



## DECISIÓN 18/2023 SOBRE LA PRESENCIA DE LA SOCIEDAD CIVIL ORGANIZADA EN LOS INFORMATIVOS DE LAS TELEVISIONES PÚBLICAS ANDALUZAS

El Consejo Audiovisual de Andalucía, como órgano independiente encargado de velar por el respeto de los derechos y libertades en el ámbito de los medios audiovisuales y de acuerdo con su Ley de creación 1/2004, de 17 de diciembre, contempla entre sus principios de actuación, establecidos en el Artículo 3.1, que [...] *deberá inspirarse en el respeto a los principios de libertad de expresión, derecho al honor e intimidad, información veraz, difusión y comunicación, de igualdad y no discriminación, y en la compatibilidad de dichos principios con los de pluralismo, objetividad, y libre concurrencia en el sector audiovisual.*

Asimismo, y tal y como recoge el apartado 21 del artículo 4 de la mencionada Ley, el CAA podrá *Realizar estudios sobre los diversos aspectos del sistema audiovisual.*

En este sentido, el Pleno del CAA de 15 de marzo de 2023, a propuesta de la Comisión de Pluralismo, Regulación y Mediación del CAA en su sesión del 22 de febrero de 2023, acordó la realización de un estudio que explorara el pluralismo más allá del seguimiento del pluralismo político que el CAA viene realizando de oficio desde 2009 y que se centrara en el pluralismo social, entendido como la presencia de organizaciones y asociaciones de la sociedad civil andaluza en los informativos de las televisiones públicas bajo competencia del Consejo.

Para tal cometido el informe del CAA analiza los tiempos de palabra de los roles representativos de la sociedad civil, y, en particular, de los roles “asociaciones y organizaciones” y “asociaciones de vecinos” presentes en los estudios de pluralismo político del CAA, y se divide en dos partes que se explican a continuación. Se han escogido los roles mencionados porque recogen una muestra muy significativa de la presencia de la sociedad civil organizada que toma la palabra en las noticias de los informativos de las televisiones públicas andaluzas, sin perjuicio de que otros roles de los definidos por la metodología del CAA no representen también otros aspectos de la sociedad civil, como por ejemplo las organizaciones sindicales y empresariales, pero dichos roles ya fueron estudiados por el Consejo mediante el *Informe sobre Pluralismo Social: el mundo del trabajo en los informativos de las televisiones públicas andaluzas (2009-2017)*<sup>1</sup>.

Así pues, en este acercamiento a la sociedad civil andaluza se han analizado, por un lado, los tiempos de palabra de los roles de organizaciones y asociaciones en los informativos usando todo el registro estadístico del CAA desde 2009 a 2022, lo que ofrece una visión diacrónica

<sup>1</sup><https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/2018/11/30/informe-sobre-pluralismo-social-el-mundo-del-trabajo-en-los-i/>

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	09/11/2023	PÁGINA 1/8
VERIFICACIÓN	Pk2jm88FNW9GN7TPEGUMFXW356E3JL	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

cómo han evolucionado. Por otro lado, se han analizado también todos los tiempos de palabra de los roles “asociaciones y organizaciones” y “asociaciones de vecinos” durante el primer trimestre de 2023 en todas las televisiones públicas sujetas a seguimiento para el informe de pluralismo político del CAA, realizándose una catalogación específica para determinar la tipología de organizaciones que aparecen en la muestra, en la que se tiene en cuenta la actividad o campo de actuación principal que define a cada organización:

