

## **Decisión .../2017 sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía**

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) es la autoridad independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de los medios audiovisuales en Andalucía y por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad. Con el objeto de llevar a cabo las distintas funciones encomendadas por la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo y la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, durante el año 2016 se ha procedido al análisis de 66.300 horas de emisiones (1.500 más que el año anterior) de 176 canales televisivos, locales y autonómicos (48 más que en 2015), captadas y grabadas en Andalucía.

El sistema de seguimiento del Consejo se realiza mediante una red desplegada en 20 municipios de la comunidad autónoma que permite la recepción, grabación y almacenamiento de las emisiones de radio y televisión, con una amplia cobertura territorial. Este sistema de seguimiento y catalogación de contenidos audiovisuales es el principal instrumento que dispone la institución para desarrollar sus funciones, junto con la colaboración ciudadana a través de la Oficina de Defensa de la Audiencia, que en el 2016 recibió 31 quejas.

El análisis y catalogación de los contenidos audiovisuales ha propiciado la realización de diferentes estudios e informes, así como la adopción de decisiones, instrucciones y recomendaciones individuales y colectivas. Por séptimo año consecutivo, el Consejo ha elaborado un informe anual que proporciona una radiografía de los contenidos audiovisuales emitidos en y para Andalucía, clasificados en 13 géneros y 109 subgéneros televisivos.

Este informe permite conocer la realidad de los contenidos de las televisiones autonómicas y locales, que resulta prácticamente imposible obtener por otros medios dada la ausencia en muchos canales de parrillas de programación o la escasa fiabilidad de muchas de ellas.

El *Informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía 2016* elaborado por el Área de Contenidos abarca el análisis de 24.887 horas de contenidos televisivos emitidos por canales autonómicos y 41.412 de emisiones locales, de las que el 14% son emitidas por televisiones que operan sin licencia administrativa. El Consejo ha grabado y analizado 70 televisiones locales públicas y privadas –al igual que el año anterior– así como 103 canales en los que a lo largo del año se han registrado emisiones pese a carecer de licencia administrativa (50 más que en 2015).

Se incluye además un apartado en el que se analizan los contenidos difundidos en franja televisiva de protección reforzada, en la que deben emitirse contenidos especialmente dirigidos a menores de edad. Del informe pueden extraerse las siguientes conclusiones:



## **1.- TELEVISIONES AUTONÓMICAS EN ANDALUCÍA**

### **1.1. Servicio público televisivo**

El Consejo analiza y cataloga todos los contenidos emitidos por Canal Sur TV y Andalucía TV, las dos cadenas de la RTVA que difunden una programación diferenciada. A través de Canal Sur 2 se incorporan las medidas de accesibilidad establecidas para que puedan acceder a los contenidos del principal canal público las personas con discapacidades sensoriales.<sup>1</sup>

Andalucía TV es al igual que Canal Sur TV una televisión generalista pero muy centrada en la información, la programación cultural y la música, géneros que abarcan el 83% de los contenidos emitidos en 2016.

La información ha ocupado el 39% de los contenidos emitidos en 2016 (cifra similar a la del año anterior), con una importante relevancia de los informativos diarios (55% de sus informativos) y de la información especializada (20%). Casi el 13% sus programas informativos se centra en reportajes de actualidad.

La información de carácter institucional se emite también a través de Andalucía TV (3,36% de sus informativos) y es muy residual en el primer canal (0,02%).

Otra de las funciones encomendadas a la RTVA en su función de servicio público como es la promoción televisiva del flamenco se realiza básicamente a través de este canal: El flamenco protagonizó el 16% de los programas musicales en Andalucía TV.

La programación de Canal Sur TV es más diversa. El entretenimiento ha crecido en esta cadena cuatro puntos porcentuales respecto al año anterior hasta situarse en un nivel similar al de la información, que ha descendido cinco puntos: el 28,6% de los contenidos emitidos en 2016 son informativos y el 27% de entretenimiento. Un 44% de los programas de entretenimiento son magazines. En cuanto a la información, el 94% de los contenidos se destinaron al seguimiento de la actualidad diaria y a la emisión de reportajes.

La ficción -muy residual en Andalucía TV- ha descendido ligeramente respecto al 2015, centrándose en la difusión largometrajes (52% de la ficción emitida) y series (32%). El tercer subgénero en importancia son los dibujos animados (10%) y sólo un 2% son telenovelas.

---

<sup>1</sup> Canal Sur 2 difunde prácticamente los mismos contenidos que el primer canal de la RTVE, de ahí que no se catalogue para este informe sino que es analizada por el CAA con el propósito de evaluar la accesibilidad de su programación.



