

TESIS DOCTORAL

Diez años de la Productora *Indaloymedia*.

**Estudio de caso en el contexto de la Estructura de la
Información Audiovisual en España y Andalucía**

(2009-2019)



Director: Catedrático Ramón Reig

Doctoranda: Nuria Sánchez-Gey Valenzuela

Universidad de Sevilla

Programa de Doctorado:
Doctorado Interuniversitario en Comunicación



Departamento de Periodismo II

Facultad de Comunicación

Universidad de Sevilla

Septiembre 2019

A Mar

“La mejor recompensa de un trabajo bien hecho es la posibilidad de seguir haciendo más trabajo bien hecho.”

(Guillermo Garrigós, 2019)

“Si no logramos un verdadero periodismo profesional, riguroso, pondremos en peligro la existencia misma de una democracia más sólida. Se puede suponer entonces que hay elementos del poder estructural que prefieren que esto sea así, pero entonces habremos de llamar al periodismo y a la democracia de otra manera.”

(Ramón Reig, 2011)

“Los medios ya no observan la realidad, forman parte de ella”,

(Ryszard Kaspucinski, 2003)

AGRADECIMIENTOS

Los agradecimientos es lo último que he escrito en esta tesis doctoral, pero no tengo duda de que es una de las partes más importantes de esta obra. Primero agradecerle a mi director, tutor y "padre académico" Ramón Reig, su guía y apoyo incondicional. ¡Qué suerte que allá por el año 2000 una asignatura nos acercara! Una materia que me guió a ser la periodista que ahora soy, porque me enseñó a cuestionarme las cosas, a ver qué hay detrás de cada dato, pero también a ponerle pasión y tesón a cada trabajo. Gracias por cada una de las enseñanzas que me has transmitido. También a otros profesores de Estructura que han sido reflejo en el que fijarme así Aurora Labio y Rosalba Mancinas, y a los que me iniciaron en la investigación Rafael González Galiana y Francisco Sierra.

También tengo que estar agradecida a mis compañeros en los años de de estudio de la licenciatura. En especial a Gloria Jiménez, Berta Rubio, Marcos Torío, Pablo Salvago y Guillermina Vázquez. Todos de diverso modo y en distintos momentos están presentes en esta tesis doctoral.

Gracias a mis jefes y compañeros de profesión. Con los que he coincidido desde mis primeras prácticas en en *San Fernando Información* (Alejandro Medina, Luisa de Celis y Práxedes Mateo), en *Telecinco* (especialmente Marta Pérez), en *Canal Sur* (Noelia Alcántara y María Hernández) y en *La Sexta* (Laura Cárdenas, Carlos Cachafeiro, Elena Ortega y Jero Moreno), etc. y todos los que me han acompañado en estos años. Los que han sido un ejemplo al que parecerme y otros que me han enseñado que tipo de profesional no quiero ser.

Este trabajo no hubiera sido posible sin la ayuda, el tiempo y la dedicación de los 23 informantes claves de este trabajo. Gracias por poner voz a otros muchos que han querido pero su situación personal o profesional no les ha permitido

denunciar algunas situaciones que se recogen en esta tesis doctoral. En especial mi gratitud a Juan Bautista, 'Juan y Medio', y Guillermo Garrigós por haber apoyado esta investigación.

Agradecida, asimismo, a la Universidad del Algarve y en concreto a Miriam Tavares, por venir a formar parte de este tribunal, y al equipo de profesionales que me acogieron en su grupo de investigación, por hacer posible una estancia internacional que refuerza esta tesis doctoral. Gracias Gabriela Borges y Bruno Mendes da Silva.

Muchas gracias también al tribunal de esta tesis doctoral, personas a las que admiro y estimo, por su tiempo y sus aportaciones que me harán crecer profesionalmente.

Y por último gracias a mis amigos y a mi familia. Ellos que me han apoyado y no me han dejado flaquear. A mis padres, Felisa Valenzuela y Ramón Sánchez-Gey, que pasaron estrecheces para que yo estudiase Periodismo lejos de mi ciudad, a mis hermanas, Mercedes e Irene, que son un apoyo incondicional, mis cuñados, mi familia política... Ellos que han creído más en mí que yo. Especialmente a mi marido, Jose Miguel Burgos Villanueva, por sufrir esta tesis casi tanto como yo, parte de este fruto es tuyo. Y gracias a ti Mar. Esta tesis se gestó cuando aún tú no estabas ni en proyecto, pero me has acompañado desde el primer momento, en esas jornadas doctorales a las que asististe dentro de mi vientre o más tarde agarrada a mi pecho, pero sobre todo porque el mayor impulso para conseguir llegar al final ha sido querer dejarte un mundo mejor. Espero que el aporte de esta tesis sirva para conseguir ciudadanos más críticos y medios de comunicación más libres, porque sin Periodismo libre no hay Democracia.

ÍNDICE

PRIMERA PARTE.....	9
1.1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS.....	10
1.1.1 Introducción	10
1.1.1.1 Oportunidad del tema.....	16
1.1.2 Introdução.....	23
1.1.3 Objetivos	28
1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA- CIENTÍFICA	29
1. 3. HIPÓTESIS	53
1. 3. 1 Concepto de hipótesis.....	53
1. 3. 2 Hipótesis de partida principal y secundarias.....	55
1. 4. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO	57
1. 4.1 Estructura de la investigación	57
1. 4.3 Teoría científico-metodológica. Empirismo profesional aplicado a la metodología .	66
1.4.4 Análisis del contenido.....	69
1.4.4.1 Historia y definición.	69
1.3.4.2 Técnicas del análisis del contenido.....	72
1.3.4.3 Análisis del contenido cuantitativo versus cualitativo	73
1.3.4.4. Diseño triangular del análisis del contenido	76
1.3.4.5. Nuestra investigación.....	78
1.4.5 Universo de estudio.....	91
1.4.5.1. Elección del corpus	91
1.3.5.2. Requisitos del corpus	94
1.3.5.3 Medio televisivo	106
1.3.5.4. El soporte seleccionado, <i>Canal Sur Televisión</i>	111
1.3.5.5 El caso seleccionado. La productora Indaloymedia	118
1.4.6 Acotación temporal	120
1.4.7 Dificultades encontradas	122
1.4.8 Plan de trabajo	134

SEGUNDA PARTE. APROXIMACIÓN CONTEXTUAL A LA ESTRUCTURA AUDIOVISUAL EN ESPAÑA..... 137

2.1 INTRODUCCIÓN	138
2.2 EL DUOPOLIO AUDIOVISUAL NACIONAL	139
2.2.1. Inicio de la televisión	139
2.2.2. La llegada de las televisiones privadas	141
2.2.3. El duopolio. Mediaset y Atresmedia.....	143
2.3 LAS TELEVISIONES AUTONÓMICAS EN ESPAÑA	153
2.3.1 El origen de las televisiones autonómicas	153
2.3.2 Origen de <i>Canal Sur Televisión</i>	157
2.3.3 La Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA).....	158
2.3.4 Televisiones autonómicas de ámbito privado.....	160
2.4 LAS EMPRESAS PRODUCTORAS AUDIOVISUALES DE ÁMBITO NACIONAL	164

TERCERA PARTE. ACERCAMIENTO A LA ESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN ANDALUCÍA: CONTEXTO, PRECEDENTES Y CANAL SUR TELEVISIÓN..... 175

3.1 LOS INICIOS DE LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL EN ANDALUCÍA ..	176
3.2 NACIMIENTO Y DESARROLLO DE CANAL SUR TELEVISIÓN.....	177
3.2.2 El origen de Canal Sur Televisión.....	182
3.2.2.1 Nacimiento	182
3.2.2.2 Las distintas etapas	204
3.3 UN ACERCAMIENTO A LA CONFIGURACIÓN AUDIOVISUAL EN ANDALUCÍA: LAS PRODUCTORAS AUDIOVISUALES ENTRE 1989-2019	212
3.3.1 Los inicios de la industria audiovisual andaluza para televisión (1989-1999).....	212
3.3.2 Las productoras ‘élites’ (1999-2009)	224
3.3.3 Las productoras en Andalucía y la llegada de <i>Indaloymedia</i> al panorama audiovisual (2009-2018)	246

CUARTA PARTE. LA PRODUCTORA INDALOYMEDIA ¡Error! Marcador no definido.

4.1 ORÍGENES DE LA PRODUCTORA INDALOYMEDIA ¡Error! Marcador no definido.	
4.1.1. El proyecto inicial.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.2 Composición de la productora	¡Error! Marcador no definido.

4.1.3 El pilar de la productora: el programa “*La Tarde, aquí y ahora*” .. ¡Error! Marcador no definido.

4.1.4 La sección “*En Compañía se vive mejor*” y la sección de “*Actualidad*” de “*La Tarde, aquí y ahora*” ¡Error! Marcador no definido.

4.2 DESARROLLO DE LA PRODUCTORA INDALOYMEDIA ¡Error! Marcador no definido.

4.2.1 Cambios y evolución de “*La Tarde, aquí y ahora*” (2009-2016) ¡Error! Marcador no definido.

4.2.2 Un programa realizado para la televisión autonómica andaluza .. ¡Error! Marcador no definido.

4.2.3 Expansión de *Indaloymedia* fuera de Andalucía. Programa “*En Compañía*” ¡Error! Marcador no definido.

4.2.4 Crecimiento dentro de Andalucía. “*Menuda Noche*” y “*Yo soy del Sur*” ¡Error! Marcador no definido.

4.2.5 Polémica de la falda. Septiembre de 2017..... ¡Error! Marcador no definido.

4.2.6 Después de la polémica ¡Error! Marcador no definido.

4.2.7 El décimo aniversario de la productora ¡Error! Marcador no definido.

4.2.8 Relaciones de Estructura de la Información en *Indaloymedia* ¡Error! Marcador no definido.

QUINTA PARTE. ANÁLISIS DE “LA TARDE AQUÍ Y AHORA” ¡Error! Marcador no definido.

5.1 Tipo de análisis. Análisis de contenido. Técnica triangular..... ¡Error! Marcador no definido.

5.2. Fases del análisis de contenido ¡Error! Marcador no definido.

5.2.1. Análisis del contenido cuantitativo ¡Error! Marcador no definido.

5.2.1.1 Diseño de investigación o plan de trabajo ¡Error! Marcador no definido.

5.2.1.2 Resultados del análisis de contenido cuantitativo . ¡Error! Marcador no definido.

5.2.2. Análisis de contenido cualitativo..... ¡Error! Marcador no definido.

5.2.2.1 Diseño o plan de trabajo ¡Error! Marcador no definido.

5.2.2.1.1 Preparación de las guías de entrevista y encuesta ¡Error! Marcador no definido.

5.2.2.1.2. Resultados del análisis de contenido cualitativo ¡Error! Marcador no definido.

5.3 Contrastación de hipótesis ¡Error! Marcador no definido.

SEXTA PARTE. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES ¡Error! Marcador no definido.

