



## **DECISIÓN 7/2020 SOBRE LOS CONTENIDOS EMITIDOS POR LAS TELEVISIONES BAJO COMPETENCIA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA DURANTE 2019**

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, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, y la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, se procede de forma sistemática al análisis de una muestra de la programación que emiten los canales televisivos, locales y autonómicos de la comunidad autónoma.

El análisis y catalogación de los contenidos audiovisuales realizado en 2019 ha propiciado la realización de diferentes estudios e informes, así como la adopción de decisiones, instrucciones y recomendaciones individuales y colectivas. Este informe cumple en esta edición diez años y proporciona una radiografía de los contenidos audiovisuales emitidos en y para Andalucía, clasificados en 13 géneros y 109 subgéneros televisivos.

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.

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 2019* elaborado por el Área de Contenidos abarca el análisis de 112.314 horas de contenidos televisivos, 31.090 más que en 2018, emitidos por 132 canales. El número de canales monitorizados ha pasado de 152 a 132 como consecuencia del descenso en la captación de frecuencias ocupadas por televisiones sin licencia: 112 en 2017, 87 en 2018 y 72 en 2019, aunque este descenso en 2019 es proporcional al descenso que también ha sufrido en este año la muestra de este tipo de televisiones. El número de televisiones locales y autonómicas analizadas sufre un descenso de 65 a 60 respecto al año anterior, por el cese de emisión de algunas televisiones locales.

El informe incluye además un apartado en el que se analizan los contenidos difundidos en franja

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	17/04/2020	PÁGINA 1/11
VERIFICACIÓN	Pk2jm4TCZMF7UYF8KSMLEJ5FAWR6D8	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

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>La programación televisiva de la radio televisión pública está definida por el contrato-programa 2017-19, que aún no ha sido actualizado dado el cambio de gobierno y de la dirección de la RTVA. No se han registrado cambios significativos respecto al año anterior.

Sigue siendo llamativa la escasa dedicación que la televisión pública andaluza dedica al deporte. Siguiendo la misma estela de análisis de años anteriores, la presencia del deporte en Canal Sur TV es inexistente, más allá de los bloques que se emiten en los telenoticiarios. Y tampoco es que Andalucía TV dedique muchas más horas: un 3,1% del total de los contenidos que emite este canal, tres décimas más que los que le dedicó en 2018. Es cierto que, según el actual Contrato programa 2017-2019 los objetivos sobre la programación deportiva en Canal Sur y Andalucía TV son muy genéricos al condicionarse la cobertura de eventos deportivos al alcance presupuestario de la RTVA, debiendo prestar especial atención al deporte base, al desarrollado por los deportistas, clubes, entidades y federaciones de Andalucía así como al deporte femenino.

