La información en los servicios televisivos de Andalucía.

Informe del Consejo Audiovisual de Andalucía (2018)

1 ANTECEDENTES

El derecho a difundir y recibir información desde una pluralidad de medios es un postulado esencial en una sociedad democrática.[1] Este principio constitucional y estatutario ha impulsado en nuestro país un espectacular desarrollo del sector audiovisual y, en especial, de la televisión digital.[2] Propiciar una información de actualidad de proximidad es uno de los principales objetivos del Decreto 1/2006, de 10 de enero, por el que se regula el régimen jurídico de las televisiones locales por ondas terrestres en Andalucía, creando 62 canales multiplex, con un volumen de 62 canales públicos y 186 privados, con una cobertura del 95% de la población residente en la comunidad autónoma.

A partir de 2006, el sector audiovisual televisivo ha evolucionado en Andalucía para responder a tres necesidades básicas: Satisfacer el acceso a los medios y el derecho a la información de interés general desde una perspectiva de proximidad, fomentar la conciencia de identidad andaluza a través de la difusión de la diversidad de valores culturales y lingüísticos que tiene la comunidad, así como propiciar el crecimiento de la industria audiovisual y publicitaria, un sector estratégico económica, social y culturalmente.

El tránsito de la televisión analógica a la digital sentó las bases para el desarrollo de la televisión autonómica privada y de la industria audiovisual, poniendo fin al monopolio que hasta entonces había ejercido el sector público, con la previsión de que Andalucía contase con poner cuatro canales televisivos privados que se sumarían a los dos públicos gestionados por la RTVA.

Este modelo aprobado por el Gobierno de la nación el 12 de marzo de 2004 responde a un momento de euforia económica y tecnológica, de optimismo y revolución en el uso de los medios de comunicación que la propia realidad del mercado ha redimensionado. La realidad es que sólo dos de las cuatro empresas concesionarias pusieron en marcha sus proyectos, uno de ellos parcial y provisionalmente.

Entre las obligaciones asumidas por quienes gestionan en Andalucía una televisión local se encuentra la emisión, dentro de la franja horaria comprendida entre las 13 y las 16 horas y entre las 20 y

[1] El art. 4.1 de la Ley General de Comunicación Audiovisual establece que todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una pluralidad de medios, tanto públicos, comerciales como comunitarios que reflejen el pluralismo ideológico, político y cultural de la sociedad. Además, todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una diversidad de fuentes y de contenidos y a la existencia de diferentes ámbitos de cobertura, acordes con la organización territorial del Estado. Esta prestación plural debe asegurar una comunicación audiovisual cuya programación incluya distintos géneros y atienda a los diversos intereses de la sociedad, especialmente cuando se realice a través de prestadores de titularidad pública.

[2] Como consecuencia de la aprobación de la Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por cable y de Fomento del Pluralismo, y la publicación del Real Decreto 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre, y del Real Decreto 945/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Reglamento general de prestación del servicio de televisión digital, se aprobó en Andalucía el Decreto 1/2006, de 10 enero, por el que se regula el régimen jurídico de las televisiones locales por ondas terrestres con el fin de dar respuesta a la realidad y diversidad del sector audiovisual.

las 24 horas, de al menos un espacio informativo diario, con duración mínima de 20 minutos, que debe cubrir las noticias y acontecimientos de interés para la población a la que se dirige el medio. Mayores exigencias se establecieron para las autonómicas, con dos informativos diarios de al menos 30 minutos y el deber de difundir como mínimos cuarenta horas semanales de contenidos relacionados con Andalucía.

Igualmente, los concesionarios privados autonómicos deben disponer de estudios de producción propia en el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía, con una estructura informativa estable formada por profesionales de la información y que atienda el ámbito territorial de cobertura de Andalucía.

El sector televisivo ha asumido así en nuestra comunidad la responsabilidad de ejercer una función necesaria y fundamental en una sociedad democrática: la de satisfacer el derecho a la información de la ciudadanía de acuerdo a las exigencias de pluralismo, imparcialidad y respeto a los derechos constitucionales establecidas en el ordenamiento jurídico y, en particular, en la Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual.

Una de las funciones principales del Consejo Audiovisual de Andalucía consiste precisamente en velar por el respeto de los derechos y libertades constitucionales y estatutarios, especialmente los referidos a la libertad de expresión y el derecho a la información en contexto de notable desarrollo del espacio audiovisual andaluz, con la multiplicidad de ofertas que han propiciado las nuevas tecnologías y una cada vez mayor relevancia social y económica del sector de los medios.

Para ejercer esta función básica, el Consejo ha puesto en marcha diferentes instrumentos:

- ✓ La realización de oficio de informes que permitan velar para que las televisiones públicas respeten el pluralismo político y social.
- ✓ La catalogación de contenidos audiovisuales por géneros y subgéneros, elaborando un informe anual. En 2017, se analizó un volumen de casi 69.000 horas de contenidos emitidos por 68 prestadores del servicio de comunicación televisivo, tres de ellos de ámbito autonómico y el resto locales.
- ✓ La promoción de la autorregulación, mediante recomendaciones e indicadores, que fomenten un ejercicio del derecho y la libertad de información respetuoso con los valores fundamentales y con la ética periodista.
- ✓ La resolución de quejas ciudadanas recibidas en la Oficina de Defensa de la Audiencia.
- ✓ La salvaguarda del derecho de las personas con discapacidades sensoriales a la programación informativa universal emitida por prestadores del servicio de ámbito autonómico.

- ✓ La publicación de un Barómetro Audiovisual para conocer la opinión de la ciudadanía sobre diferentes aspectos del sector audiovisual.

Ahora, con este informe, el Consejo Audiovisual de Andalucía ofrece una visión general de la evolución que ha experimentado la programación informativa televisiva en el sector audiovisual obtenida mediante la monitorización de los prestadores del servicio captados por la red del Consejo entre los años 2011 y 2017. Estos datos permiten conocer el peso que la información tiene en los contenidos audiovisuales emitidos y de los diferentes subgéneros dentro de la programación informativa de 152 televisiones locales, de las que 21 son de titularidad pública, y de los canales televisivos de ámbito autonómico.

Se ha incluido además un apartado sobre los hábitos de la ciudadanía y su opinión en torno a la función informativa de los medios audiovisuales obtenidos a través del Barómetro Audiovisual que anualmente realiza el Consejo, así como un resumen de las quejas ciudadanas en relación a la programación informativa recibidas en la Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA). Por último, se describen algunos criterios, indicadores y recomendaciones emanados del Consejo en su función de fomentar en el sector el respeto a los principios y valores constitucionales y estatutarios.

El informe se circunscribe a la televisión porque, aun siendo conscientes del enorme papel que cumple la radio como generador de información de proximidad y de instrumentos de acceso de la ciudadanía a la expresión de sus ideas y opiniones a través de los medios de comunicación, el Consejo no dispone aún de recursos que permitan abordar una monitorización de oficio de los contenidos que ofrecen las emisoras de radio en la comunidad autónoma

2 LAS TELEVISIONES LOCALES ANDALUZAS DEDICAN A LA INFORMACIÓN DOS DE CADA DIEZ HORAS DE EMISIÓN

El sector audiovisual televisivo de Andalucía está obligado, como se ha señalado en los antecedentes, a ejercer una función informativa, que se materialice al menos en la emisión de dos telenoticiarios al día. Del muestreo que realiza el Consejo, se desprende el dato de que, con carácter general, dos de cada diez horas de contenidos televisivos emitidos por las televisiones locales públicas y privadas de Andalucía se dedican a la información. Entre las televisiones de ámbito municipal analizadas, no hay ninguna de titularidad pública sin contenidos informativos y entre las privadas son excepcionales los casos en los que no se difunden programas informativos generalistas.