6.1 Discusión. Visión de futuro, hacia dónde vamos y retos que afrontar ¡Error! Marcador no definido.

6.2 Conclusiones.....¡Error! Marcador no definido.

6.3 Conclusões.....¡Error! Marcador no definido.

REFERENCIAS..... **386**

ANEXOS (En lápiz de memoria, *pendrive*) **396**

PRIMERA PARTE

1.1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

1.1.1. Introducción

1.1.1.1. Oportunidad del tema

1.1.2. Objetivos

1.2. HIPÓTESIS

1.2.1. Concepto de hipótesis

1.2.2. Hipótesis de partida y secundarias

1.3. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

1.3.1. Estructura de la Investigación

1.3.2. Fundamentación teórico-metodológica. El enfoque estructural

1.3.3. Teoría científico-metodológica. Empirismo profesional aplicado a la metodología

1.3.4. Análisis del contenido

1.3.4.1. Historia y definición

1.3.4.2. Técnicas del análisis del contenido

1.3.4.3. Análisis del contenido cuantitativo versus cualitativo

1.3.4.4. Diseño triangular del análisis del contenido

1.3.4.5. Nuestra investigación

1.3.5. Universo de estudio

1.3.5.1. Elección del corpus

1.3.5.2. Requisitos del corpus

1.3.5.3. Medio televisivo

1.3.5.4. El soporte seleccionado, Canal Sur Televisión

1.3.5.5. El caso seleccionado, La productora Indaloymedia

1.3.6. Acotación temporal

1.3.7. Dificultades encontradas

1.3.8. Plan de trabajo

1.4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA-CIENTÍFICA. ESTADO DE LA CUESTIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

1.1.1 Introducción

Esta tesis doctoral la hemos desarrollado desde nuestra doble condición de investigadora universitaria en Periodismo y de periodista profesional con una experiencia de más de 15 años en el medio televisivo. Desde que en 2002 en el que se fecha el primer contacto como becaria en los Informativos de *Canal Sur Televisión*, pasando por la desaparecida *Popular Televisión* del Grupo Cope, después fueron los primeros trabajos en *Antena 3 Televisión*, para posteriormente estar cuatro años en *Informativos Telecinco*, siete años en *Canal Sur Televisión* y los últimos tres años, coincidiendo con el desarrollo de esta investigación, en *La Sexta Televisión*. Esta situación refuerza la tesis de que la metodología –como señalaremos en el apartado correspondiente- no podía ser otra que la de la observación participante activa (Pena de Olivera, F., 2006.) Evidentemente nuestro interés por el tema surge de esta situación personal-profesional y además por ella este método se puede aplicar con mayor conocimiento e intensidad, puesto que trabajamos desde el conocimiento académico y la experiencia profesional.

La observación directa: consiste en que un investigador, personal y directamente, “se da de bruces” sobre el objetivo, sin intermediarios. En el periodismo ocurre cuando se presencia directamente el hecho que va a ser objeto de la noticia o el reportaje. La observación directa participativa: ocurre cuando el estudioso se introduce en el fenómeno que va a observar con el objeto de sensibilizarse con las corrientes y dinámicas internas a éste. (p. 59)

Una investigación marcada claramente por esta situación, pero también por el contexto mediático-social en el que se desarrolla. En la actualidad un gran porcentaje de personas accede a la información que le rodea, cercana o lejana, a través del medio televisivo. No solo nos referimos a datos como cuando se le pregunta a la vecina de una mujer asesinada a manos de su pareja si sabe algo de lo sucedido y contesta: “Me acabo de enterar ahora mismo por televisión” o

“yo sé lo que ha dicho el *Canal Sur*”, sino también a otros hechos con relevancia internacional, del ámbito de la política, la economía y hasta el deporte.

Así lo indican los datos de la última oleada del Estudio General de Medios (en adelante, EGM) 2019 que concluyen que la televisión tiene el mayor grado de penetración¹ en los espectadores de entre los distintos medios de comunicación. Así, mientras que la televisión penetra en un 86,1% de la muestra estudiada, la segunda en posición es la publicidad exterior, que sube a un 81%, y en la tercera plaza encontramos a internet con un 80,2% de penetración, desbancando así a la radio y a los diarios.

Como bien adelantó el periodista polaco y Premio Príncipe de Asturias de la Comunicación y Humanidades en 2003, Ryszard Kaspuscinsky, en una democracia contemporánea lo que no sale en los medios no existe. Una afirmación que sigue vigente hoy, pero que ya mantenía este autor en 1999. Kaspuscinsky (2002) contestó tras una pregunta del público sobre por qué ciertos hechos nunca han formado parte de la agenda de la prensa internacional, que:

La mayor parte de los espectadores de la televisión reciben de forma muy pasiva lo que esta les ofrece. Los patronos de los grandes grupos televisivos deciden por ellos qué deben pensar. Determinan la lista de las cosas en que pensar y qué pensar sobre ellas. No podemos pretender que el telespectador medio pueda llevar a cabo estudios independientes sobre la situación del mundo, sería imposible incluso para los especialistas. El ciudadano medio, que trabaja, vuelve a casa cansado y quiere tan solo estar un rato con su familia, recibe únicamente lo que le llega en esos cinco minutos de telediario. Los temas principales que dan vida a las “noticias del día” deciden qué pensamos del mundo y cómo lo pensamos. Se trata de un arma fundamental en la construcción de la opinión pública. Si no hablamos de un acontecimiento, este, simplemente, no existe. Para

¹ La penetración refleja el porcentaje que la audiencia representa en relación a la población. El índice de penetración es uno de los indicadores que se utilizan en el Estudio General de Medios (EGM,) estudio realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). Este análisis, que se realiza tres veces al año, se trata de “una medición fiable de la audiencia y una investigación rigurosa sobre la composición de esta son los cimientos que soportan los actuales medios de comunicación y la actividad publicitaria”. Para los medios de comunicación, el consumidor, es decir la audiencia, constituye su cliente directo, y su conocimiento es inexcusable para confeccionar un producto de éxito. <https://www.aimc.es/blog/entrega-resultados-egm-1a-ola-2019/> [Consultado en julio de 2019.]

muchos, de hecho, las “noticias del día” son la única vía para conocer algo del mundo. (...) El problema de las televisiones y, en general, de todos los medios de comunicación es que son tan influyentes e importantes que han empezado a construir un mundo propio. Un mundo que tiene poco que ver con la realidad. (p. 59-61)

Asimismo, Kaspuscinsky (2002) insiste cuando afirma que:

Hoy día los medios de comunicación se mueven en manadas, como rebaños de ovejas; no pueden desplazarse de forma aislada. Por eso, sobre todo lo que se nos cuenta leemos y escuchamos las mismas informaciones, las mismas noticias (...) porque el objetivo de todos los grandes grupos de comunicación no es el ofrecer una imagen del mundo, sino el de no ser desbancados por otros grupos. Si luego, inmediatamente después, hay otro gran acontecimiento, y todos se mueven en esa dirección, y todos se quedarán allí sin tener tiempo de cubrir otros lugares (...) El otro tipo de manipulación es la consciente. Hoy día los medios están dispuestos a hablar de un acontecimiento solo cuándo está en condiciones de explicar las causas del mismo y de proporcionar todas las respuestas necesarias² (...) La noticia no existe si no se tiene preparada la respuesta sobre las causas. (p. 61-62)

Detrás de estas ideas se encuentran muchas y diversas motivaciones. Entre estas las motivaciones políticas, ideológicas o económicas. Un dato que también deja de relieve Noam Chomsky cuando se le pregunta en una entrevista hasta qué punto están influenciados los medios por los objetivos del Gobierno y de las empresas:

Tomando a Estados Unidos como ejemplo, los medios son grandes corporaciones, o sea que no es una cuestión de influencia empresarial; son corporaciones que están estrechamente ligadas al Gobierno. Hay un flujo constante de gente entre las corporaciones y el Gobierno; las interacciones son muy estrechas. El entramado de selección de los contenidos sobre los

² No obstante, en la parte analítica de este trabajo de investigación podrá observarse que esto no siempre es así. Y es que ocurre que hay ocasiones en las que un tema que, a priori, parece nuevo (porque no se ha visto en otros medios), se introduce como contenido en el programa porque los responsables lo introducen en la agenda; pero estas son excepciones.

que se debe informar, cómo se debe informar y demás está modelado de manera determinante por los intereses compartidos de las élites del mundo de los negocios, el Gobierno, etc.³ (Shah, V, 2011)

Pero no hay que quedarse aquí. Ramonet (2005) en el capítulo titulado “La persuasión invisible” formula una pregunta clave, a la vez que inquietante: “¿Cómo salir indemne de este bombardeo?” Ramón Reig (2011) señala algunas salidas, entre ellas la necesidad de unos medios públicos de calidad y de un periodismo profesional y riguroso:

Si no logramos un verdadero periodismo profesional, riguroso, pondremos en peligro la existencia misma de una democracia más sólida. Se puede suponer entonces que hay elementos del poder estructural que prefieren que esto sea así, pero entonces habremos de llamar al periodismo y a la democracia de otra manera. (p.298)

Son muchos los profesionales que relacionan el periodismo de calidad con la situación del sector periodístico y, en el caso concreto de esta investigación, del sector audiovisual. Así Borges, G. y Reia-Baptista, V. (2008) aseguran que:

Outro argumenti que está relacionado com este debate refere-se à qualidade da produção de conteúdos de um determinado canal de televisão, que pode ser mensurada de acordo com os seguintes critérios: a estrutura interna, o profissionalismo e o grau de liberdade dos produtores de conteúdo, a inovação do processo de produção de programas e dos seus conteúdos, a presença de novos formatos televisivos. (...) La qualidade da programação de um canal está vinculada ao modo de actuação dos profissionais com base em três aspectos: a integridade profissional, a independência e a oportunidade para experimentar e se desenvolverem, que funcionam como uma espécie de aval de qualidade na organização.⁴ (p.161)

³ Ver y cfr. En <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=128272&titular=situación-y-futuro-de-la-democracia->. [Consultada en octubre de 2018.]

⁴ Traducción en español de la cita: Otro argumento relacionado con este debate se refiere a la calidad de la producción de contenido de un canal de televisión determinado, que se puede medir de acuerdo con los siguientes criterios: la estructura interna, la profesionalidad y el grado de libertad de los productores de contenido, la innovación del proceso de producción del programa y sus contenidos, la presencia de nuevos formatos de televisión. (...) La calidad de la

La calidad televisiva se podrá observar en distintas parcelas del contenido periodístico así lo señalan. De esta forma lo describen Marzal, J., López-Rabadán, P., e Izquierdo, J. (2017):

El marco de evaluación elaborado por esos investigadores distingue tres niveles en los que se puede aplicar la evaluación de la calidad, y cuatro “niveles sociales”, o perspectivas, desde las que se puede observar la acción de los medios. Los tres niveles son el del sistema mediático global, el del canal y el de la programación (que define el contenido o servicio por examinar). Los cuatro “niveles sociales” son los del Estado, la sociedad, la audiencia y los profesionales (los comunicadores). No obstante, habrá que recurrir a cada uno de los otros tres como fuente para definir los criterios de beneficio público (en especial al Estado, a través de documentos oficiales, legales y regulatorios) o como proveedores de testimonios relevantes sobre la calidad del desempeño (en especial a las audiencias y a los profesionales). (p. 37)

No podemos pasar por alto que la calidad en televisión cada vez más está quedando restringida, y así lo denuncian los estudiosos de la materia, a determinados contenidos, así lo explicaba ya McQuail (1998):

A menudo se le brinda tratamiento privilegiado y protección a ciertos aspectos y tipos de contenido mediático a los que se atribuye tener consecuencias para la vida cultural general de la sociedad (...) Muchas reglamentaciones de la emisión atienden a la tarea “cultural” de la televisión y la radio, a menudo alentando o exigiendo un porcentaje mínimo de programación educativa, así como de programación producida en el país y/o en el lenguaje nacional. (...) También se asigna especial protección a algunas otras categorías de contenido en nombre del “interés público”, en especial a las relacionadas con las artes, las artesanías y las costumbres de la nación o las regiones que la integran y a lo que se considera

programación de un canal está vinculada a la forma en que los profesionales actúan en función de tres aspectos: integridad profesional, independencia y la oportunidad de experimentar y desarrollarse, que actúan como una especie de respaldo de calidad en la organización.

generalmente parte valiosa de la “herencia cultural” humana, concebida de manera más amplia. Con frecuencia se presta particular atención a las necesidades específicas de los niños y de los diversos grupos minoritarios.
(p. 397)

Podemos ir más allá. Esta es la opción que presenta el periodista Juan Tortosa (2018):

El periodismo decente es posible; el periodista libre también. Comportarse como un kamikaze es una estupidez, pero hacer la pelota es de miserables. Sin llegar a tales extremos, hay que moverse entre ellos e intentar volver a casa satisfechos cada final de jornada porque el trabajo que hicimos mereció la pena. (p. 321)

¿Y en este mundo de influencias ajenas, qué papel puede jugar la televisión pública? Nos encontramos en un contexto social en el que lo que aparece en la pantalla de la televisión es de vital importancia y lo que no aparece no. Por eso hemos considerado necesario analizar qué contenidos nos llegan a los espectadores, y sobre todo qué contenidos recibidos a través de la televisión pública, ya que es la que pagamos con nuestros impuestos. Pero para examinar estos contenidos no sólo tenemos que hacer un examen, en el caso andaluz, de *Canal Sur Televisión* sino también de las empresas productoras que realizan contenidos para la televisión autonómica andaluza, -más conocidas en la jerga profesional como productoras audiovisuales- Dentro de estas empresas audiovisuales, encontramos a la productora *Indaloymedia*. Una productora andaluza que cumple diez años y que desde que se creó produce programas para *Canal Sur Televisión*. Se trata de una más de las empresas que conforman el sector audiovisual andaluz que orbita en torno a *Canal Sur Televisión*. Pero no sólo sobreviven gracias a *Canal Sur Televisión*, sino que como veremos a lo largo de este trabajo de investigación el nacimiento de la televisión andaluza propició el desarrollo de estas productoras andaluzas en torno a ella. Y si el nacimiento pudo considerarse algo espontáneo, su fomento y mantenimiento aparecían recogidos en sus distintas normativas. Así podemos encontrarlo en la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y

Televisión de Andalucía (RTVA)⁵, sus principios generales se incluye en el artículo 4. en el que se expone "los principios inspiradores y función del servicio público de radio y televisión." El último de estos principios es "fomentar la producción audiovisual andaluza, facilitando el desarrollo de la industria audiovisual." De ahí la obligatoriedad de este ente público de nutrirse de las productoras audiovisuales andaluzas y crear así un tejido audiovisual andaluz. Un contexto por tanto que nos parece importante estudiar.

