

# INICIOS DE CANAL SUR TELEVISIÓN

¿Creación de una nueva industria  
audiovisual andaluza?



**Rocío Vicente del Estad**  
**Máster en Comunicación y Cultura**  
**Septiembre 2011**



## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>2. METODOLOGÍA.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1. Fundamentación metodológica- científica.....</b>	<b>14</b>
2.1.1. Objeto de estudio.....	14
2.1.2. Objetivos inmediatos y a medio plazo.....	16
2.1.3. Hipótesis.....	17
<b>2.2. Parámetros metodológicos.....</b>	<b>18</b>
2.2.1. La hipótesis indeterminada.....	20
2.2.2. Hacia una perspectiva teórica.....	22
<b>2.3. La importancia de contextualizar.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4. Fuentes de investigación.....</b>	<b>27</b>
<b>2.5. Dificultades y limitaciones de la investigadora.....</b>	<b>29</b>
<b>3. ANTECEDENTES DE TELEVISIÓN PÚBLICA EN EUROPA....</b>	<b>32</b>
3.1. La televisión en Europa.....	32
3.2. Años 80. Un nuevo concepto de televisión pública.....	34
3.3. El Libro Verde sobre la creación del Mercado Común de la Radiodifusión.....	35
3.4. Estados Unidos entra en Europa.....	40
3.5. Crisis del modelo de financiación.....	43
<b>4. LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA.....</b>	<b>47</b>
4.1. La televisión como servicio público en España.....	49
4.2. Financiación de la Televisión Pública Española.....	55
4.3. La Televisión Regional.....	58
4.4. Ley del Tercer Canal.....	61

<b>5. NACE CANAL SUR TELEVISIÓN.....</b>	<b>64</b>
<b>5.1. ¿Cómo era la Andalucía de 1989?.....</b>	<b>64</b>
<b>5.2. Contexto político.....</b>	<b>65</b>
<b>5.3. Contexto social.....</b>	<b>69</b>
<b>5.4. Contexto económico.....</b>	<b>70</b>
<b>5.5. Contexto audiovisual.....</b>	<b>72</b>
<b>5.6. La necesidad de crear un Tercer Canal.....</b>	<b>81</b>
<b>5.7. Ley 8/1987. Ley de creación de la Empresa Pública de la Radio y     Televisión de Andalucía.....</b>	<b>84</b>
<b>5.8. Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión     Autonómicas (FORTA).....</b>	<b>90</b>
<b>6. LOS PRIMEROS PASOS DE CANAL SUR TELEVISIÓN.....</b>	<b>92</b>
<b>6.1. Audiencias.....</b>	<b>92</b>
<b>6.2. Tercer Canal “autogestionado”.....</b>	<b>98</b>
<b>6.3. Productoras de Televisión.....</b>	<b>100</b>
<b>7. CONCLUSIONES.....</b>	<b>101</b>
<b>8. FUENTES DOCUMENTALES.....</b>	<b>104</b>
<b>8.1. Libros.....</b>	<b>110</b>
<b>8.2. Revistas.....</b>	<b>113</b>
<b>8.3. Artículos en prensa.....</b>	<b>115</b>
<b>8.4. Artículos en internet.....</b>	<b>115</b>
<b>8.5. Jornadas.....</b>	<b>116</b>
<b>8.6. Otros.....</b>	<b>116</b>

## **9. ANEXOS**

**Anexo 1.** Ley 46/ 1983, de 26 de diciembre, Reguladora del Tercer Canal de Televisión.

**Anexo 2.** Ley Orgánica 3/1979, de 18 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para el País Vasco.

**Anexo 3.** Ley Orgánica 4/1979, de 18 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Cataluña.

**Anexo 4.** Ley Orgánica 1/1981, de 6 de abril, de Estatuto de Autonomía para Galicia.

**Anexo 5.** Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Andalucía. (Vigente hasta el 20 de marzo de 2007)

**Anexo 6.** Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. (Vigente hasta el 1 de mayo de 2010)

**Anexo 7.** Entrevista José Rodríguez de la Borbolla

**Anexo 8.** Entrevista Juan Luis Manfredi Mayoral

**Anexo 9.** Entrevista Inmaculada Casal

**Anexo 10.** Primera emisión de Canal Sur Televisión



## 1. INTRODUCCIÓN

Cada español consume de media al día casi 300 minutos de televisión. Casi la mitad del tiempo que emplea en su trabajo. Cuatro horas sentado delante de esa “caja tonta”, o lista, según se mire, ya que tiene el poder suficiente como para que no nos despeguemos del sofá de casa.

Ya lo decía el escritor Francisco Ayala: *“la televisión ha venido a llenar un espacio tan considerable en la rutina ordinaria de nuestra vida cotidiana, que ha alterado de un modo sustancial el orden de las actividades y la ocupación de la mente del hombre común”*

Nos guste o no, la televisión forma parte de nuestras vidas. La vemos, la consumimos, la amamos y, a veces, la odiamos. Quienes dicen mantenerse al margen de ella, al fin y al cabo, también sucumben a sus encantos. La gente en la calle habla; y habla de lo que vio anoche en la tele, o de lo que dijo la tele, o de lo que no se dijo... Los programas de televisión son, a diario, motivo de debate y polémica en los lugares de trabajo, en el parque, en el bar, en los colegios...

Queramos o no, todos sabemos quienes son “esos” que salen en televisión; los veamos o no, forman parte de nuestras vidas.

La televisión es el principal instrumento de nuestro tiempo de ocio y nuestros propios hábitos- nuestras comidas, nuestros trabajos, nuestras fiestas....-, cada vez más dependen de lo que vemos en la pequeña pantalla. La televisión **informa, entretiene y educa.**

Hay quienes la defienden, quienes pasan horas y horas delante de la pantalla, sin preguntarse más allá de qué canal prefieren ver. Quienes consumen, por el mero placer de consumir; por el placer de entretenerse, de evadirse de sus problemas- a veces viendo los de otros. A quienes les entra todo por los ojos, sin ir más allá. No hacen crítica de lo que ven, ni para lo bueno ni para lo malo. Sólo quieren ver.

Hay también quienes ven en la televisión una oportunidad para la democratización del saber. Engrandecen la televisión por su poder, por educar, por entretener, por fomentar la cultura, por ayudar a pensar, por favorecer la participación

ciudadana... las críticas que hacen a la televisión no son para más que para engrandecerla.

Y hay quienes, por el contrario, no quieren esta televisión. Quienes huyen de su consumo. Quienes critican lo que ven, lo que escuchan. A quienes no les gusta. Serían esos que Umberto Eco llamó “apocalípticos”. La televisión, para ellos, aliena, atonta...

Hoy en día, parece que cada vez son más quienes aseguran sentirse más cerca de esos apocalípticos. Huyen de la televisión como medio de comunicación de masas. Se encierran en un grupo elitista y “cultureta” que escapa de lo que haga la mayoría. Parece que está de moda poner de manifiesto la influencia negativa de la televisión, como medio de alienación de masas, como instrumento al que sigue un “rebaño de ovejas” sin criterio alguno, manipulable, influenciado y alelado.

Pero lo cierto es que la tele sigue moviendo masas. Estemos de acuerdo o no, la televisión crea corrientes de opinión, marca nuestras pautas de comportamiento e, incluso, nuestras relaciones sociales. Tiene un poder tal, que ni políticos, ni líderes religiosos, ni deportistas, nadie, llega a tanta gente como la televisión, y lo hacen es porque precisamente llegan a ella. Tal es así que, estemos de acuerdo o no, da igual lo que sea verdad o no, lo que importa es “lo que diga tele”. ¿Cuántas veces hemos escuchado eso de “la tele ha dicho...” “pero si esto es verdad, ha salido en la tele...”? Lo cierto es que, estemos de acuerdo o no, vivimos en la llamada “Sociedad de la Información” y estamos asistiendo a una era marcada incuestionablemente por el mundo audiovisual.

La televisión, al fin y al cabo, no tiene una finalidad moral sino instrumental y sus efectos, positivos o negativos, dependerán del uso que se sepa hacer de ella. Por ella misma, no empobrece ni enriquece las mentes. La televisión tiene un papel socializador incuestionable. De alguna manera, prepara al ciudadano para vivir en sociedad, aquello que McLuhan calificó como “Aldea Global”<sup>1</sup>. La televisión está ahí, y sus contenidos también. Hay muchas formas de acercarse a ella. El telespectador elige lo que hace con ella, cómo la consume y cómo la utiliza.

---

<sup>1</sup> McLuhan, M. (1968). *Guerra y paz en la Aldea Global*. Barcelona: Ediciones Martínez Roca.



Con sus detractores y sus defensores, la televisión no deja indiferente a nadie. Ni a mí.

Para mí, la televisión adquiere un papel importantísimo en la sociedad en la que vivimos. Puede que mis padres y mis abuelos pudieran vivir sin ella; pero mis hermanas, mis amigos, mis primos...son incapaces de hacerlo.

Y a mí, me interesa porque soy una ciudadana más, a la que la televisión nutre de información y de entretenimiento, pero también porque soy una profesional. Periodista, trabajadora en los medios audiovisuales desde hace once años y, ahora, investigadora en la materia.

Para mí, más que para nadie, la televisión es algo más. Algo más que una “caja tonta” que deja embobados a quienes caen rendidos en sus redes. Algo más que un medio de comunicación en ¿decadencia?, criticado por quienes “buscan” una televisión más culta y educativa.

Para mí, la televisión es una forma de vida. Algo más que un aparato que crea admiración y odio al mismo tiempo. Para mí, la televisión es un mundo apasionante, divertido, inspirador, complejo eso sí, y digno de ser estudiado. ¿O no creen que un aparato que es capaz de hacer que “gastemos” 500 días completos de nuestra vida delante de él es digno de estudio?

Lo que empezó como un simple proyecto, poco a poco, se ha ido convirtiendo en una nueva forma de vida, que se me ha ido complicando después de cada libro que leía o cada documentación que llegaba a mis manos. El tema se ha ido haciendo más complejo cuanto más conocía acerca de él. Los últimos meses de mi vida han estado acaparados por este proyecto; a veces gratificante, otras no tanto. A tiempo completo, sin poder a veces, despegarme de la pantalla del ordenador, ni de los libros, ni de las revistas... un nuevo renglón, una nueva idea se convertía en un nuevo reto en el que seguir indagando.

Cuando entras de lleno en el mundo de la investigación no eres consciente de lo que te espera, o por lo menos yo no lo era. Cualquier idea te absorbe todo tu día, incluso noches de desvelo. Cada nuevo concepto se convierte en un nuevo reto; cada duda, se convierte en un nuevo tropezón del que a veces te cuesta reponerte. Ganas de tirar la

toalla, de seguir leyendo, de posponer el trabajo, de ampliarlo... luchas internas y contradicciones varias que forman también parte del duro y apasionante camino de la investigación.

Por todos estos motivos y motivaciones, mi campo de investigación y mi objeto de estudio, para mi Trabajo Fin del Máster de Comunicación y Cultura de la Universidad de Sevilla, ha quedado fijado en llamarse: *Los Inicios de Canal Sur Televisión, ¿creación de un tejido industrial en Andalucía?*

Las pretensiones investigadoras se centraron en los inicios de un nuevo canal de televisión en España y el primero en Andalucía. Pero no era sólo eso. No era sólo el comienzo teórico de un Tercer Canal. Era el estudio también del sector, y no sólo nacional, también internacional. Era el reto de indagar en la historia, pero no televisiva, ni siquiera audiovisual, era adentrarnos también en las entrañas más profundas de nuestra historia social, política y económica del mundo, de Europa, de España y de Andalucía.

La radio y la televisión son- en el mundo, en Europa, en España y en Andalucía- industrias culturales, al fin y al cabo. Mercados con un impacto indiscutible en todos los ámbitos de nuestra vida: en la política, en la economía, en la educación, en el mercado laboral y en la cultura.

De esta forma, nos encontramos ante un nuevo desafío interdisciplinar marcado y orquestado por los medios de comunicación.

Desde una perspectiva progresista, la idea de televisión, y sobre todo de televisión pública, está directamente relacionada con el derecho constitucional a la información de los ciudadanos y a la voluntad de crear un instrumento de referencia que atienda a las necesidades comunes y unificadoras de la sociedad. Sin información no hay participación de los ciudadanos y sin ella, no podemos construir la sociedad en la que vivimos.

Así pues, el papel de la televisión pública está directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad; es decir, con la necesidad de preservar el pluralismo de los medios de comunicación. Al fin y al cabo,

los medios de comunicación, y muy especialmente la televisión, tienen un papel fundamental en la configuración de la cultura de todo un país.

En este sentido, con la creación de Canal Sur Televisión se cumple una función imprescindible como agente de la normalización cultural y social, capaz de difundir con fidelidad, coherencia y seriedad las señas de identidad de nuestra Andalucía. Se trata, pues, de despertar la conciencia colectiva de todo un pueblo, el andaluz, con más 8 millones de personas, esparcidas por casi 90.000 kilómetros cuadrados, con una riqueza cultural e histórica como pocos.

Con este panorama nace la Televisión Autonómica de Andalucía. Con una imprescindible función vertebradora de todo un pueblo y con el principal objetivo de reforzar los mecanismos simbólicos de una cultura abierta y plural, con sólidas y ricas raíces; una cultura sin complejos que se abre al mundo entero a través de una pequeña pantalla.

Corresponde a Canal Sur recuperar lo mejor de nuestras tradiciones, sin olvidarse de centrar la vista en el futuro. Donde la modernidad y el progreso se integren en una forma de vida ya hecha. El nuevo canal aparece con la pretensión de ilusionar a la ciudadanía haciendo un guiño al exterior, a ese mundo globalizado en el que, queramos o no, vivimos, llevando con orgullo nuestra tierra y nuestra cultura a todos los rincones del mundo. Un nuevo proyecto que huye de los tópicos y se centra en la responsabilidad social y civil y en la contribución que hace Andalucía al desarrollo de nuestro país y del mundo.

A partir de aquí empieza mi investigación. Empieza la incursión- a través de libros, revistas, documentos y estadísticas- en el mundo de la televisión. De la televisión andaluza.

Consciente de la complejidad del estudio, por todo lo expuesto anteriormente. Consciente del proyecto multidisciplinar al que me enfrento. Y consciente, también, de que los numerosos factores que inciden en la configuración de un modelo de comunicación.

Me enfrento ahora al mayor reto de toda mi carrera académica. Lo haré pausada, concisa. Sin entrar, evidentemente, en cuestiones sociales, ni políticas, ni económicas

propia mente dichas- lo que me llevaría a varios estudios, con análisis en profundidad y perspectivas sociológicas. Pretendo comenzar con estas letras un estudio mucho más limitado y modesto. Sin dejar de lado nada. Teniendo en cuenta todo. Pero centrándome, sobre todo, en los medios de comunicación, en la televisión y en Andalucía.

## 2. METODOLOGÍA

Cuando en un trabajo académico, el investigador tiene que establecer la metodología que se va a seguir en todo el estudio, de alguna manera, se está enfrentando a la labor más importante para el estudio. La más importante, sí, pero también la más difícil, compleja y determinante. Se trata de dar rigor académico, también profesional, a una serie de datos, de ideas y de cuestiones que van más allá de una simple lectura o interpretación de un documento, sea cual sea, que llega a tus manos.

Para conseguir acercarnos a una realidad concreta, independientemente de cuál sea su naturaleza, tendremos que estar muy atentos y vivos ante todo lo que suceda a nuestro alrededor. Tendremos que ampliar nuestra mirada y nuestro campo de análisis. Abrir bien los ojos y estar dispuestos a girar en cualquier curva del camino. Tendremos que saber elegir, interpretar, aprender a corregir e incluso, a veces, admitir que nos hemos equivocado.

Tendremos también que ser capaces de pasar de lo concreto a lo general y viceversa, de las macroestructuras a las microestructuras y al revés, para llegar a las primeras conclusiones de lo observable y lo observado. Tendremos que hacer simple lo complejo, para desengranar un tema, sea el que sea, entenderlo y convertirlo en algo propio.

Tardé más de cuatro meses en decidir qué era exactamente sobre lo que quería investigar. Cambié de opinión en más de seis ocasiones para delimitar mi objeto de estudio. Unas veces porque iba en la línea equivocada, otras, porque mi ambición académica se desbordaba y me marcaba objetivos inalcanzables para desarrollarlos como un “simple” Trabajo Fin de Máster. Necesitaba el tiempo, los contenidos y las formas que sólo tendría para poder hacer un estudio mucho más amplio. Tal vez, serán objeto de estudio para próximas investigaciones de tesis doctorales.

Y escribo “simple” Trabajo Fin de Máster, entre comillas sí, consciente de que es más complejo de lo que *a priori* parece- o yo creí que sería. El presente trabajo va más allá de una investigación puntual y concreta. Consciente de mis limitaciones, pretendo que forme parte de un trabajo posterior, mucho más extenso, ambicioso y exhaustivo que, como he comentado, de pie a una tesis doctoral.

Y es aquí donde empieza nuestro trabajo. El trabajo, al fin y al cabo, del investigador.

## **2. 1. Fundamentación metodológica- científica**

### **2. 1 .1. Objeto de estudio**

Cuando me planteo ponerle el broche final al Máster de Comunicación y Cultura, quiero hacerlo con un trabajo original, novedoso- académicamente hablando- exhaustivo, serio y, sobre todo, práctico.

Lo primero que debemos hacer, como estudiosos e investigadores, será delimitar nuestro objeto de estudio; ya que como afirmó el teórico Krippendorff “*toda investigación científica está motivada por el deseo de conocer o entender mejor una porción del mundo real*”<sup>2</sup>. Sólo eligiendo esa “porción” podremos analizar, de manera exhaustiva y objetiva, lo que estamos estudiando.

Y “cortaremos” esa porción de tarta con cuchillos de tiempos y formas. Con matices conceptuales- espacio- temporales que lo enmarquen en un momento y en un lugar determinado.

Elegido, así pues, el objeto de estudio, ya sólo bastaba ponerle nombre y enmarcarlo bajo título. La decisión estaba tomada. *Los inicios de Canal Sur Televisión. ¿Creación de un tejido industrial andaluz?*

La demarcación espacial vendría dada por la que establece la propia comunidad en la que aparece, en este caso sería Andalucía, y la temporal por el periodo de inicio- que en este caso abarcaría desde 1988, cuando se establecen los primeros pilares de la creación de Canal Sur, hasta 1993, año de inflexión después de que se asentasen las bases del canal público andaluz.

¿Y por qué debemos acotar nuestro objeto de estudio? Pues porque es una condición *sine qua non* a cualquier trabajo o planteamiento investigador. Todas estas acotaciones conceptuales, espaciales y temporales sólo consiguen centrar mi objeto de estudio para que su análisis sea lo más riguroso y clarificador posible.

De este modo, situamos el objeto de estudio y la investigación. Evitamos así confusiones que nos saquen de nuestro tema en cuestión y nos lleve hacia otros campos e ir por el camino recto, sin atajos ni desvíos, en nuestro trabajo. Sólo así podremos conseguir los objetivos que previamente nos hemos marcado.

---

<sup>2</sup> Krippendorff, K. (1990) *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Barcelona: Paidós Comunicación

En palabras de Edgar Morin<sup>3</sup>, *“en la cultura científica, cada vez más dedicada a un conocimiento por una parte cuantitativo y manipulador, y por la otra parcelarizado y disjunto, se da una rarefacción de la reflexión. Siendo que la reflexión une un objeto particular con el conjunto del que forma parte, y este conjunto al sujeto que reflexiona, resulta imposible reflexionar de los saberes parcelados divididos en trozos”*.

No obstante, aunque acotado nuestro objeto de estudio, debemos tener en cuenta otros muchos aspectos, mi trabajo camina más lejos de lo que lo hace mi propio objeto de investigación. Los inicios de Canal Sur, allá por el final de la década de los 80 andaluza, no empiezan sólo en Andalucía, ni lo hace sólo en esa fecha.

A finales del Siglo XIX, el hallazgo de la fototelegrafía permitió vislumbrar una nueva forma de transmisión electromagnética de imágenes y sonidos. Fue a partir de 1900 cuando empieza a sonar el nombre de la televisión.

Mucho ha llovido desde entonces, y mucho sigue lloviendo. Hace años, en la época de nuestros padres o abuelos, la televisión no era más que un lujo al alcance de muy pocos. Una pequeña pantalla que dejaba obnubilados a grandes y pequeños frente a ella. Con imágenes en blanco y negro, con un solo canal o una sola hora de emisión. Cuenta mi padre con añoranza cómo, allá por la década de los 60, la primera “tele” que llegó a su pueblo, una pequeña aldea de Córdoba, fue la de su casa. Y recuerda con orgullo, cómo su madre, mi abuela, abría de par en par la puerta de la calle para que todos los vecinos se acercaran a ver la tele. Puede que entonces la televisión no fuera tal y como la conocemos ahora. De lo que no cabe duda, es que, desde ese momento mismo, la pequeña pantalla ya anunciaba el poder que tendría en el futuro.

Y es aquí precisamente desde donde parte mi estudio. Porque para comprender el momento televisivo en el que nos ha tocado vivir, necesitamos conocer de dónde venimos, quiénes fuimos y cómo fuimos. Remontarnos a esos años 60, a esas familias que miraban la televisión ensimismadas, no por lo que ella contaba, sino por cómo lo hacía. Hacer un recorrido por los pueblos y ciudades. Recordar lo que éramos y lo que somos para conocer lo que estudiamos.

---

<sup>3</sup> Morin, E. (1992) *El Método. Las ideas*. (P.73) Madrid: Cátedra

## 2. 1. 2. Objetivos inmediatos y a medio plazo

Según defiende Bunge, “en términos muy generales, toda ciencia pretende en mayor o menor medida explicar, comprender y predecir. La ciencia, por tanto, tiene un carácter explicativo-comprensivo: explica y ayuda así a comprender problemas, es decir, hechos que de por sí aparecen como inexplicables. Para el descubrimiento de explicaciones la ciencia se sirve de un método (en griego, camino)”<sup>4</sup>. Ése es, precisamente, el objetivo del presente trabajo de investigación; explicar las características de una realidad concreta –los inicios de Canal Sur Televisión- gracias a la utilización de unas habilidades metodológicamente válidas y adecuadas, adquiridas a lo largo del periodo que abarca el Máster en Comunicación y Cultura.

Bajo el título de *Inicios de Canal Sur Televisión. ¿Creación de un tejido industrial andaluz* no sólo se recoge el objeto de estudio que voy a investigar en mi trabajo académico sino que, además, es una pretensión a llegar más allá. Busco bucear en libros, documentos y experiencias vitales de uno de los momentos más importantes para Andalucía. Y no sólo para esa Andalucía audiovisual; también para esa Andalucía política sobre todo, cultural, económica que se presenta ante los ojos del mundo a través de la pequeña pantalla.

Pretendo, en el sentido más humilde y honesto de la palabra, estudiar, uno por uno, cada uno de los acontecimientos que coincidieron en tiempo, forma y lugar y para crear el panorama idóneo en el que surgiría un nuevo canal en España y en el mundo. Pretendo averiguar cómo nació para entender qué es lo que ha llegado a ser. Pretendo investigar el porqué se ha escrito tan poco sobre la materia, aún convirtiéndose en un hito histórico para Andalucía. Pretendo analizar los pormenores, y no tan menores, que se sucedieron para consolidarlo. Y pretendo llegar hasta el fondo de esas 6W básicas en cualquier manual de periodismo. ¿Cuál es ese nuevo Canal de Televisión?, ¿cuándo surge Canal Sur Televisión?, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿por qué? y ¿para qué?

---

<sup>4</sup> Bunge, M. (1989): *Seudociencia e ideología*. (Pp. 19-20). Madrid: Alianza Universidad



### 2.1.3. Hipótesis

*“Toda investigación científica, en su sentido más amplio, presenta dos vertientes distintas: el descubrimiento de los hechos y la creación de hipótesis y teorías”*<sup>5</sup> o, en otras palabras, una vez que se tiene constancia del concepto concreto que hemos elegido como objeto de estudio tenemos que dejar establecida una hipótesis de salida que active todo el proceso de investigación y que posteriormente se refuerce y diversifique mediante formulaciones hipotéticas menores, indispensables para avanzar en el trabajo.

También Carl Hempel reflexionó sobre el asunto con estas palabras, *“empleamos la palabra hipótesis para referirnos a cualquier enunciado que esté sometido a contrastación, con independencia de si se propone describir algún hecho o evento concreto o expresar una ley general o alguna otra proposición más compleja”*<sup>6</sup>.

Parto, por mis estudios e inquietudes, por los años de profesión que llevo a mis espaldas, por trabajar en Canal Sur, por conocerlo “desde dentro”, por lo leído... de una serie de hipótesis y planteamientos previos. Éstos se pueden recoger en los siguientes puntos de partida:

- Canal Sur nace por la necesidad de crear un Canal que una y vertebrase todos los pueblos de Andalucía, ya que es una de las Comunidades Autónomas más extensas y con mayor número de habitantes.
- Canal Sur surge para acercarse a los andaluces y reforzar las señas de identidad, culturales e históricas de todo un pueblo. Se potencia, de algún modo, el orgullo de ser andaluz.
- Canal Sur se convierte en la mayor ventana abierta al mundo para dar a conocer su idiosincrasia, sus costumbres, sus acentos, su historia y su cultura, más allá de los estereotipos que han formado las conciencias de los ciudadanos.
- Canal Sur se presenta como un altavoz de la democracia, de la pluralidad y de la participación, puesta al frente del servicio público que ofrece, como televisión pública que es.

---

<sup>5</sup> Alcina Franch, J. (1999) *Aprender a investigar*. (P.71). Madrid: Compañía Literaria

<sup>6</sup> Hempel, C. (1982): *Filosofía de la ciencia natural* (P.38) Madrid: Alianza

- Con la llegada de Canal Sur se abre un amplio abanico industrial, ya que crea un mercado audiovisual andaluz fuerte y competitivo, con una mano de obra preparada y cualificada. Una nueva industria andaluza capaz de dar servicio a los productos televisivos de la comunidad y satisfacer las demandas y las necesidades de todos los ciudadanos.

Así pues, con el objeto de estudio definido, con los parámetros marcados de las primeras pretensiones y con las hipótesis bien formuladas, ya sólo queda “entrar en cocina” y darle forma a una investigación que ahora comienza.

## **2. 2. Parámetros metodológicos**

Para que nuestro estudio adquiera cuerpo, debemos dejar establecido cuál va a ser el método que vamos a seguir para llevar a cabo nuestra investigación de manera rigurosa y exhaustiva.

En este sentido, Miguel Rodrigo Alsina señala: “todo investigador debe hacer unas opciones metodológicas al trabajar”, y estas opciones no son más que “el establecimiento de los principios generales que fundamentan la verdad científica de que se trate”- argumenta Ángel Benito<sup>7</sup>.

Para Rodrigo Alsina el método no es más que un procedimiento general y son las técnicas las que hacen referencia a los procedimientos de actuación concretos y particulares.

*“La metodología cualitativa suele privilegiar una aproximación emic al objeto de estudio. El investigador lo que hace es vivir una experiencia que interpreta. Por último, se podría señalar que el análisis se centra en un proceso que se contextualiza y que se observa integrado en otras prácticas sociales y culturales más amplias”<sup>8</sup>. Además “la metodología crítica es básicamente una reflexión racional que busca desvelar la distorsión que la ideología,*

---

<sup>7</sup> Reig, R. (2010): *La telaraña mediática* (P.48). Madrid: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones

<sup>8</sup> Reig, R. (2010): *La telaraña mediática* (P.49). Madrid: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones

*entendida como falsa conciencia, produce en la concepción de la realidad de las personas. Se pretende ampliar la conciencia crítica de las personas porque las ideologías dominantes, bajo una apariencia de racionalidad, ocultan unos intereses políticos particulares. Se trata de poner de manifiesto estas contradicciones y denunciar la apariencia de la racionalidad que las ampara”.*

Para la metodología crítica, pues, las ciencias sociales no son más que procesos de análisis críticos que nos llevan a unas ilusiones superficiales capaces de borrar de nuestra mente y nuestras concepciones las estructuras reales del mundo material. De esta manera, se nos presenta difícil la tarea de cambiar el mundo para construir uno mejor<sup>9</sup>.