#### 1.1.1. Canal Sur TV

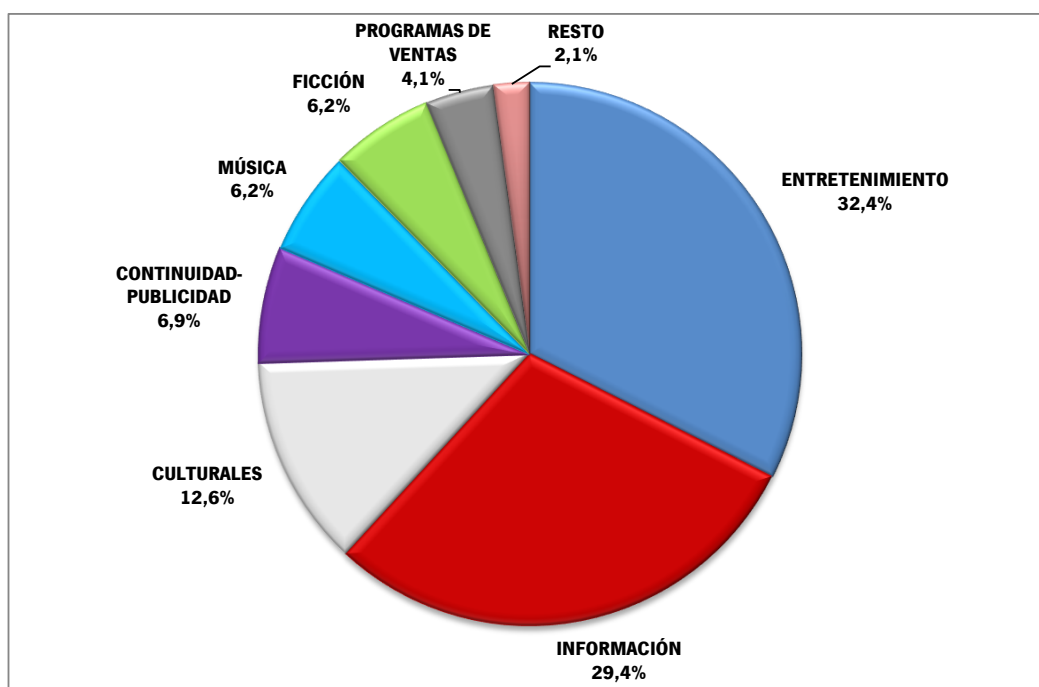
Canal Sur TV es una televisión generalista, que dedica el 62% de sus contenidos al entretenimiento y a la información. Sus emisiones han registrado pocos cambios respecto a 2018, con la excepción del crecimiento de los espacios culturales, que han pasado del 9 al 13%. En el año analizado, el incremento de los programas de teletienda que se habían duplicado de 2017 a 2018, se han estancado, manteniéndose en el 4%.

---

<sup>1</sup>Canal Sur 2 difunde prácticamente los mismos contenidos que el primer canal de la RTVA, 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.

El Contrato-programa 2017-19 establece como referencia para Canal Sur TV un cómputo anual de porcentajes para géneros y subgéneros referidos sólo a los programas de producción propia, de ahí que no puedan establecerse comparaciones con las emisiones catalogadas por el CAA que incluyen tanto la producción propia, como la ajena y mixta. En cualquier caso, los porcentajes de producción propia de referencia son 32% para los informativos incluyendo espacios de deporte e información deportiva, 30% para los programas divulgativos, 15% para el entretenimiento, 2% para la programación infantil y 1% para la ficción.

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



Su oferta cultural consiste básicamente en documentales y programas divulgativos. La oferta deportiva representa sólo el 0,01% de los contenidos emitidos, consistiendo únicamente en la emisión de las carreras de caballos de Sanlúcar de Barrameda. Por otra parte, el 82% de los programas de entretenimiento son magacines, concursos de talento y espacios enmarcados en los subgéneros denominados *docudrama*, *docusoap* o *docushow*. Los programas gastronómicos suponen un 9% dentro de este género, que muestra en general una oferta muy parecida a la del año anterior



En el género de ficción, los subgéneros predominantes en Canal Sur durante 2019 han sido los largometrajes (65%, 49% en 2018), seguidos de las series (28%, 39% en 2018), y, ya a mucha distancia, de los dibujos animados (3%), que no se habían emitido en 2018.

Respecto a la información, los telenoticiarios han sido durante 2019 el subgénero más emitido en Canal Sur, con un 45% (49% en 2018) del tiempo de emisión del género. Siguen en importancia el reportaje de actualidad con 28% (sin cambios), y la información especializada (14%, 11% en 2018).

