

Documento de análisis y valoración sobre el Informe de pluralismo político en las televisiones públicas de Andalucía correspondiente al año 2011

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. Son funciones atribuidas al CAA en su Ley de creación garantizar la misión de servicio público asignada a los medios de comunicación audiovisual, así como la realización de estudios sobre los diversos aspectos del sistema audiovisual. Además de esto, el órgano se debe muy especialmente al mandato legislativo expresado en el artículo 4 de la ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA, en el que se indica que es función de esta entidad *velar por el cumplimiento de los principios constitucionales y estatutarios, en especial los referentes a los de pluralismo político, social, religioso, cultural, de objetividad y veracidad informativa, en el marco de una cultura democrática y de una comunicación libre y plural*. Como respuesta a este mandato, el Pleno del CAA aprobó el 30 de abril de 2008 la metodología por la que se vienen realizando los informes anuales, desglosados por trimestres, de pluralismo político de 2009, 2010 y el presente de 2011, cuyos datos dan pie a esta valoración.

La metodología cuantitativa de estudio del pluralismo político de la que se ha dotado el Consejo Audiovisual de Andalucía se centra en el análisis de los tiempos de palabra de los actores políticos, y va referida inicialmente al pluralismo interno, esto es, al hecho de que, ciñéndonos al ámbito de la televisión, en los informativos se vele por la libertad para expresar y para que sean difundidas con ecuanimidad todas las opiniones y corrientes de opinión y pensamiento. Esta metodología parte del hecho de que cualquier dato de pluralismo político sólo cobra sentido cuando se sirve contextualizado, esto es, cuando se indica del modo más preciso posible en qué circunstancias, ejerciendo qué roles y respecto a qué asuntos se produce la presencia, la toma de palabra o la expresión de determinada opinión.

Asimismo, La metodología cuantitativa de los informes de pluralismo político del CAA es, además, coincidente con la empleada por las autoridades reguladoras de nuestro entorno, cuyos estudios sirven de referencia en este campo. Así sucede con los análisis del Consejo Superior del Audiovisual (Francia), la Entidad Reguladora para la Comunicación Social (Portugal), la Autoridad para las Garantías en las Comunicaciones (Italia), o, finalmente y en el marco español, el Consejo Audiovisual de Cataluña. En todos estos casos se emplea la medición de los tiempos de palabra de los actores políticos, diferenciándose los diversos roles, institucionales o de partido, que estos puedan desempeñar. En el caso portugués, además de los tiempos de palabra se mide el tiempo de presencia en pantalla de los actores.

A diferencia de las citadas autoridades reguladoras, y a pesar de haber apelado al consenso institucional en varias ocasiones para alcanzar tal objetivo, el Consejo Audiovisual de Andalucía no cuenta con un criterio definido para valorar el cumplimiento del pluralismo político de los prestadores públicos. Otras instituciones sí han alcanzado criterios básicos para la determinación del pluralismo, como la regla de los tres tercios aplicada por el CSA francés, que otorga, como máximo, dos tercios del tiempo para el gobierno y el partido o coalición que lo sustenta, y, como mínimo, el

otro tercio del tiempo para la oposición, o la aplicada por la ERC portuguesa, que entiende ponderado conceder la mitad del tiempo al gobierno y al partido o partidos que lo apoyan, un 48 por ciento a la oposición parlamentaria y el resto a los partidos extraparlamentarios.

En el caso de Andalucía, la valoración del grado de cumplimiento del pluralismo político, una vez definido su umbral cuantitativo mínimo, deberá tener en cuenta la realidad de unos informativos donde se mezclan, en diverso grado de complejidad, las noticias de ámbito nacional, autonómico, provincial y local, con actores que pueden intercambiar papeles institucionales, de gobierno, oposición, o partidos políticos, según el caso, y cuya presencia relativa ha de ser establecida, a su vez, para prestadores del servicio que pueden ser nacionales, en desconexiones regionales, autonómicos, con desconexiones provinciales, y locales. En este sentido, cabe subrayar la complejidad ofrecida por los datos globales ofrecidos en este informe anual, que se elevan a 3.064 horas de emisión, correspondientes a 6.625 espacios informativos analizados, con 162.988 noticias catalogadas que han arrojado la cifra final de 148.753 registros con tiempo de palabra y nada menos que un total de 4.258.326 datos procesados, con la consiguiente y enorme dificultad que el tratamiento y la exposición de estos datos metodológicamente conlleva, cuya resolución genera la ingente aplicación de recursos técnicos y humanos por parte del CAA, que han dedicado en su conjunto la suma de 14.265 horas de trabajo a la realización de este informe.

