

DECISIÓN 21/2024 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE EL PLURALISMO POLÍTICO EN LAS TELEVISIONES PÚBLICAS LOCALES DE ANDALUCÍA 2023-24

I. ANTECEDENTES

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, Audiovisual de Andalucía, en su artículo 2.1.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 las funciones del CAA también figura la de «realizar estudios sobre distintos aspectos del sistema audiovisual».

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.

El tiempo de palabra en los informativos es un instrumento fundamental para asegurar una cobertura informativa proporcionada a la relevancia electoral e

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN		
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	13/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmCCLNRPUAZZ9JQ9Y8735ABY2ZE	PÁG. 1/10



institucional de cada formación y, en consecuencia, garantizar el respeto al pluralismo político. La medición del tiempo de presencia, como indicador fiable y medible de pluralismo, permite la posibilidad de supervisión por parte de las autoridades reguladoras independientes como este Consejo.

II. CONSIDERACIONES GENERALES

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, este informe incorpora también las mejoras aprobadas por el CAA en el acuerdo del 23 de noviembre de 2021 sobre *Valoración del pluralismo político en las televisiones locales públicas de Andalucía*.

Este acuerdo considera prioritario hacer un esfuerzo de contextualización de los datos del informe del CAA en la realidad política, social y económica de cada prestador con el fin de tener una visión más real y cercana y amortiguar el desequilibrio que puede producir la aplicación de criterios homogéneos y exclusivamente cuantitativos a prestadores muy diferentes.

Se han contextualizado los tiempos de palabra y de los informativos en la programación general, en la realidad política del municipio desde el que emite cada televisión, en la realidad socioeconómica de los ayuntamientos y de las propias televisiones a través de sus presupuestos y de las plantillas de las que disponen.

El periodo de tiempo seleccionado para la realización de la muestra de este informe abarca del 16 de junio de 2023 hasta el 15 de junio de 2024.

III. PRINCIPALES RESULTADOS

Tiempos de palabra por roles

Los tiempos de palabra medios de los actores en el conjunto de las televisiones locales son los siguientes:

- Roles no políticos: un 46,5% (del 79,3% de Estepona al 26,5% de Fuengirola TV).
- Roles políticos institucionales: un 46,6% (del 70,6% de Fuengirola al 20,2% de Estepona).
- Roles de partido: un 6,9% (del 20,8% de Écija al 0,6% de Estepona).

Se constata un descenso de dos puntos de los roles de partido, una vez celebradas las elecciones municipales y constituidas las corporaciones, respecto al informe anterior.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN		
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	13/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmCCLNRPUAZZ9JQ9Y8735ABY2ZE	PÁG. 2/10