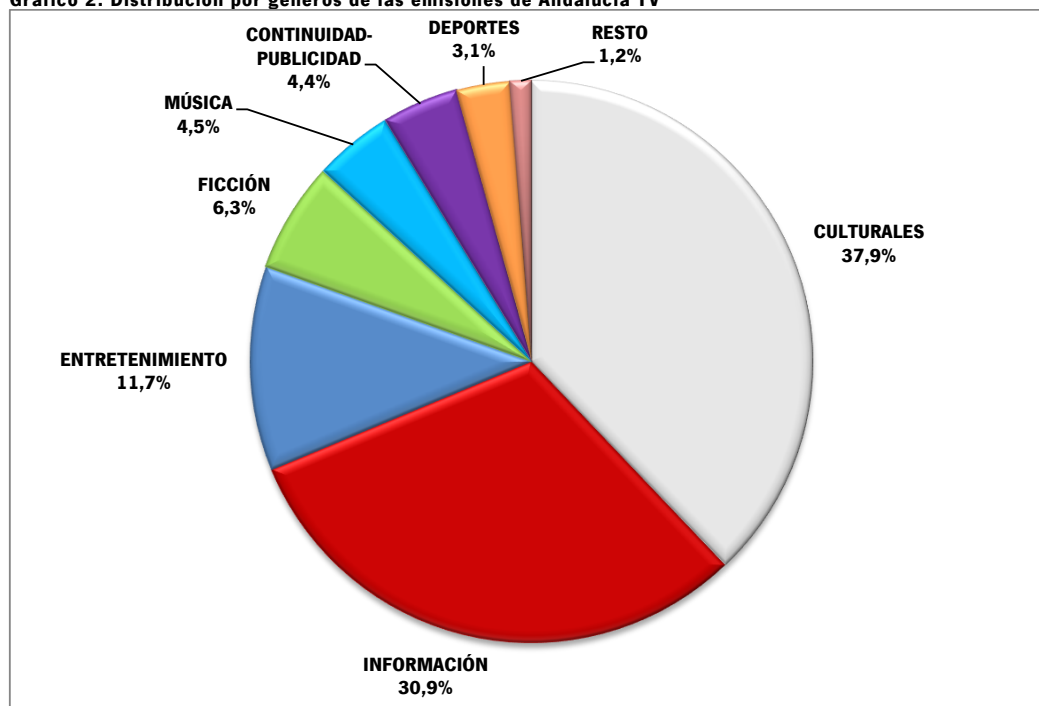
Entre los programas musicales sufre un descenso de 6 puntos el flamenco, que pasa al 30%, aunque cabe recordar que este subgénero musical sólo suponía el 1% en 2016. Dentro de las emisiones taurinas, que suponen el 1% de los contenidos, destacan más los programas especializados (72%) que las retransmisiones de acontecimientos, principalmente novilladas (21%).

### 1.1.2. Andalucía TV

El contrato-programa 2017-19 define Andalucía TV como un canal temático informativo y divulgativo de neto servicio público dedicado a la actualidad andaluza con una programación específica dedicada a la información general, así como a la información y divulgación sectorial sobre una amplia variedad de asuntos definidos en el apartado 34 del citado acuerdo (educación, ciencia, salud, turismo, medioambiente, cultura...), eventos institucionales y deporte. El 95% de su programación debe ser de producción propia, prestando especial atención a la cultura y el flamenco. Los contenidos informativos, divulgativos y culturales deberán suponer al menos el 80% de su programación. En 2019, el 76% de las emisiones de este canal estuvo conformado por contenidos informativos, culturales, musicales y deporte:

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	17/04/2020	PÁGINA 4/11
VERIFICACIÓN	Pk2jm4TCZMF7UYF8KSMLEJ5FAWR6D8	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