1.1.1.1 Oportunidad del tema

Dentro de la situación que hemos descrito y en la que actualmente nos encontramos, consideramos que cobra gran importancia la investigación que queremos realizar.

En el periodo que queremos analizar se ha producido un gran aumento del número de cadenas de televisión a las que pueden acceder los andaluces y de contenidos audiovisuales a su alcance. Sin embargo, esta proliferación ha ido aparejada al debate sobre de la necesidad y la idoneidad de tantos canales de televisión y tantos contenidos audiovisuales y a su vez también se cuestiona qué repercusión está teniendo el aumento del número de canales y de contenidos audiovisuales en el desarrollo de esa función social que la Constitución Española otorga a los medios de comunicación, si influye positivamente en la imagen del mundo que reciben los telespectadores o cómo afecta la existencia de una industria audiovisual andaluza a los espectadores y a la sociedad andaluza en general.

Además, este trabajo académico se enmarca en el contexto donde se cerró el segundo canal de la televisión pública andaluza, *Canal Sur 2*, donde han ido desapareciendo delegaciones territoriales de diferentes canales, donde se ha ido reduciendo el número de trabajadores interinos, donde ha bajado el presupuesto para la contratación de productoras audiovisuales, donde incluso han desaparecido productoras audiovisuales por este descenso y, por tanto, donde muchos trabajadores de dichas empresas han pasado a engrosar las

⁵ Ver <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/conoce-el-consejo/quienes-somos/marco-normativo/autonomico/2011/09/ley-182007-de-17-de-diciembre-de-> [Consultada en octubre 2018.]

listas del paro. En dicho contexto encontramos la idoneidad de este trabajo de investigación, del análisis de la Estructura Audiovisual andaluza y por ende de sus empresas productoras audiovisuales.

Al tratarse de un campo demasiado amplio, la totalidad de las productoras andaluzas en 30 años de *Canal Sur Televisión*, hemos decidido escoger una empresa que pueda ser ejemplo de lo que está sucediendo en el universo audiovisual andaluz. Es más, consideramos, que escoger la empresa *Indaloymedia* es muy oportuno ya que se trata de una productora con diez años de vida, que actualmente su principal cliente es la televisión autonómica andaluza y que es pilar de audiencia de esta y por tanto también la mayor fuente de ingreso por anunciantes. Es decir, tiene rasgos suficientes para poder tener solvencia para representar a las productoras andaluzas, en los elementos comunes. Pero, sin embargo, se trata de una productora relativamente reciente, ya que tiene diez años y *Canal Sur Televisión* ha cumplido treinta, los mismos que lleva desarrollándose el sector audiovisual andaluz. Por ser la productora con más representación en la parrilla actualmente y aunar características de las productoras de toda la vida y de las empresas más nuevas consideramos oportuno el estudio de su caso en esta investigación.

Pero el interés de este fenómeno va más allá. El poder de la Estructura mediática era hace unos años un tema casi desconocido para los que no son cercanos a los medios de comunicación, pero ahora ha salido de las universidades y se ha convertido en un tema de interés para la sociedad. Los espectadores, que no tienen formación en la materia, ya también detectan que unas cadenas y otras pertenecen al mismo grupo de comunicación o eligen la cadena según su preferencia política porque averiguan la ideología de cada medio y quién está detrás de este, aunque sea solo a groso modo. Pero no solo los espectadores notan ese agrupamiento de los medios, sino que también los gobernantes y los jueces están pendientes del poder que están consiguiendo algunos grupos de comunicación y están persiguiendo cualquier conducta que esté al margen de lo establecido por la ley. En este sentido, los espectadores llegan incluso a plantearse que un contenido se emite en *Canal Sur Televisión* o incluso por qué el 'programa de Juan y Medio', es decir "*La Tarde, aquí y ahora*", se mantiene o no en emisión.

Es más, también es interesante esta investigación porque la Estructura de la Comunicación en Andalucía es un campo poco explorado y si hablamos del campo televisivo y de las productoras audiovisuales menos aún. El tejido audiovisual andaluz es muy amplio, pero es uno de los grandes desconocidos y se han realizado pocos estudios académicos sobre esta materia. Podemos señalar un libro, en el cuál la investigadora que realiza esta investigación participó, se trata de *La Comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*, dirigido por el catedrático Ramón Reig en 2011, que tiene un epígrafe sobre Estructura de la Información en Andalucía, pero no es un trabajo sobre el ámbito audiovisual. Solo hemos podido encontrar algún trabajo fin de máster, alguna tesis doctoral o algún artículo en revista científica, que hayan trabajado el campo de la Estructura Audiovisual en Andalucía. En concreto sobre la productora *Indaloymedia* solo hay una tesis doctoral y el enfoque es muy distinto, es desde el ámbito de la educomunicación.

La materia que investigamos, por ejemplo, ha sido estudiada en el trabajo de Benito Castro Galiana, Juan Luis Manfredi y José Antonio Navarro Moreno, *RTVA, diez años con Andalucía*, de 1999. También en La industria Audiovisual en Andalucía en 1995-96, trabajo realizado por Manuel Ángel Vázquez Médel e incluido en la obra *La RTVA y la industria audiovisual andaluza* (1998), coordinada por Juan Luis Manfredi, José Manuel Gómez y Méndez y Joaquín Arbide.

Del mismo modo también trata nuestra materia de estudio el artículo recogido en la *Revista Ámbitos*, en el número 2, 1999, Canal Sur: 1989-1999. 10 años RTVA, de Antonio Manfredi Díaz y Gabriel García Hernández. En esta misma revista, pero del número 18, de 2009, encontramos el artículo Producción independiente de Televisión en Andalucía. Aproximación a la Estructura de un sector desconocido, de David Fernández-Quijada.

Señalar también dentro de las obras pioneras en la materia, Industria audiovisual e identidad cultural en Andalucía, de Miguel de Aguilera Moyano, dentro de la obra *Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional*, coordinada por Emelina Fernández Soriano. En este libro además del catedrático

de la Universidad de Málaga también participan otros investigadores de referencia en esta temática como Enrique Bustamante o Miquel de Moragás Spá. Asimismo, hemos incluido estos otros dos artículos más recientes en fecha de publicación. En ambos se puede apreciar hacia dónde se dirige el sector que estamos analizando. Un acercamiento en 2014 a la conformación de la estructura audiovisual en España y el caso de Canal Sur TV. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 571 a 617, de Ramón Reig, Rosalba Mancinas-Chávez y Antonia Isabel Nogales-Bocio (2014) y La deformación del servicio público en las televisiones autonómicas. Gestión empresarial y supervivencia de la RTVA, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Vol. 24, número 1, págs. 643-659, de Aurora Labio-Bernal, María José García Orta y Lorena R. Romero-Domínguez (2018).

También hemos considerado oportuno incluir las aportaciones realizadas por trabajos académicos como Trabajos Fin de Máster o de Grado o Tesis doctorales. Así, por ejemplo, el Trabajo Fin del Máster (TFM) de Comunicación y Cultura, de la Facultad Comunicación de la Universidad de Sevilla realizado por Rocío Vicente del Estad bajo la dirección del catedrático Juan Luis Manfredi Mayoral (2011), con el nombre: *Inicios de Canal Sur Televisión: ¿Creación de una nueva industria audiovisual andaluza?* Y destacamos la tesis doctoral realizada por Rodrigo Elías Zambrano, bajo la dirección de Inmaculada Gordillo Álvarez, titulada *Televisión, adultos y educación en valores: Estudio de caso: el programa “La Tarde, aquí y ahora” de Canal Sur Televisión*, defendida en la Universidad de Sevilla en 2017, único trabajo académico sobre la productora que estamos investigando, pero desde el punto de vista educativo.

Quizás uno de los trabajos más cercanos al nuestro en materia y en fecha de publicación es la tesis doctoral *25 años de televisión pública en Andalucía la RTVA. Desde el tercer canal, la competencia con la TDT, televisión en la “web” hacia una televisión internet y la IP/TV*, realizada por Carmen López Santana y también dirigida por Juan Luis Manfredi Mayoral, en 2016. La diferencia principal con la temática de este trabajo de investigación es que el anterior no incluye la temática de las productoras audiovisuales.

Asimismo, incluir las aportaciones del Trabajo Fin de Máster de Periodismo de Investigación, datos y visualización de la Universidad Rey Juan Carlos, 2018, titulado *El subdirector general de la RTVA incumple la ley de Altos Cargos desde hace más de cinco años* realizado por Ana Ordaz, que incluye datos sobre productoras audiovisuales que realizan trabajos para la televisión autonómica andaluza.

Por último, destacar que la investigadora que realiza este trabajo presentó su tesina *Estructura audiovisual y reporterismo en Andalucía: Productora Indaloymedia (2008-2012)* en la Universidad de Sevilla. Este es el trabajo que más datos puede aportar a la actual tesis doctoral. Ciertamente es que la tesina abarcaba también el reporterismo en Andalucía, algo que tras la defensa de su trabajo el director y la doctoranda decidieron dejar fuera y acotaron el objeto de estudio para centrarse en la Estructura Audiovisual, tras las aportaciones llevadas a cabo por el tribunal evaluador. También hay que tener en cuenta que la persona que realiza este trabajo ha seguido su labor de investigación y ha participado en diferentes congresos en los que ha presentado comunicaciones - que después han sido publicadas en diversos libros- sobre su campo de trabajo. Así, podemos destacar la comunicación “¿Machismo en la televisión pública? Un polémico *sketch* de Juan y Medio en *Canal Sur Televisión*”, presentada en el IX Congreso Internacional Latina de Comunicación, *El fin de un modelo de política*, organizado por la Sociedad Latina de Comunicación Social, el Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis (LATINA) de Comunicación de la Universidad de La Laguna, que tuvo lugar en diciembre de 2017, y que posteriormente fue publicado en el libro colectivo de dicho congreso⁶. Del mismo modo, la investigadora defendió la comunicación ¿Micromachismo en televisión? Polémica por un programa de la televisión pública andaluza, sobre la misma temática, en la *IV Conferencia Internacional de Género y Comunicación* que tuvo lugar en marzo de 2018 en la facultad de Psicología de la Universidad de Sevilla⁷. La doctoranda también participó en el *VII Congreso Universitario Internacional, Investigación y Género 2018*, que tuvo lugar en junio de 2018 en la Facultad de

⁶ Se puede consultar el texto de la comunicación en este enlace <http://www.revistalatinacs.org/17SLCS/libro-colectivo-2017-2edicion.html> [Consultado en noviembre de 2018]

⁷ Consultar en https://congreso.us.es/gendercom/#.W_PZFuhKjIU la información del congreso. [Consultada en noviembre de 2018]

Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla con la ponencia Los Micromachismos en televisión y el papel de altavoz de las Redes Sociales. Estos trabajos también han sido relevantes en la actual tesis.

