

Decisión 12/2016 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 2015 se ha procedido al análisis de 64.892 horas de emisiones (4.569 más que el año anterior) de 128 canales televisivos, locales y autonómicos (cinco más que en 2014), captadas y grabadas en Andalucía.

El sistema de seguimiento del Consejo se realiza mediante una red desplegada en 21 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 2015 recibió 62 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 sexto año consecutivo, el Consejo ha elaborado un informe anual que proporciona una radiografía de los contenidos audiovisuales emitidos en y para Andalucía, calificados 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 2015* elaborado por el Área de Contenidos abarca el análisis de 25.064 horas de contenidos televisivos emitidos por canales autonómicos y 39.826 de emisiones locales, de las que el 11% son emitidas por televisiones que operan sin licencia administrativa¹. El Consejo ha grabado y analizado 70 televisiones locales públicas y privadas - cuatro más que el año anterior- así como 55 canales en los que a lo largo del año se han registrado emisiones pese a carecer de licencia administrativa.

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 recomendados a menores de edad. Del informe pueden extraerse las siguientes conclusiones:

¹ En total, se describen los contenidos emitidos por 128 televisiones que emiten en la comunidad autónoma.



Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016	
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano			
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	1/10	

1.- TELEVISIONES AUTONÓMICAS EN ANDALUCÍA

1.1. Servicio público televisivo

El nacimiento, el 28 de febrero, de Andalucía TV es la principal novedad que ha registrado el escenario de la televisión autonómica de Andalucía. Centrado en la difusión de programas culturales, informativos y musicales (82% de los contenidos emitidos en 2015), ha recuperado, en cierto modo, la función que tenía Canal Sur 2, que emite la programación del primer canal incorporando las medidas de accesibilidad dirigidas a las personas con discapacidades sensoriales.

Andalucía TV ha asumido la programación deportiva del prestador público, con una presencia globalmente modesta: 3% de los contenidos emitidos en 2015. Si bien el porcentaje es inferior al promedio de las televisiones locales (5,29 %), la presencia del deporte en la programación del prestador autonómico se ha incrementado considerablemente respecto al año anterior (0,1% en Canal Sur) , lo que ha favorecido el pluralismo deportivo en el servicio público televisivo. Los programas especializados en deporte han descendido a mínimos testimoniales en el primer canal (0,04%), con predominio del fútbol y la equitación.

La difusión del flamenco ha mejorado asimismo con la puesta en marcha del tercer canal. El 29% de los programas musicales se han dedicado a este género (8,6% el año anterior en Canal Sur TV).

La programación de Canal Sur TV no ha experimentado prácticamente cambios significativos en 2015. Se ha reforzado la información (pasando del 30% al 34%), descendiendo ligeramente los programas de entretenimiento (del 26% pasan al 23%). Se mantienen sin cambios los porcentajes de ficción (12%), cultura (8%) y música (7%). En 2015 ha mejorado el pluralismo religioso en Canal Sur TV al pasar los espacios no católicos del 5 al 12%. La programación religiosa supone el 0,7% de los contenidos emitidos.

En horario infantil reforzado, en Canal Sur TV tienen especial relevancia los programas de entretenimiento (31% de los contenidos difundidos en dicho tramo horario a lo largo del año) y los mensajes publicitarios mientras que en Andalucía TV destacan la información (59%) y los espacios culturales (28%).




Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	2/10		

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

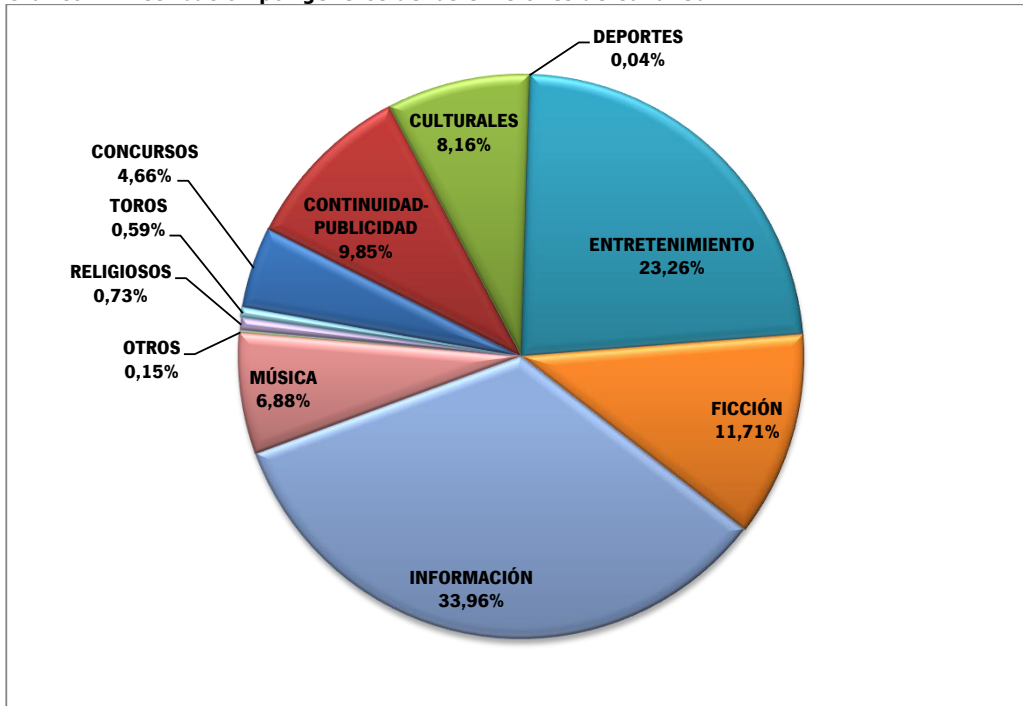
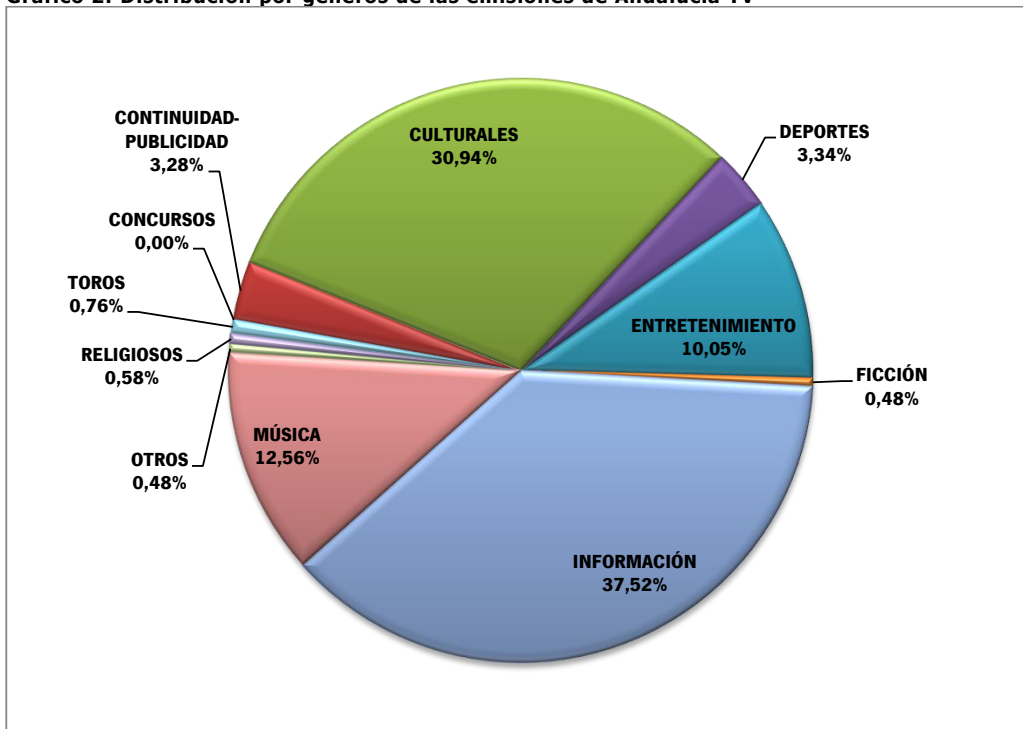


Gráfico 2: Distribución por géneros de las emisiones de Andalucía TV



Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano		
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	3/10



2.2. Servicio televisivo de titularidad privada

El proceso de incorporación del sector privado a la televisión autonómica andaluza culminado en 2008 con la concesión de cuatro canales ha sufrido diferentes vaivenes. Finalmente, en 2015 sólo se ha consolidado el proyecto iniciado en 2013 por EHS TV mediante negocio jurídico alcanzado con la empresa concesionaria Vocento. Como ya ha reflejado el Consejo en anteriores informes, se trata de una televisión especializada en programas de teventas y esotéricos. No existe por tanto en Andalucía una televisión privada de carácter generalista, servicio que se presta exclusivamente a través de la RTVA.