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

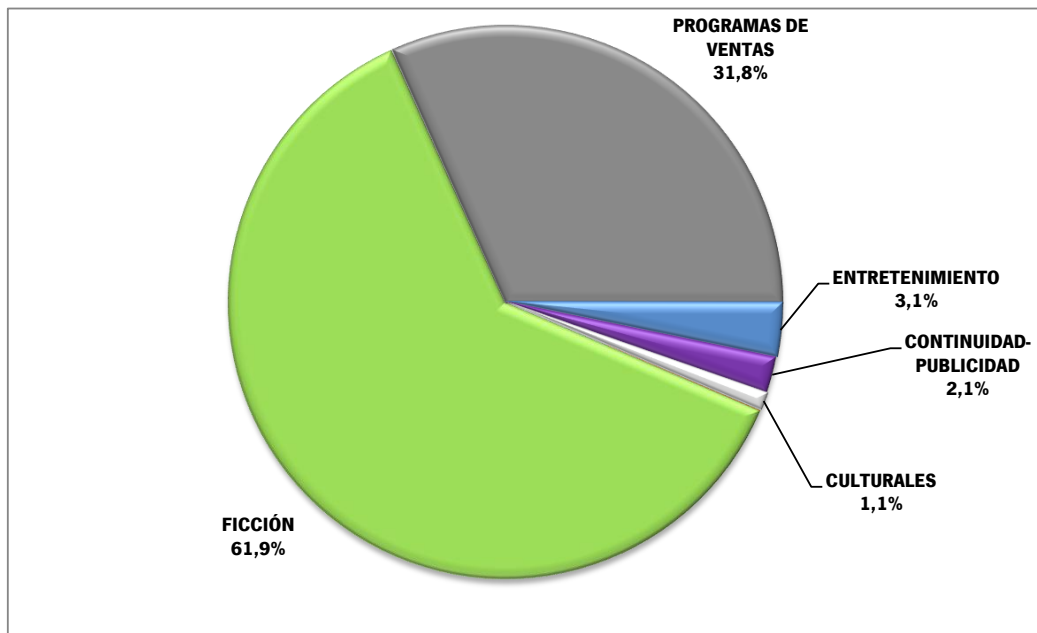


Más del 60% de los programas culturales de Andalucía TV está conformada por documentales, mientras que en esta cadena el flamenco ocupa el 84% de los espacios musicales.

### 1.2. Servicio televisivo de titularidad privada

El único canal de titularidad privada que funciona en Andalucía ha continuado su giro hacia la ficción, tendencia ya apuntada el año anterior, pero explicitada a lo largo de 2019 en que el canal cambió su denominación de BOM TV a BOM Cine. Y, en efecto, los largometrajes han supuesto el 62% de todo el tiempo de emisión, seguido por un 32% de televenta, lo que deja un testimonial 6% para el resto de géneros en una televisión que debería ser generalista. De hecho, el canal carece de programación informativa (salvo por un solo programa de opinión emitido en todo el año) pese a lo dispuesto en las condiciones por las que se adjudicó, que exigen al menos dos informativos diarios de 30 minutos de duración.