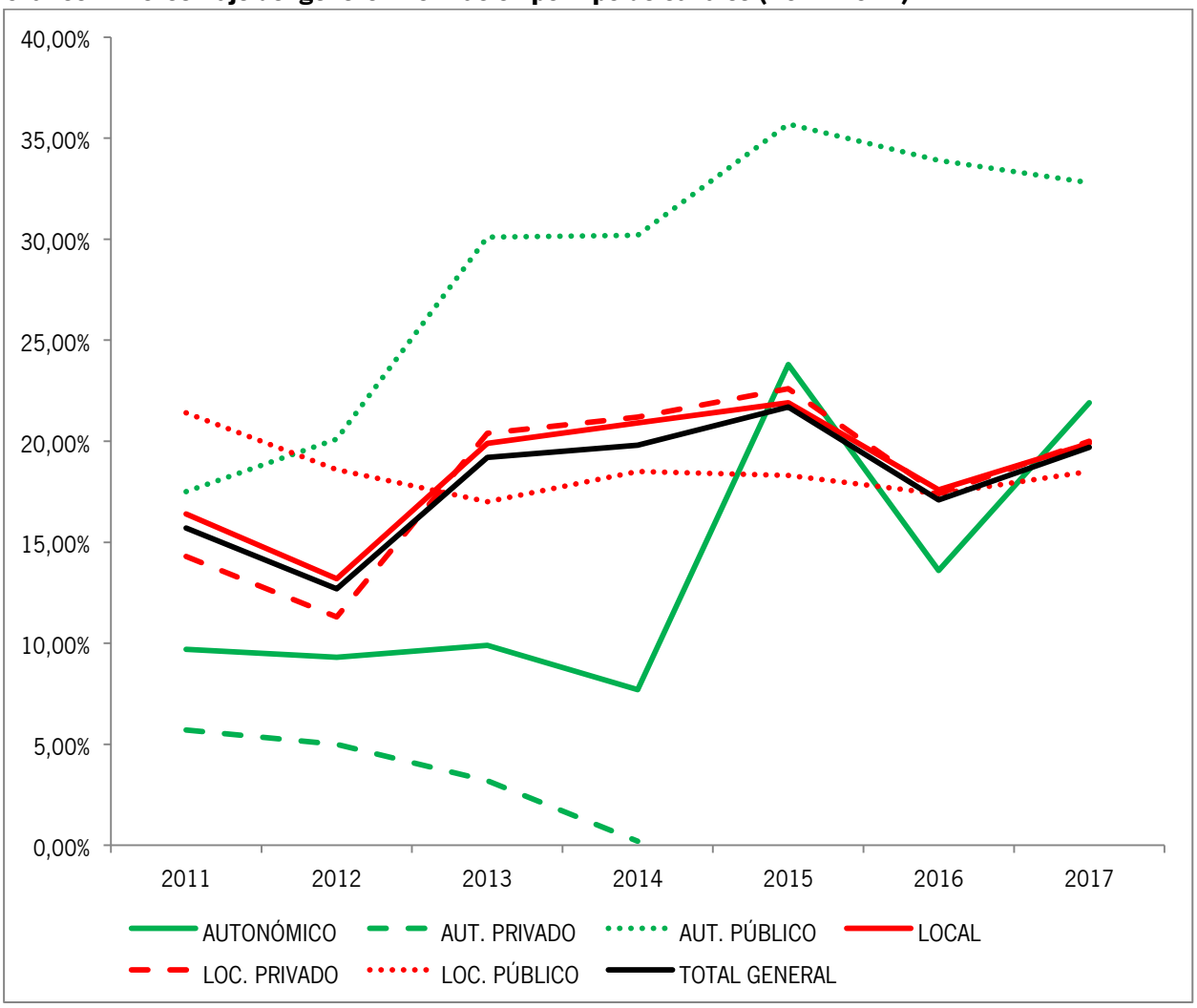
A nivel autonómico, no se ha materializado lo previsto en 2006, y no hay una oferta plural de medios con contenidos informativos. Este servicio siguen prestándose exclusivamente desde el sector público, a través de la RTVA, ya que la única televisión autonómica de titularidad privada que se ha consolidado en Andalucía carece de programación informativa y funciona en realidad como un canal especializado en televenta y espacios esotéricos, tal como ha puesto de manifiesto el Consejo en diferentes informes emitidos desde 2013. La ausencia de una oferta plural de contenidos informativos sigue siendo un déficit que no ha resuelto, como estaba previsto, el nacimiento y desarrollo de la TDT.

Aún así, globalmente, los contenidos informativos se han incrementado cuatro puntos entre 2011 y 2017, cuando el 19,7% de la programación televisiva fue informativa. Este crecimiento es muy significativo en la RTVA, que ha pasado del 17,5% al 32,8% y en el sector privado local, donde los espacios informativos han evolucionado del 14,3 al 20% en seis años.

Tabla 1: Porcentaje del género información por tipo de canales (2011-2017)

CANAL	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
AUTONÓMICO ANDALUZ	**9,7%**	**9,3%**	**9,9%**	**7,7%**	**23,8%**	**13,6%**	**21,9%**
PRIVADO	5,7%	5,0%	3,2%	0,2%			
PÚBLICO	17,5%	20,1%	30,1%	30,2%	35,7%	33,9%	32,8%
LOCAL ANDALUZ	**16,4%**	**13,2%**	**19,9%**	**20,9%**	**21,9%**	**17,6%**	**19,9%**
PRIVADO	14,3%	11,3%	20,4%	21,2%	22,6%	17,4%	20,0%
PÚBLICO	21,4%	18,6%	17,0%	18,5%	18,3%	17,4%	18,5%
TOTAL GENERAL	**15,7%**	**12,7%**	**19,2%**	**19,8%**	**21,7%**	**17,1%**	**19,7%**