A pesar del material indicado, podemos señalar la inexistencia de una monografía sobre la televisión pública andaluza que en 2019 ha cumplido 30 años. Tampoco hay publicado un trabajo global sobre sus empresas productoras y desde el punto de vista estructural no existe ningún análisis completo de la productora *Indaloymedia* objeto de nuestro estudio. Por lo que la oportunidad del tema nos parece confirmada. También otros estudiosos de la materia consideran que esta tesis doctoral es pertinente y necesaria y de esta forma nos lo han expresado: “Hacía mucha falta que aspectos como este se estudien de manera seria e independiente. Quedará para el conocimiento de todos.” (Elías-Zambrano, R., 2019)

Por mi experiencia previa, lo que sí me parece especialmente importante es ver como un estudio de caso contribuye a la teoría general y no se limita al caso sin intentar entender cuán representativo es de la realidad mayor que se quiere analizar y qué lecciones se derivan para el conjunto mayor al que pertenece. (Fernández-Quijada, D., 2019)

Por último, también aumenta el interés de esta investigación el debate actual sobre la necesidad de televisiones públicas y especialmente las televisiones autonómicas, y su tendencia de futuro hacia la privatización. Cinco años tuvieron que esperar los valencianos para volver a tener televisión pública autonómica, después de su cierre. Una televisión que arrancaba nuevamente rodeada de polémica política⁸. El caso de la televisión autonómica andaluza, *Canal Sur Televisión*, no se queda al margen de este debate. Cuando ha cumplido 30 años de su creación se sigue poniendo en duda la necesidad de su existencia desde dos perspectivas; el hecho de que algunos aseguren que se trata de una televisión “limitada a la copla, el toreo, las romerías y el mundo rural⁹”, con una audiencia además envejecida , y que su audiencia cada día sea más baja.

⁸ Ver <https://www.lavanguardia.com/television/20180424/442942806844/a-punt-emisiones-canal-9-pruebas-emision.html> [Consultada en octubre de 2018]

⁹ Ver https://www.diariodesevilla.es/andalucia/Canal-Sur-pierde-influencia-electoral_0_1282372356.html [Consultada en octubre de 2018]

Algunos de estos datos son objetivos; hace diez años, en 2008, la audiencia de *Canal Sur Televisión* era del 16,8% (llegó a ser del 20,2% en 2005), más un 4,4% del desaparecido *Canal Sur 2* (señal ocupada actualmente por los intérpretes de signos).

A partir de octubre de 2010 la programación de Canal Sur se reúne en una sola cadena y de la parrilla desaparecerán contenidos *históricos* de la autonómica como los culebrones sudamericanos. Canal Sur 2 desde ese mes ofrece simultáneamente la señal de Canal Sur con adaptación a discapacitados. Se da una mayor presencia de los contenidos de producción propia, sobre todo en duración de los informativos. (...) No obstante –según datos oficiales- los programas del curso 2012-2013 fueron bien recibidos por los andaluces, con audiencias comprendidas entre las 400.000 (informativos) y más de un millón de personas (*Tiene Arreglo, La tarde aquí y ahora* o *Se lama copla*) (Marzal, J. 2015, p. 142-143)

Cuando el director general de la Radio Televisión de Andalucía (Rtva) era Pablo Carrasco, de desde el año 2007 hasta 2014, la televisión autonómica bajó en cifras y desde 2013 no se ha alcanzado nunca la media anual de dos dígitos, pasando desde un 9,9% al 8,7% actual. Frente a esta bajada de la audiencia, los defensores de la pública que aseguran que *Canal Sur Televisión* sigue siendo de las autonómicas más vistas del panorama nacional¹⁰.

La llegada del partido político Vox al Parlamento de Andalucía también supuso un punto de inflexión sobre la importancia de tener una televisión pública andaluza¹¹. Diversos medios señalaron que Vox iba a pedir al PP y a Ciudadanos el cierre de la Radio Televisión de Andalucía, aunque posteriormente tras la llegada al Parlamento las voluntades recogidas por los medios fueron distintas; “si no se puede cerrar *Canal Sur*, hay que reducir al máximo su gasto público.” Todo esto en un momento donde en el resto de Europa no se pone en duda la

¹⁰ Ver <http://www.canalsur.es/la-franja-de-la-tarde-de-canal-sur-television-la-mas-vista-entre-las-autonomicas/1328782.html> [Consultada en octubre de 2018.]

¹¹ Así recogieron la postura de Vox sobre *Canal Sur* algunos medios de comunicación. *El Diario de Sevilla* daba esta noticia antes de que Vox llegara al Parlamento de Andalucía https://www.diariodesevilla.es/andalucia/Vox-Canal-Sur-eliminar_0_1306669818.html y el periódico *La Vanguardia* daba esta tras llegar a la cámara andaluza <https://www.lavanguardia.com/television/20181224/453732335626/vox-reclama-cierre-canal-sur-rtva-television-andalucia.html> [Consultadas en abril de 2019.]

existencia de una televisión pública, ante la proliferación de canales privados, como único medio para garantizar la pluralidad.

Ante este panorama queda expuesto el interés que suscita un trabajo de investigación sobre una productora audiovisual que forma parte del medio televisivo y, en concreto, que realiza un contenido para un medio audiovisual público como *Canal Sur Televisión*.

1.1.2 Introdução

Esta tese de doutoramento foi desenvolvida desde o duplo estatuto como pesquisadora universitária em jornalismo e como jornalista profissional com mais de 15 anos de experiência no ambiente televisivo. Tudo começou no ano 2002 como estagiária no *Canal Sur Televisión*, passando pela *televisão popular* do grupo Cope que já não existe. Seguiram-se os primeiros trabalhos na televisão *Antena 3*, quatro anos nos *Informativos Telecinco*, sete anos na televisão *Canal Sur* e nos últimos três anos, coincidindo com o desenvolvimento desta pesquisa, na televisão *Sexta*. Essa situação reforça a tese de que a metodologia – como se comentará na secção correspondente – não pode ser outra senão a da observação participante ativa (Pena de Olivera, F., 2006.) Obviamente, o nosso interesse no assunto surge a partir desta situação pessoal-profissional e, além disso, este método pode ser aplicado com maior conhecimento e intensidade, uma vez que trabalhamos a partir do conhecimento académico e experiência profissional.

Observação direta: consiste em que um pesquisador, de forma pessoal e direta, se enfrenta com o objetivo, sem intermediários. No jornalismo acontece quando se testemunha diretamente o facto que vai ser objeto da notícia ou da reportagem. A observação direta participativa ocorre quando o estudioso se introduz no fenómeno que vai observar a fim de se sensibilizar com as correntes e dinâmicas internas. (p. 59)

Uma investigação claramente marcada por esta situação, mas também pelo contexto mediático-social em que se realiza. Atualmente, uma grande percentagem de pessoas consulta a informação que a rodeia, de perto ou de longe, através do meio televisivo. Não só nos referimos aos dados como quando

o vizinho de uma mulher assassinada é perguntado se sabe alguma coisa sobre o que aconteceu e responde: "Eu só descobri agora na televisão" ou "Eu sei o que o *Canal Sul* disse", mas também a outros factos de relevância internacional, no domínio da política, da economia e até do desporto.

Assim indicam os resultados do último *Estudio General de Medios* de 2019 (doravante, EGM) concluindo que, entre os vários meios de comunicação, a televisão é a que tem o maior grau de penetração¹² nos espectadores. Assim, enquanto a televisão penetra 86,1% da amostra estudada, a segunda posicionada é a publicidade externa, que sobe para 81%, e em terceiro lugar encontramos a Internet com 80,2% de penetração, substituindo o rádio e os diários.

Como disse o jornalista polaco e Prémio *Príncipe de Asturias de la Comunicación y Humanidades* em 2003, Ryszard Kaspuscinsky, numa democracia contemporânea o que não aparece nos meios não existe. Uma afirmação que ainda hoje está em vigor, mas já tinha sido comentada por este autor em 1999. Assim respondeu Kaspuscinsky (2002) a uma pergunta do público sobre o porquê a respeito de determinados fatos nunca estarem presentes na agenda da imprensa internacional:

A maioria dos espectadores de televisão recebe muito passivamente o que se lhes oferece. Os donos dos grandes grupos de televisão decidem por eles o que devem pensar. Eles determinam a lista de coisas para pensar e o que pensar sobre elas. Não podemos pretender que o espectador médio realize estudos independentes sobre a situação do mundo, seria impossível inclusive para os especialistas. O cidadão médio, que trabalha, chega a

¹² A penetração reflecte a percentagem que o público representa em relação à população. O índice de penetração é um dos indicadores utilizados no estudo geral de meios (EGM), realizado pela Associação de pesquisa de meios (AIMC). Esta análise, que é realizada três vezes por ano, é "uma medição fiável do público e pesquisa rigorosa sobre a sua composição, e um pilar que suporta os actuais meios de comunicação e actividade publicitária". Para os meios de comunicação, o consumidor, ou seja a audiência, constitui o seu cliente directo, e o seu conhecimento é imprescindível para fazer um produto de sucesso. <https://www.aimc.es/blog/entrega-resultados-egm-1a-ola-2019/>[consultado em julho de 2019]

casa cansado e quer passar tempo com a sua família, apenas recebe o que vê naqueles cinco minutos de telejornal. Os principais temas que alimentam a "notícia do dia" decidem o que pensamos do mundo e como devemos pensar. Esta é uma arma fundamental na construção da opinião pública. Se não falarmos de um evento, então simplesmente não existe. Na realidade, para muita gente, a "notícia do dia" é a única maneira de conhecer algo sobre o mundo. (...) O problema das televisões e, em geral, de todos os meios de comunicação é que são tão influentes e importantes que começaram a construir um mundo próprio. Um mundo que tem pouco a ver com a realidade. (p.59-61)

Kaspuscinsky (2002) também insiste que:

Hoje em dia os meios de comunicação movem-se em manada, como rebanhos de ovelhas; não podem mover-se isoladamente. Portanto, principalmente o que nos é dito, lemos e ouvimos é a mesma informação, a mesma notícia (...) porque o objetivo de todos os grandes grupos de comunicação não é oferecer uma imagem do mundo, mas principalmente não ser ultrapassado por outros grupos. Se então, imediatamente depois, há um outro grande evento e todo mundo se move nessa direção, todo o mundo vai ficar sem ter tempo para cobrir outros lugares (...) O outro tipo de manipulação é a consciente. Hoje em dia os meios estão dispostos a falar sobre um acontecimento apenas quando estão em posição de explicar as suas causas e de proporcionar todas as respostas necessárias (...) A notícia não existe se a resposta sobre as causas não está preparada.¹³ (p. 61-62)

De trás dessas ideias encontram-se muitas e diferentes motivações. Entre elas estão as motivações políticas, ideológicas ou económicas. Uma informação destacada por Noam Chomsky quando lhe perguntaram numa entrevista sobre até que ponto os meios estão influenciados pelos objetivos do governo e das empresas:

¹³ No entanto, na parte analítica deste trabalho de pesquisa, pode-se notar que este não é sempre o caso. Acontece que há momentos em que um tema que, a priori, parece novo (porque não foi visto noutros meios de comunicação), é introduzido como conteúdo no programa, porque os responsáveis introduziram-no agenda; Mas isto é uma exceção.