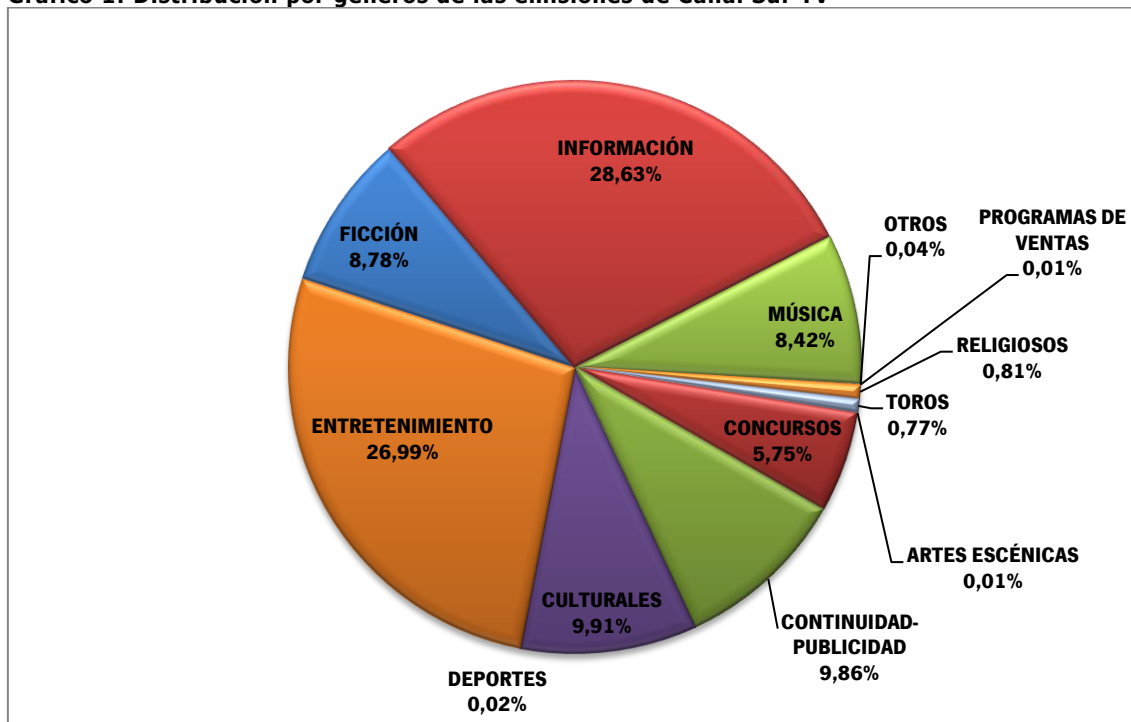
La televisión pública autonómica sigue registrando un descenso de la programación especializada en deporte (0,02% en Canal Sur TV) y 1,70% de los contenidos emitidos en Andalucía TV, donde en 2015 los programas deportivos ocuparon el 3,3%.

El deporte ecuestre ocupó el 60% de la programación deportiva de Canal Sur en 2016 debido a la difusión que realiza la primera cadena autonómica de las carreras de caballo de Sanlúcar de Barrameda mientras que en Andalucía TV destaca el fútbol (29%) seguido del automovilismo y el baloncesto (11% ambos), golf (9%) y ciclismo (7%). Los programas polideportivos supusieron casi el 40% y el 17% de los contenidos deportivos emitidos en el primer y el tercer canal de la RTVA.

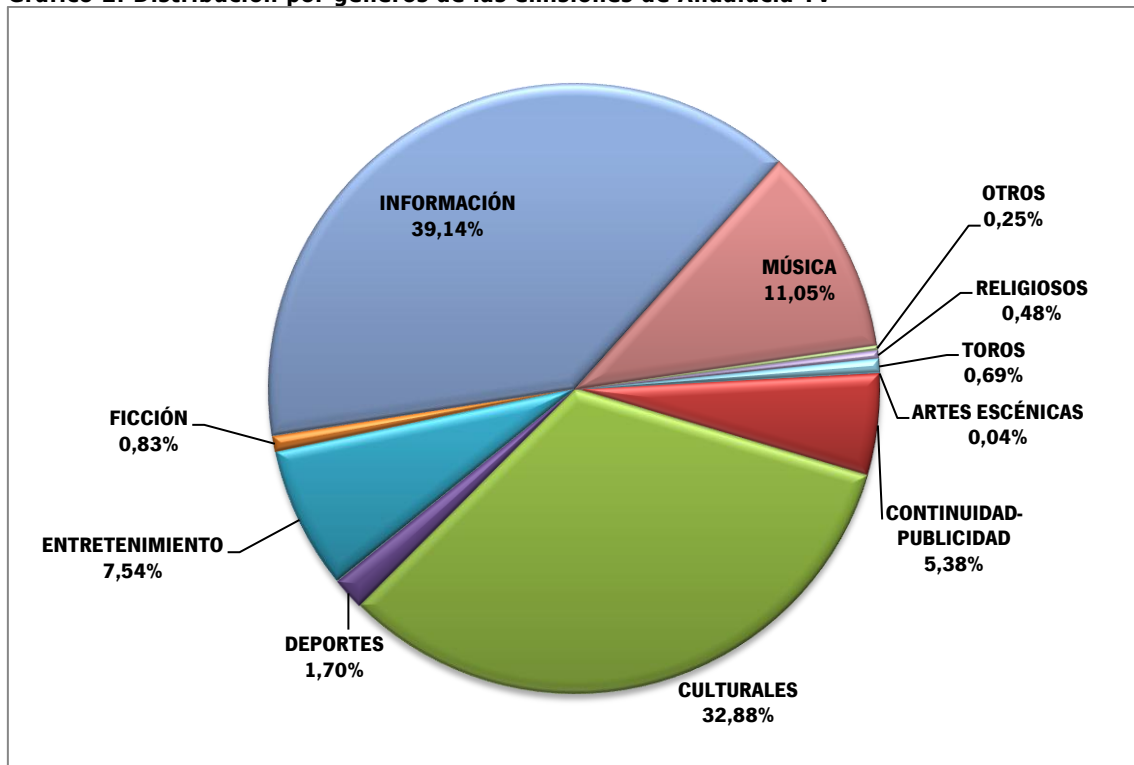
El 85% y el 99% de los programas de carácter religioso de Canal Sur TV y Andalucía TV se destinaron a acontecimientos (procesiones, romerías...) y espacios vinculados a la Iglesia Católica en 2016 si bien los contenidos religiosos ocupan globalmente el 0,81% y el 0,48% respectivamente, una presencia similar a la que registra la programación taurina.