El 78% de los contenidos emitidos por EHSTV en Andalucía son programas de ventas (teletienda) y el 23% esotéricos (tarot, videncia). Estos últimos, al igual que los contenidos eróticos (1%) se emiten fuera de la franja horaria infantil.

2.- TELEVISIONES LOCALES DE ANDALUCÍA

2.1. Emisiones en frecuencias no asignadas

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha registrado en 2015 un significativo descenso en el número de canales televisivos libres (no adjudicados), que han pasado de 82 a 55. Aún así supone el 44% de las locales captadas porque también ha disminuido en el último año el número de frecuencias adjudicadas donde se registran emisiones, que han pasado de 79 a 70. El sistema de captación y monitorización del Consejo no ha cambiado por lo que habría que atribuir este descenso al difícil e incierto escenario económico por el que atraviesa el sector de los medios audiovisuales pese a la repunte del mercado publicitario y la escasa incidencia de internet en el servicio televisivo.

La televisión es el medio audiovisual más universal en Andalucía. El 98,7% de la población mayor de 16 años la ve a diario, con un promedio de tres horas al día. La radio es seguida diariamente por el 60,2%. El 13,8% de los internautas ve con frecuencia la televisión a través de internet.²

En el contexto de las televisiones sin licencia, se han consolidado los dos canales locales, público y privado, que ofrecen una programación generalista, Cadena Indalo en Almería y Perita TV, en Málaga, y las televisiones con fines religiosos.³ Como novedad respecto al 2014, se han detectado emisiones en tres frecuencias de la televisión especializada en viajes Travel TV.


² Barómetro Audiovisual de Andalucía. Pg.28

http://consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1505/barometro_2014.pdf

³ El Consejo remitió en enero al Parlamento de Andalucía y al Gobierno un informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones religiosas que emiten sin concesión administrativa.

<http://consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actualidad/noticias/2016/01/el-caa-traslada-al-parlamento-y-al-gobierno-andaluz-un-informe>



Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	4/10		

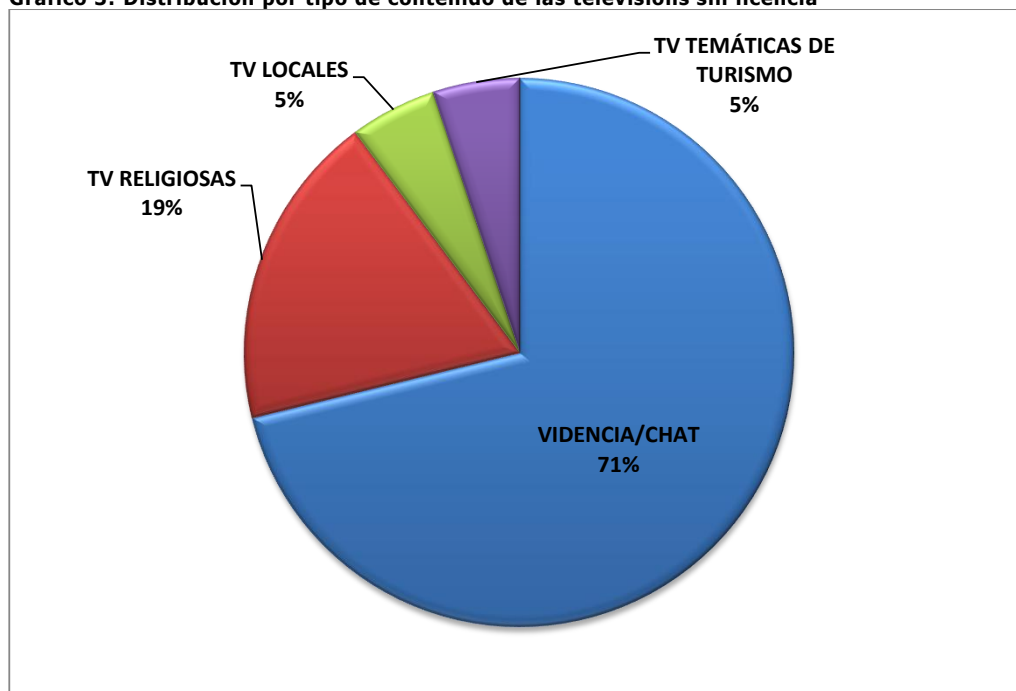
Travel TV se promociona en su página web como el primer canal de turismo español que transmite a nivel nacional a través de la TDT y también para todo el mundo a través de internet.