Por su parte, para los autores Bogdan y Taylor<sup>10</sup> la metodología se convierte en el camino desde el que “*enfocamos los problemas y buscamos las respuestas. En las ciencias sociales se aplica a la manera de realizar la investigación. Nuestros supuestos, intereses y propósitos nos llevan a elegir una u otra metodología*”.

Pero, ¿cómo elegir el camino adecuado?, ¿o el más útil?, ¿o el más eficaz?... Sea cual sea, la respuesta es clara: aquel que nos permita averiguar el fin último de nuestro trabajo: cómo y cuáles fueron los inicios de Canal Sur Televisión.

Desde una perspectiva general, los métodos deben ser entendidos como instrumentos puestos al servicio de la investigación. En palabras de Gérard Fourez, “*una vez comprobada la relatividad de los métodos con que los científicos hacen avanzar sus experimentos, también hay que insistir en la coherencia que pueden ofrecer. Enfrentados a preguntas, los científicos utilizan diversos métodos y modos diversos para aprehenderlas*”<sup>11</sup>.

No obstante, lo cierto es que yo, como nueva investigadora, y como he comentado en el apartado anterior, parto de una serie de premisas y conocimientos sobre la materia que he ido adquiriendo a lo largo de los años. Por ello, comienzo mi andadura

---

<sup>9</sup> Reig, R. (2010): *La telaraña mediática* (P.50). Madrid: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones

<sup>10</sup> Taylor S.J./Bogdan, R. (1994): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (P.15) Barcelona: Paidós

<sup>11</sup> Fourez, G. (1994): *La construcción del conocimiento científico*. Madrid: Narcea

en este estudio desde una metodología hipotética-deductiva, que pretende desgranarse por medio de hipótesis menores previas y preconcebidas pero que no olvidan el marco en el que se encuentran, ya que forman parte de un estudio académico, científico y riguroso.

Unos conocimientos y una observación previa sin la que hubiera sido posible poner en pie esta investigación. En este sentido, afirma Bronowski lo siguiente:

*“Para obrar de un modo científico, de un modo humano simplemente, son necesarias dos cosas: hecho y pensamiento. La ciencia no consiste sólo en hallar los hechos; ni basta con pensar, aunque sea racionalmente. Los procesos de la ciencia son característicos del obrar humano en el sentido de que se desarrollan a través de la unión del hecho empírico y el pensamiento racional, de modo tal que pueden ser separados”<sup>12</sup>.*

También Carl Hempel aporta su granito de arena en este sentido afirmando que *“las hipótesis interpretadas serán hipótesis derivadas de la teoría; pero su confirmación o desconfirmación por los datos empíricos fortalecerán o debilitarán medianamente también las hipótesis primitivas a partir de las cuales fueron derivadas”<sup>13</sup>*. En esta cadena entre causa y efecto de hipótesis o, lo que es lo mismo, entre hipótesis menores o previas y mayores o formuladas, las segundas se desprenden de las primeras, pero éstas últimas se ven influenciadas por aquéllas que han sido motivadas a lo largo de una investigación que, en sí misma, debe ser considerada como un proceso, como un todo.

### **2. 2. 1. La hipótesis indeterminada**

Sin embargo, no podemos caer en la idea de que ya está todo inventado. Con todo lo dicho, no es difícil advertir que nos encontramos, al mismo tiempo, ante una

---

<sup>12</sup> Bronowski, J.(1978): *El sentido común de la ciencia* (P.37). Barcelona: Península, Barcelona

<sup>13</sup> Hempel, C. (1988): *Fundamentos de la formación de conceptos en ciencia empírica* (P.57) Madrid: Alianza

hipótesis-tesis y ante una conclusión y esto no es más que porque no partimos de la nada, sino de esas ideas preconcebidas forjadas a bases de la propia experiencia.

En este sentido, Karl Popper sostenía que la ciencia no puede ser descrita como un método para verificar una hipótesis sino como un método que nos lleva a, lo que él mismo llama, la “falsación de la hipótesis”<sup>14</sup>..

A diferencia de las argumentaciones esgrimidas por Carl Hempel cuando sostiene que “las ciencias empíricas tienen dos objetivos principales: descubrir los fenómenos particulares en el mundo de nuestra experiencia y establecer principios generales por medio de los cuales ellos pueden ser aplicados y predichos”<sup>15</sup>, para Popper, una tesis científica nunca está fundamentada absolutamente, sino preferida a otras. Y más si lo hace en el contexto de las ciencias sociales en el que se han desarrollado todos nuestros esfuerzos como investigadores. En las ciencias sociales, y más en las de la comunicación, se hace imposible llegar a este tipo de conclusiones ya que las características y las especificidades sociales, económicas y culturales Andalucía, de España y del mundo han permitido un tipo de relación diferenciada.

*“Lo peculiar de un campo de investigación, a diferencia de un campo de creencias, es que está permanentemente en flujo. En otras palabras, es la investigación activa de algún tipo: la búsqueda, formulación y solución de problemas, el descubrimiento de ideas y hechos, la invención de hipótesis, teorías, métodos o artefactos”<sup>16</sup>. Y es así porque, en líneas generales, “todo ser humano nace en el seno de una sociedad que incluye una cultura, y toda cultura incluye uno o más campos del conocimiento. Algunos de estos campos son sistemas cerrados de creencias (por ejemplo las religiones), mientras que otros son campos abiertos de investigación”<sup>17</sup>.*

---

<sup>14</sup> Reig, R. (2010): *La telaraña mediática* (P.42) Madrid: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones

<sup>15</sup> Hempel, C (1988): *Fundamentos de la formación de conceptos en ciencia empírica* (P.9) Madrid: Alianza

<sup>16</sup> Bunge, M. (1989): *Seudociencia e ideología*. Madrid: Alianza Universidad

Este trabajo de investigación, por lo tanto, no es determinista. Y es que, a pesar de haber seguido una metodología específica de carácter hipotético-deductivo, como hemos ido argumentando, nuestro estudio no se encuentra encorsetado en una serie de parámetros y argumentaciones de verdades absolutas.

Para Karl Popper:

*“el determinismo afirma que el futuro puede deducirse racionalmente a partir de las condiciones iniciales, pasadas o presentes, en unión de teorías universalmente verdaderas (...) Aparte de criticar el determinismo, he expuesto hasta ahora dos argumentos positivos a favor del indeterminismo: el del carácter aproximado del conocimiento científico y el de la asimetría entre el pasado y el futuro”<sup>18</sup>*

### **2. 2. 2. Hacia una perspectiva teórica**

Independientemente de ello, partamos o no de observaciones previas y situándonos bajo un prisma mucho más general, han sido muchos los autores que a lo largo de la historia han establecido dos perspectivas teóricas metodológicas claves y necesarias para tener en cuenta en cualquier trabajo de investigación.

Por un lado, hablamos de metodología positivista cuando el camino busca los hechos o causas de los fenómenos sociales con independencia de los estados subjetivos de los individuos<sup>19</sup>.

Según Taylor y Bogdan, en el modelo de investigación de las ciencias naturales, el positivista busca las causas mediante métodos tales como cuestionarios, inventarios y estudios demográficos, que producen datos susceptibles de análisis estadístico<sup>20</sup>.

---

<sup>18</sup> Popper, K. (1986): *El universo abierto. Un argumento a favor del indeterminismo* (P.88) Madrid: Tecnos

<sup>19</sup> Taylor, S.J./Bogdan R. (1994): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (P.15) Barcelona: Paidós

Para el positivismo es válido asumir que el sujeto cognoscente puede acceder absolutamente al objeto por conocer y que además, puede hacerlo por medio de un método específico válido para todos los campos de la experiencia.

La realidad, pues, se presenta como verdad única e incuestionable, que puede ser fragmentada para su análisis y las partes pueden ser manipuladas independientemente. De esta manera, considera que es posible establecer leyes generales, que son permanentes independientemente del tiempo y causas de los hechos.

Rodrigo Alsina también hace su aportación acerca de esta teoría, argumentando que

*“el positivismo considera que el único conocimiento válido es el verificable y medible. La cuantificación es básica para la metodología positivista. Para el positivismo las ciencias sociales son un método que combina la lógica deductiva con las observaciones empíricas precisas de la conducta individual para descubrir y confirmar una serie de leyes probabilísticas causales que se pueden usar para predecir los modelos generales de la actividad humana”<sup>21</sup>.*

En el otro extremo, alejado de los positivistas, se encuentra el fenomenólogo, que *“busca comprensión por medio de métodos cualitativos tales como la observación participante, la entrevista en profundidad y otros, que generan datos descriptivos”<sup>22</sup>*, de manera que somos los individuos quienes percibimos la realidad.

También conocida como la concepción dialéctica del conocimiento no podemos admitir la posibilidad de hacer generalizaciones. Tenemos que trabajar con hipótesis de trabajo limitadas a un tiempo y a un espacio particular. El contexto, por tanto, juega un papel muy relevante según la concepción dialéctica del conocimiento.

Con esta corriente teórica, se parte de que los fenómenos tienen múltiples factores asociados y no unas pocas causas, por esta razón, no interesa enfocar el estudio en la óptica causa-efecto. Interesa en este enfoque estudiar los esquemas de relaciones complejas, y no tanto la búsqueda de relaciones determinadas de causa y efecto, y tener en cuenta los valores del investigador ya que, al fin y al cabo, tienen importancia y, de

---

<sup>21</sup> Reig, R. (2010): *La telaraña mediática* (P.50) Madrid: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones

alguna manera, determinan los resultados. La investigación, por tanto, se asienta sobre las bases que dejan los métodos cualitativos, desarrollándose directamente en el sitio en el que se da ordinariamente el fenómeno.

Así pues, y teniendo en cuenta estas dos corrientes entre métodos cuantitativos y cualitativos, el presente trabajo de investigación desarrollará una metodología fenomenológica o dialéctica puesto que ha arrancado de la observación, de unas hipótesis y conocimientos previos que han sido apoyados con nuevos estudios, lecturas y entrevistas con los agentes implicados.

De este modo, *“en la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo (...). Estudia a las personas en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se hallan”*<sup>23</sup>.

O visto de otro modo: *“un estudio cualitativo no es un análisis impresionista, informal, basado en una mirada superficial a un escenario o a personas. Es una pieza de investigación conducida por procedimientos rigurosos, aunque no necesariamente estandarizados”*<sup>24</sup>.

Con todo, afrontamos, pues, esta investigación desde el ámbito de las ciencias sociales, más concretamente de las ciencias de la comunicación, bajo el amparo de una metodología hipotético-deductiva, en la que se parte de una serie hipótesis, que a su vez va generando otras de índole de menor, y viceversa.

### **2. 3. La importancia de contextualizar**

Después de todo lo dicho, la delimitación del objeto de análisis, el campo de investigación y el método de estudio se unen a un ejercicio de contextualización imprescindible para poder desarrollar nuestro trabajo.

Y es que, a pesar de delimitar *Inicios de Canal Sur. ¿Creación de una industria audiovisual andaluza?* tenemos que tener en cuenta en qué contexto se enmarca, tanto conceptual como espacio-temporal. Sólo así podremos evaluar y analizar de manera rigurosa nuestro trabajo y comprender las conclusiones finales que de él se desgranen.

---

<sup>24</sup> Taylor, S.J./Bogdan R. (1994): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (P.22) Barcelona: Paidós, Barcelona



Ludwik Fleck nos coloca en esta necesaria tesitura para la investigación cuando nos advierte de que *“la compleja estructura de la sociedad moderna lleva consigo que los colectivos de pensamiento se interseccionen e interrelacionen de formas diversas, tanto temporal como espacialmente”*

A la hora en que se comenzó a elaborar el presente trabajo, propiamente dicho, se hizo necesaria hacer una incursión en algunas materias que han sido consideradas pertinentes para llegar a comprender las diferentes variables que marcaron la creación del canal autonómico andaluz.

Tal es así que, como ya introdujimos a *grosso modo* anteriormente, haremos un recorrido histórico por la televisión europea y española. Por sus orígenes, marcando ideas y desglosando conceptos teóricos. Estableciendo los marcos jurídicos, políticos y sociales en los que se desarrollan las primeras televisiones públicas, y las que les siguen.

Con modelos de desarrollo desiguales, las televisiones de todos los rincones del planeta han ido satisfaciendo demandas concretas que han ido cambiando claramente el panorama mundial. Y es, precisamente por ello, por lo que se hace necesario un análisis de cómo era la televisión pública en Europa en los años 80, cuáles eran sus políticas de actuación en materia audiovisual, qué cambios ha ido experimentando en los últimos años, cómo le ha influido la industria del sector estadounidense y, por supuesto, de qué manera todo ello se reflejó en España y en Andalucía.

Al fin y al cabo, Europa está integrada por muchos Estados Miembros, diferentes todos ellos por la lengua y la cultura. Desde el punto de vista económico, por ejemplo, ello constituye un punto débil pero que desde el punto de vista cultural hace mucho más rico el continente, permitiendo a la industria de la información desarrollar nuevos productos y servicios de información.

Unos contenidos sólo posibles dentro de un panorama audiovisual entendido como un ente sobre el que se sustenta el servicio público. La televisión pública, pues, aparece como el mejor medio para cumplir esta función social que, por otra parte, era para la que fueron creados y garantizar así su supervivencia. En esto, nuestro estudio reparará de manera detallada, con la ayuda de una vasta bibliografía, por considerar que es en ese “servicio público” donde radican las bases de todo el trabajo investigador.

Con este análisis previo, se pretende precisar la incidencia que tuvieron ciertos aspectos en la llegada de los canales autonómicos públicos y, por consiguiente, de la televisión de Canal Sur.

A partir de ahí, el trabajo se desarrolla en una serie de capítulos y apartados que abarcan desde los aspectos más formales del estudio, como la estructura física que vamos a seguir, hasta los fundamentos teórico científicos sobre los que se asienta nuestra investigación. Se ha dividido en capítulos independientes, aunque conscientes de que pertenecen a una misma realidad, que se presentan como la mejor manera para establecer unidades de análisis, tanto en el terreno de la investigación como en la redacción y exposición de la misma. El objetivo está claro: ordenar nuestro estudio de manera que sea más fácil para el investigador su trabajo al tiempo que la exposición sea más clara y legible para el lector. Una división hermenéutica que responde, de alguna manera, sólo a las variables predominantes que hicieron posible la creación de Canal Sur, como canal autonómico andaluz, y su posterior consolidación.

Así pues, dividimos nuestro trabajo varias partes fundamentales. Los dos capítulos iniciales son la antesala del desarrollo específico de los contenidos del trabajo y, después de tras componer el entramado metodológico necesario para materializarla, comparten la utilidad de contextualizar el tema. De ahí que el presente estudio parta de un contexto internacional y nacional que, de alguna manera, marca las pautas de acción a la hora de conformarse Canal Sur Televisión. Primero desde lo general para acercarnos lo local, idea que entronca con lo que vendría dado por esa metodología deductiva que hemos utilizado. Todo ello, vendrá apoyado con una serie de gráficos y datos cuantitativos extraídos de diversas fuentes para clarificar algunos aspectos de nuestro estudio.

A partir de aquí, nos sumergimos en el fenómeno de las autonomías, su nacimiento y su desarrollo. Bajo el abrigo de la llamada “Ley del Tercer Canal” los medios de comunicación se convierten en el mejor altavoz para las nuevas comunidades.

Sin embargo, la naturaleza política y jurídica de los medios de comunicación, nos obliga a detenernos en la idea de que los fenómenos televisivos son, al fin y al cabo, manifestaciones sociales. El ser humano es, ante todo, un ser biológico que se desarrolla en un hábitat natural y que necesita tener relaciones sociales y socializadoras. Por eso, debemos hacer una parada en el entorno natural en el que viven los andaluces y volver a contextualizar nuestro objeto de estudio. Lo enmarcamos ahora en un entorno natural, histórico, social y económico. En el momento en el que nace Canal Sur Televisión, Andalucía es sólo el reflejo de las personas que viven en ella, de su dinámica, su territorio, su cultura...

Así pues, el capítulo dedicado propiamente a los inicios de Canal Sur se comienza haciendo un repaso por los diferentes marcos sociales, económicos y políticos que coincidieron con nuestro objeto de estudio.

Al fin y al cabo, como el sociólogo Salvador Giner dice *“toman como punto de partida el estudio del hombre como ser social, o sea, el estudio de sus colectividades, aunque, claro está, cada una de ellas haga énfasis sobre sus diversos aspectos. Los resultados obtenidos por cada una de las ciencias sociales son complementarios y se necesitan unos a otros”*<sup>25</sup>.

Aún así, y siguiendo con la metodología de naturaleza cualitativa, el capítulo específico que hace referencia al nacimiento de Canal Sur Televisión, irá completado con una serie de entrevistas en profundidad, hechas a los principales actores que, de una manera u otra, intervinieron en el proceso- entre ellos, el entonces Presidente de la Junta de Andalucía, don José Rodríguez de la Borbolla.

Así, señalan Taylor y Bogdan, *“por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras”*<sup>26</sup>.

Este método de entrevistas se ha utilizado como complemento al material escrito- libros, revistas, documentos, anuarios...-, digital- internet- y audiovisual que se ha empleado en el presente trabajo.

#### **2. 4. Fuentes de investigación**

*“Cada estudio de la investigación es una búsqueda de información acerca de algún tema. La forma y dirección que la búsqueda toma está notablemente afectada por lo que se cree son las fuentes apropiadas”*. Así lo definía Mohammad Nagui cuando analizaba la metodología en su sentido más amplio<sup>27</sup>. Y es una búsqueda en continuo

---

<sup>25</sup> Giner, S. (1990): *Sociología* (P.1990) Barcelona: Nexos

<sup>26</sup> Taylor, S.L./Bogdan R. (1994): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (P.101) Barcelona: Paidós

<sup>27</sup> Nagui Namakforoosh, M. (1988): *Metodología de la investigación*, México: Limusa

movimiento, medido por las brisas que soplan de cada una de las investigaciones. Una información te lleva a otra, y esa a una nueva.

Por ejemplo, se parte de un libro, de uno sólo, y se acaba teniendo toda una base documental con decenas de materiales útiles para la investigación. Cuanto más lees, o más sabes, más quieres leer, o saber. En un proceso de investigación, de una madeja se tira de un hilo y de ahí, se tira de otro. Tal es así que la determinación y elección de las fuentes ha sido desde el comienzo de la investigación una cuestión de primer orden.

Empezamos nuestra investigación a partir de las fuentes documentales ya existentes. Una serie de bibliografía publicada sobre el tema, básica para centrarlo y contextualizarlo debidamente.

Muchos han sido los libros y revistas de autores nacionales e internacionales que nos han ayudado a ubicar los inicios de Canal Sur Televisión. Documentos que hablan de la Televisión como fenómeno social, en España, en Europa y en el mundo. Contenidos que especifican el entramado organizativo y financiero del medio de comunicación y que dejan al descubierto conceptos tales como “servicio público”, “regionalización audiovisual”, etc., y que van desgranándose a lo largo de la investigación. A ello, se le suma una bibliografía específica acerca de Canal Sur, compuesta por anuarios y jornadas propias, de los que se han extraído muchos de los gráficos que servirán de apoyo durante la exposición de nuestra investigación.

Además de todas estas fuentes escritas y publicadas, y de manera necesaria por los tiempos que corren, se hace imprescindible acudir a otro tipo de fuentes. En este caso son las digitales y las encontradas en internet, plataforma utilísima para acceder de manera rápida y precisa a muchas de las informaciones que se han usado en el presente trabajo. Entre ellas, la primera emisión de Canal Sur Televisión, allá por el año 1989.

No obstante, debo advertir que ha sido muy poco lo publicado acerca de Canal Sur, como televisión pública andaluza propiamente dicha. Tal vez por su relativa juventud- tres décadas- o por la dificultad de acceder a cierta información.

Lo cierto es que los inicios de Canal Sur parecen “oscuros” en cuanto que es poca y escogida la información que se ha hecho, y sigue haciéndose pública. Tal vez éste haya sido el principal escollo con el que me he encontrado a la hora de hacer mi trabajo. Un problema que convertí en un reto. Quise embarcarme en el primer estudio sobre los inicios del canal autonómico andaluz.

Muchos de los contenidos que en él se exponen han sido obtenidos “off de record” o bajo una intensa persistencia, la que te da haber trabajado al lado de quienes

ahora gozan de una información privilegiada- e incluso de colecciones documentales privadas. El “abuso” de esta confianza ha facilitado, sí, considerablemente mi investigación ya que si no fuera empleada de Canal Sur no hubiera podido acceder a la mitad de las fuentes que he tenido a mi alcance.

En más de una ocasión, me he visto en la obligación académica de contrastar muchas de las informaciones leídas y publicadas con los agentes implicados en todo el proceso y viceversa. De ahí que las entrevistas se hayan convertido también en parte de la metodología que ha seguido nuestra investigación.

Aún así no se pretende con ello escribir y precisar las historias de Canal Sur Televisión, sino que sirve como punto de partida para comenzar a investigar. De alguna manera, el trabajo de hemeroteca resulta imprescindible para llegar a los testimonios que recogen los inicios de la televisión autonómica andaluza.

A lo largo del presente trabajo, pues, a través de diferentes fuentes, primarias y secundarias, se ha pretendido recoger una información inicial que nos permita ir aproximándonos a nuestro objeto de estudio, de manera clara, sin dar muchos rodeos, y concisa.

Como ya hemos comentado, y a modo de resumen, una vez seleccionados los documentos a lo largo de esta primera fase, se aplicará una metodología hipotético-deductiva, de carácter cualitativa y a la que hemos hecho referencia anteriormente, que concluya en una serie de conclusiones finales y que sustenten con claridad la defensa de una línea argumental sólida, científica y rigurosa.

## **2. 5. Dificultades y limitaciones del investigadora**

Sin embargo, y antes de entrar de lleno con nuestro trabajo, debemos advertir, y hacérselas saber al lector también, que la investigadora se ha encontrado con una serie de limitaciones dignas de reseñar. Cuando nos disponemos a hacer una investigación de este calibre debemos de ser conscientes de que en el camino nos encontraremos muchas dificultades que debemos ir sorteando; las que nos pone el propio estudio y las que nos ponemos nosotros mismos.

En mi mano ha estado el seleccionar, leer y analizar todos cuantos libros, revistas, documentos, etc., han llegado a mis manos. Escogidos a conciencia de bibliotecas, hemerotecas y enlaces digitales.

Sin embargo, la elección de toda la documentación y de las principales fuentes ha venido dada, sobre todo, por una serie de limitaciones espacio- temporales. Y es que ha sido poco el tiempo que he tenido para poder desarrollar un estudio de esta envergadura, ya que el trabajo se enmarca dentro de un Máster, el de Comunicación y Cultura, del que se prevé tenga un año de duración. Una falta de tiempo que ha delimitado mucho las fuentes a las que he tenido acceso. Por ejemplo, muchas de las entrevistas que *a priori* quise hacer se convirtieron en un imposible por no poder cuadrar agendas y horarios y muchos libros y documentos que pretendí nunca llegaron a mis manos.

Una vez que mi consciencia distingue y proyecta las dificultades temporales y espaciales con las que me voy a ir encontrando a lo largo de mi estudio, tropiezo con una nueva traba.

Como he comentado ha sido escasa la bibliografía que se ha publicado acerca de los inicios de Canal Sur Televisión. No obstante, ha sido el soporte de internet en el que he encontrado más información sobre mi estudio, aunque la que había se alejaba de la fiabilidad que merece un trabajo académico de este tipo. La mayoría de los documentos tenían una redacción crítica y, en ocasiones, bastante apasionada- en muchas ocasiones por el inconformismo que da una revisión gastada, decadente y controlada por la Junta de Andalucía. Hablan más de cuestiones políticas, de lo que se hizo bien o mal que del hecho en sí mismo.

Verdad o no, esté de acuerdo o no con todas las ideas que se extraen de todo lo que se ha publicado, lo cierto es que no debemos olvidar que el nuestro se presenta como un proyecto riguroso y contrastable que no puede caer en las redes de lo opinable y lo fácilmente manipulable.

Así pues, no han sido estos meses días de lecturas de un libro de cabecera, sino de muchos libros. De muchas ideas y opiniones de las que he ido desengranando una propia. De consultar fuentes, una y otra vez, para hacerme con mi propio manual investigador. De coger de aquí y de allá hasta convencerme de que no había más de donde sacar.

En resumen, el éxito del presente trabajo, la consecución de los objetivos que nos hemos marcado y la claridad expositiva de sus contenidos, vendrán determinados por la buena o mala elección de las fuentes, del método utilizado en nuestra investigación, de las herramientas elegidas y de la capacidad de análisis que de todo ello se desprenda.

Empezamos, pues, de lleno con nuestro trabajo. Con la pretensión de zambullirnos en el apasionante y complejo mundo del estudio académico y de la investigación.

### **3. ANTECEDENTES DE TELEVISIÓN PÚBLICA EN EUROPA**

Pero mucho ha llovido hasta llegar a lo que conocemos hoy en día por televisión. Y para tener un mayor conocimiento de lo que hoy vemos cuando encendemos el botón de nuestro televisor, se hace necesario hacer un recorrido audiovisual a través de los años. Al fin y al cabo, sólo somos capaces de comprender lo que somos, si conocemos lo que fuimos.

No nos quedaremos en la superficie, iremos más allá, profundizaremos hasta adentrarnos en las entrañas de la televisión. ¿Cuándo nace?, ¿cómo? y, ¿qué ha pasado para que lleguemos donde estamos?

#### **3.1. La televisión en Europa**

Antes de entrar de lleno en el panorama televisivo andaluz, que al fin y al cabo es sobre el que centraremos nuestro estudio, haremos un paréntesis sobre el concepto de televisión y de qué manera es entendido en Europa. Y lo haremos de Europa- y no de Estados Unidos- porque es el espejo en el que se refleja la forma de hacer televisión en España y, por consiguiente, en Andalucía.

Tradicionalmente, en Europa la televisión es considerada como una actividad que desarrolla funciones de utilidad pública, a diferencia de lo que ocurre en Estados Unidos y en otros sectores de la comunicación (como en los periódicos, las revistas y en los espectáculos). Mientras que en Estados Unidos la televisión tenía limitada la intervención del Gobierno para dejarlo en manos de empresas privadas, en los países europeos se prefirió confiar la actividad audiovisual al Estado que lo gestiona y controla.

Con esta gestión por parte del Estado aparece un nuevo concepto en el panorama audiovisual: el de monopolio. La televisión está en manos sólo y exclusivamente del Gobierno... ¿pero de qué manera se manifiesta ese control absoluto? ¿Por qué es mejor dejarlo en manos de los Estados?

Pues porque, entre otras cosas, los medios físicos de difusión de la señal televisiva son escasos. Además, la televisión debe responder a las necesidades informativas, educativas y divulgativas de los ciudadanos; en definitiva, su función principal es la de transmitir al público los valores de la civilización al tiempo en el que garantice las formas de participación y de pluralismo de la ciudadanía. En este sentido, a



la televisión se le atribuye un papel fundamental en la democracia. Una democracia a la que ayuda también un nuevo rol- jurídico, en este caso- que también se le atribuye a la televisión. A partir de ahora, el medio deberá promover la libertad de expresión como derecho constitucional en cuanto que la televisión pública hace lo hace efectivo y defiende como derecho fundamental.

Así pues, la propia naturaleza de la televisión la determina como un servicio nacional que adquiere muy pronto grandes dimensiones industriales y empresariales. Unos intereses que, en el caso de la televisión en Europa, se regula como un modelo en el que prevalecen el interés y la titularidad públicos.