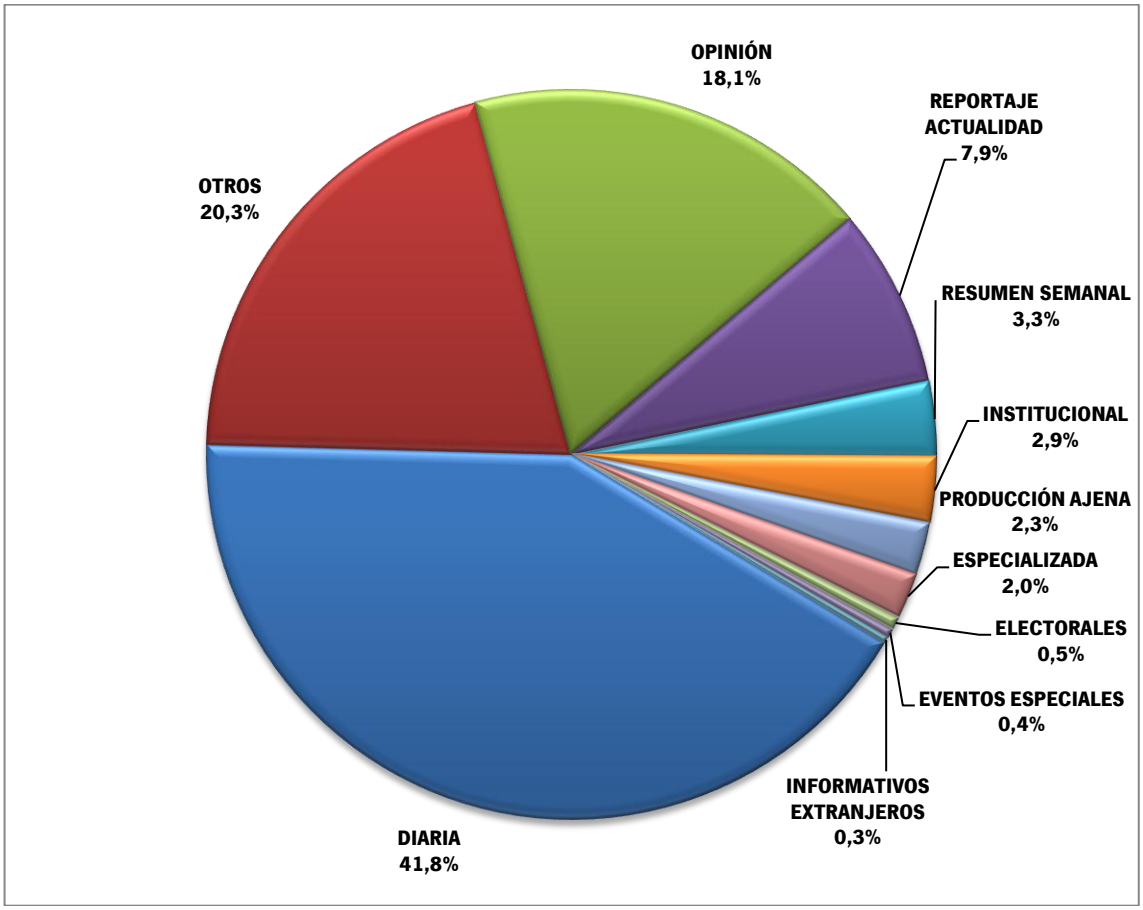
Gráfico 1: Porcentaje del género información por tipo de canales (2011-2017)



El 65% de los contenidos informativos televisivos emitidos en Andalucía por las televisiones locales son telenoticiarios y programas de opinión. Estos últimos tienen una especial relevancia en los prestadores de titularidad privada, donde suponen el 24,49% de los espacios informativos mientras que en los públicos su incidencia es del 11,93%.[3] La información institucional emitida por las televisiones dependientes de los ayuntamientos supone el 4,40% frente al 1,29% que registra el conjunto de las televisiones privadas.

[3] Estos datos se refieren al periodo 2011-2017.

Gráfico 2: Distribución por subgéneros de las emisiones informativas de las televisiones locales (2011-2017)



El perfil de la programación informativa ha cambiado poco en los últimos seis años. En el sector privado se han incrementado los programas dedicados a reportajes de actualidad, información especializada, resúmenes semanales e información institucional. En el público, han aumentado los programas de opinión, resúmenes semanales, la información institucional e información especializada y descendido los reportajes de actualidad. En ambos ha bajado también la producción ajena.

Tabla 2: Distribución por subgéneros informativos, canales locales (2011-2017)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PRIVADO							
DIARIA	38,07%	33,11%	45,36%	41,29%	41,81%	37,75%	37,35%
OPINIÓN	21,40%	24,54%	27,82%	29,16%	21,67%	20,72%	22,51%
OTROS	25,85%	28,15%	17,18%	19,83%	20,59%	14,62%	8,55%
REPORTAJE ACTUALIDAD	6,29%	5,17%	4,29%	5,90%	6,72%	8,98%	11,50%
ESPECIALIZADA		0,07%	0,09%	1,90%	5,01%	8,44%	8,14%
PRODUCCIÓN AJENA	3,11%	7,01%	3,87%	0,58%	0,99%	0,81%	0,49%
RESUMEN SEMANAL						4,77%	7,86%
INSTITUCIONAL	1,91%	0,82%	0,59%	0,21%	0,35%	3,30%	3,26%
ELECTORALES	2,35%	0,16%		0,23%	1,43%	0,10%	0,01%
EVENTOS ESPECIALES	0,89%	0,84%	0,34%	0,14%	0,75%	0,03%	0,04%
INFORMATIVOS EXTRANJEROS	0,14%	0,13%	0,46%	0,77%	0,69%	0,48%	0,28%
PÚBLICO							
DIARIA	41,44%	46,39%	46,71%	48,22%	41,22%	43,43%	40,72%
OTROS	16,73%	29,05%	30,57%	28,97%	34,17%	5,04%	13,41%
OPINIÓN	12,87%	13,09%	16,83%	10,94%	9,37%	13,28%	8,10%
REPORTAJE ACTUALIDAD	17,07%	6,08%	4,71%	8,55%	9,36%	5,46%	10,62%
RESUMEN SEMANAL				0,36%	0,37%	15,68%	14,32%
INSTITUCIONAL	2,47%	0,85%	0,22%	1,54%	1,40%	11,72%	9,20%
PRODUCCIÓN AJENA	7,33%	3,12%	0,71%	1,06%	0,91%	1,31%	0,34%
ESPECIALIZADA			0,05%	0,04%	1,15%	3,08%	3,13%
ELECTORALES	0,74%	0,84%		0,04%	0,93%	0,69%	
EVENTOS ESPECIALES	0,80%	0,14%	0,21%	0,18%	1,01%	0,30%	0,17%
INFORMATIVOS EXTRANJEROS	0,55%	0,45%		0,11%	0,11%	0,02%	

Gráfico 3: Evolución del porcentaje de los subgéneros informativos (televisiones locales privadas)