Tendo como exemplo a América, os meios são grandes corporações, assim que não é uma questão de influência empresarial; são corporações que estão intimamente ligadas ao governo. Há um fluxo constante de pessoas entre as corporações e o governo; as interações são muito estreitas. A rede de seleção dos conteúdos a informar, como devem ser comunicados e assim sucessivamente é fundamentalmente decidido pelos interesses partilhados das elites do mundo dos negócios, o governo, etc¹⁴(Shah, V, 2011)

Mas isto não é tudo. Ramonet (2005) no capítulo intitulado "a persuasão invisível" faz uma pergunta-chave e ao mesmo tempo perturbadora: "como sair ileso deste bombardeio?" Ramón Reig (2011) refere algumas soluções, incluindo a necessidade de haver meios de comunicação públicos de qualidade e dum jornalismo profissional e rigoroso:

Se não alcançarmos o jornalismo profissional verdadeiro e rigoroso, comprometemos a própria existência de uma democracia mais forte. Supõe-se, portanto, que há elementos do poder estrutural que preferem que isto seja assim, mas então teremos que chamar o jornalismo e a democracia de outra maneira. (p. 298)

Há muitos profissionais que relacionam o jornalismo de qualidade à situação do sector jornalístico e, no caso específico desta pesquisa, o sector audiovisual. Assim Borges, G. e Reia-Baptista, V. (2008) garantem que:

Outro argumento que está relacionado com este debate refere-se à qualidade da produção de conteúdos de um determinado canal de televisão, que pode ser medido de acordo com os seguintes critérios: a estrutura interna, o profissionalismo e o grau de liberdade dos produtores de conteúdo, a inovação do processo de produção de programas e dos seus conteúdos, a presença de novos formatos teletransmitidos.(...) A qualidade da programação de um canal está ligada ao modo de atuação dos profissionais baseado em três aspectos: a integridade profissional, a independência e a oportunidade para experimentarem e se desenvolverem,

¹⁴ Ver e CFR. Em <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=128272&titular=situación-y-futuro-de-la-democracia->. [Acesso em Outubro de 2018.]

que funcionam como uma espécie de aval de qualidade na organização.¹⁵(p. 161)

Podemos ir mais longe. Esta é a opção apresentada pelo jornalista Juan Tortosa (2018):

Jornalismo decente é possível; o jornalista livre também. Comportar-se como um *kamikaze* é estúpido, mas bajular é de miserável. Sem ir a tais extremos, há que mover-se entre eles e tentar chegar a casa satisfeito no final de cada dia, porque o trabalho que fizemos valeu a pena. (p. 321)

E neste mundo de influências exteriores, que papel pode ter a televisão pública? Encontramo-nos num contexto social onde o que aparece na televisão é de vital importância e o que não aparece não. Por isso, consideramos necessário analisar os conteúdos que chegam aos espectadores, especialmente o conteúdo recebido através da televisão pública, uma vez que é o que pagamos com os nossos impostos. Mas para avaliar esses conteúdos, não só temos de fazer um exame, no caso andaluz do *canal Sur Televisión*, mas também das empresas produtoras que fazem conteúdos para a televisão autonómica andaluza, -mais conhecida em gíria profissional como produtores audiovisuais-dentro destas empresas audiovisuais, encontramos a empresa de produção *Indaloymedia* (uma produtora andaluza com dez anos e que desde que foi criada produz programas para o *Canal Sur Televisión*). Esta é uma das empresas que compõe o setor audiovisual andaluz que rodeia a televisão do *Canal Sul*. Mas eles não sobrevivem unicamente graças ao *Canal Sur Televisión* mas, como veremos ao longo deste trabalho de pesquisa, o nascimento da televisão andaluza levou ao desenvolvimento destes produtores andaluzes. E se o seu aparecimento se pôde considerar algo espontâneo, a sua promoção e manutenção foram incluídas nos seus diversos regulamentos. Portanto, podemos encontrá-lo na Lei 18/2007, de

¹⁵ Tradução da citação: Outro argumento relativo a este debate diz respeito à qualidade da produção de conteúdos num determinado canal televisivo, que pode ser medido de acordo com os seguintes critérios: a estrutura interna, o profissionalismo e o grau de liberdade do produtores de conteúdo, a inovação do processo de produção do programa e seus conteúdos, a presença de novos formatos de televisão. (...) A qualidade da programação de um canal está ligada à forma como os profissionais atuam em três aspectos: a integridade profissional, a independência e a oportunidade de experimentar e desenvolver, que actuam como um tipo de suporte de qualidade na Organização.

17 de Dezembro, de rádio e televisão de propriedade regional gerido pela Agência de negócios públicos da rádio e televisão da Andalucía (RTVA),¹⁶os seus princípios gerais estão incluídas no artigo 4º no qual se expressam "os princípios inspiradores e função do serviço público do rádio e televisão." O último destes princípios é "promover a produção audiovisual andaluza, facilitando o desenvolvimento da indústria audiovisual." Daí a obrigação deste grupo público de nutrir os produtores audiovisuais andaluzes e, assim, criar um material audiovisual andaluz. Um contexto, portanto, que pensamos que é importante estudar.

1.1.3 Objetivos

El objetivo central de este trabajo de investigación es hacer una aproximación, mediante el análisis, a la Estructura de la Producción Audiovisual en Andalucía, desde el estudio de caso de la productora *Indaloymedia*.

Existe en la actualidad una situación real de aumento en número de medios de comunicación y, en concreto, de canales de televisión. Vivimos un aumento del debate sobre la necesidad de estos canales para la defensa de la función social de los medios de comunicación recogida en la Constitución Española y, a su vez, asistimos al cuestionamiento sobre si se deben destinar presupuestos del Estado a medios de comunicación públicos, y más en concreto a sus productoras, es decir, a la producción externa de los medios públicos.

Frente a este panorama, nuestro interés es saber cómo afecta esta ampliación de la Estructura de la Producción Audiovisual y, por tanto, de la presunta influencia de esta Estructura. Asimismo, qué consecuencias tiene esta sobre los contenidos que llegan a los espectadores, a los ciudadanos. Este conocimiento lo consideramos necesario para determinar si es la Estructura de Poder la que determina los contenidos que llegan a los espectadores, es decir, a la sociedad; cuál es el papel de las televisiones autonómicas en las producciones audiovisuales que llegan a los ciudadanos; cuál es su labor concreta, y quién se beneficia de ello. Analizando la productora *Indaloymedia*, y por tanto su principal

¹⁶ Veja <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/conoce-el-consejo/quienes-somos/marco-normativo/autonomico/2011/09/ley-182007-de-17-de-diciembre-de->[acesso em Outubro de 2018.]

programa “*La Tarde, aquí y ahora*”, hemos hecho un acercamiento a la Estructura de la Producción Audiovisual andaluza y la televisión autonómica andaluza.

Con todo esto también hemos pretendido determinar qué papel ha tenido la televisión autonómica en Andalucía, qué ha supuesto tener una televisión autonómica propia, qué beneficios -si los hay- ha traído a los andaluces y en qué ha afectado a la sociedad andaluza y a su desarrollo, desde el estudio de caso de la productora *Indaloymedia*. Asimismo, hemos analizado desde *Indaloymedia* el papel que ha tenido *Canal Sur Televisión* en el fomento de la producción audiovisual andaluza y en el desarrollo de la industria audiovisual de Andalucía.

Además de perseguir esta función social, este trabajo de investigación también tiene como objetivo servir a la sociedad y específicamente a la comunidad universitaria aportando conocimientos nuevos para conseguir un espíritu más crítico imprescindible en el espacio universitario.

Todo esto es lo que hemos tratado de conseguir en este trabajo de investigación, desde diversos planteamientos de partida y varias hipótesis que expondremos a continuación.

1.2. ESTADO DE LA CUESTIÓN. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA-CIENTÍFICA

Para poder analizar el estado de la cuestión de este trabajo de investigación, queremos presentar los antecedentes de estudio y el contexto en el que se incluye la problemática de la investigación. En este caso, el análisis de la estructura audiovisual en Andalucía y el caso concreto de la productora *Indaloymedia*, se enmarca en el nacimiento de la televisión pública andaluza y a su vez del desarrollo audiovisual en torno a esta. Desde que en 1988 se creara la Radio Televisión de Andalucía (Rtva) hasta hoy ha cambiado mucho el panorama audiovisual no solo a nivel nacional sino concretamente en Andalucía y en la televisión autonómica. Lejos queda la inauguración de *Canal Sur Televisión* el Día de Andalucía de 1989, -recién puesta en marcha la televisión pública andaluza- cuando se producía el surgimiento en esta Comunidad Autónoma de un conjunto de empresas y profesionales autónomos que dieron un impulso decisivo a un sector que pasó prácticamente de la nada en su primera

década, a generar cientos de empleos y facturar cuarenta mil millones de pesetas al año, -como bien expone el profesor Juan Luis Manfredi (1998)-, a tener un gran peso en la actualidad en el sector. Solo el presupuesto de la Rtv para el año 2018 fue de 162,75 millones de euros -1,25 millones menos que en 2017, de los que la Junta de Andalucía aportó 140,36 millones, mientras que los ingresos publicitarios alcanzaron los 21,2 millones. La mayor partida de gastos corresponde a personal (54 %); aprovisionamientos (25 %) y otros gastos de explotación (19%). Es difícil conseguir determinadas cifras por el hermetismo que en torno a determinadas cuestiones como, por ejemplo, cuánto destina *Canal Sur* a las productoras que realizan sus programas. Como los contratos con productoras no están regidos por la ley de contratos del sector público, ya que *Canal Sur* no tiene condición de Administración pública a estos efectos, no existe la obligación de hacer públicas dichas cifras. Dicho esto, de las cantidades dadas, las últimas cifras públicas que hemos podido conseguir sobre dichas productoras, es que entre enero y agosto de 2016, *Canal Sur* destinó 23,4 millones de euros a contenidos que no son producción propia, donde se incluirían a estas. De esta cantidad, 18,2 millones son producción financiada y cinco millones derecho de cine, documentales o series¹⁷.

El principal proveedor de *Canal Sur Televisión* es *Andalucía Digital Multimedia*, una empresa privada pero participada por la Rtv a través de la empresa pública Sandetel, donde ocupan cargos conocidos ex directivos de la cadena pública. Esta productora, responsable del programa diario de actualidad “Andalucía Directo”, recibió 3,9 millones de euros sin cerrarse el ejercicio 2016. Le sigue *Indaloymedia* SL, la productora de Juan y Medio, con 2,9 millones de euros hasta agosto del pasado año. Por detrás está *Happy Ending Producciones*, con 1,3 millones de euros. Es responsable del programa de Toñi Moreno “Gente maravillosa”, que repite en la parrilla de otoño pese a unos datos de audiencia muy mediocres comparados con los de las otras dos productoras del podio de *Canal Sur*. *Veralia Contenidos Audiovisuales*, de Vocento, es la

¹⁷ Cifras publicadas en el diario *El Confidencial* a raíz de una pregunta parlamentaria hecha por un diputado de Podemos al subdirector de la Rtv, Joaquín Durán en septiembre de 2016 que en ese momento fue contestada brevemente pero el diputado reclamó las cifras por escrito en noviembre de ese mismo año y la respuesta le fue dada. Ver https://www.elconfidencial.com/espana/andalucia/2017-09-12/bromas-juan-y-medio-negocio-tres-millones-facturados-canal-sur_1442108/ [Consultada en diciembre de 2018]

cuarta productora con más negocio con Canal Sur, con 1,2 millones de euros, y participa actualmente en “Yo soy del Sur”, un cazatalentos de cantantes de sevillanas que se graba en el plató de *Indaloymedia*. Le siguen *ZZJ Producciones* y *Seahope*, que produjo “Se llama copla”. (El Confidencial, 2017)

En este contexto, el estudio de la Estructura Audiovisual en Andalucía y de la productora *Indaloymedia* en particular, no es un campo fácil ni del que se haya escrito mucho, sin embargo, es un sector que presenta mucho interés por la opacidad que mantiene, y a su vez por la importancia que tiene para los estudiosos de la comunicación y para los ciudadanos en general, al tratarse de un ente de comunicación y además público con las obligaciones constitucionales que este tipo de organismos tienen.

Una vez presentado el contexto queremos ir exponiendo los principales aportes realizados hasta el momento por parte de diversos autores sobre nuestro objeto de estudio. Ante este trabajo de investigación ha sido de especial importancia hacer una revisión de la literatura publicada actualmente sobre los campos que vamos a analizar para ver cómo se encuentran en la actualidad dicho campos objetos de nuestro estudio, conocer cuál va a ser el punto de partida de nuestro trabajo y crear un marco teórico. Por ello hemos leídos los trabajos realizados por otros autores sobre las temáticas que vamos a tratar en nuestro trabajo de investigación y así obtener bibliografía y materiales útiles a nuestra investigación. Libros y artículos en los que hemos podido encontrar información relevante y necesaria para resolver nuestro problema de investigación: la Estructura Audiovisual en Andalucía y en concreto la productora *Indaloymedia*.

Dada la complejidad de este hemos decidido hacer una división por las diferentes áreas de conocimiento que confluyen en nuestro objeto de estudio. Así vamos a analizar lo que se ha estudiado desde la rama de la estructura de la comunicación, en concreto de Andalucía. También lo investigado sobre televisiones autonómicas y sobre productoras audiovisuales en Andalucía. Y no podemos olvidar los trabajos realizados por distintos estudios sobre *Canal Sur Televisión* y, por último, lo poco que hay publicado sobre el caso concreto de la productora *Indaloymedia*.