La televisión se regula mediante la normativa de los servicios de las telecomunicaciones, de la telegrafía en un primer momento y de la radio después, como medios de comunicación de masas.

Ya en el año 1837, la Ley francesa, por ejemplo, establece un monopolio del Estado sobre las transmisiones de señales mediante instrumentos de telegrafía que años más tarde (1851) se aplicarán al resto de telecomunicaciones. Sin embargo, en Estados Unidos las trasmisiones nacen al amparo de la libre iniciativa privada aunque la licencia de la Administración es, del mismo modo, obligatoria.

Así pues, el medio de la radio ha sido, sobre todo, el que ha determinado el marco jurídico de la televisión. La radio aparece en la mayoría de los países por iniciativa privada. Sus primeras emisoras habían sido gestionadas por empresas tecnológicas- con la BBC constituida en 1922 como la primera cadena europea de radio. Poco a poco, el Estado va interviniendo en los canales hasta el punto de que en Inglaterra terminan retirando las licencias de radio para las empresas privadas y comerciales; se crea entonces la segunda BBC como corporación pública.

La intervención del Estado se acentúa en las proximidades de la Segunda Guerra Mundial donde la radio pasa a ser un instrumento importantísimo de propaganda, constituyéndose así los grandes monopolios públicos en Europa que marcaron el panorama audiovisual del momento.

### **3.2. Años 80. Un nuevo concepto de televisión pública**

De lo que no cabe duda es que, hasta principios de los años 80, la televisión era un bien escaso; una especie de lujo al que muy pocos podían acceder. En su gestión, financiada con fondos públicos estatales- o presupuestos generales- y sometida bajo los principios de interés y de utilidad general, apenas asomaba la cabeza el concepto de publicidad.

Pero a partir de la década de los 80 todo cambia. La política “desreguladora” arranca en Estados Unidos con un nuevo ordenamiento jurídico en los medios. Las nuevas tecnologías irrumpen con fuerza en el panorama televisivo. Aparece un nuevo modelo de televisión vinculada a los desarrollos tecnológicos del momento. O más bien, dos nuevos modelos o sistemas de difusión frente al modelo tradicional terrestre: la televisión por cable y la televisión por satélite.

La televisión por cable segmenta los mercados. Ahora las audiencias, las coberturas, la programación... forman parte del conglomerado audiovisual. Se multiplican los canales y los servicios. Y la televisión por satélite permite traspasar las fronteras políticas y culturales. Dos sistemas aparentemente diferentes pero absolutamente complementarios que, de alguna manera, internacionalizan el panorama televisivo, no sólo europeo, también el americano. Ahora prima una programación de contenidos específicos y especializados, dirigidos a una audiencia determinada y selecta. Aparecen los canales temáticos- como los de cine, deportes o música. Asistimos, pues, a una expansión imparable del mercado televisivo, no conocida hasta entonces.

En toda esta década de los 80, la mayoría de los países europeos regulan la televisión privada; al mismo tiempo en que asistimos a una multiplicación en el número de canales y de ofertas- en 1954 en el Reino Unido se crea la ITV como la primera televisión comercial en Europa y en 1976 se rompe el monopolio de la RAI italiana. También en España el proceso desregulador se inicia con la ruptura del monopolio público de la televisión estatal, primero en 1983, con la regulación de los terceros canales autonómicos y, cinco años más tarde, con la regulación de las televisiones privadas.

En España, todo este movimiento de apertura de mercados coincide con el fin de una dictadura de 40 años. El partido político que empieza a gobernar en la democracia

española lleva incluido en su programa electoral todos estos vaivenes televisivos-entraremos en la materia en profundidad en el siguiente capítulo.

Una nueva visión televisiva, pues, cualitativa; pero que marca sus pautas también a nivel cuantitativo. Y es que no es sólo un cambio de contenidos ni de programación; la nueva oferta también se traduce en una gran inversión económica ya que se abren mercados, locales, regionales e internacionales con una considerable redistribución de la publicidad.

### **3.3. El Libro Verde sobre la creación del Mercado Común de la Radiodifusión<sup>28</sup>**

El 1 de enero de 1986 fue la fecha en la que España se incorporó a la Comunidad Europea. A partir de ahí, los cambios que se presentaban a nivel mundial, aunado a las recomendaciones de la Comunidad, fueron quienes prácticamente hicieron adoptar políticas de liberación al Gobierno español para adaptarse así a los cambios tecnológicos y sociales a los que estaba asistiendo el mundo de las comunicaciones. Lo que se originó, posteriormente, dio lugar a dos programas que se han convertido en los ejes centrales sobre los que giran las políticas de comunicación implementadas por el gobierno español: MEDIA (1988); y Televisión sin Fronteras (1989).

Empezaremos conociendo la “Televisión sin Fronteras”, un programa que se origina cuando El Parlamento Europeo invita en 1982 a la Comisión para realizar un estudio relacionado con la televisión y la radiodifusión. Por entonces, surge la necesidad de elaborar un proyecto de Reglamento europeo que tuviese dos objetivos fundamentales: la protección de la juventud y el establecimiento de un código de uso de la publicidad. El interés por la materia partió de un Informe del diputado Wilhem Hahn a nombre de la Comisión de la Juventud, la Cultura, la Educación, la Información y el Deporte, elaborado en 1982. Posteriormente, la Comisión determinó que la puesta en marcha de un proyecto de esa magnitud debía ser objeto de un examen particular. Los resultados fueron presentados en el llamado Libro Verde, un documento de preparación y motivación en la toma de medidas legislativas.

---

<sup>28</sup> Comisión Europea (1997): *Libro verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación e tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación*. Bruselas.

El Libro Verde sobre la creación del Mercado Común de la Radiodifusión, en particular, por satélite y por cable, resalta el papel de los medios de radiodifusión dentro de Europa cuando señala:

*"La información es un elemento determinante, quizá capital, de la unificación europea [...] la unificación europea no se llevará a cabo sin la voluntad de los europeos, y esta voluntad presupone una conciencia europea, la cual sólo podrá darse si los europeos están debidamente informados. Más adelante se señala: No se puede concebir el intercambio económico, la comprensión de los fenómenos sociales, la libertad de empresa y de movimiento, la formación profesional, etc. sin información".*

Así pues, el Libro Verde persigue, entre otros objetivos, evidenciar la importancia de la radiodifusión y lograr así la integración europea y la conquista de las libertades y la democracia en las Comunidades Europeas. Además, con este documento se pretende matizar la importancia que reviste el Tratado instituido por la Comunidad Económica Europea, para todos aquellos que producen y difunden programas de radiodifusión. De esta manera se pretende dar a conocer las opiniones de la Comisión sobre la armonización de ciertos aspectos de la legislación de los Estados miembros en materia de radiodifusión y derechos de autor, sometiéndolas a discusión antes de la presentación de propuestas formales al Parlamento y al Consejo.

El 30 de abril de 1986, los contenidos de este primer documento se convirtieron en una propuesta de directiva comunitaria. Son presentados los aspectos más relevantes de la Unión en relación al campo audiovisual. Se sientan las bases para incrementar el desarrollo de las industrias audiovisuales en Europa, estableciéndose así, el camino para la posterior implementación del programa MEDIA (medidas para impulsar y desarrollar una industria audiovisual europea)<sup>29</sup>.

Tres años después, el 3 de octubre de 1989, aparece la Directiva del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativos al ejercicio de las actividades de radiodifusión televisiva, conocida como la "Televisión sin Fronteras". Esta Directiva

---

<sup>29</sup> Martínez Garza, F.J. (1997): *Razón y Palabra*, 6

está conformada por siete Capítulos en los que se abordan los puntos más sobresalientes y relevantes de las consultas realizadas por la Comisión.

En el Capítulo II, por ejemplo, se dan a conocer las Disposiciones Generales, en las que ya se introduce la responsabilidad que tiene cada nación en cuanto a vigilar que los contenidos provenientes de Estados que no pertenecen a la Unión, ajustándose al derecho aplicable en ese Estado. También, hace referencia a la libertad que deben garantizar los Estados miembros, para que las producciones que emitían otros Estados miembros, puedan circular libremente. En el mismo capítulo, se hace referencia a la facultad que tiene cualquier Estado miembro, para imponer sus propias normas a la *"radiodifusión televisiva que dependa de su competencia"*.

En los capítulos posteriores, se detalla la promoción de la distribución y producción de programas televisivos, dándole mayor cobertura a las obras europeas. Se señala que los Estados miembros deberán velar porque los "organismos de radiodifusión, reserven el 10 por 100 de su tiempo a la emisión [...] a obras europeas de productores independientes de los organismos de radiodifusión televisiva" (Art. 5).

Capítulo especial se le dedica a la publicidad y al patrocinio existente en la televisión, a la protección de los menores y al derecho de réplica.

De esta manera, quedan marcados, especificados, regulados y normalizados todos los aspectos necesarios para el establecimiento de los contenidos en los programas de televisión. La Unión Europea, ha concedido así a los medios audiovisuales un gran valor, de forma tal, que para impulsar su desarrollo, incrementar el mercado de los programas e incentivar el empleo dentro de la Unión, fue creado lo que podría ser el complemento de la Directiva anterior; se trata del Programa MEDIA.

En el Libro Verde sobre la política audiovisual de la Unión Europea se señala: *"La Comunidad ha creado hasta ahora dos importantes instrumentos como incentivos financieros específicamente destinados al sector audiovisual: el programa MEDIA y el plan de acción para la introducción de servicios avanzados de televisión en Europa"*.

El Programa MEDIA, fue creado en 1988 con el objetivo de atender las necesidades que el sector de la producción, de la distribución y la financiación de los programas de cine y televisión estaban viviendo. Se establecen los procedimientos que habrán de seguirse para la financiación de las organizaciones de televisión y las medidas que fortalezcan la oferta competitiva de los productos audiovisuales

En palabras de Bernat López<sup>30</sup>, “este programa constituye la experiencia más importante de cooperación europea en el ámbito audiovisual que ha habido hasta el momento y es, sin duda, la principal actuación comunitaria en el terreno de las industrias culturales. Su diseño y funcionamiento responde a criterios y objetivos supraestatales, derivados de una lógica de intervención europea; ello constituye el verdadero valor añadido que ha comportado el Programa MEDIA en relación con las diferentes políticas nacionales de apoyo al sector audiovisual”.

En ese sentido, el Programa parte de una concepción industrial y mercantil de la actividad audiovisual, ya que tiene como principal objetivo modificar la escala de operaciones de las diferentes industrias nacionales en función del nuevo mercado europeo, para generar economías de escala e incrementar la competitividad de la producción europea.

Con la implantación del Programa MEDIA, la UE se propone la unificación de los mercados nacionales que favorezcan las economías europeas, ayudando a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual.

Para terminar con este capítulo cabe hacerse una profunda reflexión. Todas estas transformaciones legislativas, normativas y también, porqué no decirlo, culturales, han cambiado de manera radical el signo del sector audiovisual en Europa y en el mundo industrializado en general.

A partir de entonces, se empiezan a regular los sectores audiovisuales de cada Estado Miembro. En Francia, por ejemplo, en 1986<sup>31</sup>, se crea el Consejo Superior del Audiovisual- “Le Conseil Supérieur de l’Audiovisuel” (CSA)- con la voluntad, por parte del entonces presidente de la República, François Mitterrand, de liberalizar el sector audiovisual manteniendo el servicio público de la radiodifusión sonora y la televisión. Se garantiza así el libre ejercicio de la libertad de la comunicación informativa en la radio y la televisión, asegurándose la igualdad de trato, la calidad y la diversidad en la programación y ejerciéndose el control sobre los contenidos de la programación. Del mismo modo, y al mismo tiempo, se autoriza también, tanto en la televisión pública como en la privada, la emisión de anuncios comerciales y publicitarios.

---

<sup>30</sup> López, Bernat (1995): *Minority Cultures and the Audiovisual Policy of the European Community*. Mercator Media Forum. Cardiff: Universidad de Gales.

<sup>31</sup> Ley 86-1067

Por su parte, en Alemania el régimen jurídico de la radiodifusión no es único ya que, al tratarse de un país federal, las competencias son asumidas por los distintos Estados Federados. Cada Constitución define su propio régimen jurídico, hasta que en 1987 Alemania se unifica y se crea el llamado Convenio Estatal para la radiodifusión en Alemania para la emisión de la programación en todo el país, que supuso además la transposición de la Directiva de “Televisión sin Fronteras”.

En el Reino Unido es, con mucha diferencia, donde asistimos a una normativa mucho más rica y profunda. En el país anglosajón, coexisten dos mecanismos de control del sector audiovisual bien diferenciados, uno del sector privado y otro del público.

El sector público está representado por la British Broadcasting Corporation desde 1926. Fue el organismo que introdujo la televisión en todo el Reino Unido, definiendo como función principal la de servir a la democracia, a la cultura y a la educación. Reconoce, además, su independencia en materia de elaboración de los contenidos y de la programación y permite la expansión de sus actividades comerciales. Se crea también el llamado Consejo de Gobernadores, designado por la reina, que controla que se cumplan los objetivos que se recogen en el Estatuto, organizando los contenidos y los programas que se emiten en la televisión pública.

La televisión privada, por su parte, se rige por lo establecido en el llamado “Libro Blanco”, en 1953, en el que se recoge la ruptura del monopolio llevado a cabo por la BBC, con la aparición de nuevas televisiones privadas. En 1980, se publica la Broadcasting Act en la que se apunta a la creación de una nueva televisión comercial, el Canal 4.

En este contexto, y a modo de resumen, la Unión Europea y todos sus Estados Miembros, incluso España (a la que analizaremos en un apartado específico por el interés que despierta en nuestro estudio), han adoptado pues una serie de estrategias para poder hacer frente a esa sinergia que producen los medios audiovisuales, promoviendo la eliminación de monopolios y apoyando a los productores independientes. De ahí que se crearan los programas, que hemos visto, de Televisión sin Fronteras y MEDIA, con unos objetivos perfectamente delineados y unas políticas definidas para actuar.

### 3.4. Estados Unidos entra en Europa

Pero al mismo tiempo en que surgen estos dos programas europeos se va desarrollando, poco a poco, un nuevo fenómeno en el mundo audiovisual; a priori incompatible con esa Televisión sin Fronteras y ese programa Media, pero a posteriori, y como vamos a ver, completamente solapados en tiempo y forma.

Los productos nacionales en Europa sufren la concurrencia mundial. Los precios empiezan a competir con los internacionales, entre los que destacan los estadounidenses, mucho más económicos. Los costes de un producto estadounidense son realizados por un productor independiente que, posteriormente, los reparte entre varios actores- entendiéndose por actores a los agentes económicos y sociales que participan en el producto audiovisual; como por ejemplo, los grandes canales nacionales americanos, que pagan un precio proporcional en función de la audiencia potencial que consume dicha oferta<sup>32</sup>.

Así pues, en 1989, una serie de televisión norteamericana era vendida a un país de la Unión Europea, por ejemplo Italia por millones de liras, mientras que a Albania le era cedida por 120.000. En esta situación, los costes pueden repartirse entre más agentes, por lo que el producto televisivo puede ofrecerse a un precio mucho más competitivo<sup>33</sup>.

En Europa, en cambio, los productos televisivos no tienen un segundo mercado; ya que no se hacen para ser vendidos a otros mercados sino para ser emitidos dentro del continente<sup>34</sup>.

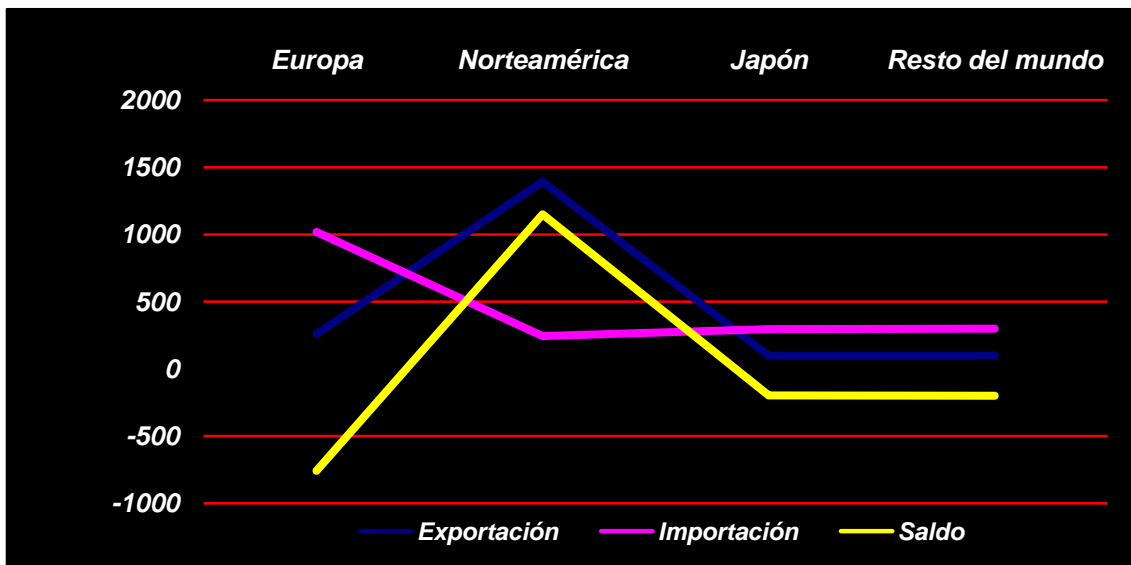
---

<sup>32</sup> Bourdieu, P. (1997). *Sobre televisión*. Barcelona: Anagrama

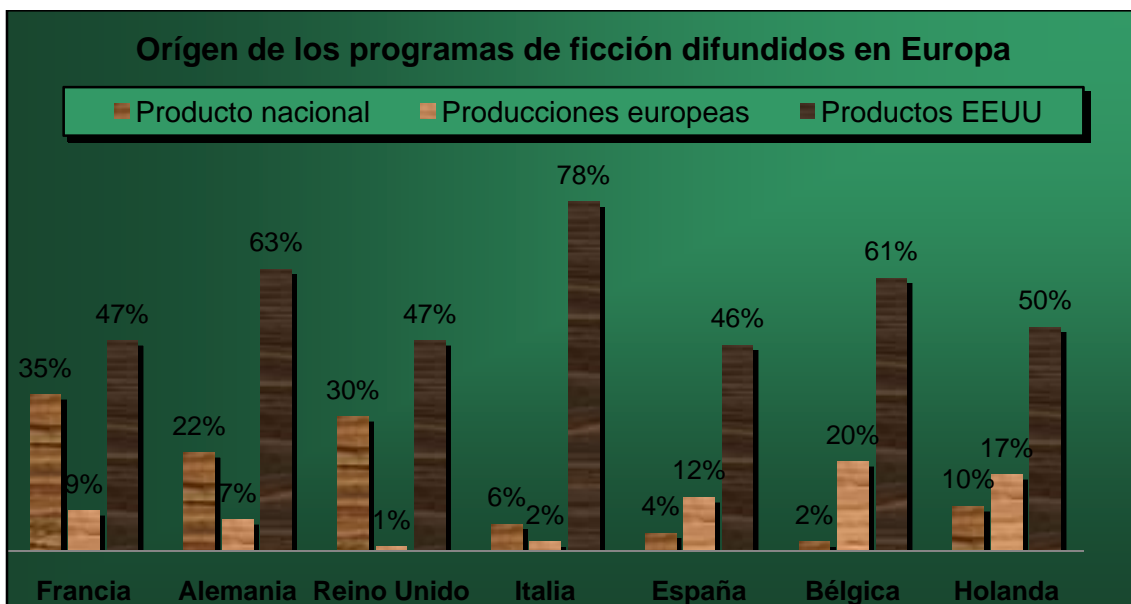
<sup>33</sup> Richeri, G. (1994): *La transición de la televisión*. Bosch Comunicación

<sup>34</sup> Fuente: BIPE, TV Marketing International





A partir de los años 80, como hemos visto, con el aumento de la demanda de programas y de canales de televisión, Europa se convierte en un cliente potencial, pero un abastecedor pequeño y apenas competitivo. Se convierte, pues, en el mayor importador de programas de televisión y en el mejor demandante de productos “made in” Estados Unidos<sup>35</sup>.



<sup>35</sup> Fuente: BNL and Partners de Moreau, 1991. La Transición de la Televisión. La industria de los programas.

Así pues, y a modo de resumen, nos encontramos con un nuevo modelo televisivo en el que se pone fin a los monopolios, se incrementa la oferta, se diferencian los canales, se fragmentan las audiencias... en definitiva, se crea un mercado audiovisual mucho más competitivo e internacional, abierto al mundo a todo tipo de ofertas, de contenidos y de cambios.

Con la importación creciente de los productos de ficción norteamericanos, hace que Europa entre en una lucha encarnecida por los mercados de futuro y por la posesión de derechos sobre los grandes catálogos multinacionales. Las televisiones de gestión públicas están sometidas a la reducción de sus recursos financieros, se empiezan a reducir, poco a poco, las plantillas y las estructuras productivas televisivas, se disminuyen las inversiones en toda la cadena de producción y se busca una mayor productividad.

Los gobiernos europeos empiezan a darse cuenta de que, durante los años 80, ha sido imposible armonizar dos aspectos claros del sector audiovisual: la producción y la difusión. Y es que, con tantos cambios, las exportaciones y las importaciones, el cine y la televisión, la televisión comercial y la televisión como servicio público no han podido caminar de la mano. Muchos de los gobiernos han ido estableciendo, poco a poco, una estructura de ayuda a la industria audiovisual. Conscientes del objetivo interno económico y cultural no han cesado en su empeño de reordenar y reequilibrar el sector, incluso para que pudiera seguir compitiendo en el mercado exigente que surge en esta década.

De alguna manera, la desregulación ha potenciado la economía del mundo audiovisual hasta convertirla en un espacio clave en las estrategias de mercado de futuro, al mismo tiempo en que se ha desarticulado todo el sector Europa.

La ficción, de manera paulatina, cobra un papel fundamental en todo este contexto. Como hemos visto, las televisiones públicas ven como su rentabilidad y productividad son inferiores a las de la empresa privada. La combinación con la producción independiente se abre camino como una nueva vía de combinar las obligaciones culturales con la eficacia económica y de reforzar una infraestructura productiva sólida y fuerte.

Vivimos pues en una nueva etapa donde la televisión pública adopta las estrategias de programación de las cadenas comerciales para no perder audiencia en detrimento de los contenidos de servicio público. Y ahora nos preguntamos, ¿qué ocurre

entonces con el modelo de financiación de la televisión pública conocido hasta entonces?

### **3.5. Crisis del modelo de financiación**

La transformación del panorama televisivo europeo de los años 80, con todos los acontecimientos que hemos ido desarrollando, ha modificado la naturaleza de la actividad televisiva y la enmarca ahora en un panorama puramente económico. Ahora, los factores que intervienen en todo lo que concierne al mundo audiovisual son, sobre todo, de índole industrial, comercial y financiera.

Así pues, con la desregulación del mercado audiovisual y la irrupción de las nuevas tecnologías, la crisis del modelo de financiación es uno de los problemas más importantes que se plantean a las televisiones públicas europeas. Hasta entonces, en las televisiones pública es el público o las audiencias las que pagan total o parcialmente los costes de televisión mediante un impuesto anual o canon por el mero hecho de tener un aparato de televisión o por tenerlo encendido<sup>36</sup>. Este impuesto directo que pagaba el espectador era la única forma de financiar la televisión. Mención especial, y a modo de detalle meramente, haremos al modelo televisivo español. Su peculiaridad es que es el único país de la Unión Europea donde no existe dicho canon o impuesto por tenencia de televisión.

En este contexto, Europa entra en la llamada “Era de la Información”, aunque con algo de retraso con respecto a Estados Unidos y Japón. Aparece una nueva forma de entender la televisión, con actividades específicas en la producción, la distribución y la oferta en la programación.

Cuando los mercados se abren al mundo, aumenta el nivel de competitividad del sistema económico europeo, desplazando de la producción a la distribución la función estratégica en las empresas para poder acelerar las actividades de promoción, comercialización y de publicidad. De esta manera, crecen también los recursos destinados a los medios de comunicación de masas.

Todo ello, lleva consigo un panorama televisivo mucho más rico y competitivo, en cuanto a formas y contenidos. Sin embargo, y al mismo tiempo, hay una serie de riesgos y de dificultades que va experimentando el sector audiovisual; entre ellos, un incremento de los costes de producción, el aumento de los precios de los derechos de

---

<sup>36</sup> En Grecia, por ejemplo, el abono del canon está asociado al recibo de la luz

emisión (sobre todo, en la ficción y en los acontecimientos deportivos) y la progresiva fragmentación del público, ante el amplio abanico de ofertas televisivas que encuentra en el mando de la televisión.

La nueva situación impuso que la televisión pública, como hasta ahora estaba concebida, abandonara, poco a poco, el carácter de ente público y empezara a asumir, cada vez más, el carácter de empresas en competencia con el resto de las empresas. Sin embargo, y a pesar de estas transformaciones, las televisiones públicas no se convierten en empresas como las otras sino que mantienen, al menos, la naturaleza de la actividad en su obligación de respetar los contenidos de los programas y de las coberturas técnicas, y sus relaciones con el poder político y sus fuentes de financiación.

Aparece aquí el eterno debate. ¿Cómo y porqué las televisiones privadas ofrecen al público una programación gratuita? La respuesta es clara: gracias a los ingresos que deja la publicidad. Unos ingresos que de alguna manera venden audiencia a los anunciantes. Las cadenas no venden a los anunciantes programas sino públicos, espacios y contenidos en función de la audiencia que los consume.

Con todos los matices diferenciadores entre Estados Unidos y Europa, esta desregulación no ha hecho otra cosa que generar una explosión económica clara. La presión de un potente crecimiento de las inversiones publicitarias de las empresas constituyó el primer escalón de esa escalera de cambios. Un nuevo clima, pues, social, cultural y económico propició el despegue del pago de imágenes, canalizando nuevos financieros hacia el mundo audiovisual.

La publicidad pasa a ser la fuente principal de financiación en las televisiones europeas, incluso en las públicas. El canon ha pasado a ser un sistema de financiación impopular y ahora atraviesa, desde hace años, por una fase de retroceso. En toda la década de los años 80, los ingresos por canon europeos crecieron en un año sólo en un 0,2%.

Aún así, hay países que siguen utilizando como única subvención la del canon, como es el caso de Suecia y de Alemania, principalmente en sus dos grandes televisiones públicas. En otros casos, la publicidad va entrando poco a poco, como en Reino Unido que, aunque también cuenta con los ingresos que deja el canon, destina una pequeña inversión publicitaria para las transmisiones internacionales de la BBC y para su Canal 4, que se financia sólo y exclusivamente con espacios comerciales. Los beneficios, si los hay, se invierten en producción de programas originales propios.

Este competitivo mercado, de alguna manera, ha encarecido los gastos de explotación de las televisiones públicas; ahora prima la audiencia por encima de todo y entramos en una nueva era televisiva comercial y, por qué no decirlo, capitalista. Se encarecen, pues, los derechos del cine y el deporte.

Por otra parte, a la televisión pública se le reduce la financiación que el Estado da con sus presupuestos generales anuales, pero se le pide que compita en un mercado competitivo en el que “todo vale”.

De este modo, el tradicional sistema de financiación de las televisiones públicas entra en crisis. El canon tiene un origen histórico, cuando existía un solo canal público, al ciudadano no le importa pagar por recibir un servicio, pero con la llegada de las televisiones privadas y comerciales, con las nuevas tecnologías y la liberalización del sector, se pasa de lógica de la oferta a la lógica del mercado. Ya parece que poco importa darle al público lo que necesita, ahora el consumo y las audiencias son las que marcan la programación y un nuevo modelo de televisión que se mantiene incluso en nuestros días.

Ahora, la naturaleza del producto, la inflación de los costes, las fuertes expectativas de beneficios, la internalización de la economía mundial van creando una transición en el mundo audiovisual sin precedentes. Se abre la caja de Pandora de la dinámica mercantil. Se diversifican los canales, los soportes televisivos se expanden y se generan nuevos mercados para nuevos productos.