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



### 1.3. La franja de protección reforzada en las televisiones autonómicas

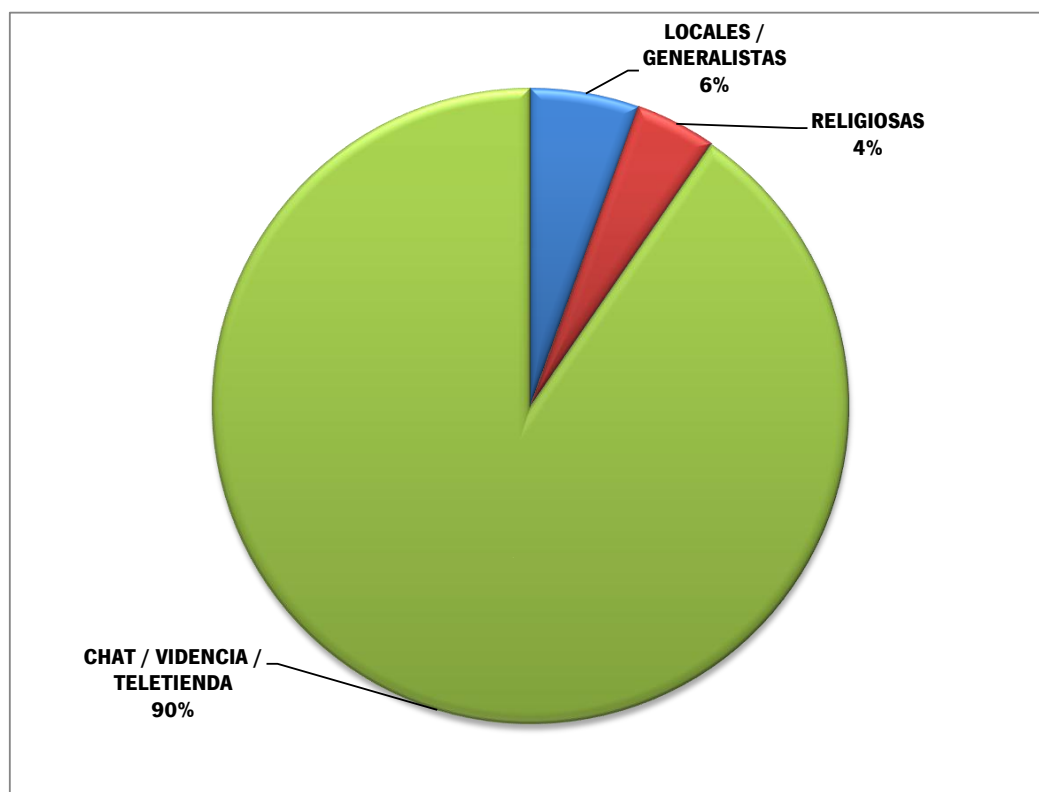
La programación de los canales autonómicos en la franja reforzada del horario de protección infantil ha puesto de manifiesto algunas diferencias con respecto de la programación general. Los datos anuales de 2019 muestran cómo Canal Sur dedica más tiempo en la franja reforzada a la información (43%, por 29% en el horario completo) y al entretenimiento (3% más), mientras que descienden géneros como los programas culturales (8% menos), la música (6% menos) o la teletienda (4% menos). Por su parte, Andalucía TV refuerza su programación informativa en la franja reforzada, que asciende al 37% (31% en el horario general), así como los deportes (4% más) y el entretenimiento (3% más), descendiendo los programas culturales (8% menos), la ficción (4% menos) y la música (3% menos). Finalmente, en la programación de BOM TV no se observan diferencias significativas entre la franja reforzada y el horario general, algo lógico si se tiene en cuenta que su programación está basada casi exclusivamente en dos géneros.

## 2. TELEVISIONES LOCALES DE ANDALUCÍA

### 2.1. Emisiones en frecuencias no asignadas

El espectro de las televisiones que operan sin concesión administrativa presenta un panorama muy parecido al del año anterior, pues ha estado durante 2019 claramente dominado por emisiones especializadas en videncia o servicios de chat (90% de las frecuencias, cifra 8 puntos superior a la de 2018). Ha disminuido bastante el número de cadenas religiosas (católicas y evangélicas), que ocupaban 11 frecuencias (12%) en 2018 y pasan solamente a 3 (4%) en 2019. Además, se han detectado 4 frecuencias ocupadas por contenidos de canales generalistas locales o temáticas, un número similar al del año anterior.