ONG Y ASOCIACIONES SOLIDARIAS	Organizaciones no gubernamentales y asociaciones que tienen la solidaridad y la ayuda a las personas más desfavorecidas.
HERMANDADES Y COFRADÍAS	Asociaciones de fieles establecidas conforme al Código de Derecho Canónico de la Iglesia Católica, así como grupos parroquiales y otras asociaciones católicas seculares.
ASOCIACIÓN ENFERMEDADES	Agrupaciones de o para personas afectadas por diversas enfermedades.
CULTURAL	Asociaciones que explícitamente se definen como culturales o que su actividad se centra en teatro, música, fotografía, historia o tradiciones.
ASOCIACIÓN MUJERES	Grupos que reivindican la igualdad de género para las mujeres.
ASOCIACIÓN DISCAPACIDAD	Agrupaciones de o para personas afectadas por discapacidad.
PLATAFORMAS REIVINDICATIVAS	Plataformas ciudadanas centradas en la reivindicación de diferentes asuntos concretos, ya sea territoriales o de temáticas concretas.
ECOLOGISTA	Grupos de defensa del medio ambiente.
CONSUMIDORES	Asociaciones de consumidores y usuarios.
ATENCIÓN INFANCIA Y JUVENTUD	Asociaciones de apoyo y asistencia a personas menores de edad.
ANIMALISTAS Y PROTECTORAS	Grupos animalistas y asociaciones de protección de los animales.
SANIDAD PÚBLICA	Asociaciones de defensa de la sanidad pública.
INMIGRANTES	Agrupaciones de personas inmigrantes o de apoyo a las mismas.
ADICCIONES	Agrupaciones de o para personas afectadas por adicciones.
MEMORIA HISTÓRICA	Asociaciones en defensa de la memoria histórica.
FUNDACIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL	Fundaciones de responsabilidad social de empresas.
ASOCIACIONES RELIGIOSAS NO CATÓLICAS	Agrupaciones de fieles de religiones distintas de la católica.
CARNAVAL	Agrupaciones carnavalescas.

DEPORTIVAS	Asociaciones centradas en la práctica o seguimiento de algún deporte.
VICTIMAS TERRORISMO	Asociaciones de víctimas del terrorismo.
GASTRONÓMICO	Grupos centrados en la gastronomía.
DERECHOS HUMANOS	Grupos de defensa de los derechos humanos.
AMPA	Asociaciones de madres y padres de alumnos.
ASOCIACIÓN MAYORES	Agrupaciones de personas mayores.
Gitanos	Asociaciones de personas de etnia gitana.
LGTBI	Asociaciones de personas LGTBI.
OTROS	Resto de asociaciones que no pueden clasificarse en las categorías anteriores.

El informe ha llegado a las siguientes conclusiones:

### Informe diacrónico (2009-2022)

- El CAA ha analizado 1.890.178 noticias (con una duración de más de 30 mil horas), que contenían 1.906.026 tiempos de palabra (con una duración superior a las 10 mil horas), emitidas por las televisiones públicas andaluzas sujetas a seguimiento para los informes de pluralismo político del Consejo.
- La presencia de los representantes de la sociedad civil tal como se ha definido en este informe muestra, en cuanto al número de intervenciones, una tendencia al alza en el periodo 2009-2022, que se vio interrumpida en 2020 debido a la pandemia. Así, si el promedio de intervenciones de los roles de la sociedad civil en todo el periodo es del 5,5%, todos los años de 2009 a 2016 muestran un porcentaje inferior a dicho promedio, iniciándose en 2017 un ascenso en torno al 7% que se mantuvo hasta 2019, descendiendo en 2020 al 5,5% (mismo porcentaje que el promedio de la serie), para reiniciar la subida en 2021 (5,7%) y, sobre todo, 2022 (6,4%). De este modo, todos los años desde 2017 muestran porcentajes iguales (2020 solamente) o superiores al promedio 2009-2022, mientras que, como ya se ha comentado, entre 2009 y 2016 los porcentajes de intervenciones de los roles de la sociedad civil estaban por debajo del promedio histórico. Si se atiende a la duración de las intervenciones los porcentajes son superiores, estando el promedio de la serie en 6,2%, pero evidenciándose la misma evolución ya comentada: un primer periodo entre 2009 y 2016 de porcentajes inferiores a la media, una cima entre 2017 y 2019 (con valores en torno al 8%), un descenso al 5,5% durante la pandemia, y un nuevo ascenso en 2021 (6,2%) y 2022 (7%).
- La relevancia en los informativos públicos de los roles de la sociedad civil es considerable, pues con el 5,5% de las intervenciones se trata del sexto rol en importancia en todo el periodo 2009-2022, solamente superado por actores ocasionales

(23%), gobiernos municipales (13%), actores deportivos (10%), partidos políticos (9%) y Gobierno andaluz (6%). Esta situación no varía sustancialmente si se atiende a la duración de las intervenciones, en las que la sociedad civil ocupa también el sexto puesto en importancia. En 2017, cuando se alcanzó el pico máximo en la duración de las intervenciones de los roles de la sociedad civil con un 8,3%, solamente tres roles obtuvieron mayor cuota de palabra.