Las televisiones públicas dan un giro de 360 grados a sus estrategias. Italia, Francia y España lanzan nuevas ofertas que obedecen a las nuevas condiciones de la economía de mercado. Irremediablemente, buscan la manera de poder competir en la conquista de las audiencias: debe atender a las misiones tradicionales del servicio público- intentando no perder sus signos de identidad- mientras se mantiene rentable económicamente en el mercado audiovisual. La televisión responde ahora a una nueva necesidad: la del consumo. La formación, el comportamiento y la consistencia de la audiencia están ahora en el punto de mira y se conforman como el eje fundamental sobre el que las televisiones deben trabajar, tanto en la oferta como en la programación que ofrecen.

En resumen, las televisiones públicas, pasan del monopolio a la concurrencia, se han encontrado en una situación de dificultad financiera que las han llevado a opciones productivas y de programación a menudo más homogéneas con una lógica empresarial que, además, dé servicio público.

Pero, ¿cómo competir en el mercado internacional al mismo tiempo en el que no se pierde de vista la función pública de la televisión?

La televisión pública alemana, por ejemplo, vio en la década de los 80 cómo las restricciones sobre la publicidad iban mermando- antes, no se podía emitir publicidad los domingos ni en franjas horarias determinadas. También se autoriza la financiación de publicidad a la RTBF (la televisión pública belga) y a la RAI, que aunque sigue financiándose con los ingresos del canon, asume un porcentaje de cuotas de publicidad.

Jay G. Blumler definió estas estrategias como “complementaridad competitiva”, en la que se pretende conseguir un equilibrio entre audiencias mayoritarias y minoritarias; en darle a un público exclusivo una programación que “interese a todos”.

Entonces, y con este panorama, ¿qué sentido tiene hoy la televisión pública? ¿En qué se diferencian del resto de televisiones comerciales?

#### 4. LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA

Como hemos visto, la irrupción de la televisión privada en Europa y el proceso de regionalización de la televisión en los distintos países europeos cambian el panorama audiovisual del continente.

Frente a la homogeneización, a la equiparación y a la pérdida de identidad de las grandes cadenas públicas nacionales, surge la reivindicación del elemento regional, de un puzzle de pequeñas culturas, que favorezca las identidades regionales en un entorno de unificación e integración absolutas. Frente a la globalización surge un nuevo concepto: el de localización. Las pequeñas regiones necesitan tener voz también en el foro audiovisual.

La historia de la televisión en España se remonta a la década de los 50, en pleno régimen franquista. La inauguración oficial de Televisión Española, data del 28 de Octubre de 1956. El acto de presentación corrió a cargo del ministro Gabriel Arias Salgado, que explico la razón por la que se había elegido esta fecha, coincidiendo con el día de Cristo Rey y la víspera del vigesimotercero aniversario de la Falange.

*“Hemos elegido estas dos fechas para proclamar así los dos principios básicos, fundamentales, que han de presidir, sostener y enmarcar todo el desarrollo futuro de la televisión en España: la ortodoxia y rigor desde el punto de vista religioso y moral con obediencia a las normas que dicte la Iglesia Católica y la intención de servicio y el servicio mismo a los principios fundamentales y a los grandes ideas del Movimiento Nacional”<sup>37</sup>*

El ámbito de aquella primera emisora apenas llega a los 60 kilómetros de los alrededores de Madrid. Entre las primeras medidas aplicadas por el Gobierno Español para crear un soporte económico, fue la elaboración del llamado Impuesto al Uso y la Tenencia del Televisor. Impuesto que se cobraba a toda persona que comprara un aparato receptor, ya que la naciente tecnología había sido clasificada como instrumento de lujo. Esta disposición legal desapareció en diciembre de 1965- como ya hemos visto

---

<sup>37</sup> Baget, J.M. (1993) *Historia de la TV en España, 1956- 1975*. Barcelona: Feed Back Ediciones

anteriormente- debido al escaso rendimiento que producía la recaudación: Baget señala que "*el impuesto producía rendimientos no proporcionales a las molestias que causaba para los telespectadores*".

Se desarrolla un modelo comunicativo basado en el control absoluto del gobierno, como hemos visto que ocurría en los inicios de la televisión pública europea. La política de control se asienta en tres pilares fundamentales: la censura, la educación y la propaganda. Carente de bidireccionalidad, el público se mantiene en un estado pasivo y es incapaz de entrar en contacto con el mundo audiovisual.

Además, Televisión Española estaba centralizada con la producción y la emisión localizada en Madrid. En sus comienzos, las transmisiones sólo llegaban a la capital y a algunos puntos de Barcelona pero, poco a poco, fueron ampliando su cobertura hasta llegar a Galicia y Andalucía (1961).

La transición a la democracia llegó con Adolfo Suárez. Fue el político que supo "*reconocer y saber aprovechar los medios de comunicación*". *Su estilo coloquial y directo, convenientemente proyectado desde la televisión pública contribuyó a librar de crispación el ambiente y a visualizar la realidad de que empezaba a recorrerse el camino hacia la democracia*".<sup>38</sup>

La figura de Adolfo Suárez coincide con la era de cambios tecnológicos que se hicieron eco en el modelo de televisión pública europea, como hemos visto. Y, por tanto, el político fue testigo directo y activo en los cambios hacia la desregularización que experimento también la televisión pública en España.

El proceso de descentralización iniciado por RTVE para acercar la televisión a la realidad regional entronca de lleno con la aparición de las televisiones regionales<sup>39</sup>. Con la Constitución de 1978, la RTVE tuvo que adaptarse a la nueva realidad del "Estado de las Autonomías". En 1980, se redacta el Estatuto de la Radio y Televisión Española<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Tussell, J: Memoria de la Transición. *El País*

<sup>39</sup> Pérez Ornia (1995) *La nueva perspectiva audiovisual: el reto de la televisión pública regional. IX Conferencia de Consejeros de los Organismos Autónomos de Radio y Televisión, 25 y 26 de marzo de 1994*. Madrid: Ediciones Telemadrid

<sup>40</sup> Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de Radio y Televisión Española.



como marco jurídico que recoge la naturaleza, estructura y régimen jurídico del Ente Público Radiotelevisión Española<sup>41</sup>.

Como ya hemos señalado, la necesidad de establecer unas normas claras y precisas con rango de Ley para el funcionamiento de la radio y la televisión procede de la Constitución y del pluralismo político que proclama como valor del Ordenamiento Jurídico. El servicio público de radiodifusión y televisión tiene como pilares básicos sobre los que asentarse el de la objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones y el respeto a los derechos y libertades fundamentales reconocidos por la Constitución.

La ley del Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980 estableció una estructura territorial completa para televisión pública central, creando centros territoriales de televisión en las 17 Comunidades Autónomas y se convirtió en la primera piedra para la constitución de los canales autonómicos ya que preveía que la gestión directa de un canal de televisión de titularidad estatal se hiciera a través de cada una de las Comunidades Autónomas.

A pesar de este nuevo marco regional, sólo se puede hablar de desarrollo industrial audiovisual en el ámbito regional y autonómico, desde que se crean las televisiones autonómicas públicas, como veremos más adelante.

#### **4.1. La televisión como servicio público en España**

El concepto de servicio público de televisión se conforma como un aspecto imprescindible e indispensable sobre el que reparar. Y más en este trabajo. Por eso, haremos una mención especial a todas y cada una de las definiciones que se han ido haciendo acerca de lo que es exactamente el servicio público al que ha estado sometida la televisión a lo largo de la historia.

El concepto de servicio público no ha dejado indiferente a nadie y muchos han sido quienes han querido delimitar su concepción teórica y su función en la sociedad año tras año<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> El marco jurídico de este Estatuto de la Radio y Televisión Española estará vigente hasta junio de 2006 en que el Ente queda disuelto y pasa a llamarse Corporación Radiotelevisión Española.

En voces de ilustrados y paternalistas de la televisión el modelo de servicio público es, al fin y al cabo, el primer paso en el primer paso en modelo europeo de democratización es, entonces, el resultado de un concepto complejo y solido de las políticas públicas de comunicación, donde tienen cabida los objetivos políticos, económicos y sociales<sup>43</sup>.

El servicio público es el modelo fundador en Europa, Canadá y Australia, frente al modelo existente en EEUU donde se impone un sistema de empresa privada audiovisual.

La televisión ofrece un servicio público desde el punto de vista técnico, económico, formal y de contenidos; en el momento en que sirve de interés público nacional y ofrece una programación de calidad e independiente de los intereses comerciales. El modelo paternalista considera que la audiencia no son meros consumidores de un producto, si no que son ciudadanos críticos con lo que visualizan.

La televisión pública va mas allá de las tres obligaciones básicas que debe tener este medio de comunicación: “informar, formar y entretener”. Además debe “educar, divulgar, debe tener un función de calidad, identitaria, de equilibrio territorial y de desarrollo de las comunicaciones, entre otras”.

Con todo esto Raymond Williams añade un nuevo concepto a los medios de comunicación. Para el existen cuatro sistemas audiovisuales bien definido. Estos son:

1. Paternalista. Fruto de la modernidad y de la mentalidad ilustrada. Los medios de comunicación educan a la audiencia transmitiendo valores identidad y cultura. Por ejemplo, en la dictadura de Franco, los medios públicos y audiovisuales desarrollaron una función institución a través del NO-DO.
2. Burócrata. Es la que se desarrolla con el crecimiento del Estado, los trabajadores de la televisión están vinculados a la administración. Es el

---

<sup>42</sup> Manfredi Sánchez, J.L. (2008): *La televisión pública en Europa*. Madrid: Fundación Autor

<sup>43</sup> Álvarez Monzoncillo, J.M. (1994): Perspectivas de la industria audiovisual española. Un difícil reto en el marco europeo. *Revista Telos*, 39.

caso de la organización y la estructura de Televisión Española durante el franquismo.

3. Carismático. Es el modelo de televisión pública más “emotivo”. Cuando la televisión se acerca a la sociedad y se aleja de la burocratización franquista. El cambio se produce a principios de los 80 con la llegada al poder del PSOE.

4. Vanguardista. Surge en el momento justo de la ruptura del monopolio de Televisión Española y la proliferación de nuevos canales de televisión, allá por el final de la de cada de los 80. Con este modelo se desarrolla la función de detener y entretener a la audiencia.

Por otra parte la organización de la Naciones Unidas para la educación la ciencia y la cultura también se ha preocupado por el servicio público que ofrece la televisión. Para la UNESCO, el medio de comunicación tiene un papel fundamental a la hora de transmitir ideas e información. Ayuda a crear y fortalecer una identidad nacional provista de noticias de calidad y actualidad.

En 1997, la UNESCO se pronunciaba así sobre la relación entre la televisión y la esfera pública: *“Por su naturaleza, los servicios públicos audiovisuales son el corazón de la esfera pública: son la arena pública donde los procesos de democracia se desvela, se perciben y escrutan por todo en un sistema democrático el servicio público audiovisual es una institución de la esfera pública y de la sociedad civil, aunque a veces de manera indirecta o de manera ambigua se liga al Estado”*<sup>44</sup>

Peter Dahlgren también ha hablado de la esfera pública y la cultura cívica punto para el autor, la vitalidad de las democracias contemporáneas está unida al carácter de su sistema de medios. La función del servicio público ayuda a fomentar los valores, el conocimiento, la identidad, la discusión, y la afinidad.

La Unión Europea también ha sido otro de los actores que se ha pronunciado sobre el servicio público de la televisión. Para la Unión, el medio juega un papel importantísimo en la dimensión europea de la ciudadanía. Así pues, en la Ley 24/2001 ( que modifica la Ley 4/1980) se describe como función de servicio público: *“La producción y emisión de un conjunto equilibrado de programaciones y canales,*

---

<sup>44</sup> Gibbons, Th., González Encinar (1996). *La televisión pública en la Unión Europea*. Madrid: McGraw-Hill

*generalistas y temáticos, de radio y de televisión, que integran programas diversificados, de todo tipo de géneros, con el fin de atender todas las necesidades democráticas, sociales y culturales de los ciudadanos, garantizando el acceso de la ciudadanía a la información, cultura, educación y entretenimiento de calidad”.*

Así pues las programaciones de la RTVE, compatibilizan el objetivo de rentabilidad social con el principio de eficiencia económica. En este sentido, promueven el pluralismo los valores constitucionales de libertad, justicia e igualdad, la democracia, la información objetiva, la diversidad cultural y lingüística, la dignidad humana, la educación, la difusión intelectual y artística, la diversidad cultural y lingüística, la innovación, la protección de los derechos del consumidor y el aumento de la producción audiovisual española y europea.

La BBC por su parte, ha publicado numerosos estudios e investigaciones sobre el servicio público de la televisión. En 1985, la Broadcasting Reseach Unit, publico un documento que enumeraba así la misión del servicio público:

1. Universalidad geográfica. La programación tiene que estar disponible para todos los ciudadanos.
2. Universalidad de atención. La programación tiene que alimentar todos los intereses y gustos.
3. Universalidad de pago. La financiación viene dada por todos los usuarios.
4. Las minorías, especialmente los discapacitados, deben de recibir una atención especial.
5. Se debe crear un sentido de identidad nacional y de comunidad.
6. Debe estar alejada de los intereses de cada gobierno.
7. La programación de calidad debe estar por encima de todos los números de la audiencia.

El órgano audiovisual británico, Independent Television Commission ha actualizado el concepto, haciendo hincapié en la calidad de los estándares técnicos y de producción, en los intereses regionales y de las comunidades, en la identidad de una nación unida, en las producciones originales especialmente las realizadas para el Reino Unido, en una cantidad limitada de publicidad (siete minutos por hora) y en una fuerte independencia, imparcialidad y objetividad.

En suma, muchos han sido los actores, los agentes sociales económicos y políticos, nacionales e internacionales, que se han pronunciado en lo que a la televisión pública se refiere. Muchas voces y un mismo punto en común, todos los ciudadanos tienen los mismos derechos y deberes con los medios públicos, ya que su objetivo se relaciona con la rentabilidad social y se aleja de la rentabilidad económica.

A diferencia de las televisiones privadas, el servicio público que ofrece la televisión aporta una información imparcial, con programas innovadores, con cine nacional, con entretenimiento...; en definitiva con un fuerte interés social y democrático. Los ciudadanos, al fin y al cabo, se fortalecen mediante un a información y unos contenido que les ayuda a elegir, pensar y decidir libremente.

Así pues, con todo lo dicho y estudiado acerca del servicio público adherente a la televisión, sólo queda destacar la incuestionable función de este medio de comunicación en España.

Como hemos visto, la conocida como televisión pública aparece dentro del contexto del Estado del Bienestar<sup>45</sup>. En nuestro país, este panorama llegará pues con el final de 40 años de dictadura y el principio de una democracia que empezaba a asomar tímidamente. Coincide en el tiempo con la entrada en el Gobierno del partido Socialista Obrero Español, que lleva incluso este nuevo concepto de servicio público en su programa electoral.

Al fin y al cabo, y según las políticas culturales, la televisión pública llama, de alguna manera, a la participación ciudadana. Se basa en el principio de universalidad; en el que todos los ciudadanos tienen derecho a un acceso libre y público a la información, a la cultura y al ocio<sup>46</sup>.

Dentro de este contexto, la televisión pública aparece en España como elemento vertebrador y socializador por encima de todo. El nuevo gobierno ve en este nuevo medio de comunicación el mejor camino para acercarse a los ciudadanos y empieza por controlarlo. Controlan la programación, la producción y todas y cada una de las emisiones, conscientes del importante poder que va adquiriendo la televisión- antes un

---

<sup>45</sup> Manfredi Sánchez, J.L.; Reig, Ramón (2004) *La televisión pública europea en el contexto del estado del bienestar y de las políticas audiovisuales de comunicación*. Sevilla: Facultad de Comunicación, Departamento de Periodismo II

<sup>46</sup> Manfredi Sánchez, J.M. (2008): *La televisión pública en Europa*. Madrid: Fundación Autor

poder relegado a la prensa escrita- en cuanto que por sí sola es capaz de crear fuertes corrientes de opinión. Eso sí, un control diferente al que hacía el régimen dictatorial franquista; con la llegada de la democracia el control se hace, como hemos visto, bajo los principios de igualdad, diversidad, pluralidad, participación e interés social<sup>47</sup>.

Desde sus inicios, la transmisión de la televisión española participa del modelo de televisión pública. Un modelo que sitúa a la televisión como un servicio puesto a disposición del conjunto de la ciudadanía<sup>48</sup>. De manera pública, como modelo que transmite y expresa informaciones y opiniones para ser “recogidas” por todos.

En este sentido, la Constitución Española de 1978, recoge varios derechos y libertades públicas. La televisión, como medio de comunicación y difusión por excelencia, se ensalza como el mejor “instrumento” para poder desarrollarlas y acercarlas a todos los ciudadanos.

*“Art. 20:*

*1. Se reconocen y protegen los derechos:*

*a. A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.*

*b. A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.*

*c. A la libertad de cátedra.*

*d. A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La Ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades.*

*2. El ejercicio de estos derechos no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa.*

---

<sup>47</sup> Rosado Iglesias, G. (1999) *La televisión pública en España, régimen jurídico y control*. Barcelona: Cedecs

<sup>48</sup> Azurmendi Adarraga, A. (2007) *La reforma de la televisión pública española*. Valencia: Tirant lo

3. *La Ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.*

4. *Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las Leyes que lo desarrollan y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia.*

5. *Solo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información en virtud de resolución judicial”.*

#### **4.2. Financiación de la Televisión Pública Española**

Con la desregulación del mercado audiovisual y la irrupción de las nuevas tecnologías, la crisis del modelo de financiación es uno de los problemas más importantes que se plantean a las televisiones públicas europeas. Hasta entonces, en las televisiones públicas el modelo de financiación es el canon, recordemos que se trata de un impuesto o tarifa que computa el número de ciudadanos que tiene televisores, los utilicen o no. Pero, poco a poco, y con los cambios que se producen en el sector audiovisual, como hemos visto en el capítulo anterior, se va introduciendo un nuevo elemento que vendrá a convertirse en la principal fuente de ingresos de las televisiones públicas: la publicidad y el patrocinio privado. De esta manera, más del 70% de la financiación de las televisiones estatales es el canon, el resto corre a cargo de los anuncios publicitarios<sup>49</sup>.

Pero el caso de España es diferente. Aquí el modelo de financiación del canon no existe y la única manera de subvención es la publicidad. Ya lo recoge el artículo 32 de la Ley 4/1980, del Estatuto de Radio y Televisión:

---

<sup>49</sup> Bustamante, E. (1999) *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa

“Art. 32:

*1. El Ente Público RTVE se financiará con cargo a los Presupuestos Generales del Estado y mediante los ingresos y rendimientos de las actividades que realice.*

*2. La financiación de las sociedades gestoras de los servicios públicos de radiodifusión y de TVE se realizarán del siguiente modo:*

*a. RCE, mediante subvenciones consignadas en los Presupuestos Generales del Estado e ingresos comerciales propios.*

*b. RNE, mediante subvenciones consignadas en los Presupuestos Generales del Estado e ingresos comerciales propios.*

*c. TVE, mediante subvenciones consignadas en los Presupuestos Generales del Estado, la comercialización y venta de sus productos, una participación limitada en el mercado de la publicidad y, en su caso, mediante una tasa o canon sobre la tenencia de receptores que inicialmente solo gravará la de los televisores en color.*

El Artículo 128 de la Constitución, también reconoce la televisión como un servicio público esencial cuya titularidad corresponde al Estado y habla así en materia económica:

“Art. 128. *Función pública de la riqueza.*

*1. Toda la riqueza del país en sus distintas formas y sea cual fuere su titularidad está subordinada al interés general.*

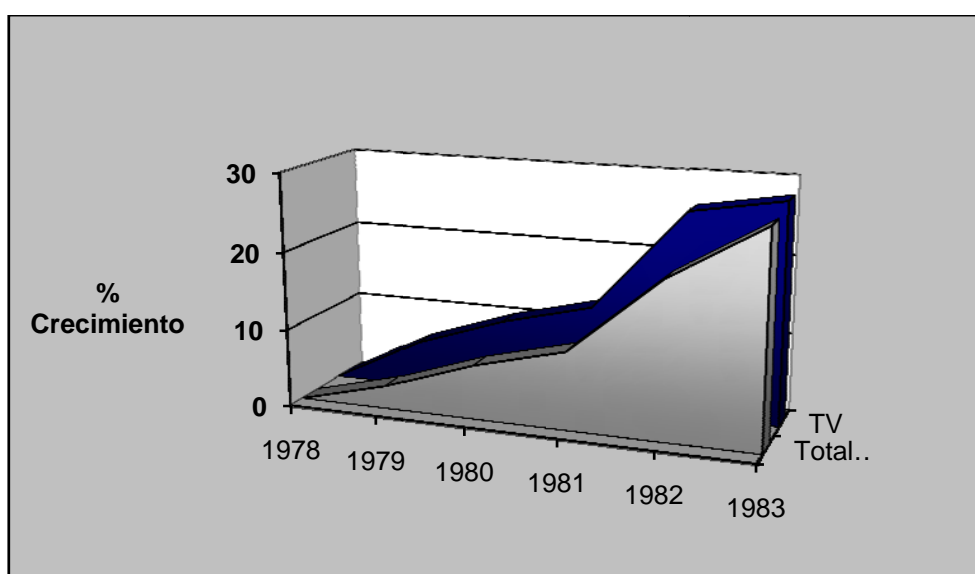
*2. Se reconoce la iniciativa pública en la actividad económica. Mediante ley se podrá reservar al sector público recursos o servicios esenciales, especialmente en caso de monopolio y así mismo acordar la intervención de empresas cuando así lo exigiere el interés general.”*

De este modo la Constitución Democrática del Estado está vinculada a la idea de comunicación efectiva entre los ciudadanos. Algo a lo que también ayuda la norma



básica vigente en el, ya visto, Estatuto de la Radio y la Televisión, en cuyo artículo 2.1 proclama su carácter y su aplicación general en todo su territorio general, para señalar que “el gobierno podrá conceder a las Comunidades Autónomas, previa autorización por ley de las Cortes Generales, la gestión directa de un canal de televisión de titularidad estatal que se cree específicamente para el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma, algo que veremos más adelante”.

La subvención de la televisión pública de España es, pues, mixta. Principalmente, se hace a través de los presupuestos generales del Estado- no deja de lado su carácter público- y de la publicidad.



En 1989, con la aparición de las televisiones privadas y autonómicas, puede parecer que lo normal hubiera sido que las inversiones en publicidad se repartieran entre todos los nuevos canales y que los ingresos de, la hasta ahora única cadena de televisión, TVE bajaran.

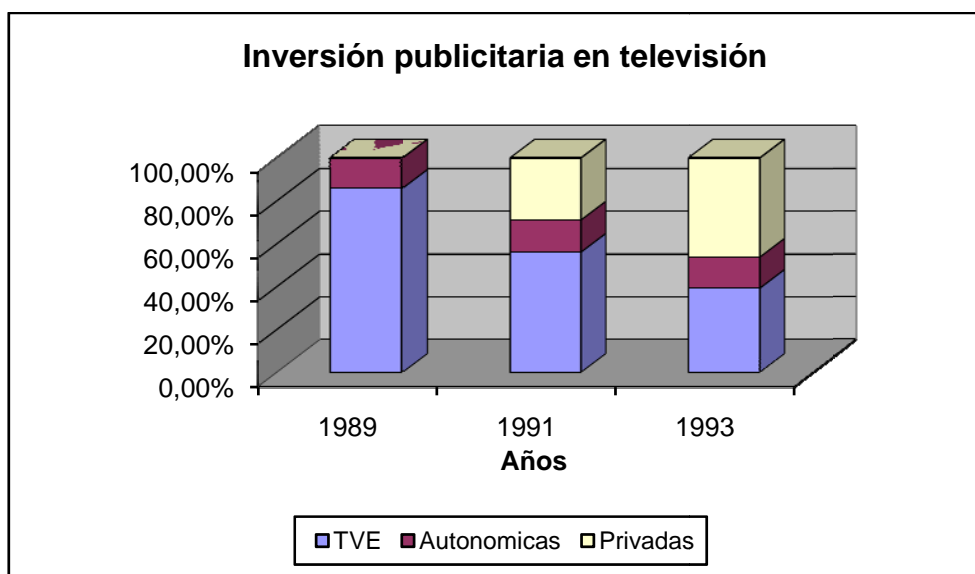
Sin embargo, durante los años que ha durado la situación de monopolio de TVE la hace con una cartera de clientes fiel ya que la demanda es completamente regulada por la oferta- su crecimiento medio de la publicidad trianual se sitúa en un 27%. La economía española de finales de los años 80 se encuentra en un periodo de fuerte expansión, con tasas de crecimiento del Producto Interior Bruto superiores al 5% y eso se deja notar en las inversiones que las empresas hacen en publicidad.

Con el aumento del número de canales es cierto que esta subida no se produce de manera tan drástica pero, sin embargo, sí que sigue subiendo. Las empresas privadas

ven en los nuevos soportes televisivos las mejores plataformas publicitarias (son cada vez más las empresas que se anuncian en televisión).

En 1988, las empresas invirtieron más de 144 mil millones de pesetas en anuncios en TVE y en los años posteriores, con las cadenas privadas y los nuevos canales autonómicos, el dinero destinado a la publicidad sube hasta contabilizarse más de 168 mil millones de pesetas de inversión comercial.

De todo ello, se desgrana el siguiente gráfico en el que queda recogida la inversión que las empresas hacen en la publicidad.



### 4.3. La Televisión Regional

A finales de la década de los 80 aparece la llamada “red de estudio sobre la televisión en las Regiones”, Euroretv, coordinada por investigadores españoles y formada por “socios” europeos. Con ella, se trata de que los países europeos se integren entre sí a través de su contexto lingüístico, cultural y geográfico. Y las televisiones regionales son el mejor medio para mantener viva la llama de esa interculturalidad de la que tanto se venía hablando.

Los medios de comunicación regionales-autonómicos pueden, pues, desarrollarse en el proceso de identificación de las comunidades, sean nacionales o internacionales.

A continuación, veo necesario hacer un paréntesis para poder interpretar de manera más clara y precisa. Es necesario hacer un análisis de los diferentes procesos históricos que han vivido las televisiones europeas, para entender mejor el proceso de regionalización de los países que integran la Unión Europea.

En los años 70, comienza el llamado proceso de regionalización en algunas naciones europeas. En Gran Bretaña, por ejemplo, la ITV crea 15 televisiones regionales privadas. Durante estos años y más concretamente en 1983 aparece entonces el llamado CIRCOM regional (Cooperative Internatinale de Recherche et d'Action en Matière de Communication) como la primera asociación europea de televisiones regionales con el propósito de fomentar los intercambios entre los programas de todas las cadenas.

En 1983, Robert Stephane, en el *European Journal of Communication*, acercó concepto de regionalización al continente europeo. Y lo hizo relacionando la Televisión Regional con la televisión central, con cada una de las regiones, con la naturaleza de la producción y con las fuentes de ingresos (ya fueran nacionales, regionales o mixtas). De este modo, distingue cinco modelos de Televisión Regional.

El primero de ellos, la que él mismo llama “Televisión desconcentrada”, en la que la capital del Estado o país concede algunas actividades nacionales a distintas ciudades. Los ingresos dependen pues de la capital y no guardan ningún tipo de relación con las regiones.

A continuación, habla Stephane de la “Televisión descentralizada”- como órgano que representa a la región y que puede opinar sobre la producción, aunque sus ingresos parten de la capital- , la “Televisión regionalizada”-entendida como una asociación de productos regionales que, unidos, dan forma a la producción nacional, siendo los fondos distribuidos por el Estado- y la “Televisión federativa”-entidades particulares y específicas que se unen en una organización común para trabajar en una misma producción.