Gráfico 4: Distribución por tipo de contenido de las televisiones sin licencia

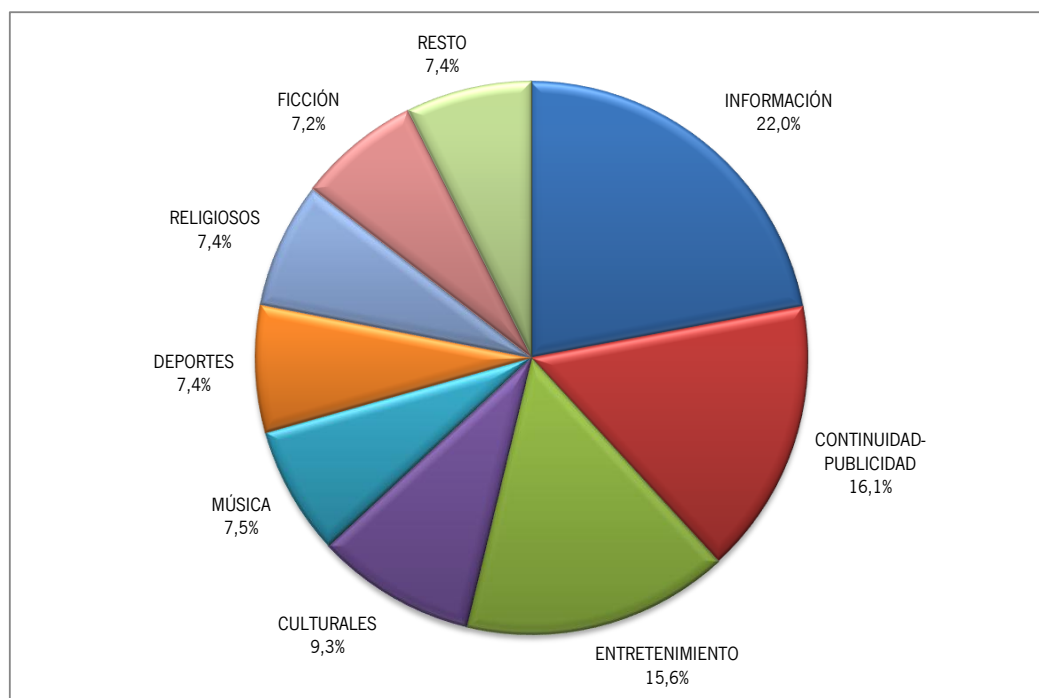


## 2.2. Contenidos emitidos por televisiones públicas y privadas

Las televisiones locales de Andalucía tienen, con algunas excepciones, un perfil generalista, con un predominio de la información (22% de los contenidos analizados, sin cambios respecto a 2018), el entretenimiento (16%, dos puntos menos que el año anterior), los programas culturales (9%) y musicales (8%).

Dado el volumen de televisiones locales existentes en Andalucía, el Consejo analiza una muestra de sus emisiones diarias. La muestra de 2019 la conforman 80.821 horas de contenidos emitidos durante 3.368 días por 57 prestadores del servicio, de los que 17 (30%) son de titularidad pública.

**Gráfico 5: 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:

- Atendiendo a la titularidad de los canales locales, se observan algunas diferencias en la programación. Así, los canales públicos tienen una mayor presencia de entretenimiento (20% frente a 13%) y ficción (9% frente a 6%), mientras que los canales privados ofrecen más información (24% frente a 20%), deportes (19% frente a 5%), música (9% por 4%), y



