

DECISIÓN 22/2023 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE EL PLURALISMO POLÍTICO EN LAS TELEVISIONES PÚBLICAS LOCALES DE ANDALUCÍA 2022-2023

I.- ANTECEDENTES

El pluralismo político está recogido en la Constitución Española, en su artículo primero, como un valor superior del ordenamiento jurídico español. Constituye, además, un principio fundamental de las sociedades democráticas, por cuanto la legitimidad de la expresión de todas las ideas políticas democráticas y la utilidad de su confrontación alcanzan su pleno sentido a través del necesario respeto al pluralismo político. Todos los medios de comunicación, y de forma fundamental los de carácter público, están obligados a favorecer el pluralismo, reflejando de forma proporcionada las diferentes corrientes políticas e ideológicas presentes en la sociedad.

El artículo 4 de la derogada Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, reconocía como derecho del público el de recibir una comunicación audiovisual plural y a que la comunicación informativa se elaborara de acuerdo con el deber de diligencia, respetando el pluralismo político, social y cultural. La reciente Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, los configura como principios generales en sus artículos 7 y 9 relativos al pluralismo y a la veracidad de la información.

Por su parte, la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, en su artículo 2.1.c, establece entre sus principios inspiradores «el pluralismo político, religioso y sociocultural como condición esencial para el cumplimiento de la libertad de expresión, de información y de comunicación, garantizando la libre formación de la opinión pública, la diversidad y la cohesión social».

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) tiene encomendada la función de velar por «el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales» y «realizar estudios sobre distintos aspectos del sistema audiovisual».

El CAA viene realizando desde 2009 de manera ininterrumpida informes sobre pluralismo político con el fin de conocer con mayor detalle la realidad de las televisiones públicas de nuestra Comunidad Autónoma. Se trata de informes cuantitativos realizados de acuerdo con una metodología técnica y objetiva para la recogida, clasificación y presentación de los datos, que fue acordada por unanimidad por el Pleno del CAA en abril de 2008. Estos informes periódicos analizan, siempre de forma cuantitativa y no cualitativa, diversos aspectos relacionados con los informativos ofrecidos por los prestadores, destacando el reparto de los tiempos de palabra de los actores políticos según rol (institucional o de partido) y género. El tiempo de palabra en los informativos es un instrumento fundamental para asegurar una cobertura informativa proporcionada a la relevancia electoral e institucional de cada formación y, en consecuencia, garantizar el respeto al pluralismo político. La medición del tiempo de presencia, como indicador fiable y medible de pluralismo, permiten la posibilidad de supervisión por parte las autoridades reguladoras independientes como este Consejo.

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	21/12/2023	PÁGINA 1/5
VERIFICACIÓN	Pk2jmd47FCKA5XLNHAM25CDTMEXJUP	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

II.- CONSIDERACIONES GENERALES

Aunque la metodología para la realización de los informes permanece invariable, basándose en la medición exclusivamente cuantitativa de los tiempos de voz de los actores políticos, este informe incorpora también las mejoras aprobadas por el CAA en el acuerdo del 23 de noviembre de 2021 sobre *Valoración del pluralismo político en las televisiones locales públicas de Andalucía*. Este acuerdo considera prioritario hacer un esfuerzo de contextualización de los datos del informe del CAA en la realidad política, social y económica de cada prestador con el fin de tener una visión más real y cercana y amortiguar el desequilibrio que puede producir la aplicación de criterios homogéneos y exclusivamente cuantitativos a prestadores muy diferentes.

El informe 2021-2022 es, por tanto, el segundo (tras el de 2020-21) en el que se aborda este análisis más completo que no se basa sólo en los datos cuantitativos de los tiempos de voz de los actores políticos. Se han contextualizado los tiempos de palabra y de los informativos en la programación general, en la realidad política del municipio desde el que emite cada televisión, en la realidad socioeconómica de los ayuntamientos y de las propias televisiones a través de sus presupuestos y de las plantillas de las que disponen.