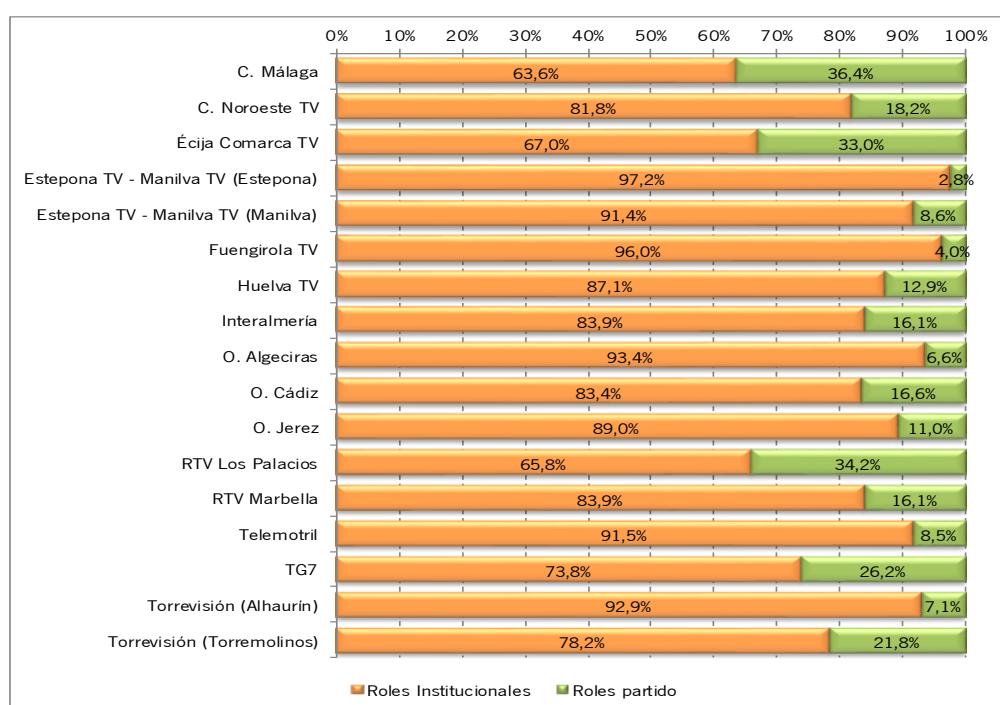
Roles predominantes

El rol predominante en todos los prestadores es el gobierno municipal, aunque con grandes diferencias (del 69% de Fuengirola al 19% de Estepona).

Roles políticos

Si tenemos en cuenta los roles políticos, los roles institucionales representan de media el 87% de los tiempos de palabra (del 97,2% de Estepona al 63,6% en Canal Málaga) y los roles de partido el 13% (del 36,4% de Canal Málaga al 2,8% de Estepona).

En este apartado se constata un descenso de cuatro puntos de los roles de partido respecto al informe anterior debido al fin del periodo electoral.

