



DECISIÓN 10/2020 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE EL PLURALISMO POLÍTICO EN LAS TELEVISIONES PÚBLICAS ANDALUZAS DE ÁMBITO AUTONÓMICO EN 2019

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 Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) tiene encomendada por ley la función de velar por «el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales». Por su parte, la Ley 10/2018, de 9 de octubre (Ley Audiovisual de Andalucía,), en su artículo 2.11.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». Asimismo, entre otras de las funciones del CAA figura también la de «realizar estudios sobre distintos aspectos del sistema audiovisual ».

I. ANTECEDENTES

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. Los estudios tienen, por tanto, un importante componente cuantitativo que permite potenciar su fiabilidad, aunque para dotarlos de mayor validez deben ser complementados regularmente con estudios puntuales de carácter cualitativo.

Cabe aclarar en este sentido que el CAA realiza otros informes de carácter cualitativo sobre los contenidos emitidos por los diferentes prestadores y que estos atañen en ocasiones al pluralismo político.

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	12/05/2020	PÁGINA 1/8
VERIFICACIÓN	Pk2jm9QPMTYXSM5SMVAM2TDHJFSFSH	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

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, el CAA está trabajando en la mejora del análisis de los datos obtenidos y, en consecuencia, de la evaluación de la observancia del principio de pluralismo en los distintos prestadores de TV.

Con este objetivo de mejora, se está estudiando la manera más adecuada de atender los elementos diferenciales que por su naturaleza, características o ámbito territorial tienen los informativos de los distintos prestadores.

Así, es objetivo de este Consejo avanzar en el análisis de la representatividad política y su traslación al reparto de los tiempos de palabra buscando el equilibrio entre la realidad política existente y el reflejo de la misma en los informativos de los prestadores públicos de televisión de nuestra Comunidad.

En esta línea el Pleno del Consejo del 15 de octubre de 2019 abordó la necesidad de modificar la asignación de los tiempos de antena del Gobierno andaluz a los partidos políticos, como consecuencia de su nueva estructura bipartidista.

El periodo de tiempo analizado para la realización de este informe abarca el año 2019, desde el día 22 de enero hasta el 31 de diciembre. Se elige el día 22 de enero porque es el día que se formó el gobierno en Andalucía formado por el PP y Ciudadanos, respetando así la decisión del Pleno del 7 de junio de 2017, que dispone que, aunque los periodos a estudiar siguen siendo anuales, se adaptan a las correspondientes legislaturas.

II. PRINCIPALES RESULTADOS

El presente documento de análisis y valoración del Informe Anual de Pluralismo Político en las Televisiones Autonómicas Públicas de Andalucía 2019 se presenta para su debate y en su caso aprobación.

A) Desconexión territorial de TVE.-

Los principales temas abordados en la desconexión territorial de Andalucía de la 1 de TVE durante 2019 han sido la información deportiva (15%, sin cambios respecto al informe anterior), arte y cultura (15%, sin cambios), crónica política (14%, sin cambios), sociedad (13%, 15% en el informe anterior), y economía y negocios (11%, 9% en el informe anterior).

Los asuntos de actualidad más tratados en La 1 Andalucía han sido: inmigración (2,9%, 5,1% en el informe anterior), violencia de género (2,4%, 1,7% el año anterior), elecciones municipales 2019 (2%), brote de listeriosis (1,4%), elecciones generales de abril (1,3%) y elecciones generales de noviembre (1%). Por tanto, se observa cómo los tres comicios celebrados en el año marcan claramente la actualidad informativa, pues figuran entre los seis primeros asuntos en importancia, destacando

también el ascenso de la violencia de género, el descenso de la inmigración y la irrupción del brote de listeriosis.

El alcance geográfico de las noticias está dominado por el ámbito andaluz en un 91%, ya sea por noticias de alcance autonómico, 39%; provincial, 10%; o local, 42%. Las noticias nacionales suponen un 8% y las de otras comunidades autónomas o internacionales superan por décimas el 1%. Estos datos, prácticamente idénticos a los obtenidos en el anterior informe, son coherentes con el carácter de desconexión exclusivamente para Andalucía de un prestador de ámbito nacional.

La presencia femenina en los tiempos de palabra se sitúa en un 29,6%, en el anterior informe el tiempo de palabra asignado a la mujer ha sido de 33,7%.

Los roles más importantes que ejercen los actores con tiempo de palabra han sido: actores ocasionales (15%, sin cambios), partidos políticos (14%, 16% en el informe anterior), gobierno de Andalucía (11%, sin cambios), y actores culturales (10%, sin cambios).