Y como quinto modelo de televisión, y la que nos ocupa e interesa a nuestro estudio, sería la “Televisión autonómica”. Un modelo audiovisual entendido como una colectividad, nacional o no, que produce para sí misma, con sus propios medios y con la toma de sus propias decisiones, en cuanto a la elección de la programación, de los contenidos y de las formas; así como de sus organización y de su organigrama. “*Es decir, Televisión Autónoma significa autonomía completa*”.

El resultado de todos estos cambios ha determinado una gran competitividad y exige en las televisiones una mayor precisión en sus programaciones.

Y hablamos de medios regionales- autonómicos porque según en qué países la naturaleza jurídica es diferente entre unas y otras. En España, por ejemplo, nos referimos a televisiones regionales a aquellas que tienen su ejemplo en Televisión Española y en sus desconexiones locales- en la medida en que se conforma como una televisión descentralizada con ventanas regionales abiertas a todo el país. Así, se realiza y transmite programas informativos en el ámbito de la propia región (en este sentido, iría de la mano de la tendencia a la regionalización de la RAI italiana y de la FR3 francesa).

Pero también, en el territorio nacional hablamos de las televisiones autonómicas, que marcan y transmiten las programaciones de cada una de las 17 comunidades españolas de manera independiente, y cuyas competencias pertenecen a cada uno de esos gobiernos autonómicos.

Aunque en apartados posteriores analizaré esta nueva oportunidad televisiva que surge en las autonomías, sí quiero hacer mención al nuevo panorama que surge a raíz de todos estos cambios. Y es que con la nueva alternativa audiovisual, en la que empiezan como primeras comunidades País Vasco, Cataluña, Galicia y Andalucía se abre un amplio abanico de posibilidades que parecían verse estancadas con la crisis en la que entra la televisión en los años 80, como ya hemos visto. Con los nuevos canales autonómicos se representa una realidad local, mucho más cercana; con noticias políticas, económicas y culturales que interesan al ciudadano por su cercanía y su implicación. Eso sí, buscan hacerlo dentro de las posibilidades que el mercado les ofrece, los costes son altos y los recursos más escasos que cuando la televisión estaba en manos del gobierno central- ahora las televisiones cuentan con una partida de presupuestos dada por cada una de las comunidades; el “pastel” se reparte entre más canales, pero el presupuesto sigue siendo prácticamente el mismo.

Las distintas formas de coproducción inter-autonómicas e inter-regionales pueden crear nuevas oportunidades para obtener economías de escala. Tal es así, que la cooperación con entidades locales facilita las transmisiones de servicio destinadas y dirigidas a públicos mucho más especializados y capaces de generar recursos al mismo tiempo.

Como ya hemos visto, desde que naciera la televisión, la evolución técnica impulsó una serie de necesidades para la sociedad del momento *“la función social que*

*se ha asignado a la televisión, que se ve principalmente al final de la jornada laboral cuando los ciudadanos llegan fatigados a sus casas, después de 8 o 10 horas de trabajo, y lo que le piden a la caja electrónica es un entrenamiento ligero y euforizante que actúe como bálsamo sobre las heridas psicológicas de la jornada”<sup>50</sup>.*

En este contexto, los fines sociales de la televisión autonómica están en una gran tesitura. Por un lado, tienen que cumplir con la divulgación de nuestra propia cultura y a su vez esta cultura específica de cada pueblo debe contar con los instrumentos necesarios para suministrar a la propia sociedad los mensajes que demandan. Por un lado, hoy asistimos a un modelo de televisión comercial cuyo único objetivo es obtener beneficios y por otro, el peso de un aspecto social y cultural que considera a la televisión como un servicio público esencial.

Por otro lado, el valor instrumental de la televisión ha llevado a cada una de las comunidades autónomas a gestionar y materializar su implantación, basándose en lo recogido en la Constitución Española y en los propios Estatutos de Autonomía.

#### **4.4. Ley del Tercer Canal**

El carácter de las normas básicas constitucionales supone un desarrollo normativo autonómico incapaz de agotar la regulación de la materia. Tal es así que son las propias Comunidades Autónomas las únicas capaces de regular la nueva televisión. Los Estatutos de Autonomías de las Comunidades Autónomas incorporan disposiciones específicas y relativas a la televisión. Aparece el concepto del Tercer Canal, que se regulan por las normas propias de la Comunidad. Cada región creara y mantendrán su “propia televisión”.

Los Estatutos de Autonomía de Cataluña, Galicia, Comunidad Valenciana y Andalucía son idénticos en cuanto a materia audiovisual propiamente dicha. Se establece que en el marco de las normas básicas del Estado, corresponde a las Comunidades Autónomas el desarrolla legislativo y la ejecución del Estatuto de la Radio y la Televisión.

---

<sup>50</sup> Gubern, R (1997): *El Desorden Televisivo En La Nueva Perspectiva Audiovisual*

En 1983, las Cortes Generales aprobaron la Ley del Tercer Canal de Televisión<sup>51</sup>-Ley 46/1983, de 26 de diciembre-, bajo la presidencia de Felipe González. Con esta ley se autorizó al Gobierno para que tomase las medidas necesarias para la puesta en funcionamiento de un tercer canal de televisión de titularidad estatal y para otorgarlo, en régimen de concesión, en el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma, apoyándose en los Estatutos de Autonomía y el Estatuto de la Radio y la Televisión Española.

En principio, esta ley tenía como objetivo la creación de un tercer canal de Televisión Española con desconexiones para cada Comunidad, pero los Gobiernos autonómicos lograron adelantarse y romper así en parte el monopolio que ostentaba TVE.

Una competencia a cada Comunidad que, a pesar de tratarse de una sociedad anónima, la que gestiona el servicio público de la televisión, su titularidad y su dependencia de los presupuestos generales, aparta de las normas comunes que para este tipo de sociedades establece la legislación ordinaria. Por ejemplo, los artículos del 11 al 16 reflejan la intención del legislador de someter a los Terceros Canales al control estatal.

Las comunidades autónomas tienen que solicitar al Gobierno la concesión, intransferible, de la gestión directa del tercer canal. Una gestión que debe regirse por los mismos principios que los canales generalistas de TVE y emitirse en cualquier horario por ondas hertzianas cuya infraestructura sería proporcionada por el Estado a cambio de un canon. Se gestiona, pues, mediante una sociedad anónima con capital público y pueden establecerse convenios sobre conexiones de las emisiones entre las diferentes cadenas y sobre la recepción de los servicios internacionales de noticias y transmisiones, así como para el intercambio de programas y servicios. La concesión se hace mediante Real Decreto, ordenando que se desarrollen las acciones necesarias para la puesta en funcionamiento del mismo.

Con la ley que regularía el llamado "Tercer Canal", se rompía el centralismo televisivo ejercido desde el inicio de la televisión. Los gobiernos del País Vasco y de Cataluña comenzaron la realización de la infraestructura de sus respectivas televisiones, bajo el marco jurídico estatutario de la Televisión Autónoma. El 1 de enero de 1983

---

<sup>51</sup> Ver Anexo 1. Ley 46/ 1983, de 26 de diciembre, Reguladora del Tercer Canal de Televisión.

Euskal Telebista inicia sus transmisiones<sup>52</sup>, un año después, el 16 de enero de 1984, se inician las transmisiones de televisión en Cataluña<sup>53</sup> y en 1985, la televisión gallega<sup>54</sup>.

La Comunidad Autónoma de Andalucía fue el tercer canal autonómico que empezó a funcionar. La concesión le fue dada mediante el Real Decreto 321/ 1988, de 8 de abril; siempre con lo dispuesto y lo establecido en el Estatuto de Autonomía de Andalucía, firmado siete años antes<sup>55</sup>. En su preámbulo se afirma:

*“Se configuran en la presente Ley los medios de comunicación social a los que la misma se refiere como instrumentos fundamentales para la información y la participación de todos los andaluces en la vida política, cultural y social, en los términos previstos por el artículo 12.1 de nuestro Estatuto de Autonomía, así como cauce para el acceso de todos los andaluces a los niveles educativos y culturales que les permitan su realización personal y social y de afianzamiento de la conciencia de identidad andaluza, por medio de la difusión y conocimiento de los valores históricos, culturales y lingüísticos del pueblo andaluz en toda su riqueza y variedad, tal como previene el artículo 12.3.2º del Estatuto, todo ello como base para el desenvolvimiento pleno de los derechos y libertades de los andaluces y vía para la solidaridad práctica entre todos los pueblos de España”*

---

<sup>52</sup> Anexo 2. Ley Orgánica 3/1979, de 18 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para el País Vasco.

<sup>53</sup> Anexo 3. Ley Orgánica 4/1979, de 18 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Cataluña.

<sup>54</sup> Anexo 4. Ley Orgánica 1/1981, de 6 de abril, de Estatuto de Autonomía para Galicia.

<sup>55</sup> Anexo 5. Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Andalucía. (Vigente hasta el 20 de marzo de 2007)

## **5. NACE CANAL SUR TELEVISIÓN**

Para el nacimiento de la televisión andaluza se elige una fecha cargada de simbolismo: el 27 de febrero de 1989, víspera del Día de Andalucía. Y para entender el verdadero significado de lo que supone para nuestra Comunidad la puesta en marcha de esta televisión autonómica, es necesario analizar el contexto histórico, social y económico que vive en ese momento Andalucía.

### **5.1. ¿Cómo era la Andalucía de 1989?**

El territorio de Andalucía comprende el que marcan los municipios de las actuales provincias de Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla. Su capital es esta última, ciudad reconocida por el Estatuto de Autonomía de 1981 como sede de la Junta de Andalucía.

En 1989 ya era la comunidad autónoma más poblada de España, con más de siete millones de habitantes, y la segunda más extensa, con casi 90.000 kilómetros cuadrados, lo que explica su peso en el conjunto de España. Ocupa, por tanto, el 17,2 % del territorio nacional, situándose al sur de la península ibérica; limitando al oeste con Portugal, al norte con las Comunidades Autónomas de Extremadura y Castilla-La Mancha, al este con la Región de Murcia y al sur con el océano Atlántico, el mar Mediterráneo y África.

Su particularidad geográfica no es más que el resultado de toda una historia. Al fin y al cabo, la historia de Andalucía viene marcada por un complejo proceso en el que se fusionan a lo largo del tiempo diferentes pueblos y culturas- como los que han dejado los pueblos íberos, celtas, fenicios, romanos y musulmanes-, así como diferentes realidades socioeconómicas y políticas.

Con todo ello y con el paso de los años y la historia, se ha creado una identidad cultural muy particular y muy rica, al mismo tiempo. La mezcla de los pueblos, de sus tradiciones, de su folklore y de sus lenguas, algunos muy diferentes entre sí, han ido dejando una impronta lentamente asentada entre los habitantes.



## 5.2. Contexto político

Nos situamos en la primera década de la Transición española, la televisión pública de Andalucía da sus primeros pasos en una democracia joven. Tras 40 años de dictadura, la sociedad andaluza abre un periodo de reafirmación de su identidad, y comienza un proceso para lograr el autogobierno.

En el comienzo de ese camino hacia la Autonomía, la sociedad andaluza se pronuncia alto y claro. El 4 de diciembre de 1977, un millón y medio de andaluces se manifiesta en las calles para reclamar su autogobierno, convocados por la Asamblea de Parlamentarios; una asamblea que agrupaba a todos los diputados y senadores elegidos por las provincias andaluzas en las elecciones generales realizadas ese mismo año.

El proceso autonómico se inicia en Andalucía con discrepancias entre la Junta Preautonómica y el Gobierno español, en manos de la UCD. El Gobierno central quiso conceder a Andalucía la autonomía reducida, recogida por el artículo 143 de la constitución. Este artículo permitía el acceso a la autonomía a las regiones de España que no hubieran aprobado su estatuto de Autonomía durante la Segunda República y que, por ello, no eran consideradas "comunidades históricas". Sin embargo, la Junta Preautonómica de Andalucía perseguía la autonomía plena y por ello se optó por la vía del artículo 151.

El referéndum sobre la iniciativa del proceso autonómico de Andalucía se celebra finalmente el 28 de febrero de 1980. En esta votación los andaluces tienen que responder a la siguiente pregunta: *“¿Da usted su acuerdo a la ratificación de la iniciativa prevista en el artículo ciento cincuenta y uno de la Constitución a efectos de la tramitación por el procedimiento establecido en dicho artículo?”*

Se somete a votación el Art. 151 de la Constitución española de 1978. Este artículo prevé un procedimiento especial de acceso a la autonomía, en virtud del cual se podía obtener, inicialmente, un mayor nivel de autogobierno, cumpliendo con unos requisitos más gravosos que los establecidos en el procedimiento común- regulado en el artículo 143. Es lo que se denominó como la vía rápida de acceso a la autonomía.

El sí de los andaluces en esa votación fue abrumador, casi el 90 por ciento apoyó el proceso abierto para lograr el autogobierno. Fue el primer y el único referéndum de acceso a la autonomía planteado por esta vía en España.

Un año más tarde, el 28 de febrero de 1981, la Asamblea de Parlamentarios de Andalucía se reúne en Córdoba para analizar el proyecto de Estatuto de Autonomía. El

1 de marzo, tras dos jornadas de debate, los diputados aprueban por mayoría el llamado “Estatuto de Carmona”. En esa localidad sevillana los autores, los siete miembros de la Comisión Redactora, terminan la redacción del proyecto el 12 de febrero.

El Estatuto de Autonomía para Andalucía queda aprobado por unanimidad. Declarando lo siguiente desde el principio:

*“Art. 1:*

*La identidad histórica, en el autogobierno que la Constitución permite a toda nacionalidad, en plena igualdad al resto de nacionalidades y regiones que compongan España, y con un poder que emana de la Constitución y el pueblo andaluz reflejado en su Estatuto de Autonomía”.*

En 2007 se aprueba un nuevo Estatuto de Andalucía, que no entraremos a analizar, por estar fuera del contexto histórico objeto de nuestro estudio.

El siguiente paso hacia el autogobierno se daría el 23 de mayo de 1982, es la fecha en la que se realizan las primeras elecciones al Parlamento de Andalucía. El Estatuto de Andalucía, del mismo modo que ocurre con la Constitución Española, no fija el número de diputados, sino que marca una horquilla de 90 a 110 diputados. Se decide fijar en 109 el número de parlamentarios.

Estas primeras elecciones son de gran importancia, con ellas se forma la primera asamblea legislativa de la Historia de Andalucía. Los resultados dan el poder al PSOE, que obtiene mayoría absoluta con 66 escaños, seguido por la Federación de Alianza Popular con 17 escaños, UCD con 15, el PCA-PCE que obtiene 8 y el PSA-PA con 3 escaños.

El 21 de junio de 1982 se constituye el Parlamento de Andalucía en la Sesión Constitutiva celebrada en los Reales Alcázares de Sevilla, en la que se eligió por mayoría a Antonio Ojeda Escobar como Presidente del Parlamento de Andalucía. Poco después, en las sesiones del 14 y 15 de julio, Rafael Escudero Rodríguez es elegido primer Presidente de la Junta de Andalucía.

Tras una etapa política convulsa, Andalucía empieza a disfrutar de los logros. Una vez conseguido el Estatuto de Autonomía, la Comunidad traza las líneas para definir, asentar y reforzar sus señas de identidad. En el marco de este objetivo, nacerá el proyecto de la creación de una televisión propia.

La persona que ocupa la presidencia de la Junta de Andalucía, en el momento en comienza a emitir la televisión andaluza, es José Rodríguez de la Borbolla. Un abogado sevillano, profesor de la Universidad hispalense, que en 1977 fue nombrado Secretario General del PSOE en Andalucía, Senador (1979-1982) y diputado del parlamento andaluz desde 1982. Tras la dimisión de Rafael Escudero en 1984, Rodríguez de la Borbolla se convertiría en el segundo presidente de la Junta de Andalucía hasta el año 1990.

### **5. 3. Contexto social**

El presidente autonómico, subraya, una vez más, el momento social que se vive de apertura al mundo por un lado, y por otro, de aspiración a reafirmar una identidad propia, afirmando que si

*“Andalucía tiene algo que la distingue de otros pueblos y eso es la vocación de universalidad, es decir, los andaluces somos la suma de todos los pueblos de Occidente, del Occidente más próximo a nosotros. Hemos asumido esas culturas, las hemos recreado y las hemos hecho agradables ante todo el mundo. Por eso, hoy más que nunca, una fiesta, un día de la afirmación de la cultura andaluza, es un día de la cultura universal. Tenemos que estar abiertos como lo hemos estado siempre los andaluces, abiertos a cualquier manifestación cultural, nos enriquecerá y la enriqueceremos con nuestra aportación”.*

Así pues, no sólo en el discurso político se dibuja el contexto social del momento, también los profesionales, que llevan a cabo el reto de poner en marcha Canal Sur, dejan claro desde el comienzo de la emisión, cómo es el escenario, la Andalucía, en el que nace la cadena.

El periodista Paco Lobatón, primer Director de los Servicios Informativos de Canal Sur Televisión, en su presentación de la nueva cadena, hace referencia al momento de crecimiento que vive Andalucía. *“Antes de que circulen los trenes de alta velocidad, o de que estén acabadas todas las autovías, antes por cierto del 92, algo decisivo va a cambiar en el mapa de las distancias. En el aire de Andalucía, esta*

*televisión va a ser el lugar de encuentro de los acentos*". Asegura Lobatón que *"no hay prosperidad sin comunicación"*, y de esta forma se presenta a la televisión andaluza como un instrumento más para construir el futuro de los andaluces.

De estas palabras, se desprende el momento de cambio en el que está sumergida Andalucía, se hace referencia a las infraestructuras que se están realizando en el territorio andaluz para mejorar su comunicación. Una modernización que viene impulsada por un acontecimiento internacional de referencia y que cambia para siempre la historia de la Comunidad: la Exposición Universal de 1992.

La celebración en la capital andaluza de la Expo'92, supondrá un antes y un después en las comunicaciones, y no sólo entre los pueblos de Andalucía sino también con el resto de España y del mundo. Así que en 1989, el momento histórico que analizamos, se convierte en la antesala de esa Exposición Universal, y por tanto, es una etapa de cambios.

En el momento en que nace Canal Sur, quedan apenas tres años para la inauguración de la Exposición Universal, así que las obras de todas las infraestructuras se encuentran en su pleno apogeo. En la capital hispalense, sede del acontecimiento, se realiza un cambio urbanístico importante. Se produce la apertura de la zona noroeste al río, un nuevo sistema viario y hasta cinco nuevos puentes. Se amplía el aeropuerto sevillano y se construye una estación central ferroviaria, de las más modernas de Europa. A sus andenes llega el primer tren de alta velocidad español, el AVE. Se puede viajar a la capital española en menos de tres horas, y a Córdoba en treinta minutos, dónde se construye una nueva estación. Se acortan las distancias.

Las autovías del V Centenario y la Nacional IV, que completa con cuatro carriles todo el recorrido Sevilla-Madrid, suponen un avance muy importante para las comunicaciones andaluzas. Dentro de las ciudades, las nuevas vías de circunvalación, de Sevilla y Córdoba, mejoran el tráfico rodado.

El lugar elegido en Sevilla para acoger la Exposición Universal, fueron 250 hectáreas de terreno agrícola en donde se ubicaba el histórico Monasterio de la Cartuja, dónde Cristóbal Colón preparó el viaje a América y donde estuvo enterrado varios años. El edificio estaba en un estado de ruina total y se necesitó de una gran obra de rehabilitación para devolverle el esplendor de antaño y convertirlo en el símbolo de la Expo'92. La transformación de estos terrenos, conocidos como Isla de la Cartuja, fue considerada la mayor obra pública de la década en Europa.

Sevilla, por ende Andalucía, se exponía a los ojos del mundo. La participación de países, empresas y organismos internacionales fue abrumadora, en total acudieron 112 países, 23 organismos internacionales, 6 empresas y las 17 comunidades autónomas españolas.

El mismo pabellón de Andalucía, nos sirve de ejemplo clave para describir el momento social de la Comunidad andaluza. El proyecto del edificio fue el resultado de un concurso con el lema “Tradición y Cambio”. Según el autor, el arquitecto sevillano Juan Ruesga Navarro, el basamento de mármol blanco representa la cultura tradicional; el edificio de base elíptica en piedra arenisca la cultura elaborada, y el cilindro inclinado la modernidad, el espíritu artístico y científico en evolución, claves del proyecto de cambio y modernización al que aspiraba y se enfocaba la Comunidad Autónoma Andaluza.

Muchas de las obras realizadas para la Exposición de 1992, o al menos vinculadas a ella, se beneficiaron de los fondos europeos que se dedicaron para su financiación. Así, que nos parece oportuno, a partir de este dato, analizar la repercusión que para Andalucía tienen la entrada en Europa, y en concreto, en su economía, esos fondos europeos.

#### **5.4. Contexto económico**

Pero todas estas ayudas para la consecución de la Exposición Universal de 1992 tienen su origen seis años antes. La entrada de España a la Unión Europea (Mercado Único Europeo) en 1986, supone a la economía andaluza un fuerte impulso basado en diversos factores. En esta fecha, a mediados de los años ochenta, se lanza un proyecto de Mercado Único Europeo, que introdujo factores de impulso para el crecimiento económico de los países miembros. Este creciente interés por la aproximación económica y social dio lugar a los Fondos Estructurales Europeos en el año 1987.

Se trata de programas plurianuales de inversión financiados conjuntamente por la Administración Comunitaria y por las Administraciones Nacionales de los Estados miembros receptores y, aunque, no son las únicas ayudas estructurales que otorga la UE, constituyen su parte más relevante.

La situación de crisis económica de Andalucía a mediados de los años ochenta motivó que la región fuera incluida, desde el primer momento, entre las regiones donde

las instituciones de la Unión Europea habrían de acometer acciones de carácter prioritario. Más tarde, con el establecimiento por la Comisión de los Marcos de apoyo Comunitario (MACs), Andalucía entró a formar parte de las regiones pertenecientes al objetivo número uno.

En el año 1989, objeto de nuestro análisis, (nacimiento de Canal Sur), España presentó ante la Comunidad Europea el Plan de Desarrollo Regional 1989-1993. En él podemos destacar las siguientes actuaciones, en relación con las obras vinculadas a la Expo '92: mejora de las conexiones de la región andaluza con el resto de la península; la adecuación de su infraestructura portuaria, aeroportuaria y de conexión entre las ciudades.; el incremento de la red de telecomunicaciones; y la recalificación de las áreas turísticas del litoral para su aprovechamiento e integración en la zona.

Para entender las importancia de estos fondos y su repercusión en la modernización de Andalucía, pondremos algunos ejemplos concretos, de las actuaciones anteriormente enumeradas: la financiación de la construcción de distintos tramos de la autopista Sevilla-Granada-Baza; la aportación de una nueva terminal internacional del aeropuerto de Málaga; el Banco Europeo de Inversiones contribuyó a la financiación de la puesta en marcha del tren de alta velocidad y a más de 3.000 Km. de carreteras locales.

La ayuda europea supuso una bocanada de aire fresco en una economía asfixiada, como la andaluza. Ya que en la década de los ochenta, la crisis que vive el país a nivel nacional, se hace notar con más dureza en la región andaluza. Así que además de la ayuda exterior, la Junta de Andalucía elabora un plan de acción propia para levantar esta situación económica: el Plan Económico para Andalucía (1984-1986) y Programa Andaluz de Desarrollo Económico (1987-1990). Con ellos, Andalucía tiene que hacer frente a una economía basada en la agricultura, una población que regresa después de haber emigrado, principalmente a la capital y a Cataluña, en busca de trabajo, y una de las tasas de paro más elevadas del país, sobre todo entre la población más joven.

## **5.5. Contexto audiovisual**

Pero además del panorama político, social y económico en los que se encuentra Andalucía en el momento de la creación de su televisión autonómica, hay que tener en cuenta un aspecto clave en cuanto a la conformación del sector audiovisual del

momento. Cuando Canal Sur comienza con las primeras emisiones, un acontecimiento en el sector cambia por completo el mundo televisivo: la creación de las televisiones privadas. Ya hemos visto cómo la aparición de las televisiones autonómicas (de Cataluña, País Vasco, Galicia y Andalucía) rompe con el monopolio de Televisión Española, como única televisión pública en España.

A partir de ahí, empezaron a surgir voces que exigían una televisión privada y más abierta. Durante los gobiernos de Calvo Sotelo, se producen intentos por quitar el monopolio televisivo. Las primeras televisiones privadas nacen oficialmente el 3 de mayo de 1988 fecha en que apareció publicada la Ley 10/1988 de la Creación de la Televisión Privada<sup>56</sup>, con el único apoyo del Partido Socialista. Su introducción señala: *"se trata de una Ley que quiere estar abierta a futuros cambios e innovaciones tecnológicas"*.

Aparecen entonces tres canales de televisión privada- Antena 3 Televisión, Tele 5 y Canal Plus, que, aunque no entraremos en ellos de manera específica (nos ocuparía otro estudio aparte), cambian, por completo, el panorama audiovisual de España.

La competencia se endurece aún más. Todos los canales entran en un mercado cada vez más feroz. La lucha por las audiencias se convierte en la tónica a seguir por parte de las televisiones privadas y públicas (que no pueden olvidarse de su función como servicio público). Antena 3 y Tele 5 logran una cuota de pantalla y una cobertura más que aceptables, lanzándose al mercado en una guerra sin medida. Al mismo tiempo, incrementan sus relaciones directas con los anunciantes y relajan, todavía más, sus normas de contratación.

La televisión pública, por su parte, se ve obligada a poner en práctica algunos aspectos de las políticas comerciales de los canales privados. El objetivo es mantener la competitividad mediante la adecuación de los precios al descenso de los espectadores, mientras que se sigue en el intento de cumplir los objetivos públicos al servicio de la ciudadanía.

La articulación del sistema financiero televisivo es, sin duda, uno de los elementos más específicos para determinar el panorama audiovisual español. Mientras que en Europa ya hemos visto que la financiación de las televisiones públicas corría a cargo de los Gobiernos, la eliminación de las subvenciones estatales a RTVE desde

---

<sup>56</sup>Anexo 6. Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. (Vigente hasta el 1 de mayo de 2010)

1983, lleva a criterios cada vez más económicos en su gestión. Se trata, pues de una televisión pública, con una especie de financiación privada. De hecho, las televisiones autonómicas nacen ya bajo el signo de la “autofinanciación” publicitaria.

La televisión pública, por tanto, ya no puede tener como objetivos exclusivos los de carácter social y cultural. Además, tiene que alcanzar también objetivos propios de la economía de mercado. Se han disparado los gastos de explotación y las cuotas de mercado dependen de la audiencia.

Precisamente por todo ello, para entender mejor la creación de Canal Sur Televisión, su naturaleza como televisión pública, con autofinanciación publicitaria, hemos visto conveniente hacer un paréntesis en nuestro estudio. Sin embargo, no se nos escapa el hecho de que, si bien es cierto que las televisiones privadas cambian el panorama audiovisual y lo convierten en un panorama comercial altamente competitivo, también son las que dan sentido a las televisiones públicas; en cuanto a las luchas de qué debe hacer y qué no una televisión pública frente a una privada, en materia de contenidos sobre todo.

Se hace necesaria, por tanto, una definida política audiovisual de los gobiernos autonómicos para poder construir y consolidar una infraestructura de producción e incentivar una producción comercialmente viable y socialmente pública. Y es aquí, en el marco de esta política donde las televisiones autonómicas, y, en el caso que ahora nos ocupa, Canal Sur Televisión, se constituyen como un elemento indispensable; como creadoras de un tejido audiovisual estable, fuerte, sólido y competitivo.

## **5.6. La necesidad de crear un Tercer Canal en Andalucía**

Con este panorama social, económico, político y audiovisual, se abren de par en par las puertas de una nueva Andalucía. Una Andalucía democrática, participativa, inquieta y plural y encaminada hacia el progreso y el desarrollo.