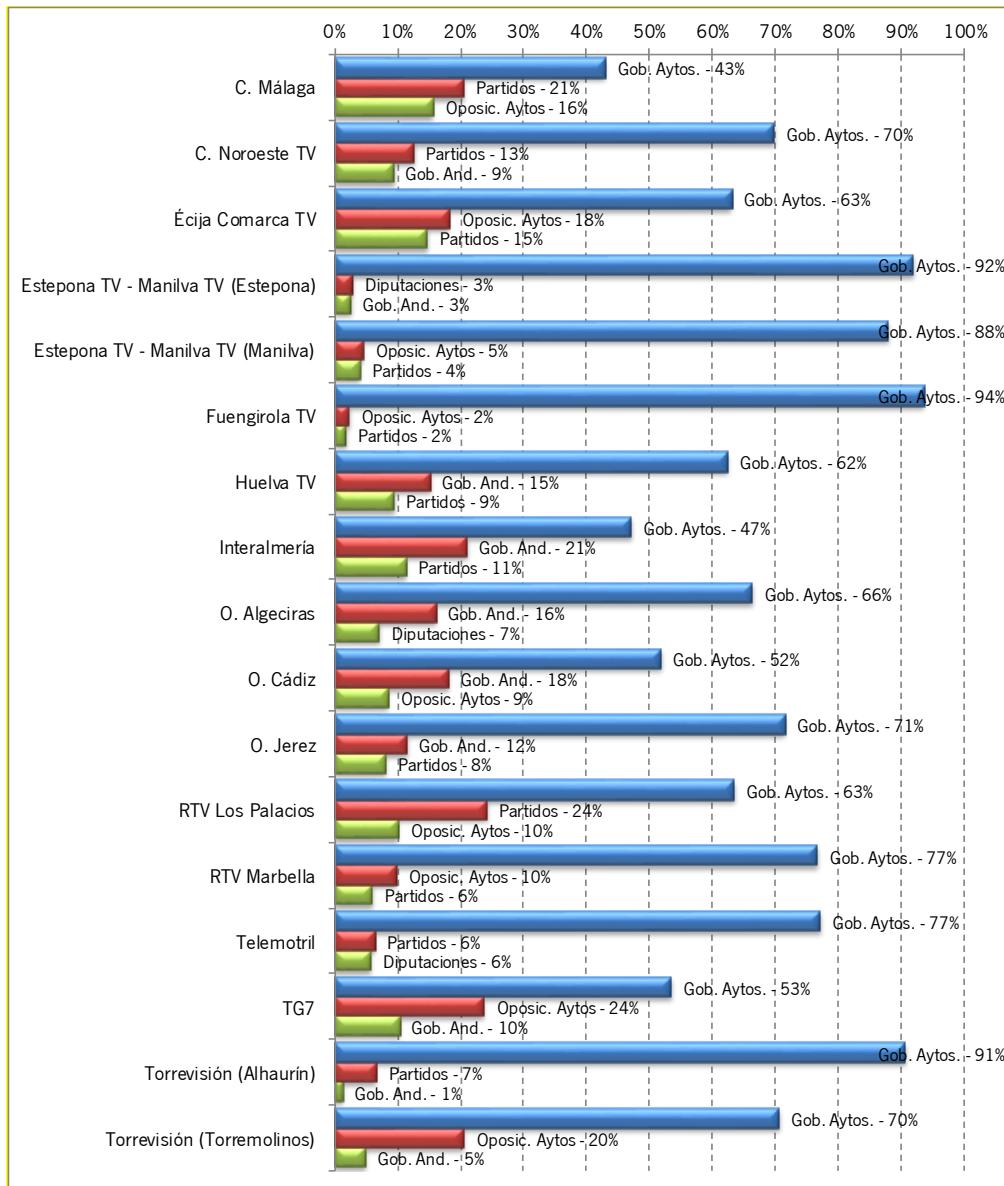


Roles políticos concretos

El gobierno municipal es en todos los prestadores el rol dominante (del 94% de Fuengirola al 43% de Canal Málaga).

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN		
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	13/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmCCLNRPUAZZ9JQ9Y8735ABY2ZE	PÁG. 3/10





Roles Institucionales concretos

Por lo que respecta a los roles institucionales, en todos los casos el primer puesto en tiempo de palabra corresponde al alcalde o alcaldesa de la localidad (del 59% de Los Palacios al 21% de Interalmérida).

Roles institucionales y de partido

Si se tienen en cuenta tanto los roles institucionales como los de partido, los actores políticos con más tiempo de palabra vuelven a ser los mismos del apartado anterior,

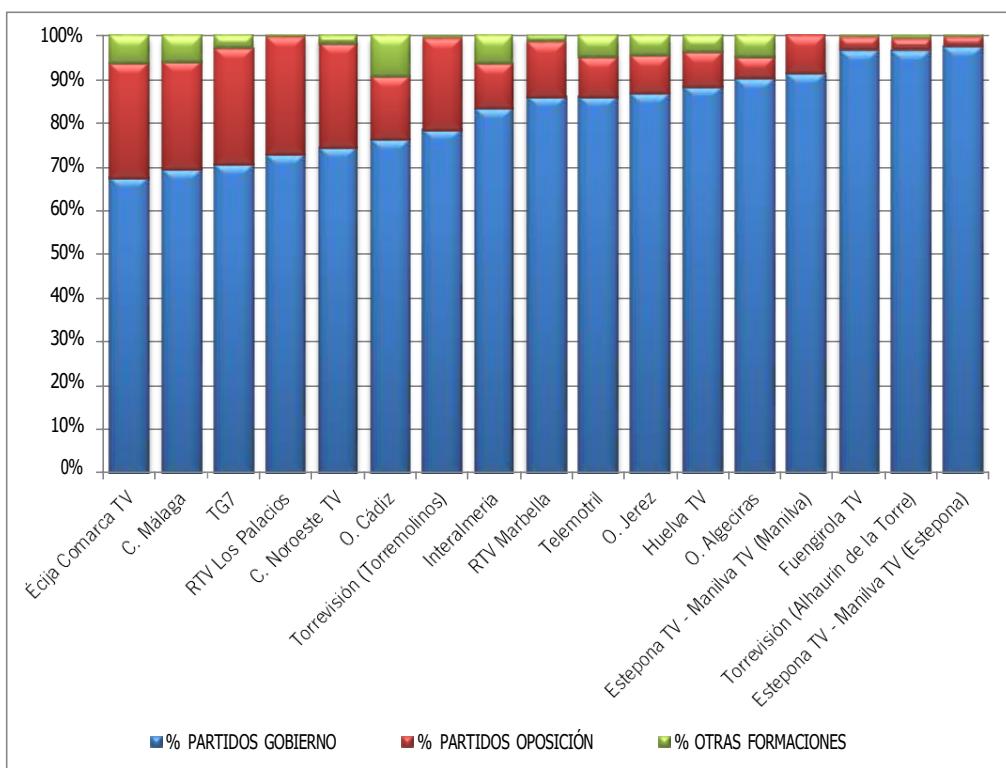
Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	13/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmCCLNRPUAZZ9JQ9Y8735ABY2ZE	PÁG. 4/10