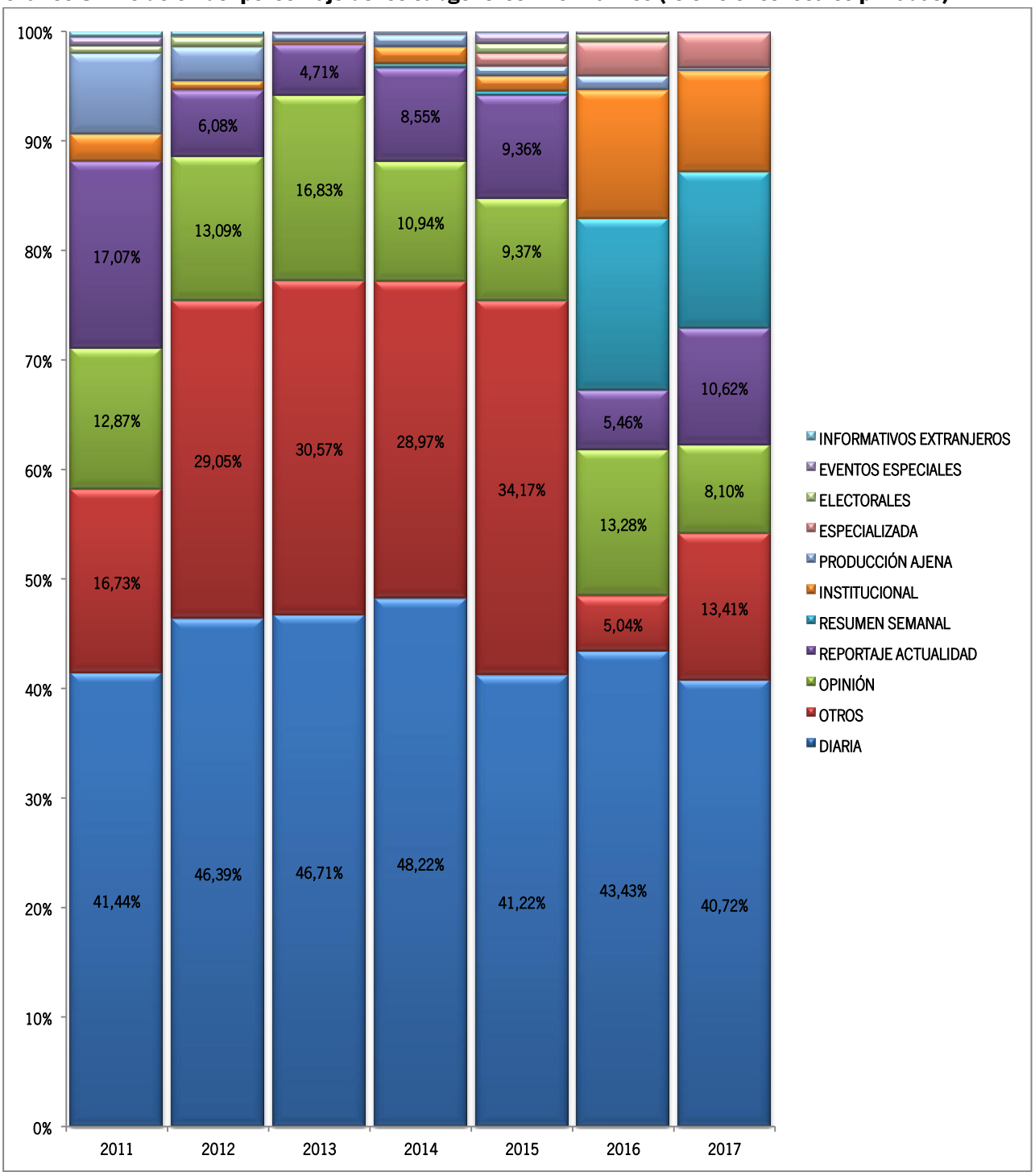
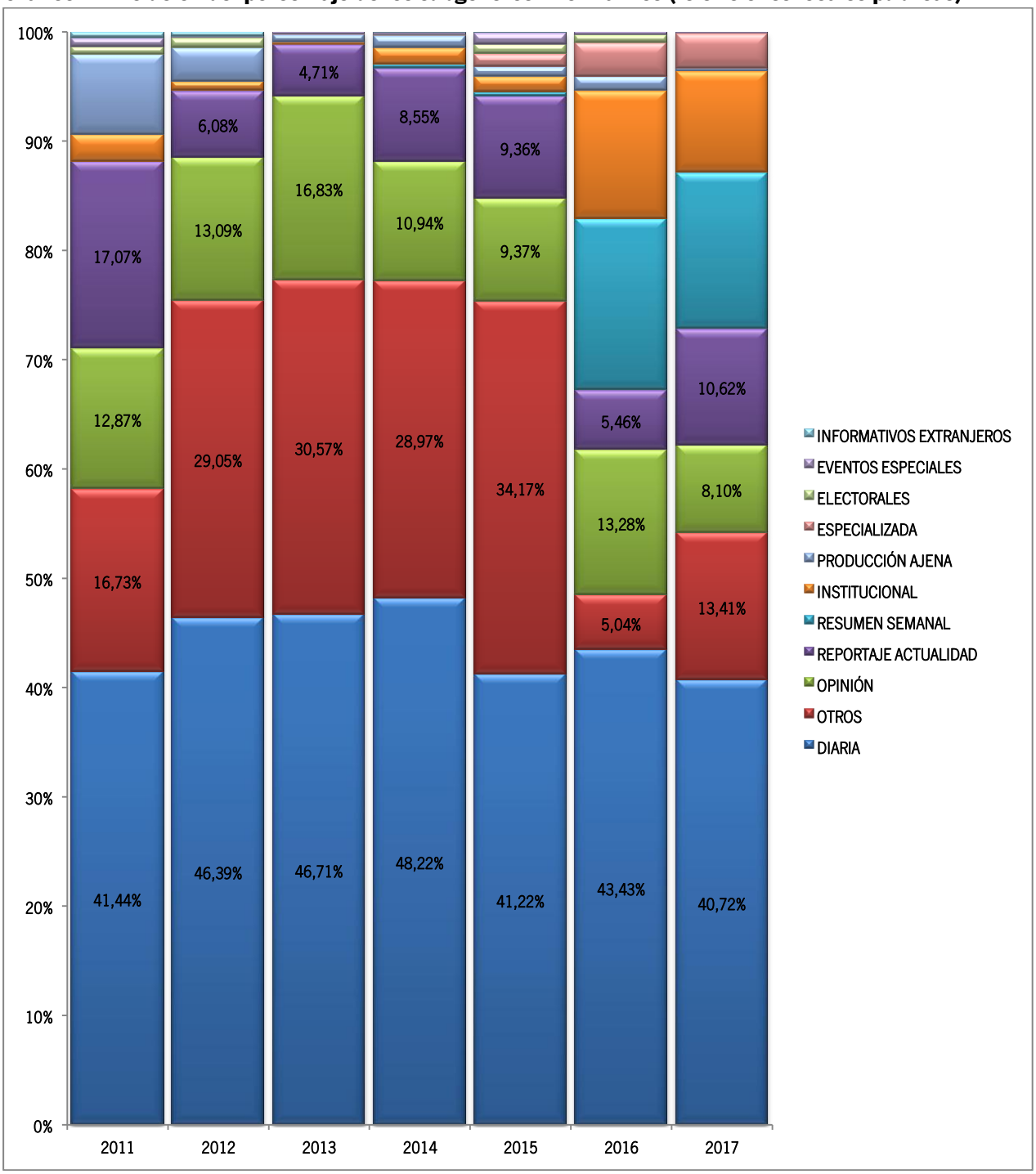


Gráfico 4: Evolución del porcentaje de los subgéneros informativos (televisiones locales públicas)