El universo objeto de estudio del informe de pluralismo político elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía se concentra en aquellos informativos diarios de las televisiones públicas de producción propia que pueden ser captados por los medios técnicos de la institución, y que son emitidos exclusivamente para Andalucía. Estos prestadores de servicio se han dividido en tres estratos según su alcance:

- Informativos autonómicos: Canal Sur TV, Canal Sur 2 y La 1 Andalucía.
- Informativos provinciales: desconexiones provinciales de la RTVA.
- Informativos locales: Canal 43, Fuengirola TV, Giralda Digital TV, Huelva TV, Interlmería, Onda Azul, Onda Cádiz, Onda Jaén, Onda Jerez y TG7.

Una vez realizados ya doce informes trimestrales y tres anuales sobre el pluralismo político en las televisiones públicas andaluzas, el Consejo entiende adecuado adjuntar al informe correspondiente a 2011 una serie de consideraciones aclaratorias. Tales consideraciones han de comenzar advirtiendo de que los resultados han estado marcados en esta ocasión por las dos citas electorales convocadas a lo largo del ejercicio, las locales del 22 de mayo y las generales del 20 de noviembre, por lo que pueden ser considerados como excepcionales si se comparan con las tendencias anteriormente observadas en los informes de los ejercicios correspondientes a los años 2009 y 2010, debido sobre todo al notable aumento de la información dedicada a la crónica política y el consecuente incremento de los tiempos de palabra en rol de partido. Así pues, y también con carácter excepcional, se ha decidido fijar como última jornada de inclusión en el estudio anual de 2011 la del 20 de diciembre, que fue el día en que tomó posesión el nuevo gobierno estatal, además de agrupar los datos de los operadores locales en dos semestres diferenciados, separados por la fecha de constitución de las corporaciones surgidas de las urnas (es decir, el 10 de junio), por lo que el primero incluye los datos del 1 de enero al 10 de junio, mientras el segundo recoge los comprendidos entre el 11 de junio y el 20 de diciembre. Del tota

Con todo ello, las principales conclusiones que hace el Consejo Audiovisual de Andalucía respecto al Estudio sobre el pluralismo político del segundo trimestre de 2011 en las televisiones públicas de Andalucía son las siguientes:

1. El efecto de las elecciones municipales del 22 de mayo y las generales del 20 de noviembre se manifiesta en el ascenso general de la crónica política en todos los prestadores incluidos en el estudio anual de pluralismo de 2011. Sin embargo, a pesar de este fuerte incremento generalizado de la información política respecto a 2010, lo cierto es que únicamente ocupó el primer puesto en porcentaje del tiempo de noticias en la televisión municipal de Granada, TG7, donde alcanzó el 26'29% del total en el conjunto del año, mientras en los restantes operadores locales fluctuó entre el 2º lugar en Interalmérica (con el 16'66%) al 6º puesto en Onda Jerez (9'93%), pasando por el 3º en Onda Azul (15'65%), el 4º en Huelva TV (16'28%), Onda Cádiz (12'79%) y Fuengirola TV (11'56%), y el 5º en Onda Jaén (9'99%), Canal 43 (9'38%) y Giralda TV (7'16%).

Por su parte, tanto en la desconexión andaluza de TVE como en las ediciones autonómicas de la RTVA, la crónica política ocupó el tercer lugar, con el 13% y el 12%, respectivamente, del tiempo total de noticias en los informativos de 2011. El mismo puesto ocupó también en cinco de las ocho desconexiones provinciales del operador autonómico (Sevilla, Granada, Jaén, Almería y Cádiz), con parecidos porcentajes en todos ellos (entre el 15'04% del primer caso y el 13'21% del último), mientras que en Málaga y Córdoba la crónica política subió al 2º puesto, con el 18'69% y 17'84%, respectivamente, y en Huelva bajó al 4º, a pesar de que su porcentaje (13'99%) fue superior a los de Jaén, Almería y Cádiz).