los alcaldes o alcaldesas, consecuencia lógica derivada de la mayor extensión del tiempo de palabra institucional que de partido.

Tiempos de palabra de gobierno y oposición

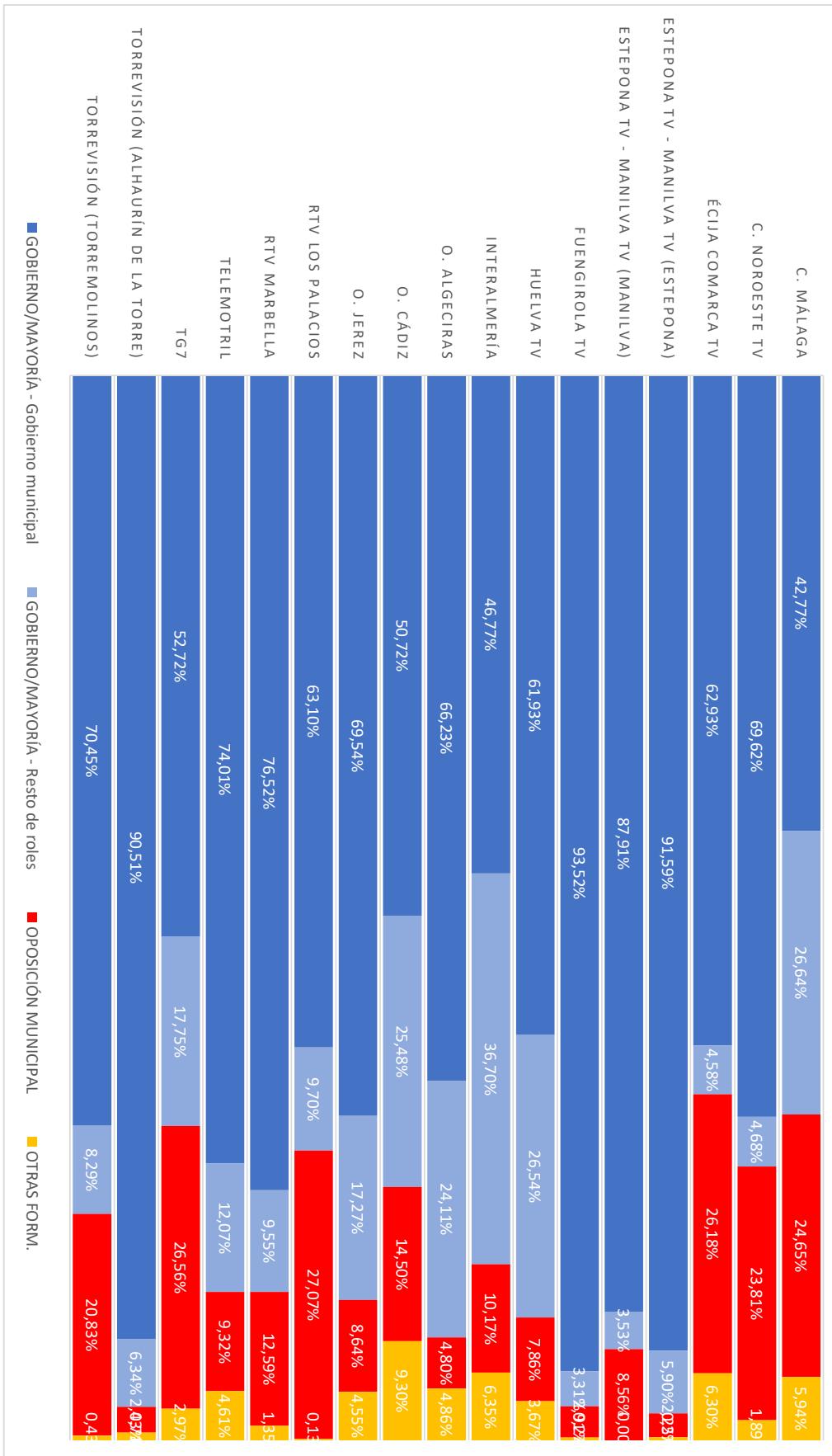
La media que las televisiones locales otorgan a los partidos de gobierno de las corporaciones municipales es del 83,1%, lo que supone un 6,5% de incremento respecto al informe anterior (76,6%). En estas cifras se contabiliza de forma agrupada tanto el tiempo destinado al gobierno municipal como la del partido o partidos que lo apoyan, así como el tiempo destinado al gobierno de otras administraciones -Gobierno de la Junta de Andalucía y Diputación Provincial- cuando estas están gobernadas por el mismo partido.