En la franja de protección de reforzada del horario infantil, Canal Sur TV dedica más tiempo al entretenimiento (31%) mientras que la mayor parte de los espacios emitidos por Andalucía TV son informativos (65%).

**Gráfico 1: Distribución por géneros de las emisiones de Canal Sur TV**



**Gráfico 2: Distribución por géneros de las emisiones de Andalucía TV**



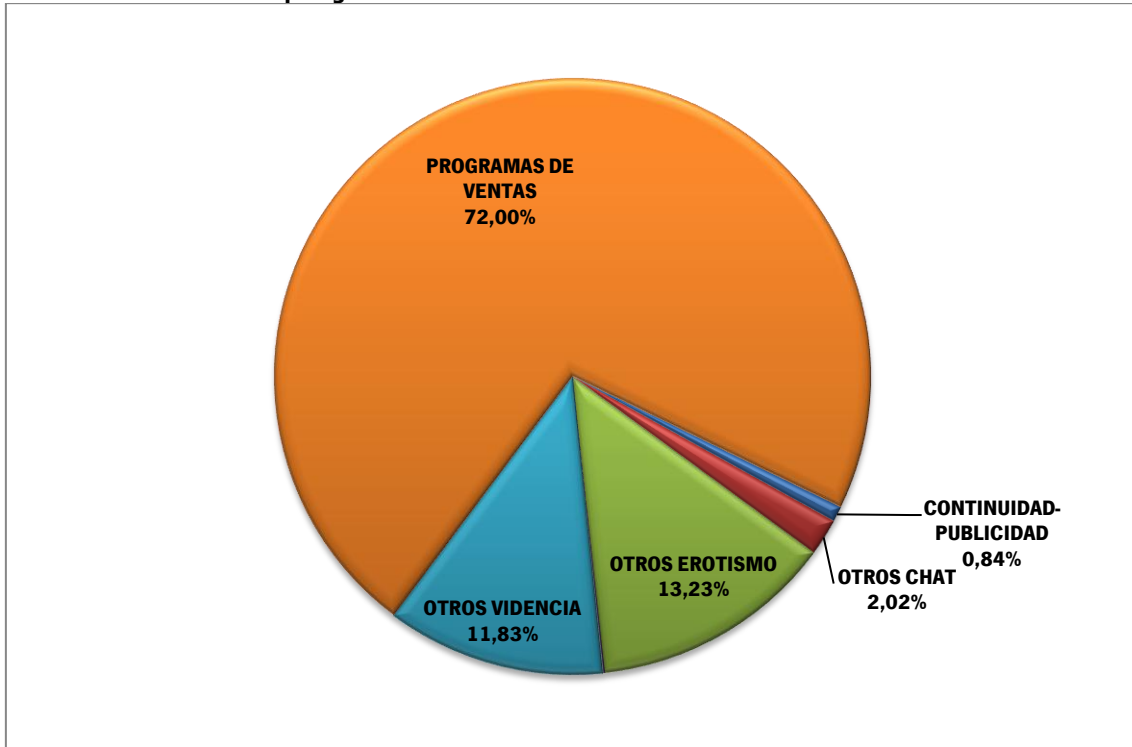
## 2.2. Servicio televisivo de titularidad privada

Andalucía sigue sin contar con una oferta privada y plural de televisión generalista de ámbito autonómico. El único canal en funcionamiento adjudicado al Grupo Vocento volvió a registrar en 2016 cambios en su gestión como consecuencia de negocios jurídicos autorizados por la Dirección General de Comunicación Social. El cambio de titularidad en el canal privado no ha modificado sustancialmente el perfil de la televisión, especializada en programas de venta y esoterismo.