Una sociedad, la andaluza, orgullosa de ser quien es. Orgullosa de sus costumbres, de sus tradiciones, de su folklore, de su lengua, de su acento... y que quiere mostrárselos al mundo. En palabras del Presidente de la Junta de Andalucía, Rodríguez de la Borbolla, se hace necesario un elemento que vertebre y una, de alguna manera, Andalucía. Una Andalucía extensa, en kilómetros cuadrados, plural y rica.



*“La decisión de creación de una Televisión Autónoma en Andalucía la tomé en 1986, antes de la celebración de las segundas elecciones al Parlamento andaluz. El contexto era el de la puesta en marcha del Estado de las Autonomías, un momento en el que creí que era conveniente un canal Autónomo para así contribuir a vertebrar una Comunidad joven y a potenciar la identificación de todos los andaluces con su tierra(...).Andalucía necesitaba reforzar su identidad. Tenga en cuenta que, hasta entonces, la mayoría de los andaluces se identificaba con su provincia o su municipio, pero no se identificaban primariamente con Andalucía”<sup>57</sup>.*

¿Y qué mejor manera de hacerlo que con un instrumento único? Como hemos ido viendo a lo largo de nuestra exposición, los medios de comunicación, especialmente los audiovisuales- y específicamente la televisión- se han constituido como indiscutibles poderes públicos, por su influencia política, económica y social. Se han conformado como “bienes de interés”; y más las televisiones públicas.

Las cadenas públicas deben, ante todo, centrar sus contenidos en lo que afecte puramente al interés público, garantizando el acceso a la información de todos los grupos sociales y políticos<sup>58</sup>. Del mismo modo, tienen una obligación de “fomento positivo”; favorecer, tanto en forma como en fondo, los contenidos que defiendan los valores de la dignidad humana. Valores como la formación y la cultura también deben ser proyectados a través de estas televisiones privadas; derechos que también quedan recogidos en la Constitución Española.

Además, las televisiones públicas deben informar y opinar con características “especiales”, sin olvidar la función de entretenimiento y diversión que deben cumplir por la propia naturaleza de ser televisión. Las televisiones, al fin y al cabo, no son centros educativos si no que deben mostrar un atractivo desde el punto de vista del servicio público; Tratando a los receptores como ciudadanos y no como simples masas. La audiencia es importante, sí, pero no lo más importante. La función pública y social

---

<sup>57</sup> Anexo 7. Entrevista José Rodríguez de la Borbolla

<sup>58</sup> AA. VV. (1995) *La nueva perspectiva audiovisual. El reto de la televisión pública Regional*. Madrid: Ediciones Telemadrid

no debe abandonarse en un solo momento. Su objetivo no es la rentabilidad económica, es, en definitiva, la rentabilidad social.

Como se recoge en el libro *La nueva perspectiva audiovisual. El reto de la televisión pública regional*, de 1995 y en la que colaboran varios autores, los objetivos generales de una radiotelevisión pública, y por tanto el modelo que adoptaría la de Andalucía, son:

- Promocionar una televisión de calidad que respete los intereses del pluralismo, de la democracia, de la cultura, de la educación y de la convivencia.
- Impulsar y adaptar los cambios tecnológicos, respetando los valores fundamentales de los ciudadanos.
- Establecer una esfera de la comunicación pública en la que los medios audiovisuales gocen de legitimidad pública y, en consecuencia, sean veraces y libres.
- Crear y establecer una industria audiovisual estable y competitiva que no solo rinda beneficios económicos al Estado, sino que además sostenga y refuerce el sistema social público y cultural.

En este sentido, el que fuera presidente de la Junta de Andalucía, José Rodríguez de la Borbolla, asegura que:

*“un canal autonómico es un instrumento para reflejar unitariamente la unidad de Andalucía; para hacer ver que todos los andaluces participan de unos mismos problemas y tienen unos intereses comunes. Los medios nacionales reflejan muy secundariamente las realidades regionales, y los medios locales o provinciales se centran en las cuestiones más próximas a los territorios menores. Había que resaltar la realidad integral de Andalucía”<sup>59</sup>.*

---

<sup>59</sup> Anexo 7. Entrevista José Rodríguez de la Borbolla

En conclusión, y con todo lo dicho, podemos afirmar que Canal Sur Televisión nace en un momento de conquistas a nivel político, de lucha en un panorama económico difícil, de ilusión en una sociedad que se reafirma en su identidad y de cambios en el panorama audiovisual.

En la información corporativa que se facilita en la página web de la propia RTVA se explicita que la televisión autonómica andaluza nació con la intención de servir como un instrumento fundamental de información y participación para los andaluces en la sociedad, la cultura y la política del país. Además, otro de los objetivos perseguidos con su creación era convertirse en un medio de difusión de los valores históricos, culturales y lingüísticos de Andalucía. A este respecto cuenta Manuel Ángel Vázquez Medel<sup>60</sup>:

*“Soy directo testigo de hasta qué punto en aquellos años quienes tenían la más alta responsabilidad en el gobierno de Andalucía se debatían entre lo que he llamado la activación o, por el contrario, la desactivación del potencial simbólico de Andalucía (un potencial simbólico no excluyente, pero sí afirmador de identidad, que respondía a la idea de "cultura con raíces, cultura sin fronteras")”. Finalmente, es sabido, la fuerza transformadora que encerraba la construcción de un proyecto común desde Andalucía sucumbió ante otro tipo de estrategia. [...] Si, finalmente, se accedió a poner en marcha la RTVA fue porque era imparable (resultaba un agravio comparativo frente a otras Comunidades) y porque, alejado el peligro del foco de contemplación desde Andalucía, la RTVA pasaba a ser -como así lo prueban los documentos del Consejo Asesor y de la Comisión de control Parlamentario- un escenario para la confrontación política”*

De este modo, y con la idea clara de qué es y qué papel tiene la televisión pública, la Ley del Tercer Canal irrumpe con fuerza en el sur de España. Como hemos visto en el Capítulo 2 de nuestro trabajo, es a finales de los ochenta cuando a la industria audiovisual nacional se une otro actor más: la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA). La RTVA es una Agencia Pública Empresarial perteneciente a la Junta de

---

<sup>60</sup> Vázquez Medel, M. A. (1994) *La RTVA y la industria audiovisual andaluza*.

Andalucía. Empezó su andadura entre finales de 1988, con el comienzo de las emisiones de Canal Sur Radio, y el 28 de febrero de 1989 con la aparición en antena de Canal Sur Televisión.

Como hemos ido desarrollando a lo largo de todo nuestro estudio, su creación rompió de lleno con el monopolio de la televisión pública estatal, abriendo nuevos mercados y facilitando nuevas actividades comerciales y económicas en Andalucía<sup>61</sup>.

El profesor Vázquez Medel está convencido de que el proyecto de la RTVA estuvo falto en su nacimiento de una base de consenso y profesionalidad necesaria y decisiva para afrontar los cambios del medio televisivo que surgieron tras su puesta en marcha, y señala como responsables de la dinámica de confrontación que no hizo viable esta base necesaria tanto al gobierno como a la oposición del momento. Pero va más allá al mencionar que la RTVA también se pone en marcha como *“escenario para la confrontación política”*.

Así pues, el contexto político del momento fue crucial para la creación y la forma en que se puso en marcha la RTVA, pero, como hace notar Vázquez Medel en el mismo artículo, también destaca el hecho de que la fecha del nacimiento de la RTVA coincida con un *“punto de inflexión en la historia de la Humanidad”*, ya que es a finales de la década de los ochenta, como ya hemos visto, cuando se establecen las claves de la revolución tecnológica y comunicacional que estamos viviendo en estos momentos y que ha acabado *“con un buen número de estructuras, instituciones y presupuestos del gran proyecto de la modernidad”*:

*“En dicho contexto global, se acentúa el papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y, por tanto, su peso en las formas indirectas (y no tan indirectas) del control y la influencia política. Dicho incremento de influencia llevará a que en nuestros días los medios de comunicación no sean ya el cuarto poder del Estado moderno (junto al legislativo, el ejecutivo y el judicial), sino el verdadero primer poder”.*

---

<sup>61</sup> Recordaremos en este punto que en aquel momento, la oferta televisiva en España se reducía a las dos cadenas públicas del estado (TVE), añadiéndose las cadenas de algunas comunidades autónomas como Cataluña, País Vasco o Galicia que ya contaban con su canal autonómico.

En cuanto al marco legal que posibilitó la creación de la RTVA, Emelina Fernández Soriano en su libro *Canal Sur, una televisión regional en Europa*<sup>62</sup> presta especial atención al Estatuto de Autonomía para Andalucía de 1981 por la importancia de ciertos artículos que posibilitaron la creación y la posterior determinación del servicio público de televisión en Andalucía, a pesar de que como bien indica Fernández Soriano:

*“[...] El texto legal base autonómico no se plantea específicamente el papel de una televisión propia como motor para el desarrollo de una industria autónoma en el sector audiovisual, que sirva como soporte para la defensa de la cultura propia y que garantice la producción de programas que difundan en el mundo las peculiaridades culturales de Andalucía, sin tópicos ni mistificaciones”*

Así, el apartado 1 del artículo 12 del Estatuto de Autonomía<sup>63</sup> recoge que la comunidad autónoma de Andalucía promoverá las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integran sean reales y efectivas; removerá los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitará la participación de todos los andaluces en la vida política, económica, cultural y social. El apartado 2 del mismo artículo incide en que propiciará la efectiva igualdad del hombre y de la mujer andaluces, promoviendo la plena incorporación de ésta en la vida social y superando cualquier discriminación laboral, cultural, económica o política. Y dentro del apartado 3, en el punto 8: *“La realización de un eficaz sistema de comunicaciones que potencie los intercambios humanos, culturales y económicos”*. Con ello, en este artículo queda recogida la línea social que deberá promoverse en la comunidad autónoma y, por ende, en su televisión pública.

Otros artículos del Estatuto que están en relación y que afectan en mayor o menor medida a la configuración de la televisión autonómica son el artículo 16 y el artículo 30. El artículo 16 es especialmente relevante en este sentido, ya que marca las

---

<sup>62</sup> Pp. 91-94.

<sup>63</sup> Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, Estatuto de Autonomía para Andalucía. (Vigente hasta el 20 de marzo de 2007)

competencias de la comunidad autónoma en materia de Radiodifusión y Televisión, en virtud de las cuales Andalucía podrá regular, crear y mantener su propia televisión, radio y prensa, y los medios de comunicación necesarios para el cumplimiento de sus fines:

*“Artículo 16:*

*1. En el marco de las normas básicas del Estado, corresponde a la Comunidad Autónoma de Andalucía el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de Radiodifusión y Televisión en los términos y casos establecidos en la Ley que regula el Estatuto Jurídico de la Radio y Televisión.*

*2. Igualmente le corresponde, en el marco de las normas básicas del Estado, el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de Prensa y, en general, de todos los medios de comunicación social. En los términos establecidos en los apartados anteriores de este artículo, la comunidad Autónoma de Andalucía podrá regular, crear y mantener su propia televisión, radio y prensa y, en general, todos los medios de comunicación social para el cumplimiento de sus fines”.*

En el artículo 30 se fija que el control parlamentario de los medios de comunicación dependientes de la comunidad autónoma se atribuye al Parlamento de Andalucía.

*“Artículo 30:*

*Corresponde al Parlamento de Andalucía:*

*1. El ejercicio de la potestad legislativa propia de la Comunidad Autónoma, así como el de las facultades normativas atribuidas a la misma, en su caso, de acuerdo con los apartados 1 y 2 del artículo 150 de la Constitución*

*2. El ejercicio de la potestad legislativa para la ejecución, en su caso, de las leyes estatales.*

*3. El control de la acción del Consejo de Gobierno.*

*4. La aprobación de los Presupuestos.*

*5. La aprobación de los Planes Económicos.*

6. *La ordenación básica de los órganos y servicios de la Comunidad Autónoma.*

7. ***El control de los medios de comunicación social dependientes de la Comunidad Autónoma.***

8. *La potestad de establecer y exigir tributos.*

9. *La elección del Presidente de la Junta*

10. *La apreciación, en su caso, de la incapacidad del Presidente.*

11. *La presentación de proposiciones de ley al Congreso de los Diputados en los términos del artículo 87 de la Constitución*

12. *La designación de los Senadores que correspondan a la Comunidad Autónoma, de acuerdo con el artículo 69.5 de la Constitución. Los Senadores serán designados en proporción al número de miembros de los Grupos políticos representados en el Parlamento. Su mandato en el Senado estará vinculado a su condición de Diputados del Parlamento Andaluz”.*

Por otra parte, en el artículo 68 del primer Estatuto de Autonomía se establece la posibilidad de crear empresas públicas para realizar funciones que competen a la comunidad hace alusión a la creación de la RTVA como tal.

Un aspecto más del Estatuto en el que fija su atención la profesora Fernández Soriano, y que nos parece de vital importancia mencionar en este momento en el que analizamos el nacimiento de la RTVA, es su disposición adicional tercera, que respecto a la previsión estatutaria relativa al tercer canal de televisión señala:

*“1. El Estado otorgará en régimen de concesión a la Comunidad Autónoma la utilización de un tercer canal de televisión, de titularidad estatal, que debe crearse específicamente para su emisión en el territorio de Andalucía, en los términos que prevea la citada concesión.*

*Hasta la puesta en funcionamiento efectivo de este nuevo canal de televisión, Radiotelevisión Española (RTVE) articulará, a través de su organización en Andalucía, un régimen transitorio de programación específica para la Comunidad Autónoma que se*

*emitirá por la segunda cadena, garantizándose la cobertura de todo el territorio.*

*2. El coste de la programación específica de televisión, a que se refiere el párrafo anterior, se entenderá como base para la determinación, de la subvención que pudiera concederse a la Comunidad Autónoma durante los dos primeros años de funcionamiento del nuevo canal a que se refiere el apartado primero”.*

Como podemos ver, ya en 1981, con la aprobación del primer estatuto de Autonomía se asientan las bases para la consolidación de un nuevo canal autonómico. Son sólo eso, las bases de que algo en el panorama audiovisual andaluz estaba cambiando. Y vaya que si cambió. Los pilares fueron tan sólidos que, más de dos décadas más tarde, se modificó ese Estatuto de 1981. El día 20 de marzo del año 2007, entra en vigor la Ley Orgánica 2/2007; de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía.

Por fechas, el nuevo Estatuto no nos interesa como objeto de estudio, pero sí lo considero digno de reseñar puesto que no es más que un claro ejemplo de la importancia que van adquiriendo los medios de comunicación a lo largo de los años. Y es que en esta nueva Ley se dedica un apartado específico, el Título VIII completo, a los medios de comunicación social.

Un total de diez artículos que recogen el derecho a la información como un valor constitucional (Art. 207) y en el que se establecen las bases jurídicas y legales del servicio público de la radio y la televisión (Art. 210), entre otros. Además dedica artículos aparte a los medios de comunicación públicos propiamente dichos, a la publicidad institucional y al control de esos medios por parte del Parlamento. Mención especial tienen la proyección que los nuevos canales deben hacer de la cultura andaluza y de su lengua. Unos cambios y unas modificaciones que reflejan la importancia de los medios de comunicación en Andalucía y cómo éstos son capaces de cambiar el panorama audiovisual- hasta el punto de recogerse en una Ley. Unos medios entre los que destaca la televisión y por supuesto, un nuevo canal: Canal Sur.

Así pues, y volviendo a nuestro tema de estudio, con los pilares bien asentados con el Estatuto de Autonomía de Andalucía de 1981, ya sólo quedaba definir y delimitar, de manera legal, el marco jurídico en que debía encuadrarse la creación de la



RTVA propiamente dicha. Surge entonces la llamada Ley 8/1987, la Ley de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía.

### **5.7. Ley 8/1987. Ley de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía**

*“La Comunidad Autónoma de Andalucía, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 16 de su Estatuto de Autonomía, tiene competencia para regular mediante Ley del Parlamento de Andalucía cuanto dice en relación con los medios de radiodifusión y televisión”.* Así comienzan los primeros renglones de la Ley 8/ 1987, de 9 de diciembre, de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y la regulación de los servicios de radiodifusión y televisión gestionados por la Junta de Andalucía. Firmada por José Rodríguez de la Borbolla Camoyán, Presidente de la Junta de Andalucía y por Manuel García Navarro. Consejero de la Presidencia, la Ley recoge, al fin y al cabo, lo establecido en las leyes 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y Televisión y 46/1983, de 26 de diciembre, de regulación del Tercer Canal, de las que venimos haciendo referencia a lo largo de nuestro estudio.

Así pues, surge un nuevo medio de Comunicación en Andalucía. La RTVA nace como instrumento fundamental para la información y la participación de todos los andaluces en la vida política, cultural y social<sup>64</sup>, “así como cauce para el acceso de todos los andaluces a los niveles educativos y culturales que les permitan su realización personal y social y de afianzamiento de la conciencia de identidad andaluza, por medio de la difusión y conocimiento de los valores históricos, culturales y lingüísticos del pueblo andaluz en toda su riqueza y variedad, todo ello como base para el desenvolvimiento pleno de los derechos y libertades de los andaluces y vía para la solidaridad práctica entre todos los pueblos de España”.

Aparece ahora la necesidad de constituir un elemento vertebrador, capaz de desarrollar social y culturalmente la Andalucía de finales de los años 80. Un elemento vector que camine hacia el progreso, guiado por las sociedades democráticas y que

---

<sup>64</sup> En los términos que se recogen en el artículo 12.1 del Estatuto de Autonomía de Andalucía (Anexo 5).

empuje y promulgue los valores y derechos fundamentales gracias, en parte, a la participación ciudadana.

Por todo ello, se crea la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía como una entidad de Derecho Público, para la gestión de los servicios de radiodifusión y televisión de competencia de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Su estructura orgánica, sus funciones, la forma de designación y el cese de sus miembros quedarán controlados por Parlamento.

En su capítulo 1 de esta Ley, se hace referencia a los objetivos que la RTVA deberá desarrollar en sus emisiones, con la necesidad de cumplir con las obligaciones como servicio público que es. En este sentido, la objetividad, la veracidad y la imparcialidad deberán ser la tónica de todas y cada una de las informaciones, así como el respeto al pluralismo político, social, cultural, religioso y el fomento de los valores de igualdad y protección de la juventud y de la infancia. Los derechos fundamentales recogidos por la Constitución Española deberán, no sólo respetarse sino también, protegerse y promulgarse (como, por ejemplo los derechos al Honor y a la Intimidad, a la Información...)

La organización de la Empresa Pública de la Radio y la Televisión en Andalucía está dedicada en el Tercer Capítulo de la Ley. “La gestión directa del servicio público de radiodifusión y televisión se ejercerá a través de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía a la que se encomienda, la función de servicio público que queda definido como la producción y emisión de un conjunto equilibrado de programaciones y canales, generalistas y temáticos, de radio y televisión que integren programas diversificados, de todo tipo de géneros, con el fin de atender a las necesidades democráticas, sociales y culturales del conjunto de los ciudadanos andaluces garantizando el acceso a la información, cultura, educación y entretenimiento de calidad”.

Así pues, queda aquí recogido y normalizado el hecho de que las programaciones que se ofrecen desde la RTVA serán compatibles el objetivo de rentabilidad social con el principio de eficiencia económica. Es decir, se deja claro que aunque la Empresa se “autofinancie” sus contenidos no pueden perder ni un ápice de su función social.

Lo recoge así en su Capítulo 3:

*“La Empresa deberá:*

- a. Impulsar el conocimiento de los principios constitucionales así como los contenidos en el Estatuto de Autonomía para Andalucía como expresión de la identidad del pueblo andaluz.*
- b. Promover activamente el pluralismo con pleno respeto a las minorías mediante el debate, la información objetiva y plural y la libre expresión de opiniones.*
- c. Promover el respeto a la dignidad humana y, especialmente, los derechos de la juventud y de la infancia, la igualdad de sexo y la no discriminación por motivos de raza, ideología, religión o cualquier otra circunstancia personal o social.*
- d. Impulsar y preservar la diversidad cultural de Andalucía, las diferentes hablas andaluzas y las tradiciones que constituyen su patrimonio inmaterial.*
- e. Ofrecer una programación que atienda a la diversidad de los andaluces fomentando la cohesión social y económica entre los diversos territorios, la innovación que facilite el acceso de todos los andaluces a la sociedad de la información y del conocimiento y la difusión de los valores éticos.*
- f. Procurar la más amplia audiencia y la plena cobertura geográfica, social y cultural, consolidando un espacio audiovisual andaluz que contribuya a la difusión de sus señas de identidad y especialmente al fortalecimiento de los vínculos de los andaluces que residen fuera de Andalucía.*
- g. Facilitar el más amplio acceso de todos los ciudadanos a los distintos géneros de programación y a los eventos institucionales, sociales, culturales y deportivos, cubriendo todos los segmentos de audiencia referidos a sexo, edad, grupos sociales o territoriales con especial atención a los discapacitados.*
- h. Favorecer la educación, la difusión intelectual y artística y los conocimientos cívicos, económicos, sociales, científicos y técnicos de*

*la sociedad andaluza que fomenten la capacidad emprendedora de los andaluces para lograr una comunidad socialmente avanzada, justa y solidaria que promueva el desarrollo a través de los medios audiovisuales.*

*i. Asegurar los derechos del consumidor.*

*j. Promover iniciativas para erradicar la violencia de género.*

*k. Fomentar la producción audiovisual andaluza facilitando el desarrollo de la industria audiovisual”.*

Además, la Ley de creación de la RTVA hace, en este mismo capítulo, una mención especial, a la obligatoriedad por parte de la empresa de participar en el desarrollo de la Sociedad de la Información, utilizando todos los medios que estén a su alcance y especialmente las nuevas tecnologías de producción y difusión de programas y servicios audiovisuales así como cuantos servicios nuevos, incluidos los digitales y en línea, sean susceptibles de ampliar o mejorar su oferta de programación y de acercar a la Administración Pública, autonómica y local, a los ciudadanos andaluces”.

#### **A. Órganos Jurídicos**

A partir de la Sección II, la Ley 8/1987, hace un recorrido por los Órganos que conformarán la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía. Unos órganos que pondrán en funcionamiento, administrarán y dirigirán la nueva Televisión Autonómica. Éstos son: el Consejo de Administración, el Consejo Asesor y el Director general.

Por su parte, el Consejo de Administración se compone de quince miembros, elegidos por el Parlamento, por mayoría de dos tercios, entre personas de relevantes méritos profesionales, y teniendo en cuenta criterios de pluralismo político, a propuesta de los Grupos Parlamentarios. El Consejo de Administración será nombrado por el Consejo de Gobierno y se constituirá en el plazo de un mes desde la elección de sus miembros.

*“La condición de miembro del Consejo de Administración es incompatible con cualquier vinculación directa o indirecta con empresas publicitarias, editoriales, periodísticas, cinematográficas y*

*agencias de prensa o de producción de programas filmados o registrados en magnetoscopios o radiofónicos; con empresas discográficas o con cualquier tipo de entidad relacionada con el suministro o la dotación de material o de programas a la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía o a sus sociedades filiales”*

*“Los miembros del Consejo de Administración estarán sometidos a las mismas incompatibilidades que cualquier cargo público. Asimismo, serán incompatibles con la condición de Diputado del Parlamento de Andalucía”*

Queda recogido también el hecho de que la presidencia del Consejo de Administración será estrictamente funcional e irá rotando por todos sus miembros cada dos meses. Del mismo modo en que los miembros del Consejo de Administración cesarán al término de la legislatura correspondiente pero continuarán ejerciendo su función hasta la toma de posesión de los nuevos Consejeros.

Entre las competencias del Consejo de Administración están las de velar por el cumplimiento en la programación de lo establecido en la presente Ley, emitir su parecer sobre el nombramiento del Director general, recibir información previa del nombramiento y cese del Director general y de los directores de las sociedades filiales y aprobar, a propuesta del Director general, el Plan de las actividades de la Empresa Pública.

Además, deberá aprobar con carácter definitivo las plantillas de la empresa y fijar sus retribuciones, además de los convenios generales o que supongan una relación de continuidad con organismos o entidades públicas o privadas para coproducir o difundir producciones ajenas.

El Consejo de Administración debe encargarse también de todo lo referido a la publicidad institucional y privada de la empresa, dictando las normas reguladoras y teniendo en cuenta el control de calidad, el contenido de los mensajes publicitarios y la adecuación del tiempo de publicidad a la programación y a las necesidades de éstos.

El Consejo, se reunirá en sesión ordinaria una vez al mes y todos los acuerdos tendrán que ser adoptados por mayoría simple, con la excepción de algunos casos concretos.

El Consejo Asesor, por su parte, estará compuesto por dos vocales en representación de las organizaciones sindicales y otros dos en representación de las organizaciones empresariales más representativas en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Además contarán con representación de las corporaciones locales de la Comunidad Autónoma de Andalucía, designados por la Asociación de municipios y provincias con mayor implantación de Andalucía, y de la Administración Pública de la Junta de Andalucía, designados por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía. El consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, designará otros cuatro vocales; uno a propuesta del Consejo Andaluz de la Juventud, uno a propuesta del Consejo Andaluz de la Juventud, uno a propuesta del Consejo Andaluz de Universidades y uno a propuesta del Consejo Andaluz de Consumo.

El Consejo Asesor será convocado por el Consejo de Administración al menos cada tres meses y emitirá su opinión en lo referido a las competencias de la programación, siempre que lo requiera el Consejo de Administración (del que realmente es competencia).

El tercer y último miembro de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía es el Director general. Será nombrado por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, a propuesta del Consejo de Administración y su mandato será de cuatro años (en cualquier caso finalizará con el termino de la legislatura del Parlamento de Andalucía).

Es competencia del director General asistir con voz y voto a las reuniones del Consejo de Administración, excepto cuando se traten cuestiones que le afecten personalmente.

*“Corresponde al Director general:*

*a. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones que regulen la Empresa Pública y los acuerdos adoptados por el Consejo de*

*Administración en las materias que sean competencia de este órgano colegiado.*

*b. Someter a la aprobación del Consejo de Administración, con antelación suficiente, el plan anual de trabajo, la memoria económica anual y los anteproyectos de presupuesto de la Empresa Pública y de sus sociedades filiales.*

*c. Impulsar, orientar, coordinar e inspeccionar los servicios de la Empresa Pública y de sus sociedades filiales y dictar las disposiciones, las instrucciones y las circulares relativas al funcionamiento y la organización interna, sin perjuicio de las competencias del Consejo de Administración.*

*d. Actuar como órgano de contratación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de sus sociedades filiales, sin perjuicio de lo que dispongan los Estatutos de aquella.*

*e. Ordenar los pagos y autorizar los gastos de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de sus sociedades filiales, sin perjuicio de lo dispuesto en los estatutos de estas sociedades y de la facultad de delegación.*

*f. Organizar la dirección de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de sus sociedades filiales y nombrar con criterios de profesionalidad el personal directivo, previa información al Consejo de Administración.*

*g. Ostentar la representación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y, con dicha representación, ejercitar las acciones procedentes.*

*h. Ordenar la programación de acuerdo con los principios básicos aprobados por el Consejo de Administración”*

## **B. Gestión de la RTVA**

La *Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía*, como entidad de Derecho Público que es, está sometida a lo dispuesto en la Ley 8/1987 de la que venimos hablando y sus relaciones jurídicas externas lo harán en relación a las adquisiciones patrimoniales y a la contratación sujetas al derecho privado.

La gestión del servicio público de radiodifusión corresponde a una sociedad pública en forma de sociedad anónima. Otra sociedad pública en forma de sociedad anónima gestionará el servicio público de televisión.

Por su parte, el capital de las mencionadas sociedades públicas ha de ser suscrito íntegramente por la Junta de Andalucía a través de la *Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía*, y “no podrá ser enajenado, hipotecado, gravado, pignorado ni cedido en forma alguna, onerosa o gratuita”.