Teniendo en cuenta de forma separada el tiempo destinado exclusivamente a los gobiernos municipales, la media es del 68,3%, que va desde el 93,2% de Fuengirola al 42,4% de Canal Málaga. Esta cifra supone un descenso del 2,6% respecto al informe anterior.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN		
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	13/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmCCLNRPUAZZ9JQ9Y8735ABY2ZE	PÁG. 5/10





FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	13/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmCCLNRPUAZZ9JQ9Y8735ABY2ZE	PÁG. 6/10



PRESTADOR	GOBIERNO/MAYORÍA					OPOSICIÓN MUNICIPAL	OTRAS FORM.
	GOBIERNO AYTO.	GOBIERNO ANDALUCÍA	DIPUTACIONES	PART. POLÍTICOS	OTROS		
C. MÁLAGA	42,77%	15,09%	3,59%	7,78%	0,19%	24,65%	5,94%
C. NOROESTE TV	69,62%			4,60%	0,07%	23,81%	1,89%
ÉCJIA COMARCA TV	62,93%	3,10%	0,55%	0,93%		26,18%	6,30%
ESTEPEONA TV - MANILVA TV (ESTEPEONA)	91,59%	2,58%	2,81%	0,50%		2,25%	0,27%
ESTEPEONA TV - MANILVA TV (MANILVA)	87,91%	2,61%	0,92%			8,56%	
FUENGIROLA TV	93,52%	1,79%	0,60%	0,88%	0,04%	2,91%	0,27%
HUELVA TV	61,93%	15,18%	6,53%	4,69%	0,14%	7,86%	3,67%
INTERALMERÍA	46,77%	21,04%	10,00%	5,32%	0,35%	10,17%	6,35%
O. ALGECIRAS	66,23%	16,04%	5,76%	1,93%	0,38%	4,80%	4,86%
O. CÁDIZ	50,72%	18,13%	5,46%	1,83%	0,07%	14,50%	9,30%
O. JEREZ	69,54%	11,51%	3,20%	2,32%	0,24%	8,64%	4,55%
RTV LOS PALACIOS	63,10%			9,70%		27,07%	0,13%
RTV MARBELLA	76,52%	4,62%	2,07%	2,65%	0,20%	12,59%	1,35%
TELEMOTRIL	74,01%	5,54%	5,06%	1,32%	0,14%	9,32%	4,61%
TG7	52,72%	10,32%	6,81%	0,32%	0,31%	26,56%	2,97%
TORREVISIÓN (ALHAURÍN DE LA TORRE)	90,51%	1,33%	1,07%	3,94%		2,43%	0,71%
TORREVISIÓN (TORREMOLINOS)	70,45%	4,97%	2,78%	0,54%		20,83%	0,43%

Si se agrupan los datos de los actores políticos por partidos sumando los institucionales, se constata el peso que los prestadores otorgan a los equipos de gobierno y a los partidos que los apoyan, así como a los partidos de la oposición municipal presentes en el pleno y a otras formaciones. De hecho, seis de las televisiones estudiadas dedican a la suma de los partidos de oposición y otras formaciones más del veinte por ciento del tiempo de los actores políticos.