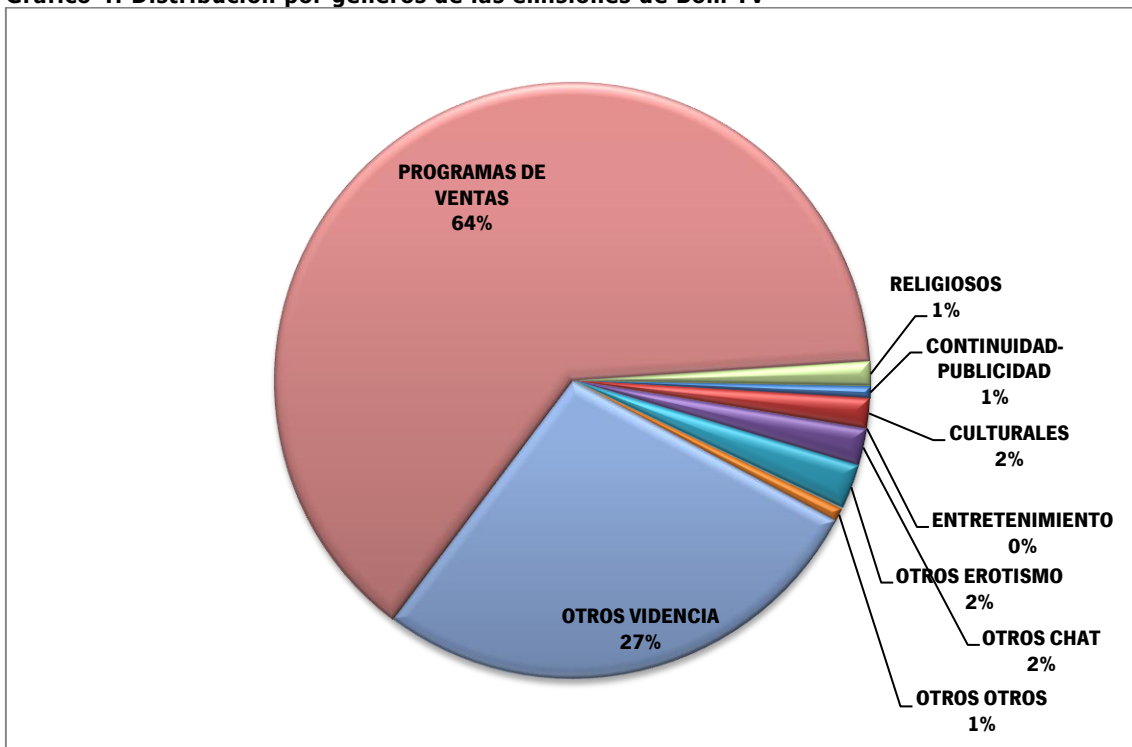
En 2016, el Consejo ha analizado 4.259 horas de contenidos emitidos durante 179 días por EHS TV y 3.155 de Bom TV (132 días). En este periodo, el nuevo prestador ha incorporado programas culturales de carácter divulgativo y religiosos, vinculados a organizaciones evangélicas, que ocupan el 3% de los contenidos analizados. El 32% se destina a chats, videncia y espacios eróticos, todos emitidos en franja horaria nocturna. La televenta alcanza el 63,67% de los contenidos de esta cadena, que carece de espacios informativos, de entretenimiento, ficción, música, concursos y deporte.



**Gráfico 3: Distribución por géneros de las emisiones de EHS TV**



**Gráfico 4: Distribución por géneros de las emisiones de Bom TV**



## **2.- TELEVISIONES LOCALES DE ANDALUCÍA**

### **2.1. Emisiones en frecuencias no asignadas**

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha registrado en 2016 un significativo incremento del número de canales televisivos libres donde, pese a no estar su explotación adjudicada, se difunden contenidos televisivos. Los canales ocupados sin licencia han pasado de 55 en 2015 a 103, superándose en 2016 los 82 detectados en 2014, cuando parecía que esta problemática había tocado techo. Esto significa que el 59% de los canales captados por el CAA en 2016 han sido ocupados por empresas que emiten sin la preceptiva licencia, sobrepasándose el 44% registrado en 2015.

Pese a este incremento, han descendido considerablemente el número de canales ocupados por organizaciones religiosas al pasar del 19% al 7%. Este descenso obedece a la interrupción en Andalucía de las emisiones de Córdoba TV, televisión vinculada a un grupo de comunicación islámico. Otras organizaciones católicas y evangélicas siguen ocupando fraudulentamente canales televisivos en Andalucía.<sup>2</sup>

En el contexto de las televisiones sin licencia siguen plenamente consolidadas y emitiendo desde hace años dos canales locales, público y privado, que ofrecen una programación generalista: Cadena Indalo en Almería y Perita TV, en Málaga.