Si se tienen en cuenta solamente los tiempos de palabra de los actores políticos, se aprecia que los roles de partido obtienen un 54% frente al 46% de los institucionales, resultados prácticamente idénticos a los del informe anterior y habituales en periodos electorales.

Si se agrupan los datos de los actores políticos por partidos, sumando tanto los roles de partido como los institucionales aparece que el Gobierno de coalición de la Junta de Andalucía obtiene un 27,6% del tiempo de palabra, más el 14,1% que obtienen los restantes políticos el PP y el 6,4% de los de Ciudadanos. Por su parte, el PSOE ha obtenido un 35,9%, Adelante Andalucía un 6,3% y Vox un 4,3%. Los representantes de formaciones que, como tales, no forman parte del Parlamento andaluz obtienen el restante 5,4% (2,9% anteriormente).

Por tanto, el tiempo de palabra global del Gobierno andaluz y los partidos que lo forman es del 48,1% (52,4% en el informe anterior). La suma del tiempo de palabra de los partidos que no forman parte del Gobierno de la Junta de Andalucía es del 46,5% (44,8% en el informe anterior).

B) Canal Sur TV.-

Canal Sur TV dedicó el 29,2% (29,8% en el informe anterior) del tiempo de su programación anual a la información, el 32,2% (35% en el informe anterior) al entretenimiento y el 12,7% (8,7% en el informe anterior) a la cultura. La estructura temática de los informativos autonómicos de Canal Sur TV en 2019 ha estado dominada por deportes (15%, 10% en el informe anterior), sociedad (14%, 18% anteriormente), crónica política (13%, sin cambios), arte y cultura (1,1%, sin cambios), y economía y negocios (9%, sin cambios), destacando el incremento en la información deportiva.

Los asuntos de actualidad más tratados en Canal Sur TV en 2019 han sido: elecciones generales de abril (1,9%), violencia de género (1,7%, 2,1% en el informe anterior), inmigración (1,2%, 2,8% anteriormente), soberanismo catalán (1,1%, sin cambios), elecciones generales de noviembre (1%) y elecciones municipales (0,7%). Como en el caso anterior de La 1, los tres comicios celebrados en el año marcan claramente la agenda informativa, ocupando el primer, quinto y sexto puestos de los asuntos con más tiempo de noticias en 2019.

El alcance geográfico de las noticias de los informativos autonómicos de Canal Sur TV es andaluz en un 75% (35% local, 11% provincial y 29% autonómico), datos prácticamente idénticos a los del informe anterior. La información de alcance nacional ocupa un 18%, dos puntos por encima del año anterior.

En 2019 la presencia femenina en Canal Sur TV se sitúa en el 28,3% (31,6% en el informe anterior) de los tiempos de palabra.

En el conjunto de todos los roles de los actores con tiempo de palabra en los informativos autonómicos de Canal Sur TV, los que obtienen mayores porcentajes son: actores ocasionales (19%, sin cambios), actores deportivos (11%, 7% anteriormente), partidos políticos (9%, sin cambios), Gobierno de Andalucía (9%, sin cambios), y personas expertas (7%, sin cambios), destacando tan sólo el ascenso de los actores deportivos. Si los roles concretos se agrupan por tipos de rol, se observa que los roles no políticos obtienen un 71% (69% en el informe anterior), los roles institucionales un 16% (18% anteriormente), y los roles de partido un 13% (sin cambios).

Del 29% del tiempo dedicado a temas políticos, los resultados en Canal Sur TV muestran que los roles institucionales acaparan el 56% (58% anteriormente) por un 44% (42% el año anterior) de los roles de partido. Tanto 2019 como 2018 fueron años electorales, de ahí que los roles de partido obtengan porcentajes superiores a lo habitual en años sin comicios.

Si se agrupan los datos de los actores políticos por partidos, sumando tanto los roles de partido como los institucionales, encontramos que el Gobierno de coalición de la Junta obtiene un 31,4% del tiempo de palabra, más un 13,8% de los restantes políticos del PP y un 9,1% de los restantes políticos de Ciudadanos. Por su parte, el PSOE obtiene un 31,9%, Adelante Andalucía un 3,5% y Vox un 2,6%. Otros partidos, que no forman parte como tales del Parlamento de Andalucía, ocupan el restante 7,7% del tiempo de palabra (5,5% anteriormente).

Por tanto, la suma del tiempo de palabra del Gobierno de la Junta de Andalucía y los partidos que lo apoyan es del 54,3% (58% en el informe anterior). La suma del tiempo de los partidos que no forman parte del Gobierno andaluz es del 38% (36,5% en el informe anterior).