El periodo de tiempo seleccionado para la realización de la muestra de este informe abarca del 16 de junio de 2022 hasta el 15 de junio de 2023.

III.- PRINCIPALES RESULTADOS

Las principales temáticas tratadas por las televisiones locales incluidas en el estudio vuelven a ser de una gran variedad, aunque son sociedad (21% del tiempo total), arte y cultura (19%), economía y negocios (16%), crónica política (13%) y deportes (12%) los asuntos predominantes. Los prestadores que dedican más de un 60 por ciento de sus contenidos informativos a temas sociales, culturales o económicos son TV Alhaurín (72%), Fuengirola TV (70%), Estepona TV (66%), Telemotril (65%) y Torrevisión Torremolinos (60%)

El tiempo de palabra femenino en las televisiones objeto del informe está situado entre el 21,8 % de los informativos de Costa Noroeste TV y el 65,5 % de Fuengirola TV. La media general del tiempo de palabra femenino es del 37%, un punto más que en el informe del año anterior. Se da la circunstancia relevante de que las televisiones locales con mayor tiempo de palabra femenino están presididas por mujeres. Como es el caso de Fuengirola TV, la única cadena en la que, el tiempo de palabra masculino es inferior al femenino, Telemotril, Onda Jerez, Marbella, Televisión Torremolinos o Interlmería.

Si se agrupan los tiempos de palabra en función de los roles la media del conjunto de las televisiones locales indica que los roles políticos, sumados los institucionales (45%) y los de partido (9%), representan el 54% del total frente al 45% de los roles no políticos. Entre estos últimos destacan el mínimo de Manilva (23%) y el máximo de Estepona (79%). En los roles políticos institucionales destacan el mínimo de Huelva TV (17%) y el máximo de Manilva 74%. En los roles de partidos destacan el mínimo de Estepona (2,4%) y el máximo de TG7 (24%). En conjunto se registra un ascenso de dos

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	21/12/2023	PÁGINA 2/5
VERIFICACIÓN	Pk2jmD47FCKA5XLNHAM25CDTMEXJUP	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

puntos respecto al informe anterior de los roles de partido, posiblemente motivado por la celebración de elecciones municipales. La distribución de los distintos roles de las cadenas de las televisiones locales muestra en general un comportamiento bastante parecido, lo cual parece sugerir que existe un “modus operandi” de la gestión de los contenidos muy consolidado en cada prestador.

Los roles concretos en el conjunto de los tiempos de palabra recogidos en el informe indican que el Gobierno municipal es el rol predominante en las distintas cadenas, aunque con grandes diferencias entre ellas, que van del 18% de Canal Málaga al 73% de los informativos de Manilva. Destaca que en la televisión de Estepona el primer rol sea el de los actores económicos (17%) y en Huelva TV los deportivos (21%). De nuevo los datos son muy similares a los de informe anteriores, lo que refuerza la tesis del “modus operandi” consolidado en los prestadores locales.

Si tenemos en cuenta sólo los roles políticos, los institucionales suponen de media el 83% de los tiempos de palabra, con un mínimo del 45% en Huelva TV y un máximo del 97% en Manilva, y los roles de partido el 17% de media, con un mínimo del 3% de Manilva y un máximo del 45 % en Huelva TV. De nuevo cabe apuntar que los resultados son semejantes a los de estudios anteriores aunque se registra un incremento de cuatro puntos respecto al último informe en los roles de partido, atribuibles a la celebración de elecciones municipales.

Los prestadores estudiados otorgan el primer puesto en tiempo de palabra en los roles institucionales al alcalde o alcaldesa de la localidad en casi todos los casos, excepción hecha de Écija TV, donde se trata de un teniente de alcalde. Los porcentajes varían considerablemente, del mínimo del 17% de Onda Cádiz al máximo del 74% de Costa Noroeste. Los actores políticos con más tiempo de palabra son en todos los casos los mismos que en el apartado anterior.