Empezamos por la Estructura de la Información, y es que los medios de comunicación no son, en absoluto, independientes, sino que nacen unidos a otros medios, a otras empresas u organizaciones, a otros poderes, ya existentes, a una estructura. Es por ello por lo que en un primer momento podría parecer que la existencia de más medios sería una garantía de mayor libertad y, sin embargo, también puede llegar a convertirse en una forma más de poder, de control.

Los autores que consideramos que hablan más claramente sobre Estructura mediática de poder en España y sobre la importancia de esta son el catedrático Ramón Reig y el periodista Pascual Serrano. Ambos llevan años analizando cada grupo de comunicación y, sobre todo, qué hay detrás de ellos.

Tanto en la obra *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles (2010)*, como *Desinformación; Como los medios ocultan el mundo (2009)* y también *La comunicación jibarizada. Cómo la tecnología ha cambiado nuestras mentes (2013)* Pascual Serrano desentraña el funcionamiento de los grandes medios de masa para explicar, según su punto de vista, la desinformación constante. Según mantiene, lo que creemos que está sucediendo en el mundo es solo una falsa composición al servicio de unos intereses que van, poco a poco, conformando la opinión pública. Es decir, mantiene claramente la fundamentación teórica de Estructura de la Información que venimos exponiendo en este trabajo de investigación. En concreto, en Serrano (2010) se desgranar nueve grandes grupos multimedia, más algunos satélites que caracteriza como “otros”.

Por su parte, Ramón Reig, en *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España (2011)* señala siete grupos principales, más otros ocho, que son menos representativos, en el panorama actual. Es la conclusión a la que llega después de años desentrañando la Estructura de la Información en obras anteriores como cuando ya en 1992, en su obra *Sobre la comunicación como dominio: Seis paradigmas* señalase que uno de los problemas es que la comunicación no es libre y depende del poder que hay detrás; asimismo en *La Mente Global: un estudio sobre estructura y análisis de la Información (1994)* analiza la estructura, lo que hay detrás, algo que ha seguido señalando y

demostrando a lo largo de los años en sus obras. Así, en *El control de la comunicación de masas: bases estructurales y psicosociales* (1995) y en *Medios de comunicación y poder en España; prensa, radio, televisión y mundo editorial* (1998) va desenmascarando a esos que están detrás y dirigen la comunicación, pero en sus obras posteriores va más allá. Una de las obras más esclarecedoras del autor es *El Éxtasis cibernético: comunicación, democracia y neototalitarismo a comienzos del siglo XXI* (2001) donde con valentía realiza una contundente crítica al sistema de economía de mercado, llegando a definir a los medios de comunicación como brazos articulados de los grandes conglomerados multimedia. “Los informativos ofrecerán noticias sin perspectiva, adaptadas a formatos rápidos como el audiovisual (que es espectáculo incluso aquí.) La línea editorial seguirá los intereses macroestructurales e incluso se dirá explícitamente que lo que sucede no tiene vuelta de hoja.” (p. 83)

Una vez más la Estructura y todo ese poder que la determina. ¿Y qué hace que los medios de comunicación deban quedar fuera de este poder? ¿Por qué es tan importante que así sea? ¿Por qué *Canal Sur* no puede ser la televisión del partido que gobierne en el momento la comunidad autónoma andaluza? El profesor responde en su obra *La comunicación en su contexto* (2002) Reig ya habla de ese concepto de la comunicación no entendida únicamente como servicio público:

La Comunicación es un sector económico. Supongo que a ciertas alturas de la experiencia vital como profesional de la Comunicación será difícil que alguna persona crea realmente que la Comunicación es un servicio público, en el sentido de constituir una herramienta destinada a ampliar los horizontes cognitivos, esto es, a aplicar un sistema metodológico de aprendizaje, incluso a través de la información y el entretenimiento. (p. 33)

Y además también se atreve a afirmar que los ciudadanos no han ganado en mejor información por tener más medios, es decir, más información. “No es necesario pararse mucho a discutir si hay pluralismo mediático o no. El pluralismo se define como las orientaciones radicalmente distintas en los códigos culturales. No existe tal diferencia en los medios de comunicación. Los

auténticamente relevantes pertenecen a un gran grupo” (p.49.) O grandes grupos, que mencionaremos en epígrafes posteriores.

Hacer un repaso por las publicaciones de Reig es hacer un acercamiento a esa Estructura que queremos analizar en este trabajo. Tanto en *Estructura y mensaje en la sociedad de la información* (2003) como en *Dioses y diablos mediáticos: cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación* (2004) podemos encontrar la explicación de por qué la metodología Estructural es la que hemos escogido para esta investigación. En el último llega a detallar, que es la metodología Estructural que pretende no dejar ningún cabo suelto o bien levantar incógnitas para seguir investigando con vistas a trabajos posteriores. Según explica el autor habla de “la metodología de la totalidad.”

Una Estructura que -utilizando la metáfora creada por el profesor Reig- es una “telaraña” en la que medios, periodistas y empresas se encuentran atrapados. Así lo expone tanto en *El periodista en la telaraña: nueva economía, comunicación, periodismo, públicos* (2007) como en *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla* (2010) En la obra de 2010, Reig pone nombres concretos a cada uno de los protagonistas de este entramado. El libro explica qué está sucediendo, por qué existe esta telaraña, quiénes mueven los hilos que según su punto de vista tergiversan el derecho constitucional de recibir información veraz a través de los medios de comunicación:

Aunque las obras de este autor que más aportan a nuestro objeto de estudio son *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España* (2011), *Crisis del sistema, crisis del Periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio* (2015) y *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder* (2017), en este último -firmado junto a la también profesora Aurora Labio-, no solo se vuelve a explicar la importancia del método estructural sino que hemos encontrado en el cuarto capítulo de la segunda parte “España: duopolio televisivo, cambio de liderazgo y nuevo equilibrio de fuerzas,” lo último publicado sobre estructura televisiva en España, muy útil para la segunda parte de esta tesis doctoral de aproximación contextual a la Estructura audiovisual en España.

Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid¹⁸, coincide con Reig en el prólogo de la obra *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles* (2010), de Pascual Serrano, que la combinación de medios analógicos y digitales no ha garantizado ni el pluralismo ideológico ni la diversidad cultural. Ya que considera que los grandes grupos se parecen cada vez más en sus estrategias y en su visión ideológica del mundo, por fuerza de su integración en el gran capital. Afirmación con la que podemos llegar a coincidir tras este trabajo de investigación.

También han sido esclarecedoras las aportaciones de la obra *Comunicación, periodismo y control informativo: Estados Unidos, Europa y España* (2006) de la profesora Aurora Labio, discípula de Reig, en la que describe y analiza los principales grupos de comunicación a nivel mundial, pero a su vez también encontramos un análisis de la situación de los grupos que actualmente actúan en España. Así, en la tercera parte de su obra bajo el epígrafe “Situación actual de los medios” encontramos un acercamiento al escenario en España. El libro va de lo general a lo particular llegando en el último capítulo a “Los elementos del periodismo de hoy y su contexto.” Labio se ha convertido en un referente de los estudios estructurales de comunicación a nivel nacional e internacional en los últimos años y sus avances han supuesto una gran aportación en esta tesis doctoral.

Las obras que hemos indicado nos pintan el panorama estructural audiovisual a nivel internacional y nacional. Podemos apreciar quién pertenece a quién y quién está detrás de quién y cómo afecta esto a los contenidos que dan los medios de comunicación o incluso a las productoras que los crean. No obstante, cabe señalar que, aunque sean muchos y muy certeros los datos y las valoraciones y análisis que hacen los autores sobre la Estructura Audiovisual en España, es cierto que no incluyen datos concretos sobre la Estructura Audiovisual en Andalucía. Por ello para esta parte más precisa nos hemos visto en la obligación de incluir otro tipo de trabajos.

¹⁸ Ya en 1982 en la obra *Historia de la radio y la televisión en España* de Enrique Bustamante se esboza el panorama audiovisual que se estaba creando en España.

Uno de los pocos trabajos reciente sobre Estructura Audiovisual andaluza es el realizado por Ramón Reig, Rolsalva Mancinas-Chávez y Antonia Isabel Nogales-Bocio (2014): “Un acercamiento en 2014 a la conformación de la estructura audiovisual en España y el caso de Canal Sur TV”. Revista Latina de Comunicación Social, 69, pp. 571 a 617. En esta publicación encontramos un esbozo de lo que estaba pasando en el panorama audiovisual en España, desde el punto de vista de la estructura de la comunicación, y en los años de nuestro objeto de estudio. También encontramos un epígrafe sobre el caso concreto de *Canal Sur Televisión* en el que se esboza su situación en el año 2014 y donde se menciona que se encuentra en horas bajas en relación a su audiencia y se expone los programas más vistos y los que reciben más presupuesto por parte de *Canal Sur Televisión*, por tanto, también las productoras audiovisuales en mejor situación en ese momento. Es reseñable que se introduce un cuadro en el que se recogen las productoras audiovisuales con relevancia en la parrilla de *Canal Sur Televisión*¹⁹ cuya fuente es la tesina “Estructura audiovisual y reporterismo en Andalucía: la productora *Indaloymedia* (2008-2012),” de la investigadora que ha realizado la presente tesis doctoral, y que fue dirigida por el catedrático Ramón Reig.

Antes de hacer un repaso por las aportaciones que otros estudiosos han hecho sobre productoras audiovisuales en Andalucía y *Canal Sur Televisión*, queremos pararnos en un campo que también hemos visto preciso estudiar ante esta tesis doctoral. Se trata de la situación de las televisiones autonómicas, ya que nuestro objeto de estudio es la productora *Indaloymedia* y su trabajo para la televisión autonómica *Canal Sur Televisión*.

Uno de los libros más completos -y actuales en el momento de nuestra investigación- sobre televisiones autonómicas en España es *Televisiones autonómicas: Evolución y crisis del modelo público de proximidad* (2012) coordinada por Juan Carlos Miguel de Bustos y Miguel Casado del Río. Se trata de una obra realizada por 22 investigadores de diferentes universidades y se

¹⁹ Consultar página 11 de la Revista Latina de Comunicación Social http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1026_US/RLCS_paper1026.pdf [Consultada en diciembre de 2018]

puede considerar la obra más exhaustiva sobre la televisión hasta la fecha de publicación en 2012.

Aunque podemos hablar de las aportaciones de la obra de forma general, también creemos conveniente especificar que hay epígrafes concretos donde aparecen datos más que fundamentales, sobre todo, porque entran a analizar la televisión autonómica andaluza. Así, ya en la introducción se hace una mención a una de las ideas de nuestras hipótesis de investigación y es la injerencia entre las televisiones autonómicas y el poder político.

Estas televisiones se sitúan en el cruce de una doble presión; por un lado, del Gobierno central, cuyos ataques a la televisión pública nacional, revierten, al menos filosóficamente, en las autonómicas, y, por otro, de los Gobiernos autonómicos, que, tal y como se describe en diferentes secciones del libro, han puesto sus intereses de partido por encima de cualquier lógica de servicio público, socavando así, en muchos casos de manera irreparable la imagen de estos servicios. (p. 20)

También en esta obra encontramos el epígrafe “La formación histórica del sistema televisivo autonómico público en España (1982-2011)”, firmado por Josep Àngel Guimerà i Orts y José Joaquín Blasco Gil; donde se explica detalladamente la creación de las televisiones autonómicas históricas y en concreto el nacimiento de *Canal Sur* en un apartado que califican como la segunda fase: las televisiones autonómicas socialistas (1986-1998.)