2. De nuevo, se confirma la notable presencia de la información deportiva en todos los prestadores, ocupando el 15% del tiempo de noticias en TVE, el 17% en las emisiones autonómicas de la RTVA, el 14% en las desconexiones provinciales de este operador, y el 15% en el conjunto de las cadenas locales, con un mínimo del 5% en Fuengirola TV y un máximo del 30% en Giralda TV. Además de en este operador, los deportes ocupan también el primer puesto en los informativos de Onda Jaén (23%) y Onda Jerez (19%), el 2º en Onda Azul (17%) y el 3º en Canal 43 y Huelva TV, con el 17% en ambos casos. En Onda Cádiz baja al 5º puesto, con el 11%, mientras que tan sólo en TG7 e Interalmérica se queda por debajo del 10%, no llegando ni siquiera al 8% en ambos casos.

A continuación, el variado bloque informativo de sociedad, del que este año se han segregado en bloque aparte las noticias de sucesos, sigue también ocupando un papel relevante en todos los operadores, con el 15% en TVE, el 17 % en la RTVA autonómica y poco más del 18% de media en las cadenas locales (con un mínimo del 13% en Onda Jerez y un máximo del 28% en Fuengirola TV). Los otros dos bloques destacados son el de economía y negocios (con el 13% en TVE, el 10% en la RTVA autonómica y el 15% en la media de las televisiones locales), y el de arte y cultura (también con el 13% en TVE y la RTVA autonómica, y otra vez el 15% de promedio en los operadores municipales).

3. El alcance geográfico de las noticias depende en gran medida del carácter de los prestadores, confirmando el ajuste a los perfiles propios de cada modelo:

- a. El ámbito autonómico es el predominante en TVE, por tratarse de una desconexión exclusiva para Andalucía, con un 90% del tiempo de información dedicado a noticias de alcance autonómico, provincial o local andaluz, y tan sólo el 10% restante a noticias de alcance nacional o internacional.
- b. El ámbito local es el predominante en las cadenas municipales.
- c. El ámbito provincial es el más destacado en las desconexiones de la RTVA.
- d. Las emisiones autonómicas de la RTVA muestran una presencia de todos los ámbitos, incluido el nacional, dado el carácter generalista del canal público andaluz. Hay que subrayar, sin embargo, la disminución de tres puntos respecto al año anterior en el porcentaje de noticias de alcance autonómico (51% del total en 2011), en idéntica proporción al aumento de las de alcance nacional, lo que se puede atribuir al efecto de la campaña electoral del 20-N.

4. De nuevo, el Informe del estudio sobre el pluralismo político en las televisiones públicas de Andalucía muestra que los tiempos de palabra no ofrecen una distribución paritaria entre hombres y mujeres, esto es, se confirma la asimetría de sexos en la representación informativa. La presencia femenina oscila en 2011 entre el 23% en las emisiones autonómicas de la RTVA y el 31% de media en las cadenas locales, con un discreto 24% en la desconexión de TVE, cifra ésta idéntica a la del año anterior, como también lo es la del operador autonómico en su conjunto, si bien hay que señalar que en los informativos de Canal Sur 2 la presencia de voz femenina es superior en tres puntos a la de Canal Sur TV.

En cuanto a las cadenas locales, el equilibrio medio en los tiempos de palabra entre hombres y mujeres tiene una clave focalizada: los porcentajes superiores de voz femenina en los prestadores municipales se circunscriben directa y exclusivamente a los casos en que la alcaldía está ocupada por una mujer, como sucede en Fuengirola TV (con el 57%), Onda Cádiz (35%) y Onda Jerez (34%). En el caso de Onda Jaén, aunque la media anual se sitúa en el 30%, hay que señalar que en el primer semestre se elevó al 35%, con una alcaldesa al frente del Ayuntamiento, mientras que en el segundo cayó hasta el 25%, una vez que la corporación local pasó a estar ya presidida por un hombre. El caso de Onda Jerez, con un 34% de media anual, resulta asimismo bastante singular, pues la caída entre un semestre y otro fue todavía más pronunciada que en Jaén, pasando del 40% al 28% en tiempo de palabra femenino, a pesar de que el cambio de signo político en la alcaldía no llevó aparejado un cambio de sexo, al estar la nueva corporación también presidida, como la anterior, por una mujer. Por su parte, Canal 43 (con el 34% de media anual) merece capítulo aparte, al tratarse de un operador plurimunicipal con varias alcaldías indistintamente ocupadas por hombres y mujeres. La granadina TG7 se queda en el 28% y Onda Azul en el 25%, mientras que las tres restantes están por debajo de esta cifra: Interalmería (23%), Giralda TV (22%) y Huelva TV, que ni siquiera llega al 20% del tiempo de palabra en voces femeninas. En líneas generales, sin embargo, hay que destacar la subida de cinco puntos en la media del 31% obtenido este año por el conjunto de operadores locales analizados respecto a los datos de 2010.