Si se agrupan los datos de actores políticos por partidos sumando tanto los roles de partido como los institucionales puede apreciarse el peso que las televisiones dedican a los equipos de gobierno y a los partidos que las apoyan, así como a los partidos de la oposición municipal presentes en el Pleno, además de a otras instituciones y formaciones que no están presentes como tales en el Pleno municipal. Para analizar los incrementos que experimentan algunos prestadores en el tiempo dedicado a los gobiernos municipales más las formaciones que los apoyan es preciso tener en cuenta que a los prestadores de municipios gobernados por el Partido Popular se les suma el tiempo correspondiente al Gobierno de Andalucía, lo que antes no ocurría al estar formado el gobierno autonómico por una coalición. De esta forma, prestadores como Canal Málaga, Onda Algeciras o Interlmería presentan un incremento que no obedece a la mayor presencia del gobierno municipal, que incluso disminuye, sino a la suma del tiempo del gobierno andaluz que en años anteriores no se producía.

En el apartado de otras instituciones y formaciones que no están presentes como tales en el Pleno municipal, el tiempo de palabra dedicado es significativo. Así por ejemplo en Onda Cádiz se alcanza el 14,6% entre la suma del Gobierno nacional y Adelante Andalucía; en TG7, el 13,5% entre la suma de Unidas Podemos, Gobierno nacional y Ciudadanos; o en Canal Málaga, 13,1% entre la suma de IU, Gobierno nacional y otros. Sin embargo, los tiempos de palabra de las formaciones extraparlamentarias se han reducido mucho respecto al informe anterior, cuando representaron entre un 20% y un 30% del total de varios de los canales.

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	21/12/2023	PÁGINA 3/5
VERIFICACIÓN	Pk2jmd47FCKA5XLNHAM25CDTMEXJUP	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

Por último es preciso destacar que si situáramos en el contexto del total de la programación los porcentajes de palabra tan elevados de los gobiernos municipales en los informativos el impacto sería mucho más moderado. Los casos más notorios son los de Estepona y Manilva, que, pese a otorgar un 89,5% y un 98,9% a los tiempos de palabra de los actores de los gobiernos municipales ocupan los últimos lugares en cuanto al impacto total de dichos porcentajes en la programación general, con un 0.5% para Estepona y un 0.3% para Manilva. En ningún caso los prestadores dedican más de un 5% del tiempo de palabra del total de la programación a los gobiernos municipales. Los prestadores que mayor tiempo les dedican en el conjunto de la programación son Fuengirola (4,96%), Telemotril (2,66%), Onda Algeciras (2,29%) y Torrevisión Alhaurín (1,92%). De estos últimos datos cabe deducir que la tendencia del “modus operandi” consolidado de las televisiones locales, en las que el mayor protagonismo corresponde a los actores políticos de los gobiernos municipales, tiene sobre la programación general un impacto muy limitado, todo ello sin poder contextualizarlo en los índices de audiencia del resto de televisiones generales que se presumen mucho más altos.

PRESTADOR	PARTIDOS DEL GOBIERNO	% PARTIDOS GOBIERNO	% PARTIDOS OPOSICIÓN	% OTRAS FORMACIONES
O. Cádiz	ADELANTE	48,0%	37,4%	14,6%
TG7	PSOE / No adscritos	54,2%	32,4%	13,5%
C. Noroeste TV	PSOE	58,1%	37,8%	4,1%
Huelva TV	PSOE	61,6%	29,0%	9,4%
C. Málaga	PP / C's	63,1%	23,9%	13,1%
RTV Los Palacios	IP-IU ADELANTE	63,5%	27,5%	9,0%
Écija Comarca TV	PSOE	68,4%	30,5%	1,0%
O. Jerez	PSOE	79,1%	15,8%	5,1%
Interalmería	PP	82,6%	9,5%	7,9%
O. Algeciras	PP / C's	85,0%	10,9%	4,1%
Torrevisión - Torremolinos	PP / C's / POR MI PUEBLO	86,5%	9,7%	3,8%
Telemotril	PP / PMAS / C's	86,7%	11,3%	2,0%
RTV Marbella	PP	88,5%	8,8%	2,7%
Estepona TV - Manilva TV (Estepona)	PP	89,5%	7,9%	2,6%
Fuengirola TV	PP	93,3%	6,1%	0,6%
Torrevisión - Alhaurín de la Torre	PP	95,6%	2,8%	1,6%
Estepona TV - Manilva TV (Manilva)	COMPROMISO MANILVA / PSOE / PP	98,9%	1,1%	0,0%