- De los dos roles que se han definido en este estudio para estudiar la presencia de la sociedad civil, esto es, asociaciones y organizaciones, por un lado, y asociaciones de vecinos por otro, es el primero el que tiene, con diferencia, una mayor importancia, puesto que las asociaciones de vecinos ningún año alcanzan ni medio punto porcentual de duración, estando su promedio de la serie 2009-2022 en un 0,28%, con un máximo de 0,43% en 2009 y 2019.
- Por tipos de prestador, la relevancia de los roles de la sociedad civil es mayor en las televisiones locales (6,9% de la duración en el periodo 2009-2022), seguida por las desconexiones locales de la RTVE (6,1%) y es menor en las televisiones autonómicas (4,8%). Por prestadores concretos (sin contar aquellos cuyos datos sólo se hayan catalogado un año y que no emitan en la actualidad, por resultar menos representativos), el mayor peso de la sociedad civil se obtiene en Costa Noroeste TV (10% de la duración para toda la serie histórica), RTV Los Palacios, Torrevisión y la desconexión provincial de Huelva (los tres con 9%); por el contrario, los menores porcentajes de toda la serie histórica se dan en La 1 Andalucía y la desconexión de Málaga (4% ambas), así como Canal Sur TV y la desconexión de Sevilla (5% ambas).
- La distribución por temas de las noticias con tiempos de palabra de representantes de la sociedad civil presenta, como era previsible, un gran predominio de la temática social<sup>2</sup>, que acapara en el periodo 2009-2022 el 55% de la duración, más de 30 puntos por encima de la media general de todos los roles. Le sigue en importancia arte y cultura, con un 15,5%, aunque en este caso el porcentaje es similar al de resto de roles no políticos y solamente algo superior a la media de todos los roles (12%). Economía y negocios es el tercer tema en importancia, con un 7%, pero en este caso ya netamente por debajo del porcentaje general de todos los roles (16%). El cuarto tema en importancia, educación y formación, con un 4,5%, muestra un porcentaje parecido al general. Puede destacarse también que asuntos de gran relevancia general, como la

<sup>2</sup> Según la metodología de los informes de pluralismo político del CAA, se clasifican en la temática social aquellas noticias que se centran en los grupos sociales y que no pueden ser incluidos en otros ámbitos temáticos más especializados ya definidos (como salud, educación, economía, etc.). Esta categoría se aplica a las noticias que hablan de un gran abanico de temas: derechos humanos y civiles, inmigración, igualdad de oportunidades y paridad, solidaridad, servicios públicos, servicios a los ciudadanos, bienestar social, religiones e iglesias, violencia de género (cuando no se refiere a sucesos), delincuencia en general (cuando no se refiere a sucesos), o tendencias sociales.

crónica política, con un 17% del tiempo de palabra de todos los roles, solamente ocupa un 1,5% en la sociedad civil.

- La distribución de los tiempos de palabra entre hombres y mujeres dentro de los roles de la sociedad civil muestra una mayor presencia de las mujeres en el periodo 2009-2022 (35,5%) que en el conjunto de todos los roles (30,9%), ocupando, no obstante, los hombres dos tercios del tiempo. Como en general en todos los roles, puede apreciarse una tendencia a lo largo del tiempo al aumento de la relevancia de las palabras femeninas, pues desde 2018 todos los años muestran un porcentaje superior a la mencionada media de 35,5%.

