **Córdoba Internacional TV** (www.cordobainternacional.com). Se describe en su web, plenamente operativa, como *un canal temático con espacio para la cultura, la información, los niños, la religión o la ciencia, dirigido a todo el mundo hispanohablante y hecho desde una perspectiva islámica, que trasciende los límites del ámbito religioso para dar a conocer a los musulmanes y al Islam en su dimensión social más amplia. Córdoba Internacional está dirigida a todos los grupos de televidentes, independientemente de su edad, nivel adquisitivo, estudios, cultura o religión, con un mensaje moderno y directo, pero con una ejecución exquisita que tiene vocación de crear un espacio seguro para todos, donde la televisión no busca su propio beneficio sino el beneficio del espectador, que siempre sacará algo bueno de cada minuto que vea. El canal buscará ser líder en el desarrollo social, cultural y civil a través de la televisión, que no es entretenimiento sin beneficio, sino entretenida e ilustrativa a partes iguales, difundiendo los principios universales del Islam como modo de vida de paz y tolerancia para toda la humanidad, con la clara intención de construir puentes de comunicación entre civilizaciones en idioma español.* Además de la web y las emisiones por TDT, Córdoba Internacional TV tiene presencia activa en todas las redes sociales (incluido su propio canal de youtube) y cuenta, además, con una emisora de radio por internet, Radio Salam, que también emite por FM en Madrid (97.5), Valencia (105.9) y Córdoba (101.6), según consta en la web del medio.



2.-Descripción de los contenidos emitidos

Tabla 1: Distribución de la programación por géneros

ETIQUETAS DE FILA	CONCURSOS	CONTINUIDAD-PUBLICIDAD	CULTURALES	ENTRETENIMIENTO	FICCIÓN	INFORMACIÓN	MÚSICA	RELIGIOSOS	TOTAL GENERAL
CONFESIÓN CATÓLICA		7,9%	0,7%		12,2%			79,3%	100,0%
NAZARENO TV		7,9%	0,7%		12,2%			79,3%	100,0%
CONFESIÓN EVANGÉLICA		27,8%	0,4%	0,9%	4,6%	0,5%	7,7%	58,2%	100,0%
RTVIDA		14,9%	0,3%	0,5%	7,0%		5,5%	71,7%	100,0%
SOLIDARIA TV		64,3%	1,5%	1,9%	6,3%	2,8%	6,2%	17,0%	100,0%
TV CRISTIANA ENLACE TBN		9,9%						90,1%	100,0%
EJTV		48,0%		1,9%			23,3%	26,8%	100,0%
CONFESIÓN MUSULMANA	1,3%	9,0%	14,5%		8,5%	8,4%		58,3%	100,0%
CÓRDOBA INTERNACIONAL TV	1,3%	9,0%	14,5%		8,5%	8,4%		58,3%	100,0%
TOTAL GENERAL	0,2%	19,0%	3,0%	0,5%	7,4%	1,8%	4,2%	63,9%	100,0%

Tabla 2: Distribución de la programación por género y subgénero.

GÉNERO Y SUBGÉNERO	CONFESIÓN CATÓLICA (NAZARENO TV)	CONFESIÓN EVANGÉLICA				TOTAL CONFESIÓN EVANGÉLICA	CONFESIÓN MUSULMANA (CÓRDOBA INTERNACIONAL TV)	TOTAL GENERAL
		RTVIDA	SOLIDARIA TV	TV CRISTIANA ENLACE TBN	EJTV			
CONCURSOS							1,3%	0,2%
CONOCIMIENTO							1,3%	0,2%
CONTINUIDAD-PUBLICIDAD	7,9%	14,9%	64,3%	9,9%	48,0%	27,8%	9,0%	19,0%
CULTURALES	0,7%	0,3%	1,5%			0,4%	14,5%	3,0%
DIVULGATIVOS			0,3%			0,1%	2,7%	0,5%
DIVULGATIVOS/OTROS			0,2%			0,0%	2,1%	0,4%
DOCUMENTALES	0,7%		1,0%			0,2%	6,8%	1,5%
EDUCATIVOS		0,3%				0,1%	2,9%	0,6%
ENTRETENIMIENTO		0,5%	1,9%		1,9%	0,9%		0,5%
MAGACINE			1,9%			0,3%		0,2%
OTROS		0,5%			1,9%	0,6%		0,3%
FICCIÓN	12,2%	7,0%	6,3%			4,6%	8,5%	7,4%
CORTOMETRAJES	2,6%							0,7%
DIBUJOS ANIMADOS	0,4%	4,5%				2,2%		1,3%
LARGOMETRAJES	5,5%		6,3%			1,0%		2,1%
MINISERIES							3,3%	0,6%
SERIES							5,2%	0,9%
TV-MOVIES/TELEFILM	3,8%	2,6%				1,3%		1,7%
INFORMACIÓN			2,8%			0,5%	8,4%	1,8%
DIARIA							0,5%	0,1%
OPINIÓN							8,0%	1,5%
OTROS			2,8%			0,5%		0,3%
MÚSICA		5,5%	6,2%		23,3%	7,7%		4,2%
MIXTOS					4,1%	0,7%		0,4%
OTROS		5,5%				2,8%		1,5%
ROCK-POP / BLUES			4,2%		4,0%	1,4%		0,7%
VIDEOCLIPS			2,0%		15,1%	2,8%		1,6%
RELIGIOSOS	79,3%	71,7%	17,0%	90,1%	26,8%	58,2%	58,3%	63,9%
TOTAL GENERAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 3: Emisión de comunicaciones comerciales por cadenas y tipo de publicidad