5. Los tiempos de palabra de los informativos públicos de Andalucía están predominado por el conjunto de los actores no políticos, que suponen más de la mitad de la duración de las intervenciones en la desconexión de TVE (64%), las emisiones autonómicas de la RTVA (60%), sus desconexiones provinciales (55% de media) y la mitad de las cadenas locales, cuya media alcanza casi el 51%, siendo Giralda TV la que más tiempo de palabra les concede (llegando al 78%) y Fuengirola TV y TG7 las que menos (con apenas el 34%). En todos los operadores se aprecia, sin embargo, un ligero descenso generalizado de los roles no políticos respecto al año anterior, a pesar de lo cual, tanto en TVE y la RTVA como en los municipales, sigue detectándose una gran relevancia en los tiempos de palabra de los actores ocasionales y de los actores deportivos. La notable presencia de actores ocasionales, tangenciales muchas veces al rigor de la noticia, en detrimento de las “personas expertas”, se puede relacionar con ciertas prácticas –confirmadas por algunos estudios cualitativos realizados por este Consejo– de banalización e incluso espectacularización de la información, especialmente inadecuadas en los prestadores públicos y para temas de alta sensibilidad social.

6. En cuanto a los tiempos de palabra de los actores políticos, el rol de partido ha experimentado un importante incremento respecto al año anterior y en detrimento del rol institucional, como consecuencia de las dos convocatorias electorales. Así, por ejemplo, en la desconexión de TVE los roles de partido han pasado del 37% en 2010 al 52% en 2011, mientras que los institucionales bajaron del 63% al 48%. En las emisiones autonómicas de la RTVA, los roles políticos de partido suben del 11% al 19% de un año a otro, mientras que los roles políticos institucionales apenas bajan dos puntos, pasando del 23% en 2010 al 21% en 2011. En las desconexiones provinciales de este mismo operador, el aumento de los tiempos de palabra de los roles políticos es más del doble que el año anterior, en detrimento de los roles institucionales (que obtienen 5 puntos menos) y de los roles no políticos (7 puntos menos). Por último, los operadores locales experimentan en su conjunto un descenso medio de 5 puntos de los roles no políticos, y un aumento medio de 2 puntos de los roles políticos institucionales y de 4 puntos en los roles políticos de partido. Así, pues, la tendencia al incremento del peso del rol de partido es menos marcada en las televisiones municipales que en TVE y la RTVA, y ello a pesar de que uno de los comicios celebrados fueron precisamente municipales.

7. Centrándonos ahora exclusivamente en los actores políticos, medidos como un todo, se verifica una desigual distribución de los roles institucionales con más tiempo de palabra según el tipo de prestador:

- a. El Gobierno de Andalucía es el rol predominante en la desconexión de TVE (con el 11%), las emisiones autonómicas de la RTVA (10%) y las desconexiones provinciales de este operador (11%).
- b. Los gobiernos municipales son el primer rol institucional en todas las cadenas locales analizadas, con un promedio anual del 29 % y fuertes diferencias internas, que van desde el 57% en Fuengirola TV, como caso máximo, hasta el 10% de Giralda TV, como caso mínimo.

8. Los datos nos advierten, pues, de la fuerte presencia institucional en los tiempos de palabra políticos en las cadenas locales públicas y, por ende, del papel que

las televisiones municipales vienen realizando como altavoces de la tarea de sus gobiernos. Hay que reseñar, en este sentido, la extraordinaria importancia que adquiere en muchas de ellas la figura del alcalde o alcaldesa, que alcanza un porcentaje muy elevado de todo el tiempo de palabra en rol institucional. Destacamos los casos de Huelva TV (52% en el primer semestre y 38% en el segundo), Onda Cádiz (44% y 36%, respectivamente), Onda Azul (43% y 32%) y Fuengirola TV (40% y 36%), todos ellos con la misma persona al frente de la alcaldía tras el cambio de las corporaciones. Especial resulta el caso de Onda Jerez debido al cambio operado en la alcaldía, con un 48% para la socialista Pilar Sánchez en el primer semestre y un 37% para la popular María José García-Pelayo en el segundo. Esta sobrerrepresentación de casi todos los primeros ediles en las cadenas locales contrasta, por ejemplo, con el espacio ocupado por el máximo representante institucional de la Junta de Andalucía, el presidente José Antonio Griñán, en la desconexión de TVE (22%) o en los informativos autonómicos de la RTVA (15%).