El 71% de las emisiones sin licencia emiten contenidos esotéricos y chats. Las emisiones de videncia en estas frecuencias han descendido diez puntos respecto al 2014. Dentro del grupo de frecuencias libres ocupadas por empresas especializadas en programas de videncia y chats, el 39% difunde exclusivamente esoterismo, 19% están dedicadas sólo a servicios de chats y el resto emiten indistintamente videncia y chats.


El Consejo comunica puntualmente a la Dirección General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía la detección de emisiones en las frecuencias de TDT libres.

En 2015, los servicios técnicos del CAA analizaron 4.080 horas de los contenidos en las emitidos en canales no asignados, informando también al Gobierno de los cambios más significativos registrados.

Gráfico 3: Distribución por tipo de contenido de las televisions sin licencia



Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano		
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	5/10



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 (20% de los contenidos emitidos), el entretenimiento (17%), los programas culturales (8%) y musicales (8%), con escasos cambios respecto al año 2014.⁴

La emisión de contenidos simultáneos mediante el uso de pantalla dividida sigue registrando el acentuado descenso iniciado en 2014, con una disminución del 67% en los últimos dos años. El Consejo ha grabado en 2015 un total de 891 horas de contenidos en pantalla dividida, lo que supone un 2% del total de las emisiones analizadas. 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 programas eróticos se emitan en horario de madrugada.

En la franja horaria de protección reforzada no se aprecian grandes cambios en la programación. Las televisiones locales refuerzan en estas horas los espacios de ficción y entretenimiento, especialmente en las cadenas públicas.

⁴ El Consejo Audiovisual de Andalucía realizó en 2016 un análisis específico de El Sembrador, televisión local con concesión administrativa que difunde una programación casi netamente religiosa. http://consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informe/pdf/1602/informe_el_sembrador.pdf




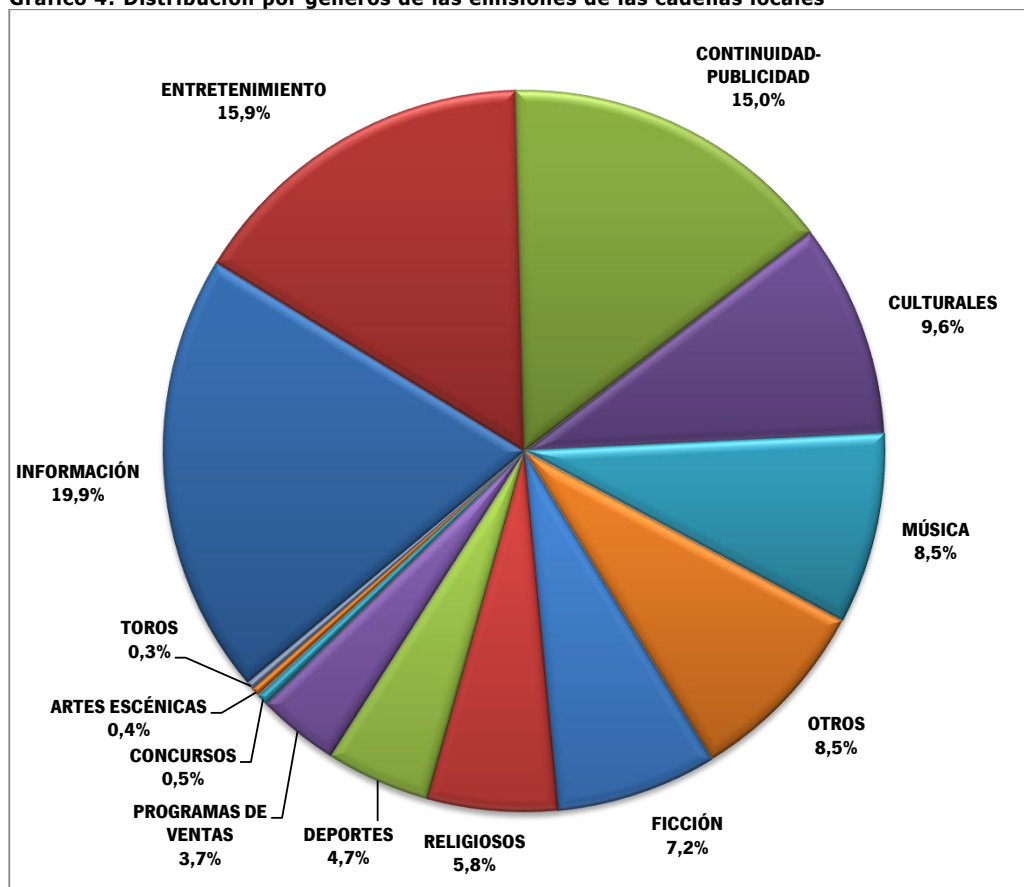
Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016	
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano			
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	6/10	