### Muestra de 2023

- En la muestra de 2023 se ha profundizado en el tipo de asociaciones y organizaciones que protagonizan los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas de Andalucía. Los datos muestran que las organizaciones no gubernamentales y las asociaciones centradas en la solidaridad son las predominantes, con un 22,1% del tiempo de palabra. Le siguen en importancia las hermandades y cofradías de confesión católica, con un 12%, y las asociaciones de ayuda a personas que sufren diversas enfermedades, con un 9,8%. Asociaciones culturales (8,7%), femeninas que reivindican la igualdad de género (6,2%), y de personas con discapacidad (5,8%) ocupan los siguientes lugares.
- No obstante, se aprecian notables diferencias según el tipo de prestador: así, las ONG son mucho más predominantes en las televisiones autonómicas (31,1%) que en las desconexiones provinciales (21,8%) y no digamos en las locales (13,5%). Otro tanto cabe decir de las asociaciones animalistas, que alcanzan un importante 5,9% en las autonómicas y no tienen ninguna aparición en las locales y muy escasamente en las desconexiones. Por el contrario, las hermandades y cofradías, que predominan en las televisiones locales (21,3%), están completamente ausentes en la muestra de televisiones autonómicas analizadas. Cabe concluir, pues, que el perfil de la sociedad civil de la que se hacen eco las televisiones locales tiene matices claramente diferenciados de aquel que muestran las autonómicas.
- La temática de las noticias donde toman la palabra representantes de la sociedad civil evidencia en la muestra de 2023, como en la serie histórica 2009-2022, un predominio claro de los temas sociales, con un 51% del tiempo en promedio, aunque variando notablemente según el tipo de asociación. En general, y como es lógico, la temática predominante de cada tipo de asociación está directamente relacionada con su actividad principal, como educación para las AMPA, economía para consumidores, o medio ambiente para ecologistas.

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	09/11/2023	PÁGINA 5/8
VERIFICACIÓN	Pk2jm88FNW9GN7TPEGUMFXW356E3JL	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

- El alcance geográfico de las noticias donde aparecen representantes de la sociedad civil está relacionado, fundamentalmente, con el ámbito de los prestadores: el alcance local es el predominante en el conjunto, pero comparte relevancia en las televisiones autonómicas con el ámbito andaluz, es ya claramente el primero en las desconexiones (seguido del alcance provincial) y, finalmente, acapara el 92% del tiempo en las televisiones locales.
- La distribución entre hombres y mujeres de los tiempos de palabra en la muestra de 2023 coincide de manera casi exacta con la que se ha comentado anteriormente para la serie histórica: casi dos tercios de palabra masculina (64%) por algo más de un tercio de femenina (36%). Hay, no obstante, notorias diferencias entre unos tipos y otros de organizaciones. Así, por ejemplo, los tiempos femeninos son predominantes (por citar los tipos con mayor número de intervenciones) en las asociaciones de ayuda a personas enfermas (62%), de discapacidad (64%), de igualdad de género (97%), de inmigrantes (66%) o de víctimas del terrorismo; por el contrario, los tiempos masculinos son muy predominantes en hermandades y cofradías (96%), asociaciones ecologistas (87%), de ayuda en las adicciones (86%), de consumidores (90%), de carnaval (88%), deportivas (100%), o de asociaciones religiosas no católicas (100%).
- Si se atiende al desglose de las 1.700 intervenciones de organizaciones y asociaciones concretas de la muestra de 2023, se aprecia en primer lugar una gran dispersión de las mismas, pues muchas de ellas aparecen una o dos veces. La dispersión también se explica por la gran diversidad de intereses que se dan cita en la sociedad civil andaluza, así como por la distinta naturaleza y en muchos casos el alcance local de los prestadores analizados. No obstante, para algunos de los tipos de organizaciones que se han definido en el estudio pueden encontrarse algunas pautas interesantes que se explican a continuación:
  - Entre las ONG y asociaciones solidarias tiene una gran relevancia la Cruz Roja Española, con un tercio de las intervenciones. Le siguen, a distancia, Bomberos Unidos sin Fronteras (10%) y los Bancos de Alimentos (7%).
  - En las cofradías y hermandades católicas predominan claramente los distintos consejos locales de cofradías de Semana Santa, apareciendo también un gran número de hermandades concretas. Fuera de la Semana Santa, destacan las hermandades rocieras, aunque a bastante distancia.
  - Las asociaciones religiosas no católicas (cuya relevancia es muy inferior a las del culto católico, según ya se ha visto en los puntos anteriores) que han tenido tiempos de palabra en esta muestra corresponden a fieles musulmanes y judíos, no apareciendo ningún representante de iglesias cristianas no católicas.