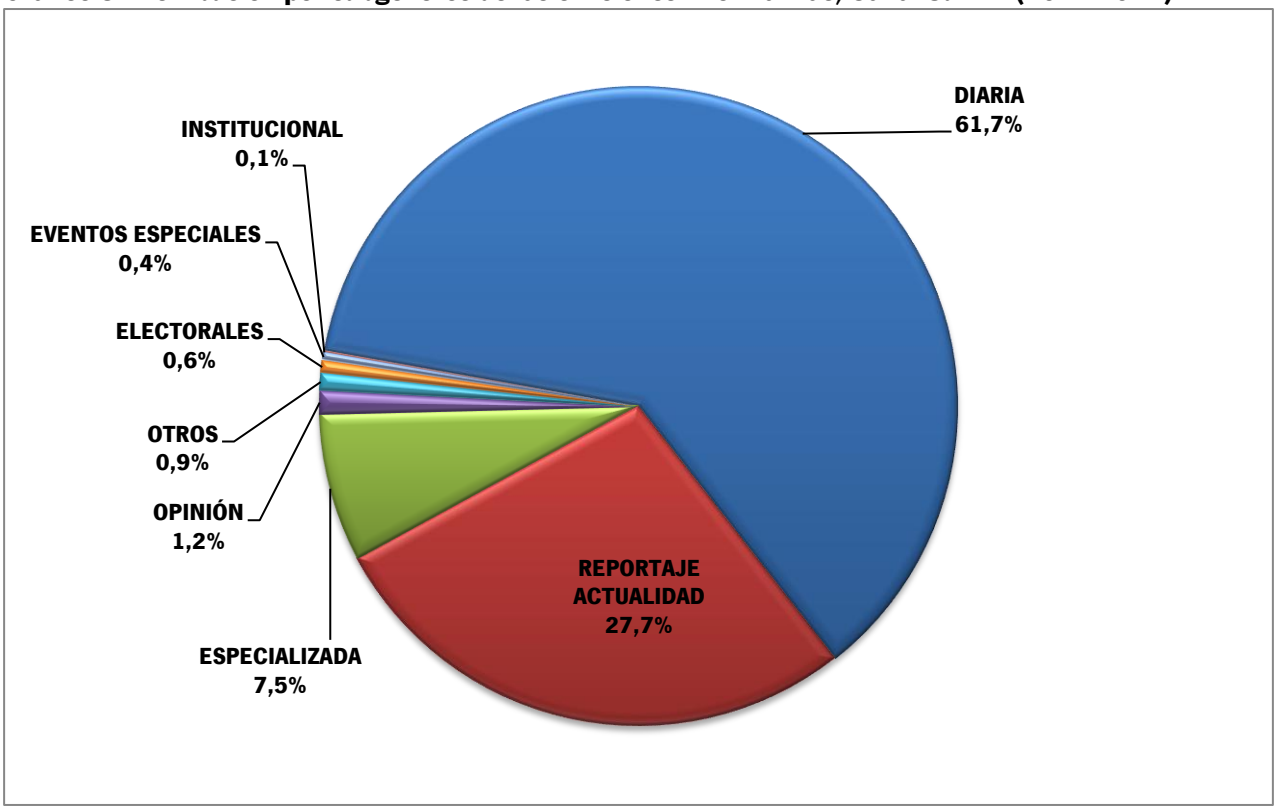


3LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS EN LA RTVA

La información tiene un notable peso en los contenidos emitidos en los canales televisivos autonómicos de titularidad pública, especialmente a partir de 2013 cuando se unifica la programación del primer y segundo canal para incorporar todas las medidas de accesibilidad universal en Canal Sur 2 y en 2015 se pone en marcha Andalucía TV, donde el 42% de sus contenidos son informativos. En el primer canal, el entretenimiento es el género predominante (36,34%), seguido de la información (31,21%).[4]

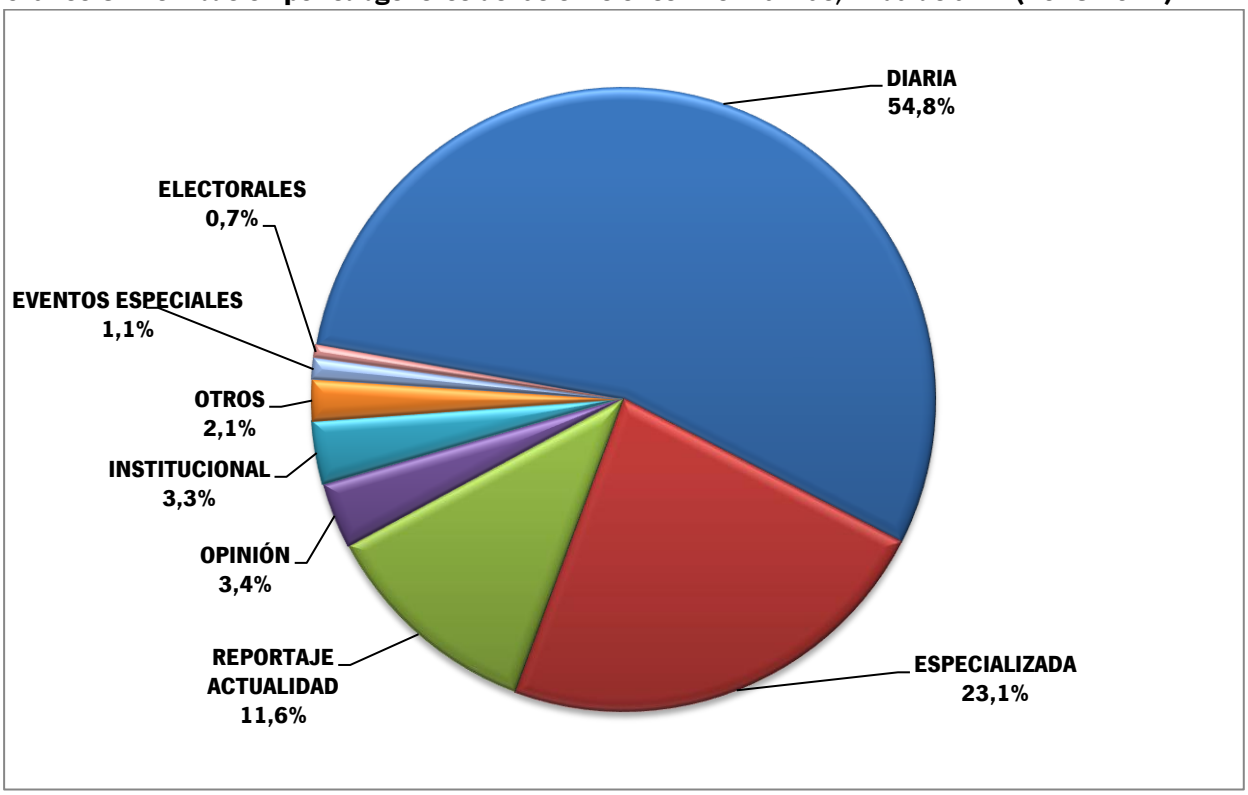
Los telenoticiarios abarcan el 61,66% de la programación informativa de Canal Sur y el 54,78% de Andalucía TV.

Gráfico 5: Distribución por subgéneros de las emisiones informativas, Canal Sur TV (2011-2017)



[4] Datos referidos al conjunto de emisiones de 2017.

Gráfico 6: Distribución por subgéneros de las emisiones informativas, Andalucía TV (2015-2017)



Los subgéneros informativos han experimentado pocos cambios a lo largo del periodo analizado: un ligero descenso de los reportajes de actualidad en favor de la información institucional en Andalucía TV, mientras que la información especializada también ha bajado en Canal Sur.