C) Andalucía TV.-

La parrilla de Andalucía TV fue ocupada en un 30,6% (34,7% en el anterior informe) de espacios informativos, un 38,4% (sin cambios) de espacios culturales y un 11,2% (10% en el año anterior) de

programas de entretenimiento. La estructura temática de los informativos autonómicos de Andalucía TV en 2019 ha estado dominada por sociedad (16%, 19% anteriormente), crónica política (14%, 12% en el informe anterior), arte y cultura (13%, sin cambios), y economía y negocios (11%, sin cambios).

Los asuntos de actualidad con más tiempo de noticias en Andalucía TV han sido: elecciones generales de abril (1,7%), elecciones municipales (1,5%), violencia de género (1,4%, 4 décimas menos), soberanismo catalán (1,3%, 3 décimas de aumento), inmigración (1,2%, 2,6% anteriormente) y elecciones generales noviembre (1%). Como en el resto de prestadores analizados, la actualidad en 2019 ha estado marcada por los tres procesos electorales celebrados, que figuran entre los seis primeros asuntos por tiempo de noticia.

El alcance geográfico de las noticias de los informativos autonómicos de Andalucía TV es andaluz en un 76% (39% local, 14% provincial y 24% autonómico). Estos datos son casi idénticos a los del informe anterior.

En 2019 la presencia femenina en Andalucía TV se sitúa en el 30% de los tiempos de palabra, 2 puntos por debajo del periodo anterior.

En el conjunto de todos los roles de los actores con tiempo de palabra en los informativos autonómicos de Andalucía TV, los que obtienen mayores porcentajes son: actores ocasionales (21% del tiempo de palabra, 33% del número de intervenciones, ya que suelen ser más cortas que las de otros roles, datos dos puntos superiores a los del periodo anterior), partidos políticos (11,4%, un punto más), Gobierno de Andalucía (9,7%, medio punto más), y personas expertas (7%, sin cambios). Por tipos de rol, se observa que los roles no políticos obtienen un 67% (sin cambios), los roles institucionales un 19% y los roles de partido un 14%, lo que significa un ligero aumento de estos últimos respecto al informe anterior.

Si se considera solamente el conjunto de los actores con rol político, los resultados en Andalucía TV muestran que los roles institucionales obtienen el 56% del tiempo de palabra, por el 44% de los roles de partido, habiéndose reforzado en 5 puntos los roles de partido, como suele ser habitual en los periodos electorales.

Si se agrupan los datos de los actores políticos por partidos, sumando tanto los roles de partido como los institucionales, encontramos que el Gobierno de coalición de la Junta de Andalucía obtiene un 29,6%, más el 15,8% del PP y el 7,6% de Ciudadanos. Por su parte, el PSOE obtiene un 32,6%, Adelante Andalucía un 3,4% y Vox un 3,3%. Las formaciones que no están representadas como tales en el Parlamento de Andalucía obtienen el restante 7,8% (6,5% el año anterior).

Por tanto, la suma de tiempos del Gobierno de la Junta de Andalucía y los partidos que lo apoyan sería del 53% (55% en el informe anterior). La suma de los tiempos de los partidos que no forman parte del gobierno andaluz sería del 39,3 % (frente al 38,2% del anterior informe).

D) Desconexiones provinciales de Canal Sur TV.-

En el conjunto de las desconexiones provinciales de Canal Sur TV los temas predominantes en sus informativos en 2019 son: arte y cultura (17%, sin cambios), sociedad (16%, 18% anteriormente), economía y negocios (13%, sin cambios), deportes (13%, 1 punto menos), y crónica política (10%, 1 punto más). Por provincias, arte y cultura es el tema predominante salvo en Cádiz y Córdoba (sociedad en ambas) y Jaén (economía y negocios).

Los asuntos de actualidad con más tiempo de noticias en el conjunto de las desconexiones provinciales han sido las tres citas electorales celebradas en 2019. Sólo Cádiz no tiene ninguno de los comicios entre sus dos temas predominantes, que son Narcotráfico (3,6%) y Bréxit (2,2%). Otro asunto de actualidad destacado es la violencia de género, que se sitúa en segundo lugar en la desconexión de Málaga, en tercer lugar en las desconexiones de Córdoba, Granada y Huelva, y en cuarto lugar en la de Jaén.

La media de la presencia femenina en el tiempo de palabra de las desconexiones provinciales es de un 31%, el mismo porcentaje que en el informe anterior.

Si se agrupan los tiempos de palabra por tipos de rol para el conjunto de las desconexiones, aparece que los roles no políticos obtienen un 67% (65% anteriormente), los roles institucionales un 21% (22% previamente) y los roles de partido un 12% (13% en el informe anterior). Por provincias, los roles no políticos van desde 63% de Córdoba al 73% de Sevilla, los roles institucionales del 16% de Sevilla al 25% de Cádiz, y los roles de partido del 7% de Cádiz al 19% de Córdoba.