El incremento de las ilegales ha aumentado considerablemente la emisión en Andalucía de los programas de videncia, un repunte muy preocupante porque este tipo de espacios invaden la franja horaria televisiva infantil pese a las prohibiciones establecidas por la Ley General de Comunicación Audiovisual. Se trata de un negocio que, sin escrúpulos, se ha instalado y florecido en la TDT copando las frecuencias libres en una clara competencia desleal con los prestadores sujetos a licencia y que están respetando escrupulosamente las restricciones horarias existentes sobre estos programas que tienen como único propósito recaudar dinero a través de llamadas telefónicas. El 57% de los canales ocupados en 2016 emitían tarot y otras prácticas esotéricas que generan importantes dividendos debido a la tarificación adicional que se aplica a las consultas telefónicas que realiza la audiencia. Un 21% se especializa en chat de contactos, donde los beneficios se obtienen también a través del envío de SMS de tarificación adicional.

---

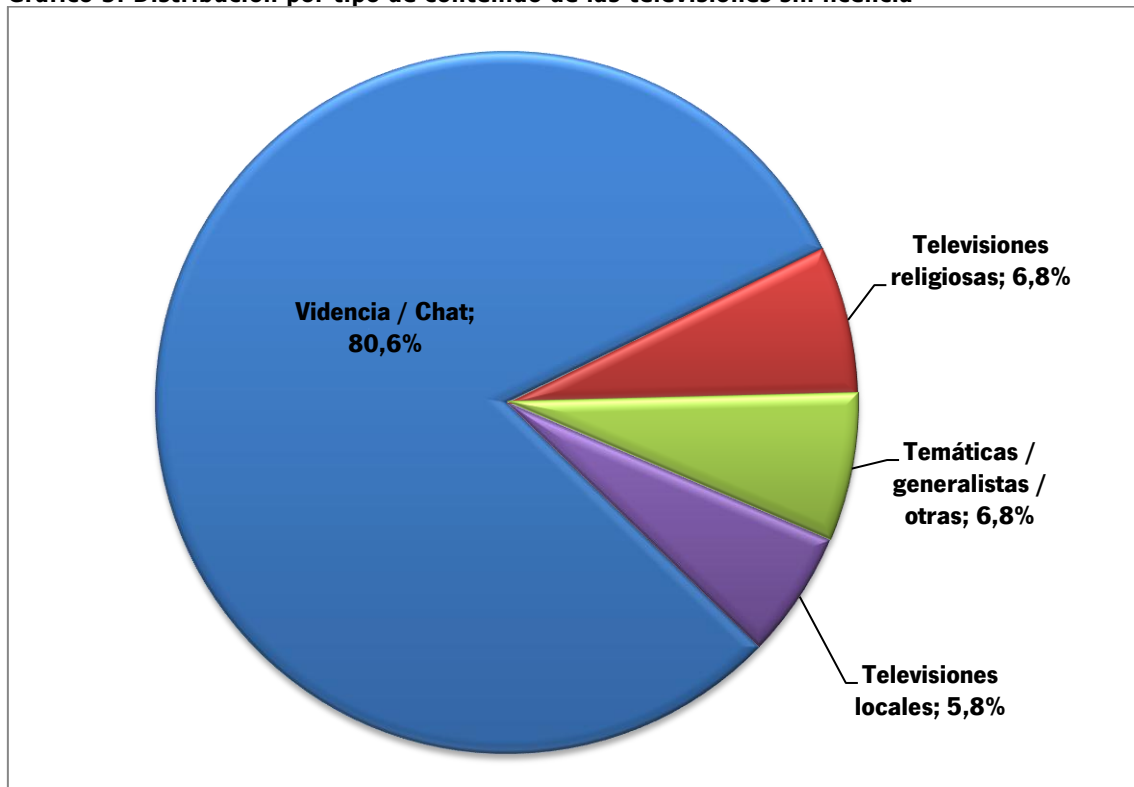
<sup>2</sup> El CAA remitió al Parlamento y al Gobierno de Andalucía en enero de 2016 un informe sobre los contenidos emitidos por seis canales religiosos que emitían de forma irregular a través de 11 frecuencias en las provincias de Cádiz, Granada y Málaga. De estas seis televisiones religiosas, cuatro eran evangélicas (RTVida, Solidaria TV, TV Cristiana Enlace TBN y EJTV) y representaban el 55% de la ocupación de frecuencias con un total de seis; otra católica: Nazareno TV, que ocupaba tres frecuencias (27%); y otra islámica: Córdoba Internacional TV, que emitía por dos frecuencias en Málaga y Granada.



En 2016 ha seguido emitiendo en Andalucía por segundo año consecutivo la cadena temática de viajes Travel TV, ocupando cuatro frecuencias, y el Consejo ha detectado también contenidos de Intereconomía, Euronews y Canal Extremadura Satélite.

El CAA comunica puntualmente a la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía la detección de emisiones en las frecuencias de TDT libres, informando puntualmente al Gobierno de los cambios más significativos registrados en las emisiones de canales no asignados. En 2016, el Consejo ha analizado 5.831 horas de contenidos emitidos en frecuencias no asignadas durante 244 días.