Gráfico 4: Distribución por géneros de las emisiones de las cadenas locales



El Consejo ha analizado 35.746 horas de contenidos emitidos por 70 televisiones locales con licencia, de las que 16 son de titularidad pública, detectando algunas diferencias generales en función de su titularidad:

- Las públicas no utilizan prácticamente la pantalla dividida ni difunden servicios de chat, videncia o erotismo pero sí emplean el tablón de anuncios (imagen fija con mensajes comerciales o de otro tipo) que alcanza el 10% de los contenidos emitidos en las locales municipales frente al 1% en las privadas.
- Los programas de concursos son muy residuales en la televisión local (no alcanzan el 1% de los contenidos emitidos), con un porcentaje muy inferior al que registra Canal Sur TV (4,7%). Las televisiones municipales promueven en mayor medida los concursos basados en el conocimiento y las habilidades musicales (75% de los concursos analizados en el sector).
- La relevancia de los programas deportivos es muy similar (5,64% en las privadas y 4,96% en las públicas) pero las municipales son más plurales. En la muestra analizada, se han hallado



Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano		
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	7/10



retransmisiones de 19 disciplinas deportivas en el sector público, que dedica el 40% del deporte al fútbol. En el sector privado, el balompié monopoliza el 69,41% del tiempo dedicado al deporte.

- Los programas de entretenimiento suponen el 13,46% de los contenidos emitidos por las televisiones privadas y el 19,30% en las públicas, donde tiene una especial relevancia los magazines.
- El perfil de los programas de ficción es semejante en ambos sectores, dominado por la difusión de largometrajes. Sin embargo, la ficción supone el 10,42% de los contenidos analizados en las televisiones municipales y sólo el 5,55% en las privadas. En las públicas destaca la emisión de dibujos animados y en las privadas de series. Las locales emiten además telenovelas, género al que ha renunciado la RTVA.
- En el ámbito de la información (21,50% de los contenidos en las privadas y 18,81% en las públicas), la mayor diferencia estriba en la relevancia de los programas de opinión entre las televisiones privadas. Los telenoticiarios suponen en ambos grupos al 50% de su programación informativa.
- Los programas musicales tienen una gran relevancia en el sector privado (11,73% de sus contenidos) con un dominio de los videoclips (83,44% del total de la programación musical). En las televisiones municipales, la música representa el 4,74% de los contenidos, destacando la difusión del flamenco (39,33%).
- La programación religiosa supone en las privadas el 8,70% de los contenidos analizados por el Consejo y el 4,63% en las municipales, pero en ambos casos se difunden acontecimientos, espacios y servicios vinculados casi exclusivamente a la Iglesia Católica.
- En la muestra analizada de las televisiones locales no se han hallado retransmisiones de corridas de toros (sí en las privadas) pero ambos sectores difunden programas taurinos.