9. En cuanto a los actores políticos en rol de partido, todos los tiempos de palabra se han visto incrementados respecto a 2010 debido al citado efecto de las dos convocatorias electorales de 2011. El líder del PP andaluz, Javier Arenas, sigue siendo el primero en este apartado, tanto en la desconexión de TVE como en las emisiones autonómicas de la RTVA, con el 24% y el 14%, respectivamente, en cada caso. Diego Valderas (IU) ocupa el segundo lugar en TVE, con el 9%, ligeramente por encima de Antonio Sanz (PP), mientras que en la RTVA el segundo puesto lo ocupa el líder nacional del PP, Mariano Rajoy, con casi el 11%, ligeramente por encima del socialista Alfredo Pérez Rubalcaba. En cuanto a las desconexiones provinciales de la RTVA y los operadores locales, la casuística es muy variada, aunque hay nombres que destacan en este apartado, como los de Juan Espadas (PSOE), en la desconexión de Sevilla, y Juan Pablo Durán (PSOE), en la de Córdoba, con el 21% del tiempo de palabra en rol de partido en ambos casos; o el de Esperanza Oña (PP) en Fuengirola TV, con el 60% y el 55% de este tiempo en cada uno de los dos semestres.

10. En el conjunto de tiempos de palabra de actores políticos en rol institucional y de partido, destaca la concentración en torno a Esperanza Oña (PP) en Fuengirola TV (44% y 37% del tiempo de palabra de actores políticos en rol conjunto, en cada uno de los dos semestres de 2011), seguida de Pedro Rodríguez (PP) en Huelva TV (39% y 24%, respectivamente), Francisco de la Torre (PP) en Onda Azul (36% y 25%) y Teófila Martínez (PP) en Onda Cádiz (36% y 31%). El valor más bajo de los operadores locales analizados en el sumatorio de ambos roles es, con diferencia, el del granadino José Torres Hurtado (PP) en TG7 (19% y 12%).

La importancia de estos datos es mayor si los contrastamos con el reflejo de los principales actores políticos, también en el sumatorio de sus roles institucional y de partido, en operadores de mayor penetración, como TVE (cuya desconexión andaluza aparece encabezada al alimón por el popular Javier Arenas, con un 12,56% de tiempo conjunto de palabra, y el socialista José Antonio Griñán, con un 12'54% total), o las emisiones autonómicas de la RTVA, encabezadas por José Antonio Griñán, con una suma correspondiente al 11,74%.

11. Un análisis pormenorizado de los estudios de pluralismo del Consejo Audiovisual de Andalucía revela, sin embargo, que el aumento de la crónica política produce un incremento en el grado de pluralidad de los informativos, y, de este modo, en el

segundo trimestre de 2011, y por efecto de la campaña electoral, el Consejo ha verificado un aumento muy considerable del tiempo de palabra en roles de partido. Sin embargo, solamente dos cadenas locales de las estudiadas, Onda Jerez e Interálmería, conceden más tiempo a los partidos de la oposición que a los del gobierno municipal, llegándose al caso extremo de Fuengirola TV, en el que la presencia de la oposición en el conjunto de los tiempos de palabra políticos sólo alcanza el 2'8 y el 2'3% en cada uno de los semestres del año.

12. En resumen, los datos sobre el pluralismo político en 2011 en las televisiones públicas de Andalucía revelan, pues, que no siempre hay un correcto ajuste de los tiempos de palabra de la oposición en estos prestadores que, dado su carácter público, tienen contraídas especiales obligaciones de respeto al pluralismo político. Si, al igual que en anteriores informes, se evidencia el escaso tiempo de palabra que ciertos prestadores locales públicos conceden a los partidos de la oposición municipal o que no forman parte de los equipos de gobierno del ayuntamiento, hay casos concretos en los que la presencia de los partidos de la oposición queda marginada, con valores muy alejados a los criterios para delimitar el cumplimiento del pluralismo que se barajan en otros órganos de regulación europeos, e incluso llega a ser estadísticamente despreciable, disminuyendo las posibilidades de las formaciones políticas o partidos de la oposición para expresar sus ideas y opiniones, valor fundamental en el que se ampara el pluralismo político por el que el Consejo Audiovisual de Andalucía está obligado a velar.