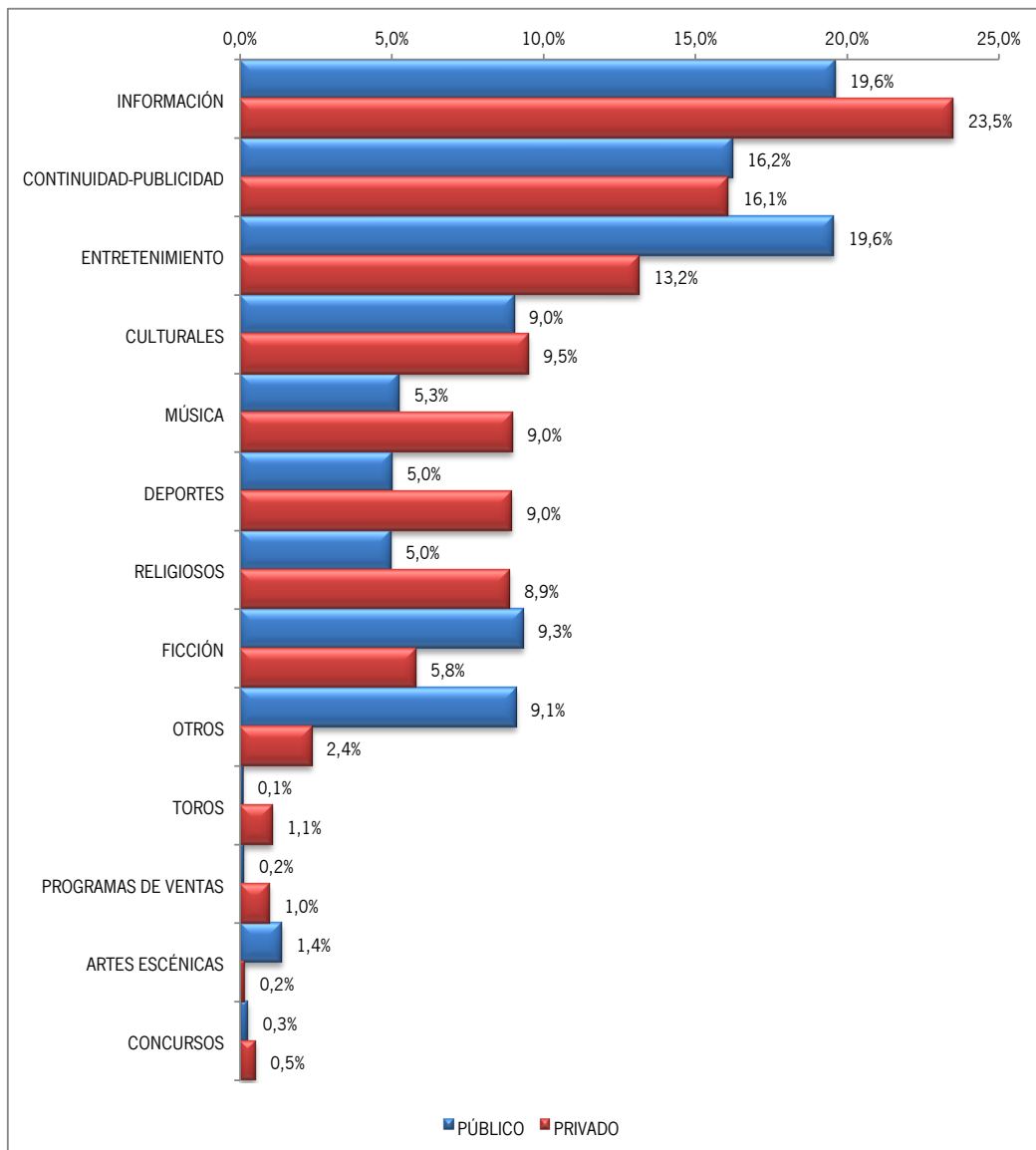
contenidos religiosos (9% frente a 5%). Se perpetúa un año más la diferencia en el tablón de anuncios, que ocupa un 9% de la programación de los canales públicos por un 1% en los privados. Además, los datos de 2019 confirman que las cadenas públicas no han emitido espacios de chat, erotismo o videncia, mientras en las privadas sí se han localizado algunos de estos contenidos, aunque de una forma marginal. Los datos muestran en general una tendencia muy similar a lo registrado en 2018 (y en años anteriores) en cuanto a las diferencias por titularidad.