PRESTADOR	PARTIDOS GOBIERNO	% PARTIDOS GOBIERNO	% PARTIDOS OPOSICIÓN	% OTRAS FORMACIONES
Écija Comarca TV	PP	67,5%	26,2%	6,3%
C. Málaga	PP	69,4%	24,7%	5,9%
TG7	PP	70,5%	26,6%	3,0%
RTV Los Palacios	IP-IU CON ANDALUCÍA	72,8%	27,1%	0,1%
C. Noroeste TV	IU / PSOE	74,3%	23,8%	1,9%
O. Cádiz	PP	76,2%	14,5%	9,3%
Torrevisión (Torremolinos)	PP	78,7%	20,8%	0,4%
Interalmería	PP	83,5%	10,2%	6,3%
RTV Marbella	PP	86,1%	12,6%	1,3%
Telemotril	PP / PMAS	86,1%	9,3%	4,6%
O. Jerez	PP	86,8%	8,6%	4,5%
Huelva TV	PP	88,5%	7,9%	3,7%
O. Algeciras	PP	90,3%	4,8%	4,9%
Estepona TV - Manilva TV (Manilva)	PP / IU	91,4%	8,6%	0,0%
Fuengirola TV	PP	96,8%	2,9%	0,3%
Torrevisión (Alhaurín de la Torre)	PP	96,9%	2,4%	0,7%
Estepona TV - Manilva TV (Estepona)	PP	97,5%	2,2%	0,3%

Tiempo relativo a los informativos

Los prestadores con mayores porcentajes de la programación general dedicada a los espacios informativos son Onda Algeciras (17,8%), Huelva TV (17,9%) y Fuengirola TV (17,8%), ninguna de las cuales alcanza el 20% sobre el total de la programación general.

Asimismo, el impacto medio del tiempo de palabra de los actores políticos sobre el total de la programación es del 2,1% y el de los actores con rol de gobierno es del 1,8%.

PRESTADOR	% INFORMATIVOS	% ACTORES EN INFORMATIVOS (sobre total de la prog.)	% ACTORES POLÍTICOS (sobre total de la prog.)	% ACTORES CON ROL DE GOBIERNO (sobre total de la prog.)
RTV Los Palacios	3,65%	1,24%	0,73%	0,53%
Estepona TV - Manilva TV (Estepona)	7,05%	3,26%	0,68%	0,66%
O. Jerez	6,95%	1,33%	0,78%	0,67%
C. Málaga	9,40%	2,22%	1,05%	0,73%
O. Cádiz	7,32%	2,40%	1,02%	0,77%
RTV Marbella	6,01%	2,52%	1,04%	0,90%
Écija Comarca TV	4,48%	2,32%	1,46%	0,99%
Estepona TV - Manilva TV (Manilva)	7,05%	2,09%	1,20%	1,10%
TG7	7,25%	2,43%	1,57%	1,10%
Torrevisión (Torremolinos)	13,53%	3,57%	1,72%	1,35%
O. Algeciras	17,84%	3,66%	2,04%	1,85%
C. Noroeste TV	13,84%	5,17%	2,58%	1,92%
Huelva TV	17,29%	7,89%	2,72%	2,41%
Interalmería	12,34%	5,29%	2,93%	2,44%
Telemotril	10,93%	6,50%	3,33%	2,86%
Torrevisión (Alhaurín)	13,53%	6,79%	4,53%	4,39%
Fuengirola TV	14,78%	9,02%	6,64%	6,43%

Temáticas predominantes

El tema predominante en los informativos de la mayoría de los prestadores es el de sociedad (del 32% de Fuengirola TV al 15% de Canal Málaga). Arte y Cultura y Economía y Negocios también tienen especial relevancia en algunos prestadores, convirtiéndose así en las tres temáticas más abordadas en los informativos de los prestadores analizados.