En el caso de *Canal Sur*, se daba la circunstancia de que era la primera televisión autonómica que no nacía con el objetivo de fomentar una lengua propia diferente del castellano y su justificación se enmarca en las finalidades sociales de promover las libertades, la igualdad, la educación, los intercambios culturales y el desarrollo económico (...) Si bien *Canal Sur* lanzó sus primeras emisiones en febrero de 1989, la Ley de creación de la Radiotelevisión de Andalucía 8 se aprobó a finales de 1987, con el apoyo de todos los grupos del Parlamento andaluz, a excepción de los dos diputados del Partido Andalucista, que criticaban la posible injerencia gubernamental en la gestión y organización del nuevo ente. (Fernández Soriano, 1999, p. 40)

Vuelve a mencionarse la relación entre medio autonómico público y poder político. Esta obra también aporta datos de gran importancia en la investigación sobre productoras audiovisuales y sobre la función social de estas que detallaremos más adelante.

Una vez expuestos por qué es imprescindible la aportación de esta obra, queremos matizar que al estar fechada en 2012 hay datos que si no se actualizan quedan obsoletos en la fecha de cierre de nuestra investigación. No obstante, los autores de esta obra han seguido investigando sobre las televisiones autonómicas por lo que tenemos otro trabajo que aporta datos más recientes y que también ha sido vital en nuestra investigación. Se trata de *Televisiones Autonómicas*, un proyecto I+D+I financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad dentro del programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad (2013-2016.) “El objetivo del proyecto es analizar los vectores de cambio que están determinando la transformación de la televisión pública autonómica de servicio público, con el fin de encontrar pautas y soluciones de equilibrio que garanticen este imprescindible servicio público televisivo.”²⁰ (Televisiones autonómicas, 2016) Este proyecto posee una plataforma donde encontramos aportaciones de estudiosos de la comunicación sobre televisiones autonómicas. Es más, se encuentran las ponencias del XXX Congreso Internacional de Comunicación (CICOM) Universidad de Navarra celebrado en Pamplona, 12 y 13 de noviembre de 2015 donde hemos encontrado ricas aportaciones hacia dónde va la televisión autonómica. Y entre estas aportaciones encontramos algunas concretas sobre *Canal Sur*. Así, la realizada por la directora de Servicios Informativos de *Canal Sur Televisión*, Pilar Vergara, haciendo un alegato de lo local y de lo público:

No voy a emitir ningún mensaje en defensa de la televisión como medio porque me parece que está superado. En lo que sí voy a reafirmarme una vez más aprovechando este foro es en la defensa de la televisión pública que emana de un reparto territorial reconocido por la Constitución. Las comunidades autónomas en la actualidad tienen competencias plenas en

²⁰ Los objetivos los hemos sacado de la plataforma para poder acceder a todos los documentos que se han ido creado de este proyecto I+D+I de Televisiones autonómicas. Ver <https://tvautonomicas.com/> [Consultada en diciembre de 2018]

servicios públicos esenciales y uno de ellos, a mi juicio, es un medio público, una radio y una televisión públicas que tienen que velar por hacer buen uso de sus fines, de esos para los que fueron creadas. (...) Y es ahí donde Canal Sur y su tratamiento de la actualidad intervino, antes de la Expo del 92, para aproximar a ciudadanos que poco o nada se conocían: ¿qué podían tener en común los ciudadanos de Huelva y Almería, por ejemplo? ¿Qué les podía separar además de los kilómetros? Contamos sus particularidades y las articulamos en espacios propios y comunes. Un enfoque prismático y complejo el de nuestro medio, como no puede ser de otra manera siendo, como es, un espejo de un denso, diverso y milenario colectivo social. (XXX Congreso Internacional de Comunicación, 2005, p. 86.)

También consideramos de gran importancia la aportación sobre televisiones autonómicas y, en concreto, sobre *Canal Sur Televisión* el artículo Audiencia y servicio público en las televisiones autonómicas, de Agustín Olmo²¹ y José Antonio Navarro Moreno, publicado en *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*²². En esta obra no solo se explica el desarrollo de las principales televisiones autonómicas, sino que también se habla de su servicio público, algo también de interés en nuestro objeto de estudio, y además menciona un programa que se puede considerar el “antecedente”²³ del programa que analizamos “*La Tarde, aquí y ahora*”:

Si nos detenemos en el criterio de la aportación mensual en audiencia, en Canal Sur el programa que más ofreció fue ‘*Punto y Medio*’, un magazín conducido por Juan Imedio cuyo objetivo fundamental es dar compañía a la gente mayor (hay que señalar que aquí influye el número de horas de programación). (p. 7)

²¹ Agustín Olmo y José Antonio Navarro, además de ser profesores en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, han trabajado en *Canal Sur Televisión*.

²² Ver <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/36981/ambitoscomunicacion.com-Audiencia%20y%20servicio%20p%C3%ABblico%20en%20las%20televisiones%20auton%C3%B3micas.pdf?sequence=1>

²³ Como explicaremos en la cuarta parte consideramos que el embrión para el programa “*La Tarde, aquí y ahora*”, lo encontramos en un formato anterior también presentado por Juan y Medio, “*Punto y Medio*.”

Una vez detalladas las aportaciones más recientes sobre televisiones autonómicas es importante detallar las que hemos encontrado en el campo del sector audiovisual y de las productoras audiovisuales también escasas para la importancia que actualmente tienen.

También son fundamentales las contribuciones en este campo de *Televisiones Autonómicas*, proyecto I+D+I financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad dentro del programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad (2013-2016.) Dicha obra expone claramente la relación de dependencia del sector audiovisual y sus productoras respecto a la televisión pública, algo que también hemos anticipado en nuestras hipótesis de partida:

No cabe duda de que desde su aparición a mediados de la década de los ochenta, la televisión autonómica pública se ha apreciado como una oportunidad única para el desarrollo de la industria audiovisual autóctona. Como señala Miguel Ángel Casado, el canal regional es la empresa de mayor peso del sector en una Comunidad Autónoma, y potencialmente puede convertirse en el principal o incluso el único consumidor de productos locales (Casado, M. Á., 2007, p. 174)

Asimismo, en *Televisiones autonómicas (2013-2016)* hace apreciaciones directamente sobre *Canal Sur Televisión*. Y en cuanto a la Rtvva, su fuerte demanda de producción ha permitido a mediados del año 2000 “crear un tejido productivo creciente en la región” (Fernández-Quijada, D., 2009, p.207)

Esta última obra, la de Fernández Quijada (2009), “Producción independiente de Televisión en Andalucía. Aproximación a la Estructura de un sector desconocido”, publicada Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación nº 18, es esencial para el estudio de la Estructura Audiovisual en concreto en la comunidad autónoma andaluza. En este artículo se analiza el crecimiento de la importancia de la producción audiovisual, clasifica a las distintas empresas que la componen y analiza el papel jugado por la televisión pública autonómica para el desarrollo de esta industria. En este artículo encontramos además un repaso por las productoras que llenaban en 1999 la parrilla de *Canal Sur Televisión*.

En Las televisiones autonómicas y la producción audiovisual local: balance desigual de una alianza necesaria en Juan Carlos Miguel de Bustos y Miguel Casado del Río (2012) encontramos el papel dinamizador de las televisiones autonómicas respecto a la industria audiovisual local:

La capacidad legislativa autonómica unida a una estructura audiovisual sólida y con una demanda constante como la de una televisión autonómica sentaban las bases para el desarrollo del sector. Estas condiciones propician en algunos casos el crecimiento y en otros casos prácticamente el «nacimiento» de un sector. En la medida en que estas televisiones han de responder a una demanda de contenidos de proximidad para el reflejo de la identidad de la región, las productoras locales se convierten en su principal proveedor. A su sombra nacieron, donde apenas había industria, una serie de productoras audiovisuales para responder a esa demanda. Nacían, por tanto, empresas cuyo único cliente era la televisión autonómica de la comunidad. (p. 204-205)

Sobre el desarrollo del sector de la producción audiovisual de Andalucía encontramos un capítulo escrito por Emelina Fernández Soriano²⁴, dentro de la obra *La Industria audiovisual y publicitaria en Andalucía. Estudios sobre un sector estratégico* de De Aguilera Moyano²⁵, Méndiz Noguero, Castillo Esparcia (1999). Esta obra es una de las más completas sobre la industria audiovisual en Andalucía. Se ha llegado a considerar el primer informe sobre la situación andaluza en la industria de la comunicación o incluso definido como un inicio del primer “Libro Blanco” sobre el sector audiovisual en Andalucía que tanto se ha pedido. En ella se encuentra un análisis profundo de los diferentes campos que conforman el panorama comunicativo regional. El libro se divide en tres partes. En la primera se realiza un análisis de la Radio y Televisión y es aquí donde destacan los capítulos de Juan Luis Manfredi “Distribución de producciones

²⁴ En el momento en que se ha realizado la investigación para esta tesis doctoral Emelina Fernández Soriano era presidenta del Consejo Audiovisual de Andalucía. Posteriormente fue relevada en el cargo por Antonio Checa, profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

²⁵ Es uno de los investigadores que más ha trabajado sobre la temática de la televisión y el audiovisual andaluz desde que en 1988 fuera codirector del curso “Vivir la televisión. Nuevos espacios audiovisuales: televisión autonómica y europea”, organizado por Organizado por la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía, Radiotelevisión de Andalucía y la Unión de Consumidores de España.

audiovisuales andaluzas”, y el ya mencionado de Emelina Fernández “El desarrollo del sector de la producción audiovisual de Andalucía.”²⁶

Fernández Soriano es la única autora que hemos encontrado que haya firmado un libro monográfico sobre *Canal Sur* desde punto de vista de la Estructura y el sector audiovisual. Obra que incluiremos en este mismo capítulo al hablar del estado de la cuestión sobre *Canal Sur*. Pero antes de esto en “El desarrollo del sector de la producción audiovisual de Andalucía” encontramos cuantificadas 63 empresas productoras en Andalucía, según indica la obra, en un estado heterogéneo de desarrollo. Pero a su vez señala, ya con nombres, los agentes privados que producen programas para *Canal Sur Televisión*. “En Andalucía existe un reducido número de empresas que pueden elaborar un producto audiovisual completo. (...) Estas productora son: *Videoplaning, SL; Savitel, SA; Caligari Films; SA; y Z.Z.J., SA.*²⁷” (p.133)

Terminar este apartado mencionando la obra *La comunicación en Andalucía* de Ramón Reig y Concha Langa Nuño, en la que se da la circunstancia que también participó la investigadora que ha realizado la actual tesis doctoral.²⁸ En esta obra encontramos dos capítulos que sientan bases para la investigación que hemos realizado; *La televisión: el Grupo RTVA*, de Antonio Manfredi, y *El sector audiovisual: demanda de contenidos y potencialidad competitiva*, de Carlos A. Guerrero Serón y Antonio Macarro Tomillo.

Empezaremos por este último. Aunque sea un capítulo destinado a la producción audiovisual pero cinematográfica, más que televisiva, y quede fuera de nuestro objeto de estudio, sí queremos incluir como resume uno de los grandes problemas del sector audiovisual andaluz y a su vez el mismo que hemos encontrado a la hora de realizar esta tesis doctoral. Se trata de la excesiva

²⁶ Indicar que a tesis doctoral de Emelina Fernández bajo el título “La RTVA y el sector audiovisual andaluz. Principios, orientaciones y resultados,” fue dirigida por el catedrático Miguel de Aguilera Moyano y defendida en 1997

²⁷ Significativo que el programa “*La Tarde, aquí y ahora*” mientras se está haciendo esta investigación se grabe en un plató de lo que era *Videoplaning*, anteriormente y uno de sus máximos responsables, Guillermo Garrigós, trabajase anteriormente en *Z.Z.J., SA*. Treinta años después se puede decir que muchas de las empresas o de los trabajadores iniciales siguen siendo los mismos.

²⁸ La investigadora Nuria Sánchez-Gey Valenzuela participó en el capítulo “La radio local. Experiencias y perspectivas”, junto a Rosalba Mancinas Chávez y Antonia Isabel Nogales Bocio.

dependencia del sector audiovisual de la televisión pública y la fugacidad de las empresas que lo configuran:

En este contexto, la valoración global del audiovisual andaluz es la de un tejido productivo fragmentario, con escasa capacidad de autofinanciación de las empresas y los ciclos de vida empresarial cortos. Existe excesiva dependencia de la televisión pública autonómica (motor del sector en cuanto a la compra de producción televisiva y financiación de producciones cinematográficas), unida a una escasa presencia y comercialización exterior. Estos aspectos han creado un círculo vicioso que frena la consolidación del tejido industrial audiovisual. (p.478.)