**Gráfico 5: Distribución por tipo de contenido de las televisiones sin licencia**



## **2.2. Contenidos emitidos por televisiones públicas y privadas**

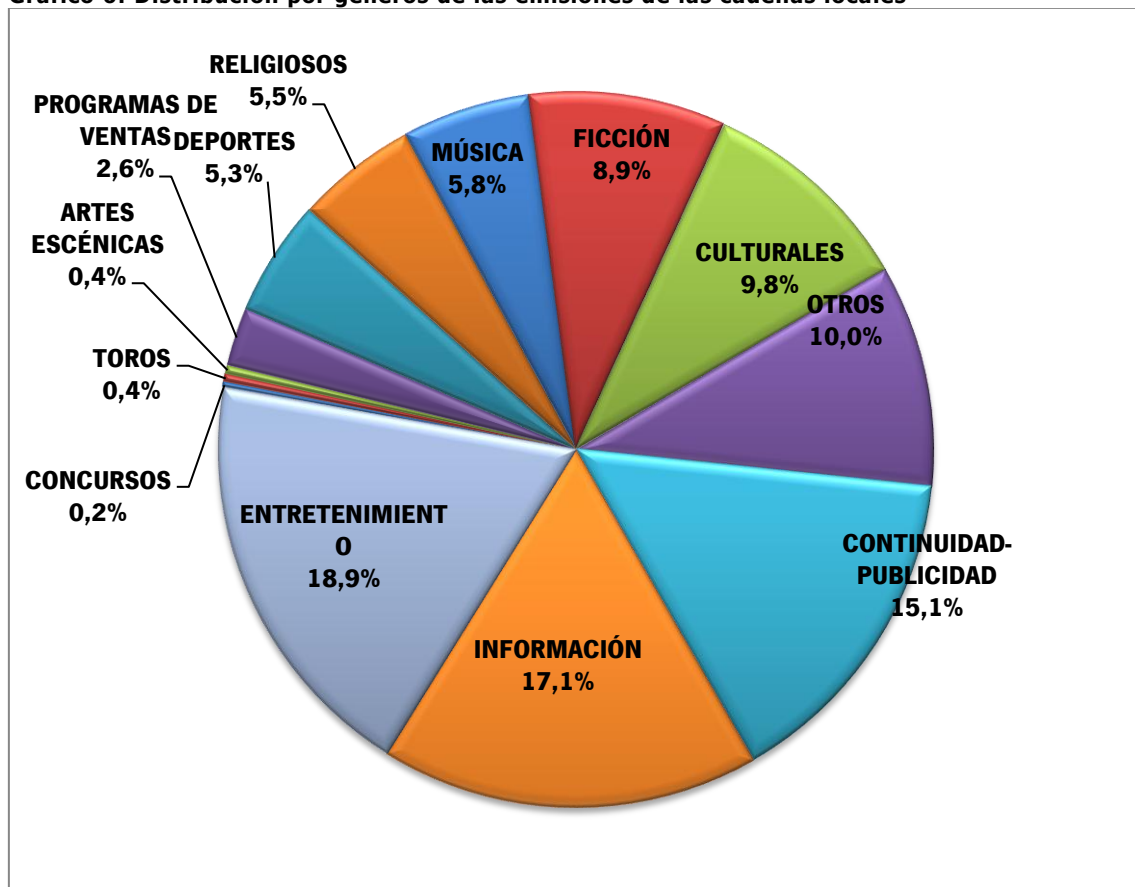
Las televisiones locales de Andalucía tienen, con algunas excepciones, un perfil generalista, con un predominio de la información (17% de los contenidos analizados), el entretenimiento (14%), los programas musicales (11%) y culturales (8%). Los escasos cambios registrados respecto a 2015 reflejan un ligero descenso de la información y el entretenimiento a favor de la música y, en menor medida, de la programación cultural. Se ha incrementado el volumen de publicidad, pasando del 15% detectado en 2015 al 20% y también ha crecido un



punto y medio la programación religiosa. Esta evolución a la alza se corresponde con el crecimiento del 5% que ha registrado en 2016 la inversión publicitaria televisiva.<sup>3</sup>

Debido al volumen de televisiones locales existentes en Andalucía, el Consejo analiza una muestra de sus emisiones diarias. La muestra de 2016, similar a la del año anterior, la conforman 35.581 horas de contenidos televisivos emitidos durante 1.483 días por 70 televisiones, de las que 17 son de titularidad pública.

**Gráfico 6: Distribución por géneros de las emisiones de las cadenas locales**



Del análisis de los contenidos emitidos por el sector televisivo local en Andalucía se extraen las siguientes conclusiones:

- La emisión de contenidos simultáneos mediante el uso de pantalla de dividida sigue registrando el acentuado descenso iniciado en 2014. En 2016, el Consejo ha grabado 340 horas de programas en pantalla dividida frente a las 891 detectadas el año anterior. La pantalla dividida

<sup>3</sup> Datos del estudio elaborado por InfoAdex sobre la inversión publicitaria en España.



supone un 1% de las emisiones analizadas (2% en 2015). Se ha convertido por tanto en una práctica residual, empleada por el sector privado fundamentalmente para simultanear chats con programas musicales o eróticos. En positivo, se reafirma la erradicación de espacios de videncia en horario infantil y el compromiso adquirido por el sector en Andalucía para que los contenidos eróticos se emitan en horario de madrugada.