CADENA	AUTOPROMOCIÓN		COMERCIAL		INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES NO RELIGIOSAS		INSTITUCIONAL RELIGIOSA		RELIGIOSA BIENES O SERVICIOS		TOTAL N°	TOTAL DURACIÓN
	N°	DURACIÓN	N°	DURACIÓN	N°	DURACIÓN	N°	DURACIÓN	N°	DURACIÓN		
CATÓLICA					9	0:28:27	19	1:29:51	8	0:28:12	36	2:26:30
NAZARENO TV					9	0:28:27	19	1:29:51	8	0:28:12	36	2:26:30
EVANGÉLICA	227	3:54:22	5	0:02:01	68	0:47:42	39	1:08:06	135	2:14:02	474	8:06:13
RTVIDA	134	3:09:54			67	0:46:40	10	0:12:53	70	1:14:56	281	5:24:23
SOLIDARIA TV							26	0:52:41	8	0:17:29	34	1:10:10
TV CRISTIANA ENLACE TBN	75	0:35:36			1	0:01:02	3	0:02:32	57	0:41:37	136	1:20:47
EJTV	18	0:08:52	5	0:02:01							23	0:10:53
MUSULMANA	53	1:35:29	1	0:00:55	46	1:01:58			7	0:14:34	107	2:52:56
CÓRDOBA INTERNACIONAL TV	53	1:35:29	1	0:00:55	46	1:01:58			7	0:14:34	107	2:52:56
TOTAL GENERAL	280	5:29:51	6	0:02:56	123	2:18:07	58	2:37:57	150	2:56:48	617	13:25:39

Tabla 4: Emisión de comunicaciones comerciales por cadenas y tipo de publicidad (% de anuncios emitidos)

CADENA	AUTOPROMOCIÓN	COMERCIAL	INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES NO RELIGIOSAS	INSTITUCIONAL RELIGIOSA	RELIGIOSA BIENES O SERVICIOS	TOTAL GENERAL
CATÓLICA			25,0%	52,8%	22,2%	100,0%
NAZARENO TV			25,0%	52,8%	22,2%	100,0%
EVANGÉLICA	47,9%	1,1%	14,3%	8,2%	28,5%	100,0%
RTVIDA	47,7%		23,8%	3,6%	24,9%	100,0%
SOLIDARIA TV				76,5%	23,5%	100,0%
TV CRISTIANA ENLACE TBN	55,1%		0,7%	2,2%	41,9%	100,0%
EJTV	78,3%	21,7%				100,0%
MUSULMANA	49,5%	0,9%	43,0%		6,5%	100,0%
CÓRDOBA INTERNACIONAL TV	49,5%	0,9%	43,0%		6,5%	100,0%
TOTAL GENERAL	45,4%	1,0%	19,9%	9,4%	24,3%	100,0%