IV.- DECISIONES

Teniendo en consideración el prolijo y exhaustivo informe elaborado por los expertos del CAA, las conclusiones que se exponen sobre el mismo y los datos contenidos en el cuadro adjunto se adoptan las siguientes decisiones.

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	21/12/2023	PÁGINA 4/5
VERIFICACIÓN	Pk2jmD47FCKA5XLNHAM25CDTMEXJUP	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

1) El CAA constata con grave preocupación la preponderancia y la presencia excesiva de los gobiernos municipales en los espacios informativos de la mayoría de las televisiones locales analizadas. Independientemente del color político de los distintos gobiernos que gestionan las televisiones se consolida la existencia de un “modus operandi” para favorecer la presencia del partido que forma el equipo de gobierno municipal en detrimento de la de otras formaciones. En consecuencia, el CAA insta a los prestadores a que tomen medidas urgentes y eficaces para equilibrar la presencia de los grupos municipales y de la oposición en los espacios informativos.

2) Pese a las recomendaciones realizadas el año anterior en el informe correspondiente a este nuevo periodo analizado se constata el agravamiento generalizado de la falta de observancia a los principios del pluralismo político que este órgano tiene encomendado salvaguardar en Andalucía como autoridad independiente. Por consiguiente se recuerda a los prestadores que tienen la obligación de garantizar el derecho de los ciudadanos a tener una información plural en virtud del ordenamiento jurídico existente y en cumplimiento de la Constitución, el Estatuto de Autonomía y las leyes audiovisuales.

3) En el caso de los prestadores locales que han reducido la presencia de los partidos del gobierno en sus contenidos informativos, especialmente Huelva TV, C.Noroeste TV y Onda Cádiz, se reconoce el esfuerzo y se les recomienda que arbitren medidas para reforzar esa tendencia que por ahora es claramente insuficiente. Por el contrario el CAA muestra su alarma e insta a actuar con urgencia a aquellos prestadores que, pese a tener unas cuotas de presencia de los partidos de gobierno en los contenidos informativos en torno al 90 por ciento, casos de Manilva TV, Torrevisión Alhaurín, Fuengirola TV, Estepona TV y RTV Marbella, han incrementado los porcentajes que denotan su falta de pluralismo.

4) Se reconoce el esfuerzo realizado por los prestadores para reforzar los contenidos sociales, culturales y económicos en los espacios informativos, especialmente a TV Alhaurín, Fuengirola TV, Estepona TV, Telemotril, y Torrevisión Torremolinos, que suman porcentajes por encima del 60 por ciento dedicados a estas temáticas.

5) Se insta a los prestadores que no han remitido los datos requeridos de los presupuestos de las televisiones y de la composición de las plantillas, que son Écija Comarca TV, Estepona TV, Fuengirola TV, TG7, Manilva, RTV Marbella, Telemotril y RTV Los Palacios, a que los faciliten a efectos de contextualizar los indicadores sobre pluralismo informativo.

6) Notificar esta resolución a los prestadores públicos del sector audiovisual andaluz, a las corporaciones locales, a los grupos municipales y a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía.

Sevilla, a 20 de diciembre de 2023.

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo.: José F. Domínguez del Postigo

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	21/12/2023	PÁGINA 5/5
VERIFICACIÓN	Pk2jmD47FCKA5XLNHAM25CDTMEXJUP	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	