*“Por esta Ley se faculta al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía para autorizar, a iniciativa del Director general, de acuerdo con el Consejo de Administración, y a propuesta del Consejero de Hacienda, la creación de otras sociedades públicas filiales con capital totalmente suscrito y desembolsado por la Junta de Andalucía a través de la RTVA en las áreas de comercialización, de producción, de comunicación o en otras análogas con el fin de conseguir una gestión más eficaz. El capital de estas sociedades estará sujeto a las mismas limitaciones, en cuanto a gravámenes y a transmisibilidad, que las mencionadas en el apartado 2 de este artículo. Estas sociedades estarán sujetas al mismo régimen jurídico que las anteriores”*

### **C. Programación y contenidos**

En el capítulo IV de la Ley 8/1987 se establecen las bases en cuanto a la programación- que, como ya hemos mencionado, deberá ir en concordancia con los pilares básicos de la naturaleza de un servicio público como el que es.

Se establece, aquí también, el papel de la RTVA y su modo de actuación durante las campañas electorales y la forma en la que se ordenarán los espacios, tanto de radio como de televisión, para que todos los grupos sociales y políticos tengan acceso, teniéndose en cuenta la representación parlamentaria, la implantación política, sindical, social y cultural, así como el ámbito territorial de actuación y otros tantos del mismo carácter.



Aún así, será competencia del Parlamento de Andalucía, como recoge el artículo 23 de su Reglamento, crear una Comisión que ejerza el control parlamentario de la actuación de la RTVA y sus sociedades filiales.

#### **D. Presupuesto y Financiación**

El modelo de gestión financiera que desde en su origen se aplicó a la RTVA estaba determinado tanto por la Ley Reguladora del Tercer Canal de Televisión como en el propio Estatuto de la RTVE, recogido por la Ley de Creación de la RTVA<sup>65</sup>:

*“Artículo 25:*

*1. La Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía se financiará con cargo al presupuesto general de la Comunidad Autónoma de Andalucía y mediante los ingresos y los rendimientos de sus actividades.*

*2. Las sociedades filiales de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía se financiarán mediante subvenciones consignadas en los presupuestos generales de la Comunidad Autónoma de Andalucía, mediante la comercialización y venta de sus productos y mediante una participación en el mercado de la publicidad”*

*3. Tanto la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía como sus sociedades filiales pueden también financiarse mediante subvenciones o créditos que les pueda conceder el Estado, especialmente por la subvención prevista en la disposición transitoria tercera, 2, del Estatuto de Autonomía para Andalucía.*

En las disposiciones adicionales de la ley, también se recoge lo mencionado en materia de financiación.

---

<sup>65</sup> Ley 8/1987, de 9 de diciembre, de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión gestionados por la Junta de Andalucía. (Vigente hasta el 15 de enero de 2008)

*“Disposición Adicional Tercera:*

*Una vez creada la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, se le transferirá la dotación presupuestaria incluida en la Ley de presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 1987, con destino a empresas y otros entes públicos para financiación de programas y Tercer Canal”*

Del mismo modo, los presupuestos se elaborarán y gestionarán bajo el principio de equilibrio presupuestario y la contabilidad se ajustará a las normas legales aplicables a las entidades y sociedades del capital público. Todo ello, deberá ser controlado por el Tribunal de Cuentas.

Mención especial tiene lo establecido en la Ley en materia de financiación. Como ya hemos ido comentando, a lo largo de todo nuestro estudio, Canal Sur surge como una televisión pública que se “autofinancia”.

Y esto, ¿cómo puede ser? Pues la RTVA y sus sociedades filiales se financian mediante subvenciones consignadas en los presupuestos generales de la Comunidad Autónoma de Andalucía, mediante dos vías: la comercialización y venta de sus productos y por una participación en el mercado de la publicidad.

#### **5.8. Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA)**

Con la aparición de la RTVA, y de los otros tres canales autonómicos hasta la fecha, recordemos TV3, ETB y TVG, surge la necesidad de crear un único organismo que se erija como una entidad fuerte que proteja y gestione las nuevas televisiones autonómicas ante el nuevo mercado audiovisual que se está abriendo- y que se hace fuerte y competitivo con la llegada de la televisión privada y la, aún hegemónica, presencia de RTVE.

A este respecto, y con este fin nace, el 5 de abril de 1989, la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA). FORTA se conforma como una asociación sin ánimo de lucro que asocia a doce organismos o

entidades de derecho público creados por las leyes de los respectivos Parlamentos Autonómicos. Tiene como función principal, como hemos visto, la gestión directa de los servicios públicos de Radiodifusión y Televisión en las diferentes Comunidades Autónomas del Estado español<sup>66</sup>.

La idea original de FORTA nació de mentes andaluzas, Su creación se materializa en el salón de un hotel de la calle sevillana Pagés del Corro. El documento es firmado por Joan Granados, José Manuel González Sinde y Juan Luis Manfredi Mayoral.

Para el cumplimiento de sus objetivos, la Federación desarrolla varias actividades. Entre ellas:

- La prestación de los servicios para los que esté dotada la Federación, a favor de las entidades asociadas, según necesidades.
- La asistencia a las entidades asociadas con motivo de negociaciones que lleven a cabo de forma conjunta en las operaciones o actividades de interés común; como las negociaciones para la adquisición de programas y derechos de emisión, la venta de contenidos de titularidad compartida, la venta de espacios publicitarios conjuntamente o la gestión de servicios de noticias y transmisiones y el intercambio de programas y servicios.
- La gestión de las redes contratadas para las transmisiones multilaterales y unilaterales que lleven a cabo las entidades asociadas.
- La coordinación y apoyo a la gestión de los correspondientes planes de participación conjunta en el mercado publicitario que se determinen por las entidades asociadas.

---

<sup>66</sup> La única comunidad autónoma que posee un ente y no pertenece a la FORTA, por deseo propio, es Extremadura con Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales, además de los entes de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla (Radio Televisión de Ceuta e Información Municipal de Melilla).

## 6. LOS PRIMEROS PASOS DE CANAL SUR TELEVISIÓN

Salvador Domínguez fue nombrado como primer director general de la RTVA. Comenzó en el cargo con la Ley de Creación del Canal Autonómico, en 1987 y será dos años más tarde cuando acabe su mandato. Su principal papel fue el de poner en marcha el proyecto y dejará en manos Manuel Melero la directiva en el momento de la consagración de la cadena.

En lo que a la televisión propiamente dicha, fue Francisco Cervantes Bolaños la persona elegida para que llevara las riendas de Canal Sur Televisión; lo hizo en una primera etapa, la que abarcaría los años 1988 y 1989.

Francisco Cervantes, era un modesto empleado de Radio Nacional de España en Sevilla, donde ocupaba un puesto de técnico de sonido. Cervantes acudía asiduamente a ruedas de prensa y otros actos, al cargo del sonido, acompañando al periodista o locutor de turno.

El periodista José María Arenzana entrevistó a Cervantes en 2005 para ABC y lo destacaba así:

*“Entre sus habilidades le destacan, me parece, un sentido de la orientación como el de un cherokee, un olfato de gacela y la visión de un ave de cetrería. Merodeador de novedades, perfeccionista hecho a sí mismo, apasionado por el cine, la lectura, la música, la política, el fútbol y el boxeo (no necesariamente por ese orden), irradia silencios de enciclopedia, como los volcanes de una postal japonesa sobre papel de arroz y exhibe un sentido del humor tóxico, agri dulce y contagioso como una enfermedad tropical”.*

En los años posteriores, se marchó a TVE para dirigir Telesur y el departamento de programas musicales. En la actualidad, año 2011, sigue dedicándose al mundo audiovisual en forma de cine. Hoy en día es considerado como uno de los creadores y de los máximos exponentes de Canal Sur Televisión. Su trabajo fue necesario e imprescindible para crear esa empresa audiovisual que era y es la RTVA.

Juan Luis Manfredi, fue nombrado como responsable de la Producción Ajena de Canal Sur Televisión, es decir de la compra de programas que posteriormente se emitirían en el canal autonómico. Trabajó en Televisión Española y en el Consulado

General de los Estados Unidos en Sevilla, encargándose de las relaciones con las Universidades, los medios informativos y otros líderes de opinión. Manfredi recuerda así los inicios de Canal Sur Televisión:

*“Era un momento de cierta euforia, como si la simple implantación de la autonomía plena fuera a resolver de forma inmediata los problemas sociales y económicos arrastrados desde al menos la segunda mitad del siglo XVIII, como la desvertebración territorial, el latifundismo, la ausencia de un tejido industrial, el predominio de las rentas agrarias, la dependencia de subsidios, el deficiente sistema de infraestructuras viarias y portuarias, el analfabetismo funcional de buena parte de la población, etc... Andalucía estaba a la cola de prácticamente todos los indicadores educativos, económicos y sociales del momento (...) el reto de llevar a Andalucía la prosperidad y la modernidad de la que habíamos estado ausentes durante tanto tiempo. Recuerdo que al entonces presidente de la Junta le gustaba decir que Andalucía podría convertirse en la California de Europa. Hacer realidad ese enunciado optimista, en el que tantos creían de buena fe, era, quizás, el motor de ese momento histórico”<sup>67</sup>.*

Inmaculada Casal fue la primera persona que firmó un contrato para la RTVA. Había trabajado en el Centro Territorial de Televisión Española donde durante dos años había sido la cara visible, como presentadora, del programa diario *Andalucía Junta*- una especie de prelude de lo que sería Canal Sur en un futuro.

*“Eran tiempos de ilusión, y de incertidumbre. Entre muy pocas personas intentamos sentar las bases de que sería la futura RTVA. Éramos jóvenes, incluso los directivos. Salvador Gutiérrez, el entonces director general, intercambiaba opiniones a diario con todos nosotros. En realidad no éramos más de veinte personas, pocas, sí, pero con muchas ganas de, por fin, hablar en andaluz en la*

---

<sup>67</sup> Anexo 8. Entrevista Juan Luis Manfredi Mayoral

*televisión y de hacer oír nuestras voces andaluzas en el mundo entero*”<sup>68</sup>.

Una vez que el equipo ya estaba formado, sólo quedaba arrancar el motor del nuevo Canal de Televisión andaluz.

Las primeras instalaciones del nuevo canal autonómico se situaron en la capital andaluza, en el edificio Sevilla 2 de la Avenida San Francisco Javier número 9. Allí se asentaron los pilares más sólidos de la RTVA. Se estableció el organigrama, la forma de trabajo, la organización... y las bases para empezar a funcionar. Poco después, todo el equipo de trabajadores se trasladó a unas infraestructuras, creadas para ello, en la localidad de San Juan de Aznalfarache, a cinco kilómetros de la ciudad.

Aunque en diversas fuentes consultadas aparece que Canal Sur Televisión comenzó sus emisiones el 28 de febrero de 1989, coincidiendo con la festividad del día de Andalucía, las fuentes orales consultadas y los anuarios de Canal Sur Televisión datan la noche del 27 de febrero como el momento oficial en el que nace la nueva cadena, con un programa especial que actuó como ceremonia de inauguración del inicio de las emisiones regulares de la cadena televisiva pública andaluza. Será, por tanto, el día 27 de febrero de 1989 la fecha que utilizaremos en nuestro trabajo como el día oficial de la inauguración de Canal Sur Televisión.

Fue un programa en directo que se emitió desde el centro de producción de la localidad hispalense de San Juan de Aznalfarache y el Casino de la Exposición de Sevilla, y en el que participaron los ocho centros de producción de las ocho capitales andaluzas<sup>69</sup>.

Este programa inaugural comenzó con un saludo de las televisiones autonómicas que ya emitían en España así como de distintas televisiones europeas. No hubo saludo de TVE. Después se sucedieron las intervenciones y saludos tanto del Presidente de la Junta de Andalucía en aquel momento, José Rodríguez de la Borbolla, como de otras autoridades y personalidades que fueron invitadas a ello y aceptaron el ofrecimiento.

---

<sup>68</sup> Anexo 9. Entrevista Inmaculada Casal

<sup>69</sup> Fernández Soriano, E. (1998). *La RTVA. y el sector audiovisual andaluz*, principios, orientaciones y resultados. Málaga: Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Información

En el discurso que, como presidente de la Comunidad, da en la primera emisión de Canal Sur Televisión, podemos entender el momento político en el que nace la televisión andaluza, los retos sociales a los que enfrenta y la filosofía que va inspirar este proyecto mediático andaluz.

José Rodríguez de la Borbolla, define la televisión andaluza como “*una ventana al futuro de Andalucía*” por la que todos “*entremos en un nuevo momento de nuestra historia*”. En la víspera del Día de Andalucía, Rodríguez de la Borbolla, resalta el momento de reafirmación de identidad que viven los andaluces “*el día más importante de nuestra historia reciente es el día en que los andaluces por nuestra voluntad decidimos llegar a la autonomía plena y lo conquistamos. Pues hoy, en la víspera este día tan importante de Andalucía se pone en marcha la televisión andaluza, un día también muy importante*”<sup>70</sup>.

En la misión que el Presidente andaluz otorga a la televisión queda patente las aspiraciones políticas que desea para el futuro de la recién conquistada autonomía, “*la televisión va a permitir que nos conozcamos mejor, que reforcemos nuestras señas de identidad y que seamos un pueblo más integrado, más unido y con más capacidad de decir cosas ante España, ante Europa y ante el mundo*”.

La unión de Andalucía, ésa es la filosofía que para Rodríguez de la Borbolla, debe inspirar el canal andaluz, que se estrena con estas palabras:

*“Con la televisión vamos a aprender a conocernos mejor, ahora vamos vernos, a sentirnos unos a otros, a tenernos más cerca. Vamos a podernos sentir más orgullosos aún por nuestra tierra, por ser como somos. Una tierra más vertebrada, vamos a estar más unidos, y hacer vamos a tener más capacidad para afrontar nuestro destino”*<sup>71</sup>.

Durante la gala de inauguración, el Presidente de la Junta de Andalucía, vuelve a hablar para los andaluces. En respuesta a la entrevista que le realiza Félix Bayón, subdirector de los nuevos servicios informativos, José Rodríguez de la Borbolla, resalta

---

<sup>70</sup> Anexo 10. Primera emisión de Canal Sur Televisión

<sup>71</sup> Anexo 10. Primera emisión de Canal Sur Televisión

el papel tan importante que la cadena andaluza va a desempeñar en el contexto social, económico y político que vive Andalucía.

El programa primer programa fue presentado por Paco Lobatón y Esther Lozano. Julio Iglesias actuó como invitado especial. Tras esta inauguración se proyectó la película *La fuerza del cariño*. Para cerrar la emisión, tuvo lugar una fiesta flamenca en la que estaban presentes los principales flamencos de la década de los ochenta y del momento, entre los que se encontraban Lola Flores, Camarón de la Isla o La Paquera de Jerez. La emisión cerró a las 02:45 de la madrugada.



En el primer logotipo que identificaba a Canal Sur también resumaba Andalucía en cada uno de sus trazados. Con un sol de fondo tapado por unas figuras alargadas de colores, entre los que se distingue la bandera de la Comunidad Autónoma.

En cuanto a la infraestructura con la que nació la televisión pública andaluza, en el informe *RTVA, diez años con Andalucía*<sup>72</sup> se hace constar que existen tantas delegaciones como provincias hay en Andalucía, a las que se suman la delegación de Jerez de la Frontera y del Campo de Gibraltar (Algeciras) por la peculiaridad de la geografía gaditana.

Sin embargo, en sus orígenes contaba con un solo plató, de dimensiones más bien reducidas, y medios humanos y materiales muy limitados. Sin embargo, a este respecto podemos añadir los datos que Bernardo Díaz Nosty ya aportaba en el año de la creación de Canal Sur Televisión y que quizá puedan complementar la imagen que se da en la descripción del citado informe:

*"La televisión andaluza -Canal Sur- ha sido, sin duda, la emisora autonómica que ha nacido con el proyecto más ambicioso, al menos en función de las asignaciones presupuestarias y la amplia infraestructura de partida. A la gran central de San Juan de Aznalfarache (Sevilla) se unen dos centros de producción: uno en*

---

<sup>72</sup> Pág. 152.



*Málaga, con 1.200 metros cuadrados, y otro más pequeño en Granada, con 350 metros. Cuenta, además, con unidades móviles en todas las capitales andaluzas y en Jerez y Algeciras. La televisión andaluza se ha fijado como objetivo, para comienzos de 1990, una audiencia regional del 25 por 100 de los siete millones de espectadores de la Comunidad Autónoma. RTVA posee asimismo una cadena autonómica de radio con 20 centros emisores"*

Pero, sin duda, la estampa que ofrece mayor profusión de datos sobre la infraestructura y los medios técnicos en los orígenes de la cadena nos la ofrece Emelina Fernández Soriano en su libro *Canal Sur, una televisión regional en Europa*<sup>73</sup>, donde detalla pormenorizadamente espacios, ubicaciones y funciones previstas.

Así, la RTVA contaba con tres estudios en el centro de San Juan de Aznalfarache en Sevilla: un plató principal (300 metros cuadrados), uno de informativos (90 metros cuadrados) y otro de continuidad (20 metros cuadrados). En Málaga se adquirió un edificio para la construcción de un plató de 600 metros cuadrados con cámaras, controles de realización y técnico, zona técnica y dos células de edición. En Granada también se proyectó un centro local de producción (con un plató de 100 metros cuadrados) con dos funciones principales: permitir la producción de programas de contenido cultural y educativo y actuar como corresponsalía de los programas informativos en el ámbito de Granada capital y provincia. En Almería, Cádiz, Córdoba, Huelva y Jaén, se planificaron centros locales (con platós de continuidad de 20 metros cuadrados) de forma que cada uno de ellos dispusiera de una corresponsalía informativa con medios para captar y editar noticias, pudiendo realizar conexiones en directo o en diferido<sup>74</sup>.

---

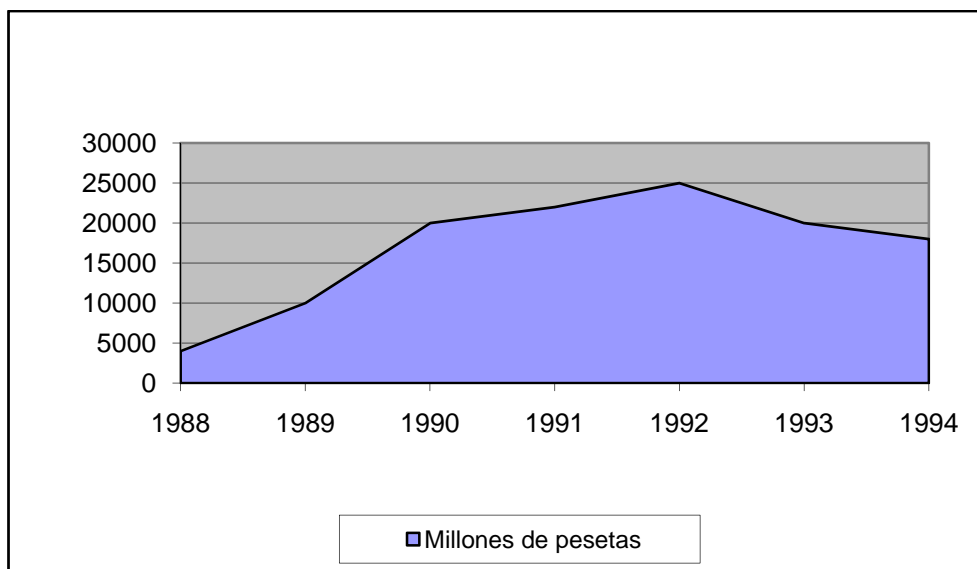
<sup>73</sup> Págs. 102-103.

<sup>74</sup> Castro Galiana, B; Manfredi Mayoral, J.L.; Navarro Moreno, J.A. (1999) *RTVA: Diez años con Andalucía*. Sevilla: RTVA, Dirección de Imagen y Comunicación

### 6.1. Tercer Canal “autogestionado”

Canal Sur Televisión nace con el presupuesto dado por la Ley de Creación de la RTVA, tal y como hemos visto en capítulos anteriores. En su primer ejercicio, la empresa dispone de más de 4000 millones de pesetas, de los que sólo un 0,8% vienen dado por la autofinanciación, el resto, correrá a cargo de la Junta de Andalucía.

Un año después, dicho presupuesto aumenta de forma considerable. Se multiplica en tres veces llegando a alcanzar los casi 12 millones de las antiguas pesetas. Una cifra que va oscilando, a veces al alza y otras a la baja, hasta llegar a 1994- que es la fecha hasta que nos ocupa nuestro trabajo- que llega hasta los 21 millones de pesetas<sup>75</sup>.



Tras la aprobación de la conocida como Ley del Tercer Canal, y con las primeras emisiones de de TV3, Euskal Telebista, TVG y Canal Sur, el reparto de la inversión en la televisión pública se hace más notable. Hasta entonces, la situación de monopolio de TVE la hace con una cartera de clientes fiel ya que la demanda es completamente regulada por la oferta. Entre 1978 y 1983, el crecimiento medio de la publicidad en la televisión pública estatal se situó en un 27%.

Cuando nacen las primeras televisiones autonómicas primero, y privadas después, cambia de manera considerable todo este panorama. Pero no en cuanto a las

<sup>75</sup> Fernández Soriano, E. (P.122) *Canal Sur, una televisión regional en Europa*. Málaga: Universidad de Málaga

cantidades en las inversiones ya que, cada vez más, aumenta la conciencia del poder de los medios de comunicación como plataformas publicitarias (son cada vez más las empresas que se anuncian en televisión), sino en la propia naturaleza de la emisión comercial en la televisión.

La economía española de finales de los años 80 se encuentra en un periodo de fuerte expansión, con tasas de crecimiento del Producto Interior Bruto superiores al 5% durante tres años consecutivos, a partir de 1987. Así pues, las cadenas de ámbito autonómico no constituyen una competencia real para TVE. Las políticas comerciales de los terceros canales mantienen como referencia los modelos de comercialización de TVE y la diferencia de cobertura y el mayor asentamiento son una garantía tanto para la cadena estatal como para las cadenas autonómicas y para Canal Sur, que es la que ahora nos ocupa<sup>76</sup>.

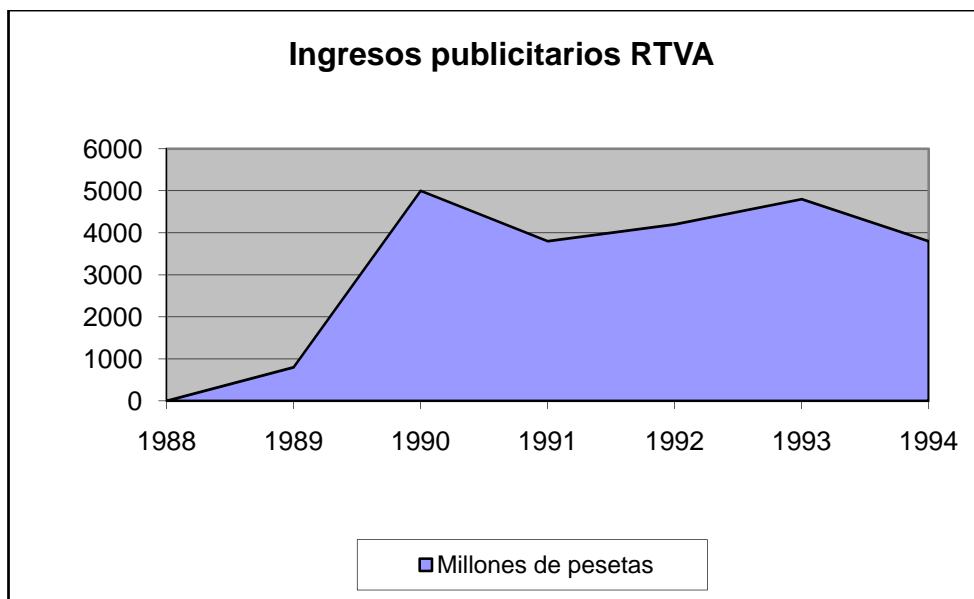
Las televisiones autonómicas irrumpieron en el panorama español tras 1988, curiosamente el año europeo del cine y la televisión: nueve canales que en 1989 dispusieron de presupuestos globales superiores a 40.000 millones de pesetas, de los cuales 8.100 correspondían a Canal Sur Televisión, sólo superada por los 9.000 millones de TV-3 (que se autofinanciaba, ya que en 1988 ingresó 15.059 millones de pesetas en publicidad según JWT) y ETV<sup>77</sup>.

Por otra parte, ese mismo año, las empresas invirtieron más de 144 mil millones de pesetas en anuncios para televisión. Podría parecer que un año después, cuando el mercado audiovisual se abre y aparecen las televisiones privadas y las primeras emisiones de Canal Sur, los inversores se repartirían entre esos nuevos canales. Pero no fue así. En 1989, la inversión de publicidad en TVE vuelve a aumentar, situándose en más de 168 mil millones de pesetas de inversión publicitaria. En las cadenas autonómicas, en esa fecha existían cuatro- la de País Vasco, Cataluña, Galicia y Andalucía- los anuncios dejan más de 28 mil millones (2000 de los cuales fueron invertidos en Canal Sur Televisión), y eso que sus emisiones empezaban asomar.

---

<sup>76</sup> Aguilera, M; Mendiz, A; Castillo, A (1999): *La industria audiovisual y publicitaria en andalucía. Estudios sobre un sector estratégico*. Málaga: Universidad de Málaga

<sup>77</sup> Vázquez Medel, M.A. (1994) *La RTVA y la industria audiovisual andaluza*



## 6.2. Audiencias

Todas estas inversiones de publicidad están estrechamente relacionadas con los índices de audiencia que ha ido recogiendo Canal Sur Televisión a lo largo de su historia. Y es que, si algo mueve a los anunciantes para publicitar sus productos en televisión es el telespectador que está al otro lado. Cuanta más gente esté viendo la televisión en el momento en el que salga el anuncio, más posibilidad tiene la empresa de “captar” clientes o, lo que es lo mismo, el empresario prefiere anunciarse en el formato, ya sea en un canal o en un programa, que más público tenga.

En su primer año de emisión Canal Sur Televisión consiguió alcanzar una cuota de audiencia de 15,5 por ciento del mercado andaluz<sup>78</sup>, no olvidemos para contextualizar adecuadamente el dato que aún no habían llegado las televisiones privadas y solamente competía con los dos canales de TVE<sup>79</sup>.

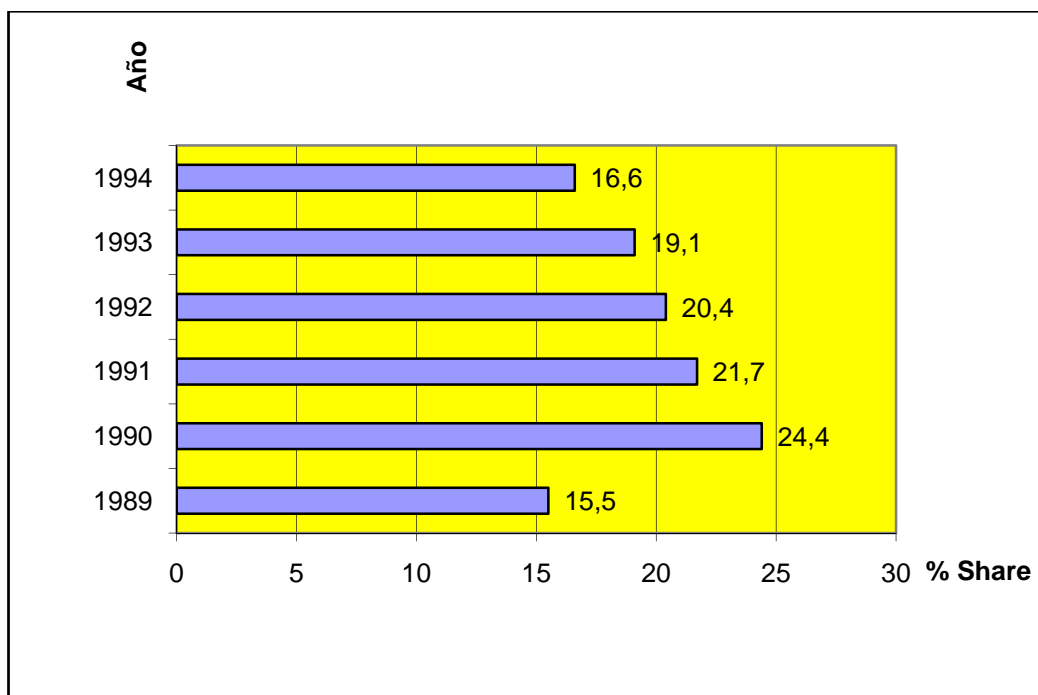
Sólo un año más tarde, ahora sí con la llegada de las cadenas privadas y con la ampliación del mercado, se convirtió en la segunda cadena más vista en Andalucía, por detrás de TVE pero a la cabeza de las tres cadenas privadas que sólo llegan al 5%. A

<sup>78</sup> Fernández Soriano, E. (P. 115) *Canal Sur, una televisión regional en Europa*. Málaga: Universidad de Málaga

<sup>79</sup> “Sofres Audiencia de Medios” es la empresa que, desde 1989, está especializada en la medición de audiencias en el ámbito televisivo gracias al uso del audímetro.

medida que van pasando los años, la cobertura territorial de las cadenas privadas se amplía y empieza, ahora sí, a “repartirse la tarta” entre más actores.