- Las emisiones de pantalla dividida en las cadenas locales han alcanzado casi 600 horas durante 2019, lo que supone un 0,1% (0,4% en 2018) de las emisiones registradas. Los contenidos que más tiempo ocupan las mencionadas emisiones son los bloques de publicidad y continuidad (96%) y la información (2%). Las cadenas privadas acaparan dos tercios de las horas de pantalla dividida, que, además, en las públicas sólo se dan en los bloques de continuidad y publicidad.
- Durante la franja de protección reforzada se aprecian pocas diferencias de programación (en ningún caso hay más de dos puntos de variación), apreciándose un ligero incremento del entretenimiento.
- El género de entretenimiento se ha caracterizado durante 2019 por mantener una gran diversidad de formatos, verificándose el predominio del subgénero más emitido por las cadenas locales, el magazine, con un 42% (45% en 2018) con 6 puntos más en las públicas que en las privadas). Le siguen en importancia las fiestas populares (11%, con más presencia en las privadas) y las galas (8%, el doble de importantes en las públicas que en las privadas).
- Los subgéneros informativos con más presencia en 2019 en las cadenas locales han sido: información diaria (38%, sin cambios respecto a 2018), reportaje de actualidad (20%, 17% en 2018) y opinión (16%, sin cambios). Los canales privados han concedido considerablemente más tiempo a la opinión (20%) que los públicos (7%), tendencia ya observada en años anteriores. Al contrario, las cadenas públicas han concedido más importancia a los informativos semanales (15%) que las privadas (6%).
- En ficción, los subgéneros más emitidos en las cadenas locales en 2019 son los largometrajes (48%, sin cambios), las series (22%, 24% el año anterior), y las telenovelas (13%, 9% en 2018), siendo el aumento de estas últimas el cambio más relevante. Atendiendo a la titularidad, se aprecia una preferencia de las cadenas públicas por las emisiones de dibujos animados (19% frente a 6%), mientras que las cadenas privadas han favorecido mucho más que las públicas las series (28% frente a 16%).
- El fútbol ha sido, con un 58% (54% en 2018), el subgénero deportivo más emitido durante 2019 en las televisiones locales, seguido por programas polideportivos (24%,

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	17/04/2020	PÁGINA 9/11
VERIFICACIÓN	Pk2jm4TCZMF7UYF8KSMLEJ5FAWR6D8	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

30% en 2018), quedando a mucha distancia el resto de deportes. El predominio del fútbol ha sido mucho más acusado en las cadenas privadas (67%, por 31% de las públicas), una tendencia que ya se observó en años anteriores. Por el contrario, los programas polideportivos tienen mucha mayor presencia en las cadenas públicas (51%) que en las privadas (15%), tendencia ya también apuntada anteriormente.

**Gráfico 6: Distribución por géneros de las emisiones de las televisiones locales según titularidad**





Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada de forma telemática el día 8 de abril de 2020, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los apartados 18 y 25 del artículo 4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión telemática de 15 de abril de 2020, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes DECISIONES:

**PRIMERA:** El Consejo Audiovisual vuelve a constatar que el único canal privado de ámbito autonómico sigue sin emitir servicios informativos, tal y como está obligado por la concesión de la correspondiente licencia que le habilita para emitir su programación. Esto quiere decir que los telespectadores de Andalucía reciben noticias específicas de Andalucía mayoritariamente a través del canal de titularidad pública.

**SEGUNDA:** Sigue siendo alarmante el número existente de televisiones que emiten sin el correspondiente título habilitante. Si bien el número de estos canales captados por el CAA ha descendido con respecto a 2018, 72 emisoras siguen siendo un número elevado. El CAA, siendo consciente de ello, conmina a la administración competente a que haga un esfuerzo por resolver esta anómala situación que se viene manteniendo en el tiempo.

**TERCERA:** El CAA constata que la programación deportiva en la RTVA es prácticamente testimonial, con un exiguo porcentaje del 3,1% en solamente uno de sus canales, algo que se viene reiterando en los informes precedentes. El fomento de la práctica deportiva es elemental si se quiere cumplir con la función de servicio público. Un incremento de estas emisiones tendría relación directa con la práctica deportiva entre los menores y adolescentes y pondría un granito de arena fundamental a la hora de amortiguar los datos alarmantes de obesidad infantil que se conocen.

**CUARTA:** Remitir esta decisión junto con el Informe sobre los contenidos emitidos bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (2019) a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía y a la Dirección General de Comunicación Social de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior.

En Sevilla, a 15 de abril de 2020

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo.: Antonio Checa Godoy.

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	17/04/2020	PÁGINA 11/11
VERIFICACIÓN	Pk2jm4TCZMF7UYF8KSMLEJ5FAWR6D8	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	