En el sector público, la pantalla dividida se utiliza para difundir tabloneros de anuncios.

A diferencia de lo que sucede en las frecuencias donde se emite sin licencia, en el sector televisivo privado andaluz los chats, el erotismo y la videncia son contenidos muy secundarios, inexistentes por otra parte en los medios de titularidad pública.

- Los programas de concursos, que suponen casi el 6% de los contenidos emitidos por Canal Sur TV, son irrelevantes en la televisión local (0,20%). Las televisiones municipales promueven en mayor medida los concursos basados en el conocimiento y el sector privado los que fomentan habilidades musicales.

- La presencia de los programas deportivos es mayor en el sector privado (6,14%) que en el público (4,28%) y, a diferencia de lo que sucede en la televisión autonómica, el deporte ha crecido en el sector televisivo de ámbito local. El fútbol supone el 50% del deporte emitido en las televisiones locales privadas y el 37% en las públicas, a mucha distancia de otros deportes. Los programas polideportivos abarcan el 47% de los contenidos deportivos en el sector público y el 30% en el privado.

- Los programas de entretenimiento han descendido ligeramente respecto al año anterior pasando del 15 al 14% de los contenidos emitidos por las televisiones locales. En las televisiones municipales, los magazines son -al igual que en el primer canal autonómico- el 40% de los espacios de entretenimiento (26% en el sector privado). Las fiestas populares (7%), los festivales y galas (11%), así como los carnavales (16%) concentran buena parte de la oferta de entretenimiento que difunden las televisiones locales en Andalucía.

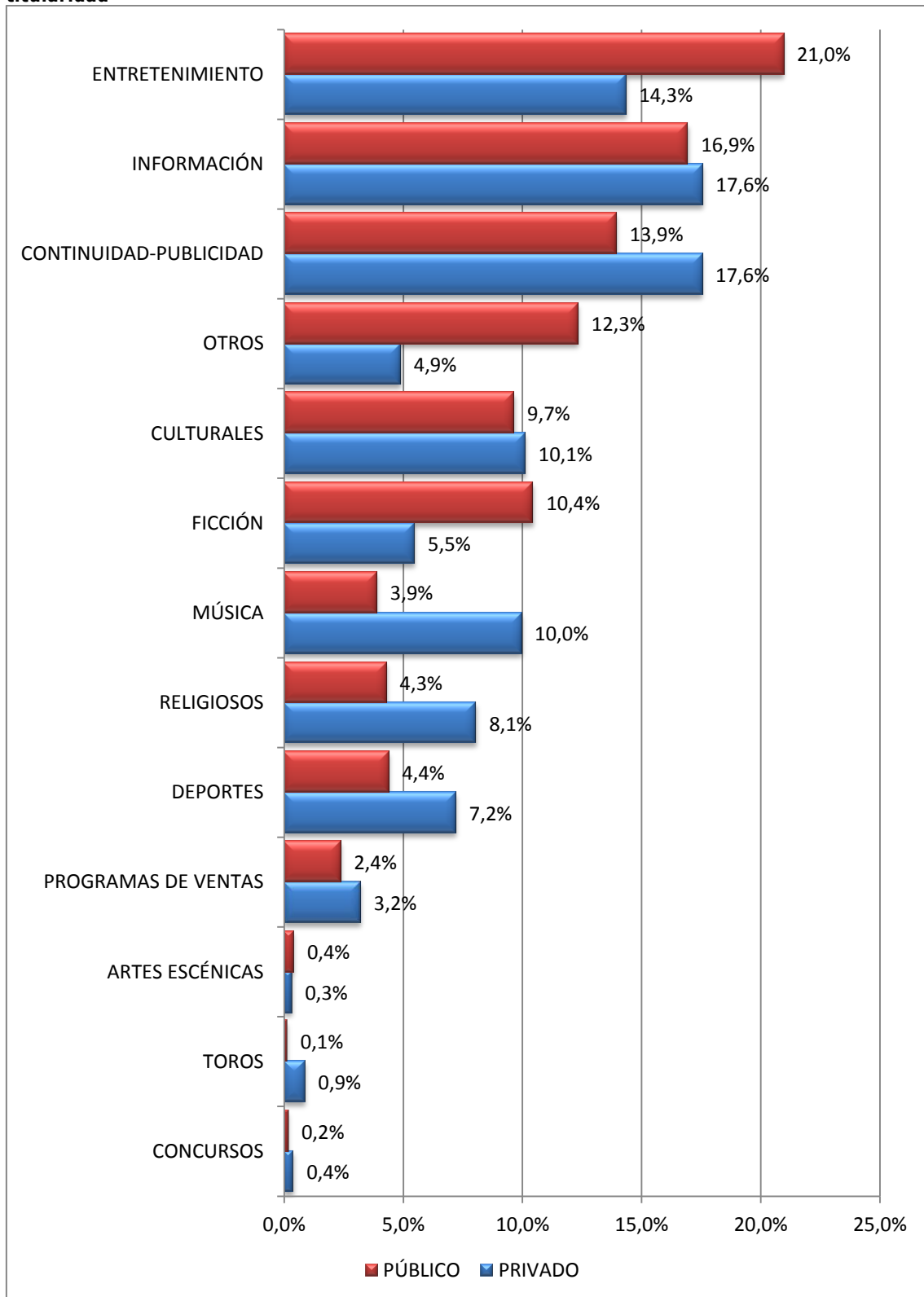
- El sector público emite más ficción que el privado (8,87% frente al 4,59%) en la muestra analizada y se aprecian algunas diferencias en función de la titularidad de las cadenas: Largometrajes, cortometrajes, dibujos animados y las series aglutinan el 85% de la ficción emitida en las cadenas públicas mientras que en las privadas predominan las telenovelas, las series, los largometrajes, comedias de situación y los telefilms.