En 1994, Antena 3 lidera la demanda del espacio televisivo andaluz, alcanzando audiencias de casi el 30%, seguida por Tele 5, TVE y Canal Sur que baja hasta el 16% de audiencia<sup>80</sup>.



### 6.3. Productoras de Televisión

Y con estas audiencias, estos presupuestos y estas inversiones publicitarias asistimos a una nueva era en la industria audiovisual de Andalucía; y ha sido la puesta en marcha de Canal Sur Televisión el factor más importante para comenzarla. Con el inicio de sus primeras emisiones, se puso en marcha, un importante instrumento de expresión de la cultura y de la identidad andaluza, al tiempo que el sector regional sufría un cambio que marcaría el panorama audiovisual para siempre.

Una vez que Canal Sur comenzara a dar sus primeros pasos, Salvador Domínguez delega su cargo en Manuel Melero; convirtiéndose en el nuevo director general de la RTVA en julio de 1989. Fue realmente la persona que hizo del Canal Autonómico un gran motor de la industria audiovisual andaluza. Aumentó

---

<sup>80</sup> Fernández Soriano, E. *Canal Sur, una televisión regional en Europa*. Málaga: Universidad de Málaga

considerablemente las horas de emisión de la cadena. De las 10 horas iniciales pasaron a hacerse 18. Basó toda la programación en dos ejes básicos: con nuevos programas informativos de producción propia y con la contratación externa de algunos programas de entretenimiento, dándole trabajo a toda esa industria audiovisual que se crea de las empresas productoras independientes. Melero abandonó el cargo en 1994, justo en el momento en que nuestro objeto de estudio acaba.

Así pues, a partir de ahora se fomenta una producción audiovisual que facilite el desarrollo de una nueva y fuerte industria. Aparecen las primeras productoras audiovisuales de Andalucía y el brazo de Canal Sur se abre para alcanzarlas y crear un tejido industrial fuerte, serio y competitivo. Un tejido industrial con una maquinaria moderna, pesada y de última generación y una mano de obra profesional y eficaz.

La autora de *Canal Sur, una televisión regional en Europa* deduce, de las decisiones que se toman a lo largo del primer año de la RTVA, que la televisión pública andaluza se configura entorno a un modelo de televisión ligero y descentralizado, con una clara pretensión de abandonar los modelos burocráticos tradicionales y “esclerotizantes” de gestión televisiva más frecuentes en la historia de las televisiones públicas de Europa. La opción por el modelo ligero implica una dotación de estructuras mínimas y confiar gran parte de la producción a estructuras externas.

Según Fernández Soriano argumenta, con ello se consiguen ventajas en dos sentidos. Por una parte, se agiliza la programación dando entrada continua a innovaciones y cambios sin tener que depender de un “*gran aparato*”. Por otro, se da cabida a la participación social, en forma de sociedades privadas, organismos públicos y colectivos ciudadanos, en la creación del mensaje televisivo. Se trata pues, de dispersar la producción para facilitar la diversidad.

La RTVA fue provista de personal y medios propios necesarios para la emisión, la producción de los programas informativos y deportivos, y las necesidades derivadas de la estructura descentralizada de la empresa. Para el resto de las actividades necesarias para cubrir sus necesidades y objetivos, se requirió la contratación de empresas de servicios. Por ello, se contrataron de forma externa servicios como el transporte, maquillaje y peluquería, vigilancia, limpieza, construcción de decorados, la gestión de

la publicidad y, lo más relevante para nuestro estudio, se contrató de forma externa parte de la producción de programas de entretenimiento y divulgativos<sup>81</sup>.

Para el que fuera responsable de comprar los programas que se emitirían en Canal Sur posteriormente esa industria “nació de forma natural a la sombra de RTVA, pues la Empresa Pública ni podía ni quería hacerlo todo. En la decisión política del nacimiento de la RTVA como elemento vertebrador y modernizador estaba la convicción de que la industria audiovisual era de interés estratégico para la economía de la Comunidad Autónoma, así que se estimuló el nacimiento de empresas haciéndoles encargos, según el modelo que ya habían consagrado las otras televisiones autonómicas.

En cualquier caso, ya fuese por la consecución en mayor o menor medida de un modelo de televisión ligero o por el objetivo de desarrollar y potenciar la industria audiovisual andaluza (en la que como decíamos al principio del apartado anterior, el desarrollo del sector televisivo brillaba por su ausencia hasta la llegada de la televisión pública andaluza), la creación de la RTVA propició la inmediata aparición de empresas privadas que ofrecían servicios para la producción audiovisual de la cadena autonómica.

En Sevilla, se construyeron los plató de Caligari Films, Savitel y Videoplanning, y se crearon empresas destinadas a la producción, postproducción y servicios. Cuando la RTVA inauguró un segundo plató en Málaga, se produjo la consiguiente aparición de varias empresas dedicadas a la producción, postproducción y servicios. Poco a poco fueron surgiendo nuevas empresas relacionadas con el sector en otras provincias de la comunidad autónoma. La mayoría de las empresas audiovisuales andaluzas dedicadas a las actividades relacionadas con el mundo televisivo nacieron a raíz de la puesta en marcha de la Radio Televisión de Andalucía.

Son, pues, varias las formas en las que se establece y desarrolla la producción de Canal Sur Televisión. Por un lado, la programación hecha con una producción propia, a veces hecha a cargo del personal y los medios contratados para ello y otras por medios técnicos o humanos ajenos, esto es lo que se conoce como producción propia financiada. Además, hay una producción meramente ajena, realizada por empresas, medios y personal que nada tienen que ver con la RTVA.

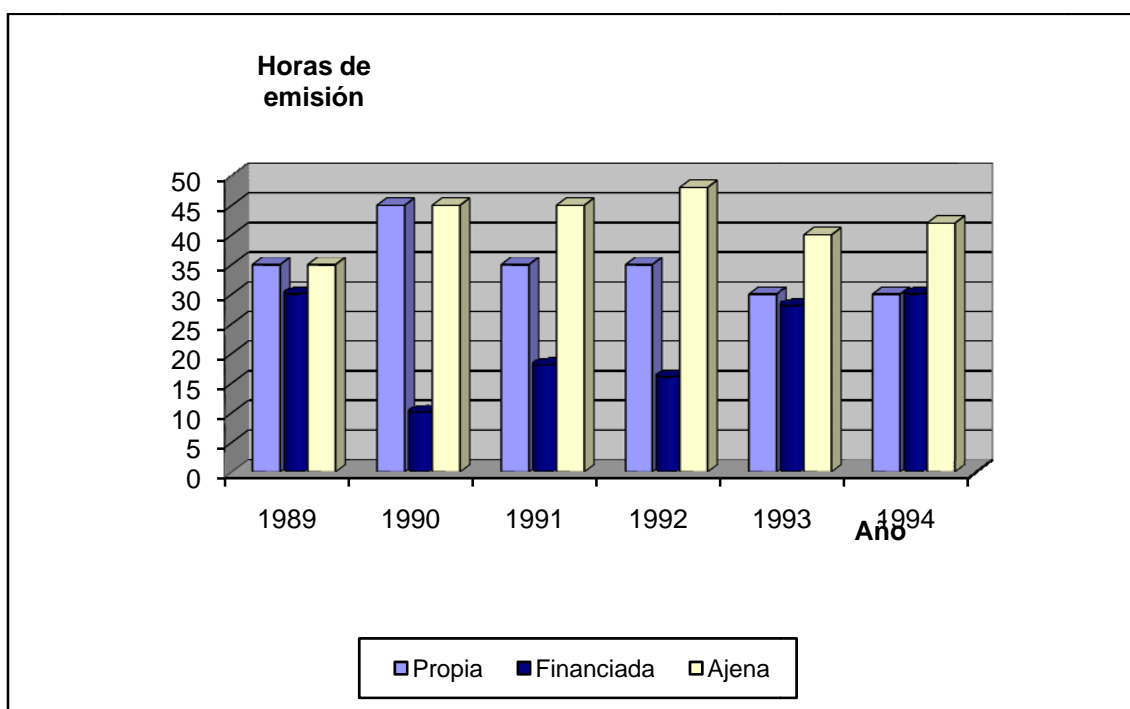
Canal Sur Televisión ofrecía en 1989, 63 horas de programación semanal, con un total de 3.226 horas anuales. El catedrático y profesor Miguel Ángel Vázquez Medel

---

<sup>81</sup> Fernández-Quijada, D. (2009): Producción independiente de televisión en Andalucía. Aproximación a la estructura de un sector desconocido. *Ámbitos*, 18, 191-209

se ha planteado en alguna ocasión cómo nutrió su programación Canal Sur Televisión en estos primeros años y en la respuesta a la cuestión enumera, por un lado, la producción propia, la cual considera en líneas generales de una calidad insuficiente y un coste desorbitado; por otro, la adquisición masiva de programas y películas de producción ajena (especialmente los americanos) a través de la FORTA; y concluye: “Desde sus inicios el objetivo de ofrecer un 60 por ciento de producción propia o de encargo a filiales o productoras independientes del entorno, frente al 40 por ciento de adquisición de producción ajena se planteó desvirtuado: o por simple incumplimiento, o por lo disparatado de la calidad y/o los costes de la producción propia o asociada”.

Para que quede reflejado de una manera más clara, a continuación se detalla un gráfico en el que se recogen las horas de emisión de la producción propia, la financiada y la ajena.



Como podemos ver, la producción ajena crece considerablemente desde 1989 hasta 1994, aumentando sus horas de emisión en más de 10 puntos. La producción financiada, la hecha por productoras independientes, se ha mantenido durante estos años, aunque si bien es cierto que en 1990 alcanzó su mínimo histórico sin llegar al 9%. La misma tónica siguió la producción propia con medios propios, que se sitúa entorno al 30%.



La industria cultural andaluza y española ve en esa producción audiovisual independiente una de sus mejores bazas. Comienza abriéndose al mercado que le ofrece Canal Sur, en quien ve a su mayor y mejor cliente. Sin embargo, y poco a poco, los contenidos fueron repartiéndose y vendiéndose a otras televisiones autonómicas- como la de las Islas Canarias, Comunidad Valenciana o, incluso, Televisión Española-y sus actividades se ampliaron entrando de lleno en el mercado cinematográfico, de animación, incluso de videojuegos.

Años más tarde de la creación de la RTVA y de la aparición de las primeras productoras de televisión, esas “empresas independientes” aumentan hasta contabilizarse más de 20. Un nuevo mercado, una nueva oferta y una nueva industria que hace a Andalucía todavía más grande.

## 7. CONCLUSIONES

Cuando una investigación está llegando a su fin ya sólo queda ponerle el broche final. Un broche hecho a base de los eslabones que se han ido forjando durante todo nuestro estudio y que refutarán, o no, aquellas hipótesis que planteamos al comienzo del trabajo. Son esas afirmaciones rotundas de todo lo aprendido y analizado después de muchos meses de trabajo. Las ideas son claras, las conclusiones también. Y son las siguientes:

1. Hoy en día, la televisión se ha convertido en parte indispensable de nuestras vidas, y de las de los demás. Es dueña de las horas de nuestro tiempo de ocio, y del que no lo es tanto. Al fin y al cabo, en menos de cincuenta años, la televisión se ha instalado en casi todos los lugares del mundo. Sin hacer mucho ruido, y apenas sin que hayamos sido conscientes, esa “caja tonta” nos ha ido embelesando con el paso de los años. De una manera y otra, ha ido satisfaciendo, y satisface, nuestras necesidades como telespectadores. En estos momentos, el tema de la televisión pública se ha convertido en uno de los retos más importantes para el desarrollo democrático.

2. Los años 80 serán conocidos a lo largo de la historia audiovisual por uno de los mayores puntos de inflexión de la televisión europea. Hasta entonces, los Estados controlaban todo el mercado, dirigían y supervisaban los contenidos y formatos de cuanto el medio ofrecía. No ocurre lo mismo en Estados Unidos donde el modelo televisivo se nutría de lo que se hacía desde las empresas privadas.

3. Será a finales de la década 70 cuando se pone fin a ese el monopolio televisivo de los gobiernos europeos. Se empiezan a abrir los mercados y a diversificar las cadenas y los contenidos. Y en España este momento coincide, además, con la llegada de la democracia.

Durante la dictadura franquista, la televisión era la que nos nutría de “información”, fuera cual fuera. Con el fin del régimen, su función cambió de manera radical, convirtiéndose en el altavoz ideal para mostrar al mundo entero los valores democráticos de pluralidad, igualdad y libertad.

4. Con un panorama político más libre, la televisión pública española se erige ante los ojos de todos los españoles como el mejor soporte desde el que se ofrece un

servicio público, al que todos tenemos derecho. Y lo hace coincidiendo con una agresiva apertura de los mercados, con la llegada de las televisiones privadas, y frente a un sector cada vez más complejo y competitivo.

5. Este panorama audiovisual coincide, también con el reconocimiento de las identidades de las diferentes regiones y las posteriores redacciones de los primeros Estatutos de Autonomía. Con ellas llegan las primeras televisiones públicas autonómicas, que no hacen más que reforzar el papel del medio como servicio público a disposición del ciudadano. Tal es así que la radio y la televisión públicas andaluzas, queramos o no, han ocupado y ocupan un lugar, en el espacio y en el tiempo, lleno de huecos democráticos y socialmente responsables. La televisión no sólo nos informa, también nos educa y nos entretiene.

6. Así pues y, con todo, la llegada de Canal Sur Televisión entra en el panorama audiovisual con fuerza. Lo hace para vertebrar una vasta Andalucía- en extensión y en población- rica en cultura, en patrimonio, en costumbres y en historia pero pobre en unidad real. Estaba mal comunicada, las diferencias entre Andalucía oriental y Andalucía occidental se hacían cada vez más insalvables dentro del mundo globalizado al que estábamos asistiendo.

Por eso, la televisión pública andaluza se convierte en el mejor lazo de unión de todos los pueblos, para llegar a todos los rincones de la manera más rápida e igualitaria posible, acercando a los andaluces a un mismo sentimiento: el del orgullo propio de ser eso, andaluces.

7. Así pues, Canal Sur nace con la pretensión de articular socialmente a una región que estaba territorialmente desarticulada. Se empezó a pensar en Andalucía como un todo- de ahí que existiera el compromiso de crear delegaciones en todas las provincias de la comunidad. Unido, pero plural. Histórico pero moderno.

8. La televisión andaluza se convierte, al mismo tiempo, en el mejor medio para que las instituciones de autogobierno andaluz puedan llegar a los ciudadanos e incorporarlos a la dinamización social, cultural, política y económica de la región. Con él se pretende dotar a la sociedad civil del tejido suficiente para que asuma el papel de

artífice y no de pasivo destinatario de progreso de su comunidad que, al fin y al cabo, es lo que diferencia a los pueblos democráticos y con futuro.

La RTVA se crea, pues, y sobre todo, por una cuestión puramente política. Por la necesidad y el compromiso social y democrático que todos los andaluces merecen. Al fin y al cabo, si no tenemos información es imposible que exista participación de los ciudadanos y sin ella, se hace impensable construir una sociedad libre, democrática y plural.

9. La RTVA es algo más que una simple “empresa audiovisual” autonómica. No sólo aporta emisiones de radio y televisión a Andalucía; si no que, además, pone a disposición de la economía andaluza el mejor instrumento para facilitar la creación de un nuevo mercado comercial, mucho más rico y solido, que hasta entonces solo había estado en manos de la televisión pública estatal.

Alrededor del canal público aparece, además, toda una industria audiovisual, hasta ahora casi inexistente, fuerte y competitiva. El compromiso del gobierno autonómico se materializa a base de la creación de nuevas empresas independientes, en forma de productoras de televisión, que convierten a Andalucía en un motor económico imparable.

Con la televisión pública en Andalucía se crea, pues, una industria audiovisual que, de manera indirecta, ha creado una mano de obra cualificada y competitiva. Una industria audiovisual capaz de dar servicio a los productos televisivos de la comunidad, dando a conocer al mundo entero una identidad, una idiosincrasia y una cultura única, que se aleje de los estereotipos que imagina la ignorancia.

10. Apenas se ha encontrado documentación, estudios y análisis de este momento crucial y único en la historia de Andalucía. No se entiende bien el porqué. Pero tal vez sea porque los inicios de un canal autonómico no son fáciles y se envuelven con ese halo de misterio que sólo se deja cuando el fin mismo no llega a justificar todos los medios. Lo hemos visto a través de nuestro trabajo. Las entrevistas y algunas reflexiones de quienes vivieron esa etapa nos dejan entrever que hay muchos lados oscuros en todo este proceso de creación de Canal Sur Televisión y de esa nueva

industria audiovisual que se crea en torno a él, donde sobrevive el más fuerte, el más preparado o el mejor financiado.

11. Durante los años siguientes a la creación del canal autonómico andaluz, asistimos a una etapa de nacimientos, declives y cierres de numerosos proyectos. Pero poco se sabe de ello.

Con el presente trabajo, se ha pretendido asentar las primeras bases para acercar al lector a un estudio clarificador, riguroso y serio, a la vez que complejo, del nacimiento del canal público autonómico andaluz.

Pero como investigadora, inquieta y ávida de seguir aprendiendo y estudiando, abro aquí una nueva vía para un futuro proyecto. ¿Por qué surgen realmente las primeras productoras de televisión andaluzas? ¿Cómo trabajan y cómo llegan a convertirse en grandes esas nuevas empresas que acaparan todo el sector? ¿Quién controla, por encima de todo, el panorama audiovisual andaluz? ¿Volvemos con estas empresas independientes, de alguna manera, a los grandes monopolios televisivos de antaño?

Probablemente, de todas estas preguntas se desprenda una próxima tesis doctoral.

## 8. FUENTES DOCUMENTALES

### 8. 1. LIBROS

AA. VV. (1995) *La nueva perspectiva audiovisual. El reto de la televisión pública Regional*. Madrid: Ediciones Telemadrid

AA.VV. (1986) *La televisión en España mañana*. Madrid: Siglo XXI-RTVE

Aguilera, M; Mendiz, A; Castillo, A (1999) *La industria audiovisual y publicitaria en andalucia. Estudios sobre un sector estratégico*. Málaga: Universidad de Málaga

Alcina Franch, J. (1999) *Aprender a investigar*. Madrid: Compañía Literaria

Azurmendi Adarraga, A. (2007) *La reforma de la televisión pública española*. Valencia: Tirant lo

Baget, J.M. (1993) *Historia de la TV en España, 1956- 1975*. Barcelona: Feed Back Ediciones

Blach Costa, P. (1986) *La crisis de la televisión pública*. Barcelona: Paidós

Bourdieu, P. (1997) *Sobre televisión*. Barcelona: Anagrama

Bronwski, J. (1978) *El sentido común de la ciencia*. Barcelona: Península

Bunge, M. (1989) *Seudociencia e ideología*. Madrid: Alianza Universidad

Bustamante, E. (1999) *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa

Camacho Ordóñez, R. (2006) *El ajuste de las cuentas en el sector audiovisual: teoría y práctica de la nueva financiación de la televisión en España*. Sevilla: Instituto Andaluz de Administración Pública

Castro Galiana, B; Manfredi Mayoral, J.L.; Navarro Moreno, J.A. (1999) *RTVA: Diez años con Andalucía*. Sevilla: RTVA, Dirección de Imagen y Comunicación

Comisión Europea (1997) *Libro verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación e tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación*. Bruselas.

Eco, U. (1986) *Cómo hacer una tesis*. Editorial Gedisa S.A.

Fourez, G. (1994) *La construcción del conocimiento científico*. Madrid: Narcea

Gibbons, Th., González Encinar (1996) *La televisión pública en la Unión Europea*. Madrid: McGraw-Hill

Giner, S. (1990) *Sociología*. Barcelona: Nexos

González Navarro, F. (1982) *Televisión pública y televisión privada*. Madrid: Civitas

Gubern, R. (1997) *El Desorden Televisivo En La Nueva Perspectiva Audiovisual*

Hempel, C. (1982) *Filosofía de la ciencia natural*. Madrid: Alianza

Hempel, C. (1988) *Fundamentos de la formación de conceptos en ciencia empírica*. Madrid: Alianza

Fernández Soriano, E. (1998) *La RTVA y el sector audiovisual andaluz, principios, orientaciones y resultados*. Málaga: Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Información

Fernández Soriano, E. (1999) *Canal Sur una televisión regional en Europa*. Málaga: Universidad de Málaga

Krippendorff, K. (1990) *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación

López, B. (1995) *Minority Cultures and the Audiovisual Policy of the European Community*. Mercator Media Forum. Cardiff: Universidad de Gales

Manfredi Sánchez, J.L. (2008) *La televisión pública en Europa*. Madrid: Fundación Autor

Manfredi Sánchez, J.L; Reig, R. (2004) *La televisión pública europea en el contexto del estado del bienestar y de las políticas audiovisuales de comunicación*. Sevilla: Facultad de Comunicación, Departamento de Periodismo II

McLuhan, M. (1968) *Guerra y paz en la Aldea Global*. Barcelona: Ediciones Martínez Roca

Mattelard, A. (1986) *Interrogantes claves sobre los actuales sistemas televisivos*. Barcelona: Anagrama

Morin, E. (1992) *El Método. Las ideas*. Madrid: Cátedra, Madrid

Moreno Mengada, E. (1999) *TM- 3. Factores diferenciadores de una televisión autonómica*. Madrid: Editorial Universidad Complutense Madrid.

Moreno Moreno, E. (2007) *Los desafíos de la televisión pública en Europa: Actas del XX Congreso Internacional de Comunicación*. Navarra: EUNSA

Naghi Namakforoosh, M. (1988) *Metodología de la investigación*. México: Limusa



Pérez Ornia (1995) *La nueva perspectiva audiovisual: el reto de la televisión pública regional. IX Conferencia de Consejeros de los Organismos Autónomos de Radio y Televisión, 25 y 26 de marzo de 1994*. Madrid: Ediciones Telemadrid

Popper, K. (1986) *El universo abierto. Un argumento a favor del indeterminismo*. Madrid: Tecnos

Ramírez Alvarado, M. (2005) *Guía audiovisual en Andalucía 2005-2006 producción de cine y televisión*. Sevilla: Fundación audiovisual de Andalucía

Reig, R. (2010) *La telaraña mediática*. Madrid: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones.

Richeri, G. (1994) *La transmisión de la televisión. Análisis audiovisual como empresa de comunicación*. Bosch Comunicación

Rosado Iglesias, G. (1999) *La televisión pública en España, régimen jurídico y control*. Barcelona: Cedecs

Taylor S.J./Bogdan, R. (1994) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* Barcelona: Paidós

Valdés, S. (2008) *La televisión pública desde dentro*. Madrid: Fragua

Vázquez Medel, M.A. (1994) *La construcción cultural de Andalucía*. Sevilla: Alfar

## **8.2. REVISTAS**

Álvarez Monzoncillo, J.M. (1994): Perspectivas de la industria audiovisual española. Un difícil reto en el marco europeo. *Revista Telos*, 39

Azpillaga, P. e Idoyaga, P. (2000): “Sistemas de protección y ayudas al sector audiovisual”. *ZER, Revista de Comunicación*, 8

Bustamante, E. (1986): España: riesgos nacionales, retos internacionales. *Revista Telos*, 3.

Camáñez García, G. (2005): Televisión en Europa: Análisis y comparativa de las principales cadenas públicas en 6 países. *Revista Comunicar*, 25

Casado, M.A. (2005): Nuevas estrategias para el desarrollo del sector audiovisual en las comunidades Autónomas. *Ámbitos*, 13 y 14

Díaz Nosty, B. (1989): El estado de las comunicaciones. *Fundesco*. 15

Fernández-Quijada, D. (2009): Producción independiente de televisión en Andalucía. Aproximación a la estructura de un sector desconocido. *Ámbitos*, 18, 191-209

Fernández Quijada, E. (1994): La televisión andaluza: un instrumento público para la integración. *Fundesco*, 159

Higueras, I. (1999): El régimen jurídico de la televisión en España. *Sala de Prensa*, 9

Jones, D. E. (1998): Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas. *Zer, Revista de Comunicación*, 5, 13-51

Jones, D. E. (1997): Investigación sobre Comunicación Social en la España de las Autonomías. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 21, 101-120

Martínez Garza, F.J (1997): *Razón y Palabra*, 6

Navarro de Luján, V. (1994): Televisiones autonómicas: el necesario encuentro con su papel de servicio público. *Fundesco*, 4, 265

Pastor Alonso, M. A. (2006- 2008). Una mirada desde lo local: aproximación a la estructura de la información en Huelva. *Ámbitos*, 18

Ruiz Romero, M. (2009). Formación y socialización del discurso autonomista: prensa andaluza y transición. *Ámbitos*, 18

### **8.3. ARTÍCULOS EN PRENSA**

Manfredi Mayoral, J.L. (1995, junio) La ley de creación de la RTVA debe ser articulada. *ABC*

Manfredi Mayoral, J. L. (1996, septiembre): RTVA: por una programación en Andalucía", *ABC*

Tussell, J : "Memoria de la Transición" *El País*

### **8.4. ARTÍCULOS DE INTERNET**

De Tena, P. (2008) El escándalo de Canal Sur TV y la RTVA. Disponible desde Internet en:

<http://www.libertaddigital.com/nacional/el-escandalo-de-canal-sur-tv-y-la-rtva-1276325369/>

Varela, J. (2011). Adelgazar la televisión autonómica. Disponible desde Internet en:

[http://www.estrelladigital.es/blogs/juan\\_varela/Adelgazar-television-autonomica\\_7\\_898180185.html](http://www.estrelladigital.es/blogs/juan_varela/Adelgazar-television-autonomica_7_898180185.html)

Vázquez Medel, M. A: LA RTVA y la industria audiovisual andaluza. Disponible desde Internet en:

<http://huespedes.cica.es/aliens/gittcus/vajunio99.html>

## **8.5. JORNADAS**

El espacio de la radio y la televisión pública en Europa: Primeras Jornadas Organizadas por el Consejo de Administración de RTVA. Sevilla: Canal Sur Andalucía. 2000

Nuevos retos para las televisiones y radios autonómicas: Primeras Jornadas Organizadas por el Consejo de Administración de RTVA. Sevilla: Canal Sur Andalucía. 2000

## **8.6. OTROS**

Anuario 1989- 1999: Radio Televisión de Andalucía, Canal Sur. Sevilla RTVA, Departamento de Comunicación y Relaciones Externas

Boletín Oficial del Estado. Ley 46/1983 de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de TV. Nº 4

Primera emisión de Canal Sur Televisión.

[www.youtube.com/watch?v=TIiJyzOOEFg](http://www.youtube.com/watch?v=TIiJyzOOEFg)