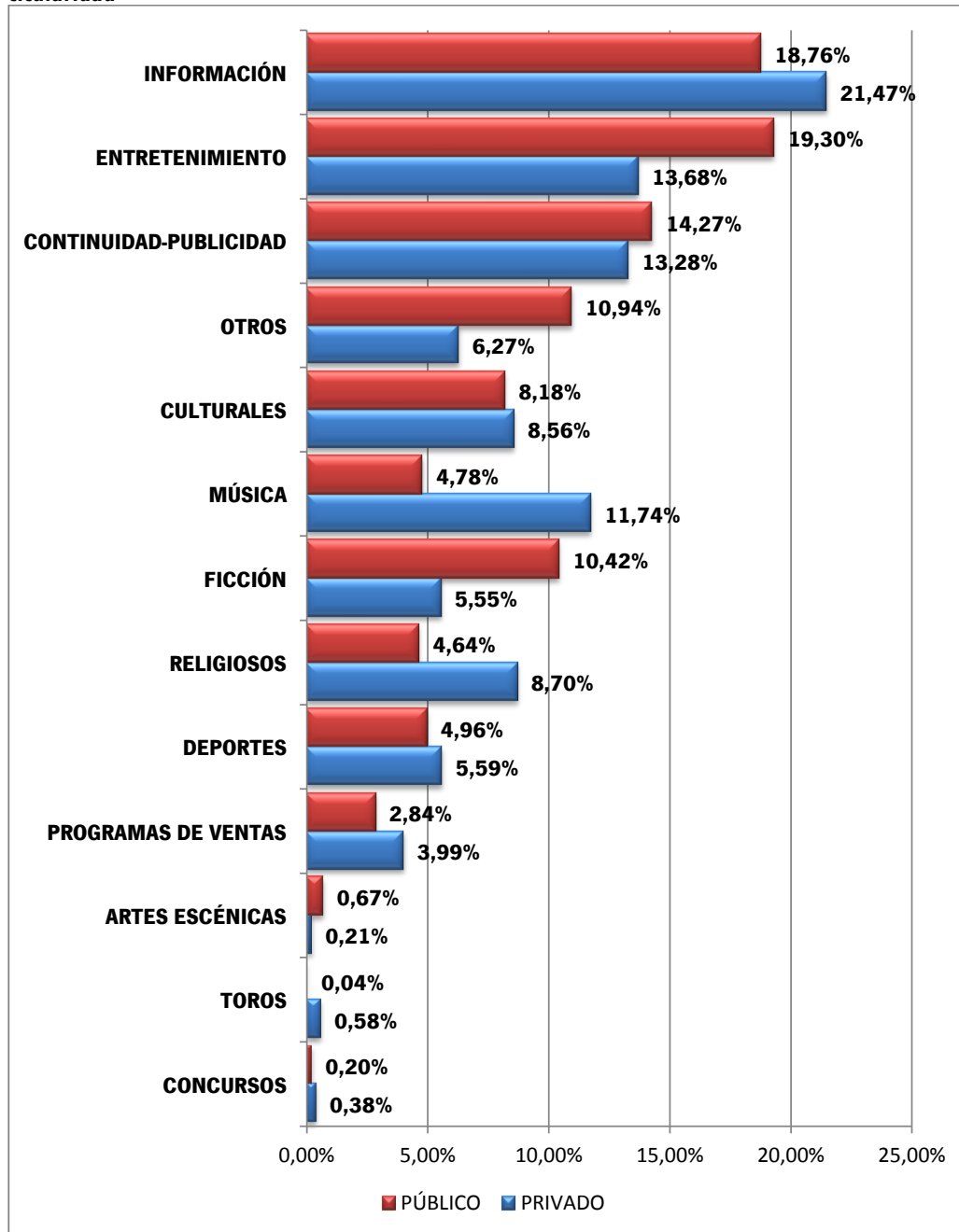
Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016	
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano			
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	8/10	

Gráfico 5: Distribución por géneros de las emisiones de las televisiones locales según titularidad



Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano		
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	9/10



Teniendo en cuenta lo anterior, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, reunido el 16 de marzo de 2016 adopta, a propuesta de la Comisión de Contenidos y Publicidad, las siguientes

DECISIONES

PRIMERA: La evolución del sector televisivo audiovisual andaluz sigue requiriendo la urgente implantación de las acciones consensuadas en Andalucía para combatir el intrusismo, si bien se mantiene el descenso iniciado en 2014 del número de canales no adjudicados donde se registran emisiones. En 2015, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha monitorizado 125 canales televisivos de TDT local con emisiones, de los que 55 (44% del total) carecían de título habilitante o licencia administrativa.


En estos 55 canales sin licencia se han analizado 4.080 horas de programación, constatando un acusado descenso de los contenidos esotéricos pese a que sigue siendo el perfil predominante en estas televisiones, la consolidación de los canales religiosos de diferentes confesiones y, como novedad respecto al año anterior, la presencia de una televisión de ámbito estatal especializada en turismo.

SEGUNDA: Remitir esta decisión junto con el *Informe sobre los contenidos emitidos bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (2015)* al Parlamento de Andalucía para su distribución a los grupos parlamentarios; a la Dirección General de Comunicación Social de la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía y a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual analizados.

En Sevilla, a 16 de marzo de 2016
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA

Fdo: Emelina Fernández Soriano.



Código Seguro De Verificación:	uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Fecha	18/03/2016		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/uJHCm4Sk7lUGrAg5ifSrgQ==	Página	10/10		