Gráfico 7: Evolución del porcentaje de los subgéneros informativos, Canal Sur TV

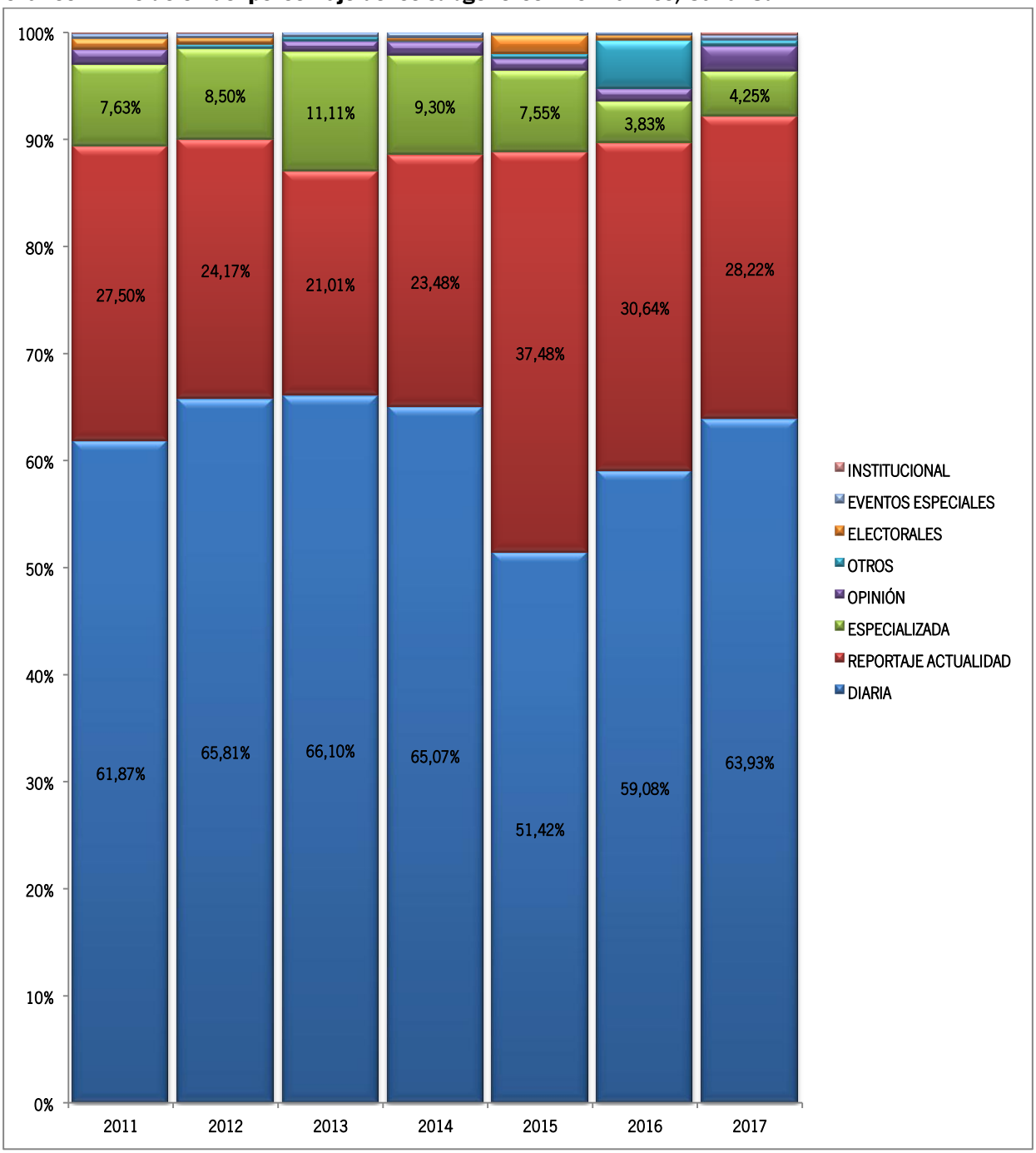
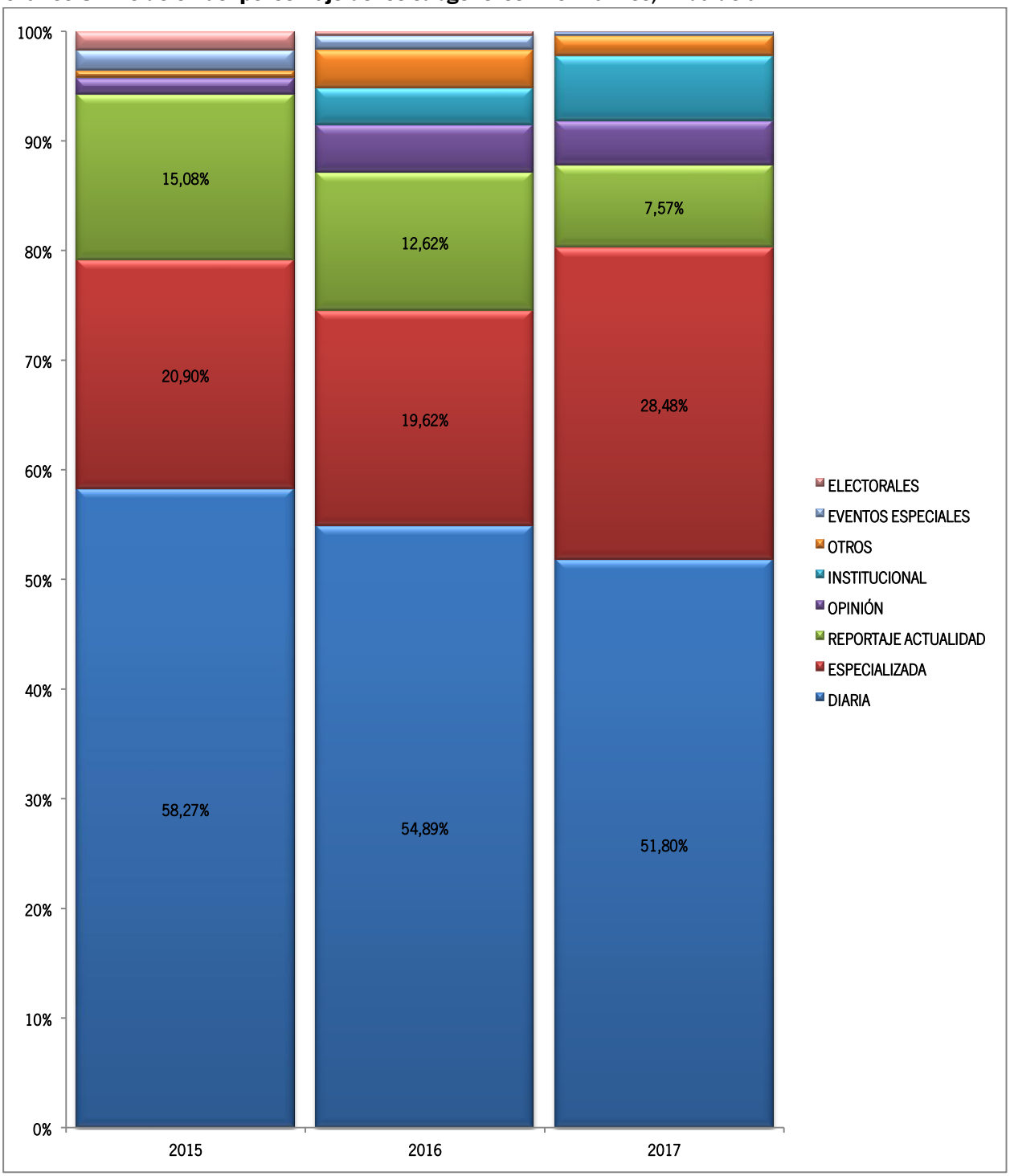


Gráfico 8: Evolución del porcentaje de los subgéneros informativos, Andalucía TV



4 UNO DE CADA DOS ANDALUCES ELIGE LA TELEVISIÓN PARA INFORMARSE

La televisión es el medio más extendido entre la población andaluza. Según datos del Barómetro Audiovisual de Andalucía de 2016, el 98% de los mayores de 15 años son telespectadores asiduos. En segundo lugar se sitúa Internet (74%), por delante de la radio (65%). Más de la mitad de la población (53%) elige la televisión como medio principal para informarse sobre noticias de actualidad. Internet se posiciona en segundo lugar (25%) mientras que la radio es el medio informativo de referencia para el 7% de los encuestados.