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	09/11/2023	PÁGINA 6/8
VERIFICACIÓN	Pk2jm88FNW9GN7TPEGUMFXW356E3JL	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



- Entre las organizaciones dedicadas a la lucha contra las enfermedades tiene mucha relevancia la Asociación Española contra el Cáncer (28% de las intervenciones), seguida por la Fundación Cudeca (21%), también centrada en el cáncer.
- Dentro de las asociaciones de discapacidad destaca AOSA-TEA (Asociación onubense de síndrome de Asperger y trastornos de espectro autista), que protagoniza el 15% de las intervenciones, seguida por la asociación motrileña de personas con discapacidad intelectual (14%).
- Entre los grupos ecologistas, destacan en esta muestra el Grupo Naturalista Grunsber (23%), Ecologistas en Acción (23%) y SEO Birdlife (15%).
- FACUA predomina claramente entre las asociaciones de consumidores, con un 56% de intervenciones, seguida de la asociación onubense Virgen de la Cinta (21%) y de OCU (14%).
- Andalucía Acoge (30%) lidera el grupo de asociaciones centradas en la inmigración, seguida por una asociación dedicada a personas provenientes de Ucrania (20%).
- Entre quienes se dedican a combatir las adicciones destaca la Asociación de lucha contra las drogodependencias y la exclusión social, con 3 de cada 4 intervenciones.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Pluralismo, Regulación y Mediación celebrada el día 2 de noviembre de 2023, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en el artículo 4.21 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 8 de noviembre de 2023, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes DECISIONES:

**PRIMERA:** El Consejo Audiovisual de Andalucía valora el incremento progresivo de la presencia de la sociedad civil en los informativos de las televisiones públicas andaluzas y anima a retomar y superar los porcentajes de tiempo de palabra previos al año de pandemia, en los que se obtuvieron los roles de mayor relevancia.

**SEGUNDA:** El CAA considera que la gran atomización y dispersión observada en la participación de representantes de la sociedad civil es reflejo de la pluralidad, la diversidad y la amplitud de la sociedad andaluza, en la que existe una gran variedad de intereses, así como a los diferentes ámbitos de referencia en los distintos prestadores.

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	09/11/2023	PÁGINA 7/8
VERIFICACIÓN	PK2jm88FNW9GN7TPEGUMFXW356E3JL	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



**TERCERA:** El CAA destaca que la mayor relevancia de presencia de la sociedad civil en las televisiones locales y las características de las organizaciones que participan en sus informativos pone de manifiesto la vocación de cercanía y servicio público de estos prestadores.

**CUARTA:** El CAA destaca el valor de la sociedad civil organizada como fuente cualificada de información y como actor fundamental en la defensa de los distintos intereses de los andaluces y en la visibilidad de colectivos minoritarios o vulnerables. Por ello, anima a las televisiones públicas andaluzas a seguir impulsando y fortaleciendo su presencia y participación en sus informativos.

**QUINTA:** El CAA aprecia una tendencia a lo largo del tiempo de un mayor aumento de la relevancia de los tiempos de palabra de las mujeres en los roles de la sociedad civil en los espacios informativos de las televisiones públicas andaluzas. No obstante, el tiempo de palabra dedicado a los hombres sigue representando dos tercios del total, por lo que anima a los prestadores a seguir equilibrando la distribución de los porcentajes dedicados a hombres y mujeres en aras de la igualdad.

**SEXTA:** Notificar esta resolución y el informe sobre la presencia de las organizaciones de la sociedad civil en los informativos de las televisiones públicas andaluzas 2009-2023 a los prestadores incluidos en él y a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía.

En Sevilla, a 8 de noviembre de 2023.

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo: José Francisco Domínguez del Postigo

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	09/11/2023	PÁGINA 8/8
VERIFICACIÓN	Pk2jm88FNW9GN7TPEGUMFXW356E3JL	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	