Tiempo femenino de palabra

La media del tiempo de palabra femenino en las televisiones locales estudiadas es del 40%, tres puntos más que en el informe anterior (del 64,6% de Fuengirola TV al 21,8% de Costa Noroeste TV). Los prestadores con mayor tiempo de palabra femenino coinciden en general con corporaciones locales presididas por una mujer. Sólo en Fuengirola se da un porcentaje de tiempo femenino superior al masculino.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN		
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	13/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmCCLNRPUAZZ9JQ9Y8735ABY2ZE	PÁG. 8/10



Conclusiones

Los porcentajes de tiempo de palabra en los informativos de las televisiones locales dedicados a los gobiernos municipales y a los partidos que los apoyan se incrementan en general, con alguna excepción, en el periodo 2023-2024 respecto no sólo al informe anterior (2022-2023) sino también a los tres años anteriores. Para analizar estos incrementos debe tenerse en cuenta que a los prestadores de municipios gobernados por el Partido Popular se les suma el tiempo que corresponde al Gobierno de Andalucía, lo que no ocurría en la anterior legislatura por estar formado el Ejecutivo autonómico por una coalición.

Asimismo, debe tenerse en cuenta que algunos municipios y diputaciones provinciales también han cambiado el gobierno anterior por otro del PP tras las elecciones locales de 2023.

Los porcentajes de los tiempos de palabra de la oposición y de los de otras formaciones respecto a los partidos de gobierno municipal han mantenido en los últimos cinco años una evolución negativa pero más estable en general. Ha sido en el último periodo estudiado cuando las diferencias entre los tiempos dedicados al gobierno municipal y la oposición y otras formaciones ha registrado un promedio con mayores diferencias. Del 26% de promedio que representaban los tiempos de palabra de la oposición y otras formaciones en 2019-20 y en 2020-21 se pasó al 24,2% en 2021-22, al 23,6% en 2022-23 y al 16,9% en el último periodo estudiado.

IV. DECISIONES

Teniendo en consideración el informe elaborado por los expertos del CAA y las conclusiones que se exponen sobre el mismo, así como las limitaciones que imponen las notables diferencias entre los distintos prestadores analizados, el CAA adopta las siguientes decisiones.

PRIMERA.- El CAA expresa su grave preocupación por la persistencia en la mayoría de los informativos de las televisiones locales analizadas de un desequilibrio excesivo entre el tiempo de palabra de los gobiernos municipales y los partidos que los apoyan y el tiempo de palabras otorgado a los partidos de la oposición. Por tanto, insta a los prestadores y corporaciones locales a adoptar decisiones que garanticen el cumplimiento del principio de pluralismo político.

SEGUNDA.- El CAA señala que la información de carácter institucional no es políticamente neutra y debe estar sometida al control, la crítica y la valoración de la oposición para cumplir el principio de pluralismo político.

TERCERA.- El CAA subraya que es muy negativo el progresivo descenso del espacio dedicado en los informativos a los grupos municipales de la oposición en los últimos informes. Su tiempo de palabra ha pasado de 26% reflejado en el informe de 2019/20

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN		
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	13/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmCCLNRPUAZZ9JQ9Y8735ABY2ZE	PÁG. 9/10



al 16,9% en el correspondiente a 2023/24, cuando precisamente la presencia de la oposición supone uno de los principales garantes del pluralismo político.

CUARTA.- El CAA constata que la modificación del panorama político en Andalucía como consecuencia de las elecciones autonómicas de 2022 y municipales de 2023 tiene una incidencia reseñable en los datos del presente informe. No obstante, recuerda que las televisiones locales de Andalucía tienen la obligación legal de ofrecer a la ciudadanía una información plural en la que tengan cabida las distintas opiniones y propuestas políticas.

QUINTA.- Notificar esta resolución a los prestadores públicos del sector audiovisual andaluz, a las corporaciones locales, a los grupos municipales y a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía.

En Sevilla, a 4 de diciembre de 2024.

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo.: José Francisco Domínguez del Postigo

Página 10 de 10

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN		
FIRMADO POR	JOSE FRANCISCO DOMINGUEZ DEL POSTIGO	13/12/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmCCLNRPUAZZ9JQ9Y8735ABY2ZE	PÁG. 10/10