El Barómetro de 2015 refleja por otra parte una mejora de la percepción de la ciudadanía sobre el respeto de los medios de comunicación al principio pluralismo político. El 38,1% considera que, con carácter general, la televisión es un medio plural. Este porcentaje es ligeramente inferior cuando se valora la radio (37,7%) y menor cuando se opina sobre Internet (35,9%).

Sin embargo, la radio obtiene mejor valoración respecto a la imparcialidad informativa. En una escala del 1 al 10, la radio obtiene 5,4 puntos; Internet, 5,3 y la televisión, 5.

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha incidido en la escasa regulación que en nuestro país tienen principios fundamentales aplicables al ejercicio del derecho y la libertad de información, como el respeto al pluralismo político y la imparcialidad informativa. No sólo son conceptos jurídicos indeterminados en la legislación aplicable a los medios audiovisuales sino que su incumplimiento carece de consecuencias administrativas al no estar sujetos a un régimen sancionador.

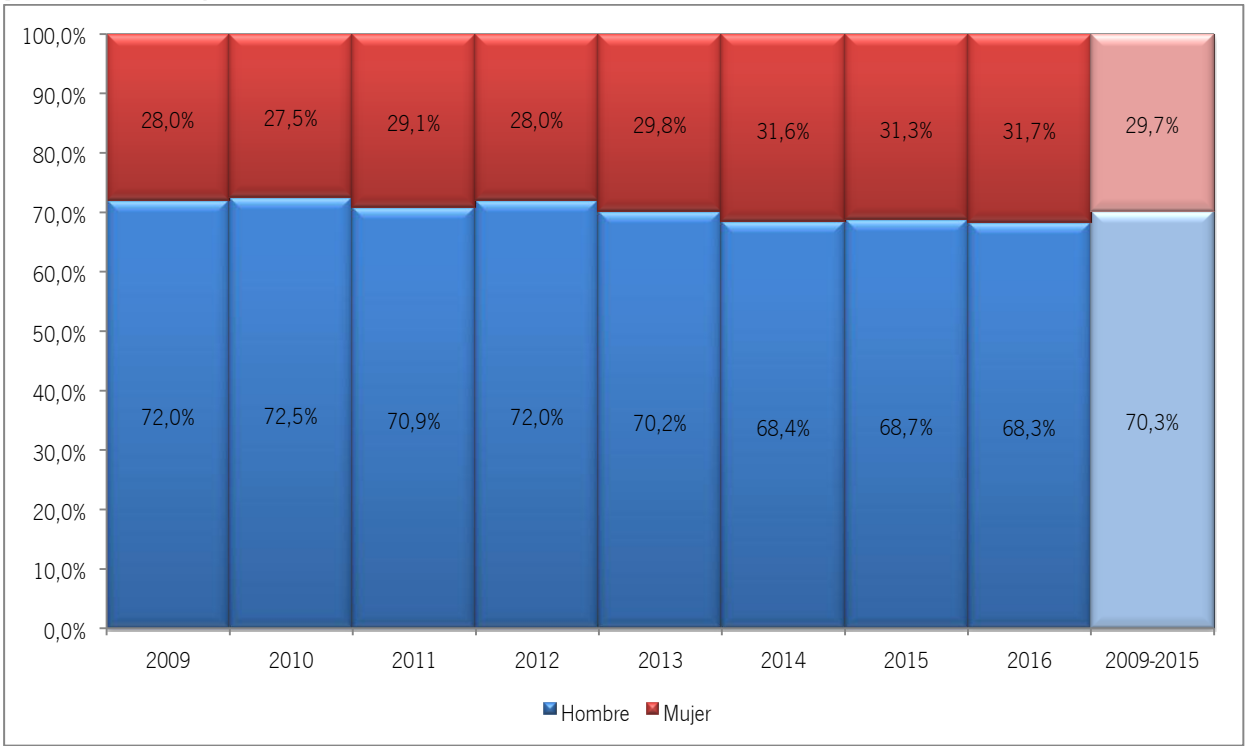
Los andaluces consideran con carácter general que deben adoptarse medidas correctoras para asegurar los principios de imparcialidad y pluralismo en los medios: El 30,5% se inclina por asegurar que los medios rectifiquen aquellas informaciones que incumplan estos principios; un 28,7% se inclina porque se apliquen sanciones económicas y el 16,1% opina que la audiencia del medio debe ser informada de las resoluciones que en ese sentido adopten las autoridades reguladoras. El 15,5% piensa que debería existir la obligación de compensar a los grupos políticos que hayan sido marginados por un medio de comunicación incumpliendo los principios de pluralismo e imparcialidad.[5]

Por otra parte, el 36,4% cree que debería asegurarse la presencia equilibrada de hombres y mujeres en las tertulias de opinión. Según el último informe del Consejo referido al año 2016, sólo el 25,5% de las personas expertas que intervinieron en los telenoticiarios son mujeres (casi dos puntos menos que en 2015) frente al 74,5% de hombres.

[5] Estos datos figuran en el Barómetro Audiovisual de Andalucía (2015) realizado por el CAA mediante una encuesta.

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha mostrado reiteradamente su preocupación al respecto y ha reclamado a los medios que adopten medidas para reducir la enorme disparidad de género que refleja la información: la escasa participación de la mujer como persona experta, el gran desequilibrio que existe en la información deportiva, la subrepresentación de la mujer como protagonista de las noticias, así como la transmisión de una imagen estereotipada de hombres y mujeres a través de la programación informativa.[6]

Gráfico 9: Distribución por sexo de los tiempos de palabra en los telenoticiarios de las televisiones públicas locales y autonómicas de Andalucía



Los programas informativos originan el 55% de las quejas recibidas en la Oficina de Defensa de la Audiencia del CAA. [7] La principal causa de queja ciudadana es la vulneración de los derechos de los menores de edad seguida de la falta de pluralismo e imparcialidad informativa en medios de titularidad pública (16%) de las quejas y de la vulneración de los derechos de la mujer (16%).

Por otra parte, el 4% de los 251 expedientes abiertos por el Consejo hasta la fecha se refieren a patrocinios publicitarios en programas informativos, una práctica prohibida para asegurar la independencia y la imparcialidad informativa. El seguimiento que realiza el Consejo en las televisiones públicas y privadas evidencia que es una práctica aislada y muy residual en nuestra comunidad.

[6] Sobre esta cuestión, el CAA publica desde 2009 un informe anual disponible en su página web.
[7] Dato extraído del último informe del CAA presentado al Parlamento de Andalucía, correspondiente al ejercicio 2016.