- La información ha descendido tanto en el sector público (21,50% en 2015 a 17% en 2016) como en el privado (19% a 17%), con una acusada bajada de la información diaria entre las privadas respecto al año 2015. Los telenoticiarios suponen el 42% de la oferta informativa en el sector público y el 27% el privado (50% en 2015). En estas televisiones predominan los espacios de opinión (23%) y la información especializada (15%). En las públicas, la información institucional ocupa el 17% de la programación informativa; los resúmenes semanales, el 14%; y la opinión, el 10%.
- La programación cultural ha crecido ligeramente hasta situarse en el 9,28% de los contenidos emitidos con una presencia similar en el sector y el público. Principalmente se emiten espacios divulgativos y documentales. Las televisiones municipales duplican respecto a las privadas la programación educativa y la difusión de conferencias.
- La relevancia de los programas musicales ha crecido en el sector privado (11,73% de sus contenidos en 2015 y casi 14% en 2016 ) con un notable descenso de los videoclips que ocupaban el 83% del total de la programación musical para descender al 45% en favor de los programas musicales mixtos. En las televisiones municipales, la música representa el 4,74% de los contenidos, otorgando mayor relevancia a la difusión del flamenco (26,69% de la música emitida). En el sector privado, la emisión de flamenco ha pasado del 8% en 2015 al 18,38% en 2016.
- La programación religiosa se ha incrementado ligeramente en el sector local (7,48% de la muestra analizada) como consecuencia del aumento que ha tenido en 2016 la programación de confesiones no católicas en televisiones privadas pasando del 0,5 al 5,86 del total de los contenidos religiosos.
- La programación taurina abarca el 0,72% de los contenidos analizados, algo mayor en las privadas que en las municipales donde, al igual que el año anterior, no se han hallado retransmisiones de corridas de toros (sí en las privadas). Los programas especializados son el 80% de los espacios taurinos en el sector privado y el 57% en el público.
- Los programas de ventas han experimentado un ligero descenso en el sector televisivo de ámbito local al reducirse casi un 50% en el sector privado.
- El 26% de los contenidos emitidos en franja infantil de protección de menores son publicitarios, con un peso mayor en el sector privado. La información y el entretenimiento ocupa el 33% de los contenidos emitidos en este tramo horario, donde destaca la difusión de dibujos animados por parte las televisiones municipales. En las privadas alcanzan un volumen significativo los programas musicales (11%).



**Gráfico 7: Distribución por géneros de las emisiones de las televisiones locales según titularidad**



Teniendo en cuenta lo anterior, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, reunido el adopta, a propuesta de la Comisión de Contenidos y Publicidad, las siguientes DECISIONES:

**PRIMERA:** El Consejo Audiovisual de Andalucía advierte que la comunidad autónoma sigue sin disponer de una oferta televisiva generalista de titularidad privada en el ámbito autonómico, como se preveía con la puesta en marcha de la TDT. El modelo de televisión generalista se suministra exclusivamente a través de la RTVA. La frecuencia adjudicada a Avista TV ha seguido emitiendo, después del negocio jurídico autorizado en 2016, básicamente programas de videncia y televenta, con algunos espacios divulgativos (2% de todos sus contenidos y religiosos (1%).

En el escenario de la televisión local, es también preocupante el aumento que ha registrado el uso de las frecuencias de TDT por parte de empresas que carecen de licencia. El 59% de los canales captados por el Consejo han sido ocupados fraudulentamente por televisiones especializadas en videncia, chats y, en menor medida, organizaciones religiosas. El CAA ha denunciado la emisión de pornografía en horario nocturno.

**SEGUNDA:** Remitir esta decisión junto con el *Informe sobre los contenidos emitidos bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (2016)* al Parlamento de Andalucía, a los grupos parlamentarios y a la Dirección General de Comunicación Social de la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía.

En Sevilla, a 12 de julio de 2017

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo: Emelina Fernández Soriano.