Teniendo en cuenta solamente el conjunto de los actores políticos, los resultados para todas las desconexiones por tipos de rol muestran que los roles institucionales obtienen un 62% (del 77% de Cádiz al 49% de Córdoba) y los de partido un 38% (del 51% de Córdoba al 23% de Cádiz). Respecto al informe anterior, apenas hay cambios en la proporción de los roles de partido frente a los institucionales.

Los tiempos de voz obtenidos por los actores políticos agrupando los roles institucionales y de partido en los programas informativos provinciales de Canal Sur TV fueron los siguientes:

Almería: el 26,6% para el Gobierno de Andalucía, el 34,4% para el PP, el 22% para el PSOE, el 6,8% para Ciudadanos, el 4,9 para Vox, el 2,1% para IU y el 1,3 para Adelante Andalucía.

Cádiz: el 35,1 % para el Gobierno de Andalucía, el 38,3% para el PSOE, el 9,1% para el PP, el 4,7 para Ciudadanos, el 1,8 para IU, el 1,84 para Adelante Andalucía y el 1,6% para Adelante.

Córdoba: el 20,2% para el Gobierno de Andalucía, el 25,6% para el PSOE, el 22,3% para el PP, el 9,6% para IU, el 8,1% para Ciudadanos, el 5,9% para Unidas Podemos, el 4,5% para Vox y el 1,5% para Adelante Andalucía.

Granada: el 22,8% para el Gobierno de Andalucía, el 35,2% para el PSOE, el 15,1% para Ciudadanos, el 11,7% para el PP, el 4,1% para Unidas Podemos, el 3,5% para Adelante y el 2,2% para Vox, el 1,4% para IU y el 0,7 para Adelante Andalucía.

Huelva: el 27,4% para el Gobierno de Andalucía, el 29,4% para el PSOE, el 24,2% para el PP, el 4,3% para Ciudadanos, el 3,3% para Unidas Podemos, el 3,1% para Vox, el 2,2 para Adelante, el 2,1% para IU y el 1,2% para Adelante Andalucía.

Jaén: el 22,8% para el Gobierno de Andalucía, el 44,8% para el PSOE, el 17,6% para el PP, el 8% para Ciudadanos, el 1,9% para Vox, el 1,4% para Unidas Podemos, el 0,6% para Adelante y el 0,6% para Adelante Andalucía.

Málaga: el 25,5% para el Gobierno de Andalucía, el 32,3% para el PP, el 22,9 % para el PSOE, el 7,9% para Ciudadanos, el 2,6% para Para la Gente, 2,1% para IU, 1,4 para Málaga Ahora, 1,4 para Unidas Podemos.

Sevilla: el 17,9% para el Gobierno de Andalucía, el 50,5% para el PSOE, el 11,7% para el PP, el 6,9% para Unidas Podemos, el 4,7% para Ciudadanos y el 3% para Vox y el 1,4% para Adelante, el 1,2 para Adelante Andalucía y el 1% para IU.

Por todo lo anterior, a propuesta de la Comisión de Pluralismo y Regulación, el Pleno del Consejo Audiovisual acuerda las siguientes:

III DECISIONES

PRIMERA: Recordar a los prestadores del servicio audiovisual en Andalucía que tienen la obligación de respetar el derecho de la ciudadanía a tener una información políticamente plural en virtud del ordenamiento jurídico existente y en cumplimiento de lo recogido en la Constitución Española, el Estatuto de Autonomía para Andalucía, la Ley General de la Comunicación Audiovisual y la Ley Audiovisual de Andalucía.

SEGUNDA: Reconocer el trabajo realizado por las televisiones de ámbito autonómico en Andalucía para mantener parámetros de pluralismo político que son exigibles en una sociedad democrática. Así, los resultados del Informe de Pluralismo de las televisiones públicas andaluzas de ámbito autonómico 2019 constatan, respecto al informe de 2018, un descenso de la presencia del Gobierno de Andalucía y los partidos que lo forman y un incremento del tiempo de palabra del resto de partidos. Si bien hay que tener en cuenta el cambio en el Gobierno de España en junio de 2018, se evidencia el interés de los prestadores por reflejar de forma proporcionada la realidad política y plural de la comunidad autónoma.



TERCERA: Notificar esta resolución a los prestadores públicos del servicio audiovisual en Andalucía y a los grupos políticos del Parlamento Autonómico.

En Sevilla, a 12 de mayo de 2019.

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA

Fdo.: Antonio Checa Godoy

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	12/05/2020	PÁGINA 8/8
VERIFICACIÓN	Pk2jm9QPMTYXSM5SMVAM2TDHJFSFSH	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	