Promover en el sector audiovisual el respeto de los valores constitucionales ha sido una de las líneas de trabajo prioritarias del Consejo Audiovisual de Andalucía, incidiendo especialmente en los medios de titularidad pública, concebidos como un servicio público. En noviembre de 2015, se realizaron una serie de recomendaciones sobre garantías de independencia, imparcialidad y pluralismo del servicio local de comunicación audiovisual de titularidad pública encaminadas a que estos entes municipales se doten de mecanismos de control que aseguren su pluralismo e independencia y garanticen al máximo la libertad y el rigor en el desempeño de sus funciones por parte de los profesionales de la información.

Estas recomendaciones culminaron el trabajo desarrollado por el CAA en torno a esta materia y que se ha materializado en la elaboración y aprobación de indicadores que permiten evaluar con rigor y objetividad el cumplimiento de un principio básico como es la imparcialidad informativa, así como los criterios y porcentajes que deberían respetarse en los informativos y los programas de debate y opinión para garantizar el principio constitucional de pluralismo político en la información.

El CAA ha recomendado a las radiotelevisiones municipales seguir una serie de pautas para garantizar los derechos de libertad de expresión e información, implementando un modelo eficiente de gestión que fomente los valores democráticos y de transparencia desde la propia elección y composición de los correspondientes órganos de gobierno y de representación política y social. Se ha incidido en la necesidad de que las corporaciones locales fijen unos criterios claros y consensuados sobre la composición y elección de los órganos de gobierno de los entes audiovisuales y sus competencias (junta general, consejo de administración, gerencia, dirección o cualquier otro formato), así como en la asunción de cartas editoriales y códigos que impidan injerencias externas en los contenidos de las noticias. También propone adoptar estatutos, consejos y comités de redacción para un ejercicio libre e independiente de la profesión periodística y una participación activa de los profesionales en la toma de decisiones.

Todos los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, públicos y privados, son un pilar del sistema democrático, pero es imprescindible que los de titularidad pública activen los mecanismos de control que aseguren su pluralismo, desgubernamentalización e independencia.

Un déficit en nuestra comunidad es la regulación del derecho de acceso de organizaciones y colectivos significativos a los medios de titularidad público, un derecho constitucional y estatutario que no ha desarrollado ningún prestador del servicio radiotelevisivo.

Es igualmente necesario que todos los medios de comunicación se doten de normas y códigos de conducta encaminados a promover la deontología profesional y la calidad del periodismo, especialmente al abordar determinados asuntos, como las noticias que afecten a menores de edad, la violencia de género y los procesos judiciales.

Tal como dispone el art. 4.13 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, por la que se crea el CAA, una de las líneas de trabajo del Consejo ha sido incentivar la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación en colaboración con el sector. En concreto se han publicado los siguientes documentos:

- ✓ Indicadores para la medición el **Pluralismo político** en los servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública de Andalucía (Junio 2017)
- ✓ Guía sobre **Patrocinio** de programas en radio y televisión (Noviembre 2017)
- ✓ Guía de buenas prácticas para el tratamiento informativo de las **Desapariciones** (Junio 2017)
- ✓ Indicadores y metodología para evaluar la **imparcialidad informativa** de los medios audiovisuales de titularidad pública (Enero 2016)
- ✓ Recomendaciones del CAA para la **protección de menores** en Internet (Noviembre 2016)
- ✓ Guía para el tratamiento informativo de la **Violencia de Género** (Junio 2016)
- ✓ Recomendaciones sobre garantías de **Independencia, imparcialidad y pluralismo** del Servicio Local de Comunicación Audiovisual de titularidad pública (Noviembre 2015)
- ✓ Derecho a la información y justicia: Guía para el tratamiento informativo de los **procesos judiciales** (Marzo 2013)
- ✓ Recomendaciones del CAA para la protección de la **Identidad de los jóvenes detenidos** en las manifestaciones de estudiantes (Marzo 2012)
- ✓ Recomendaciones del CAA sobre la **aparición de menores** en emisiones de televisión y radio relativas a sucesos luctuosos, dramáticos o relacionados con conductas ilegales (Mayo 2010)
- ✓ Recomendaciones del CAA sobre la **Violencia en el deporte** (Enero 2009)
- ✓ Recomendaciones del CAA sobre el tratamiento de la **Información Política** en **Periodo Electoral** (Enero 2008)
- ✓ Recomendaciones sobre la Comunicación Social de la **Ciencia y la Tecnología** (divulgación científica) en los medios audiovisuales (Diciembre 2007)
- ✓ Recomendaciones del CAA sobre el tratamiento de la **Inmigración** en los medios audiovisuales (Abril 2007)

5 CONCLUSIONES

- Más de la mitad de la población (53%) elige en Andalucía la televisión como medio principal para informarse sobre noticias de actualidad. Internet se posiciona en segundo lugar (25%) mientras que la radio es el medio informativo de referencia para el 7% de los encuestados.

- Los contenidos informativos televisivos se han incrementado en la comunidad autónoma cuatro puntos entre 2011 y 2017, cuando el 19,7% de la programación televisiva fue informativa. Este crecimiento es muy significativo en la RTVA, que ha pasado del 17,5% al 32,8% y del sector privado local, donde los espacios informativos han evolucionado del 14,3 al 20% en seis años. A nivel autonómico, Andalucía sigue adoleciendo de una comunicación informativa televisiva realizada desde una pluralidad de medios públicos y privados ya que el único canal de titularidad privada existente no ha puesto en marcha servicios informativos pese a que está obligado a emitir al menos dos programas diarios de 30 minutos de duración.

- El 65% de los contenidos informativos emitidos en Andalucía por las televisiones locales son telenoticiarios y programas de opinión. Los espacios de opinión suponen el 22% en los canales privados y el 8% en los de titularidad pública. En el ámbito autonómico, los telenoticiarios abarcan el 61,66% de la programación informativa de Canal Sur y el 54,78% de Andalucía TV.

- El Consejo Audiovisual de Andalucía ha adoptado una serie de normas, guías y recomendaciones para que el derecho y la libertad de información respete los valores y principios democráticos, así como la deontología periodística: A diferencia de lo que sucede en el resto del Estado, Andalucía cuenta con criterios e indicadores sobre pluralismo político e imparcialidad informativa, recomendaciones para asegurar las independencia de los medios públicos y códigos de conducta sobre el tratamiento informativo de noticias en las que están implicados menores de edad, procesos judiciales, violencia de género y desapariciones de personas, entre otros. No se ha desarrollado, sin embargo, el derecho de acceso a los medios públicos de los grupos sociales significativos.

La población se muestra con carácter general partidaria de que se adopten medidas correctoras para asegurar los principios de imparcialidad y pluralismo en los medios: El 30,5% se inclina por asegurar que los medios rectifiquen aquellas informaciones que incumplan estos principios; un 28,7% se inclina porque se apliquen sanciones económicas y el 16,1% opina que la audiencia del medio debe ser informada de las resoluciones que en ese sentido adopten las autoridades reguladoras. El 15,5% piensa que debería existir la obligación de compensar a los grupos políticos que hayan sido marginados por un medio de comunicación incumpliendo los principios de pluralismo e imparcialidad.