Tabla 5: Porcentaje de anuncios según ámbito geográfico y tipo de publicidad

ETIQUETAS DE FILA	AUTOPROMOCIÓN		COMERCIAL		INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES NO RELIGIOSAS		INSTITUCIONAL RELIGIOSA		RELIGIOSA BIENES O SERVICIOS		
	AMÉRICA	ESPAÑA	AMÉRICA	ESPAÑA	AMÉRICA	ESPAÑA	AMÉRICA	ESPAÑA	AMÉRICA	ESPAÑA	OTROS
CATÓLICA					22,2%	77,8%	57,9%	42,1%	25,0%	62,5%	12,5%
NAZARENO TV					22,2%	77,8%	57,9%	42,1%	25,0%	62,5%	12,5%
EVANGÉLICA	40,1%	59,9%	100,0%		10,3%	89,7%	7,7%	92,3%	41,5%	57,8%	0,7%
RTVIDA		100,0%			9,0%	91,0%		100,0%		100,0%	
SOLIDARIA TV								100,0%		100,0%	
TV CRISTIANA ENLACE TBN	100,0%				100,0%		100,0%		98,2%		1,8%
EJTV	88,9%	11,1%	100,0%								
MUSULMANA		100,0%		100,0%		100,0%				100,0%	
CÓRDOBA INTERNACIONAL TV		100,0%		100,0%		100,0%				100,0%	
TOTAL GENERAL	32,5%	67,5%	83,3%	16,7%	7,3%	92,7%	24,1%	75,9%	38,7%	60,0%	1,3%

Tabla 6: Anuncios según la presencia de teléfono de contacto

CADENA	SIN TELÉFONO DE CONTACTO		CON TELÉFONO DE CONTACTO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
CATÓLICA	32	88,89%	4	11,11%	36	100,00%
NAZARENO TV	32	88,89%	4	11,11%	36	100,00%
EVANGÉLICA	379	79,96%	95	20,04%	474	100,00%
RTVIDA	229	81,49%	52	18,51%	281	100,00%
SOLIDARIA TV	15	44,12%	19	55,88%	34	100,00%
TV CRISTIANA ENLACE TBN	117	86,03%	19	13,97%	136	100,00%
EJTV	18	78,26%	5	21,74%	23	100,00%
MUSULMANA	107	100,00%			107	100,00%
CÓRDOBA INTERNACIONAL TV	107	100,00%			107	100,00%
TOTAL GENERAL	518	83,95%	99	16,05%	617	100,00%

Tabla 7: Anuncios con teléfono de contacto según ámbito geográfico.

CADENA	AMÉRICA	ESPAÑA	TOTAL GENERAL
CATÓLICA	50,00%	50,00%	100,00%
NAZARENO TV	50,00%	50,00%	100,00%
EVANGÉLICA	25,26%	74,74%	100,00%
RTVIDA		100,00%	100,00%
SOLIDARIA TV		100,00%	100,00%
TV CRISTIANA ENLACE TBN	100,00%		100,00%
EJTV	100,00%		100,00%
TOTAL GENERAL	26,26%	73,74%	100,00%

Tabla 8: Anuncios según solicitud de donaciones

CADENA	NO SE SOLICITA DONACIÓN		SE SOLICITA DONACIÓN		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
CATÓLICA	29	80,56%	7	19,44%	36	100,00%
NAZARENO TV	29	80,56%	7	19,44%	36	100,00%
EVANGÉLICA	364	76,79%	110	23,21%	474	100,00%
RTVIDA	201	71,53%	80	28,47%	281	100,00%
SOLIDARIA TV	34	100,00%			34	100,00%
TV CRISTIANA ENLACE TBN	112	82,35%	24	17,65%	136	100,00%
EJTV	17	73,91%	6	26,09%	23	100,00%
MUSULMANA	105	98,13%	2	1,87%	107	100,00%
CÓRDOBA INTERNACIONAL TV	105	98,13%	2	1,87%	107	100,00%
TOTAL GENERAL	498	80,71%	119	19,29%	617	100,00%

Tabla 9: Anuncios con solicitud de donaciones según ámbito geográfico

CADENA	AMÉRICA	ESPAÑA	TOTAL GENERAL
CATÓLICA	57,14%	42,86%	100,00%
NAZARENO TV	57,14%	42,86%	100,00%
EVANGÉLICA	26,36%	73,64%	100,00%
RTVIDA		100,00%	100,00%
TV CRISTIANA ENLACE TBN	100,00%		100,00%
EJTV	83,33%	16,67%	100,00%
MUSULMANA		100,00%	100,00%
CÓRDOBA INTERNACIONAL TV		100,00%	100,00%
TOTAL GENERAL	27,73%	72,27%	100,00%