Sobre el capítulo La televisión: el Grupo RTVA, de Antonio Manfredi, empezar señalando que Manfredi²⁹ es uno de los autores que más ha aportado sobre *Canal Sur Televisión* y conociendo la televisión autonómica desde dentro. Esto puede tener su lado positivo y negativo, pero es una realidad que ha podido acceder a datos a los que otros investigadores no han podido. Junto con este capítulo podemos mencionar otro suyo de gran importancia en nuestra investigación. Se trata de Canal Sur: 1989-1999. Diez años de RTVA, en *Ámbitos*³⁰, nº2, enero-junio 1999 Grupo de Investigación en Estructura, Historia

²⁹ Antonio Manfredi Díaz (Madrid 1959) se reincorporó a Canal Sur en enero de 1990 y, desde entonces, ha ejercido la edición de Informativos, así como la Dirección Territorial de Huelva y la Dirección de Medios Interactivos. Desde febrero de 2016, el Consejo de Administración de RTVA le ha encargado la función de Defensor de la Audiencia. Manfredi es un activo profesional de la información. Antes de llegar a Canal Sur trabajó en *El Correo de Andalucía*, *Odiel*, *La Noticia de Huelva*, *Radio Sevilla de la Cadena Ser* y *RTVE*. Premio Andalucía de Periodismo y Premio Ejército de Periodismo. Fue el primer decano del Colegio de Periodistas de Andalucía. Es profesor invitado en varias universidades españolas. Currículum extraído de la página de la RTVA <http://www.canalsur.es/defensor/curriculum-vitae-antonio-manfredi/1267963.html> [Consultad en diciembre de 2018]

³⁰ Antonio Manfredi Díaz (Madrid 1959) se reincorporó a *Canal Sur* en enero de 1990 y, desde entonces, ha ejercido la edición de Informativos, así como la Dirección Territorial de Huelva y la Dirección de Medios Interactivos. Desde febrero de 2016, el Consejo de Administración de RtvA le ha encargado la función de Defensor de la Audiencia. Manfredi es un activo profesional de la información. Antes de llegar a *Canal Sur* trabajó en *El Correo de Andalucía*, *Odiel*, *La Noticia de Huelva*, *Radio Sevilla de la Cadena Ser* y *RTVE*. Premio Andalucía de Periodismo y Premio Ejército de Periodismo. Fue el primer decano del Colegio de Periodistas de Andalucía. Es profesor invitado en varias universidades españolas. Currículum extraído de la página de la RtvA <http://www.canalsur.es/defensor/curriculum-vitae-antonio-manfredi/1267963.html> [Consultad en diciembre de 2018]

y Contenidos de la Comunicación. Universidad de Sevilla. pp. 163 205, firmado junto al también periodista de *Canal Sur* Gabriel García Hernández.

Si nos centramos en la revisión de la literatura disponibles sobre productoras audiovisuales, no podemos dejar de señalar los avances aportados por la obra *La Industria audiovisual en Andalucía en 1995-1996*, de los editores Juan Luis Manfredi y José Manuel Gómez y Méndez. En su totalidad la obra hace grandes aportaciones a esta investigación, pero es significativo el prólogo realizado por el propio Juan Luis Manfredi en el que se expone la duda constante de cuánta producción propia debe haber en la televisión pública autonómica, una pregunta que se mantiene hasta el momento en que se realiza esta tesis doctoral:

¿Debe haber más producción propia? Cuanta más haya, mejor se aprovecharán los recursos humanos y técnicos de la Empresa Pública, pero menos se hará en ese entorno industrial cuyo desarrollo hay que proteger para bien de la Comunidad Autónoma, que de otra manera sería siempre tributaria del exterior. Hay que encontrar el punto de equilibrio y valorarlo en términos sociales y económicos, lo que implica que ha de tener un reflejo presupuestario. (p.15)

Con este capítulo pasaríamos a otra de las temáticas que queremos analizar en este epígrafe tras haber detallado las aportaciones sobre Estructura de la Comunicación, sobre Estructura andaluza, sobre televisiones autonómicas y productoras audiovisuales. Llegamos a las aportaciones realizadas sobre *Canal Sur Televisión* en concreto.

Así, Antonio Manfredi y Gabriel García Hernández aportan un detallado análisis de la primera década de la televisión autonómica andaluza y en el texto encontramos un epígrafe que puede servir como precedente a otra de nuestras hipótesis de partida. Hablamos de *Canal Sur* como instrumento de articulación territorial y social en Andalucía. En este epígrafe además de detallar como “Canal Sur tiene como objetivo mejorar el perfil, la voz y la imagen diferenciada de nuestra tierra” (p. 170) habla de su papel de impulsora de la industria audiovisual andaluza.

Nadie parece negar que al impulso de la televisión pública en Andalucía se ha creado una industria audiovisual que ha preparado y cualificado una

mano de obra competitiva, y ha generado un todavía débil tejido productivo, capaz de absorber la demanda de productos televisivos de inequívoca identidad andaluza y que ha producido muchos de los programas de servicio público y de difusión cultural de Andalucía. (p. 172)

Asimismo, destacar el capítulo bajo el nombre “Una década de programas” donde se incluye ya la crítica a la contratación de programas.

La política de contratación de Rtva ha sido siempre criticada a lo largo de su historia, tanto en lo que se refiere a su coste como a su calidad o cumplimiento de objetivos. A medida que han ido avanzando los años, las críticas se han ido centrando más en la calidad que en los costos. (p. 187)

Con un título muy parecido encontramos la tesis doctoral *La Industria audiovisual en Andalucía en la década de los noventa*, de Eva María González Hernández y dirigida por el profesor Jesús Jiménez Segura y defendida en el año 2000, que hace un concienzudo repaso por la situación del sector audiovisual en la época de los noventa subrayando la importancia de un sector en ese momento incipiente, algo que nos servirá para contextualizar nuestra investigación en esos años.

La inserción del sistema comunicativo, y especialmente del sector audiovisual, como pieza estratégica en la lógica y dinámica del capitalismo moderno ha provocado importantes transformaciones en su naturaleza. Estas transformaciones, visibles especialmente en la estructura económica, han hecho posible que la industria audiovisual se haya convertido en un sector importante de la economía, con un fuerte potencial tanto por el volumen de negocio generado como por la creación de puestos de trabajo. (p. 21)

La obra *RTVA, diez años con Andalucía* de Benito Castro Galiana, Juan Luis Manfredi Mayoral y José Antonio Navarro Moreno, 1999, se puede considerar como la primera obra global sobre *Canal Sur Televisión* que hemos encontrado. Se divide en tres capítulos. El primero en el que se detalla la situación cuando comienzan las emisiones, donde se incluye la primera programación de televisión. Una segunda parte bajo el nombre: El proyecto se consolida, en el que se incluye la importancia del año 1992, cuando se celebra la Expo92, los

mejores programas informativos, un apartado de la Rtv a y las tradiciones en Andalucía, el entretenimiento, deporte para todos, contenidos infantiles y juveniles, el cine, una apuesta por la cultura y pensando en los discapacitados. La tercera parte se llama Competitividad y servicio público: una combinación posible. Esta parte se divide a su vez en 16 epígrafes: *Canal 2 Andalucía*, la nueva dimensión del satélite, la llegada de *Fórmula Uno*, *Andalucía Información*, Sandetel, éxitos de audiencia, la programación, informativos provinciales, informar en directo, apuesta por la solidaridad, colaboración con el cine andaluz, la radio en forma, Fundación Audiovisual de Andalucía, una realidad provincia a provincia, nuestra presencia fuera de Andalucía y la empresa ante el próximo milenio.

La siguiente sería *Canal Sur, una Televisión Regional en Europa*, de Emelina Fernández,³¹ 2000. Esta es resultado de su tesis doctoral y está dividida en ocho capítulos en los incluye la importancia de la misión de servicio público de este tipo de medios, también el análisis de la programación, incluso se analizan las expectativas creadas en torno al sector audiovisual andaluz como generador de empleo cualificado.

También una gran aportación la tesis doctoral, *25 años de televisión pública en Andalucía. La RTVA. Desde el tercer canal, la competencia con la TDT, televisión en la "web" hacia la televisión en internet y la IP/TV (2016)*, de Carmen López Santana y dirigida por el catedrático Juan Luis Manfredi Mayoral.

El debate sobre el interés público de una televisión en la era que se mueve a la veta de contenidos en la IP/TV deja al descubierto una deficitaria por lo general gestión de este tipo de organismos, que son caros a la ciudadanía pero que solo en lo que respecta a contenidos orgánicos y adecuados se puede fundamentar el bien común por el que realizar una inversión alta en este tipo de servicios para que exponencialmente se rentabilice económica, cultural, educacional o a nivel de ocio de alguna manera. Si no se recupera la conexión con el público juvenil y de mediana edad, será insostenible un ente de estas características a futuro, si no se

³¹ Como ya hemos indicado anteriormente, en el momento en que se ha realizado la investigación para esta tesis doctoral Emelina Fernández Soriano era presidenta del Consejo Audiovisual de Andalucía.

reforman las leyes para que pueda competir en contenidos bajo demanda mundial su localismo que también vende, morirá lavado la era del internet. (p. 323)

Otra de las obras cuya totalidad versa sobre la televisión pública autonómica andaluza es *Inicios de Canal Sur Televisión: ¿Creación de una nueva industria audiovisual andaluza?*, (2011) resultado del trabajo fin de master de la periodista Rocío Vicente del Estad, también dirigido por Juan Luis Manfredi Mayoral. Este trabajo de investigación ha sido útil para contextualizar el nacimiento de *Canal Sur Televisión* y porque se suma a las pocas aportaciones que hay sobre productoras audiovisuales. En el último capítulo expone:

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. (...) 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. (p. 101 y 102)

También es muy interesante para la investigación que estamos realizando la obra del periodista y doctor Luis de Arboledas, cuya tesis doctoral *La industria radiofónica en Andalucía. Dependencia económica y control político* defendida en 2008 en la Universidad de Granada como sus aportaciones posteriores sobre la Rtva como las realizadas en el artículo, *Política radiotelevisiva en Andalucía (1982-2009)* en el *II Congreso Internacional de la asociación Española de Investigadores de la Comunicación (AE-IC)* pp.1-21. Este estudioso presenta afirmaciones novedosas con respaldo empírico como el control político ejercido sobre los canales públicos autonómicos y el hecho de que esto haya incidido en

la existencia de un sistema audiovisual caracterizado por la dependencia y el control político.

Se puede afirmar que, desde el inicio del autogobierno en Andalucía, la política de comunicación en materia audiovisual ha girado en torno a dos grandes ejes: el control de emisoras públicas para convertirlas en instrumentos propagandísticos del gobierno –bajo principios alejados del concepto de servicio público- y la adopción de medidas para favorecer a los grupos privados afines políticamente. (Arboledas, L. 2009, p.19)

Algo que tendremos que ver si se cumple o no en nuestro periodo de estudio y sobre todo en nuestro caso de estudio; la productora *Indaloymedia*.

Una de las investigaciones más recientes sobre *Canal Sur* la encontramos en el artículo La deformación del servicio público en las televisiones autonómicas. Gestión empresarial y supervivencia de la RTVA, firmado por las profesoras Aurora Labio, María José García Orta y Lorena R. Romero-Domínguez. En este trabajo realizado poco antes de que se cumplen 30 años del nacimiento de la Rtvva, las investigadoras analizan los problemas de la televisión autonómica andaluza, el papel de las televisiones autonómicas, el servicio público, la politización y la aportación más representativa a nuestra investigación, la polémica entre producción propia y externa que hemos incluido en nuestro análisis del sector audiovisual.

Tras más de 25 años de existencia de la Radio Televisión Pública de Andalucía (RTVA), analizamos los problemas que posee el ente andaluz en un contexto de crisis económica, con una gestión empresarial que ha hecho peligrar su estabilidad e, incluso, su supervivencia. Para diagnosticar su situación, agravada en los tres últimos años, estudiaremos la politización del Consejo de Administración; el cierre de *Canal Sur 2* y su impacto sobre la diversidad de contenidos; así como la polémica entre producción propia y externa. El aumento del déficit, la reducción de la publicidad y de los presupuestos, se ha producido en un contexto político favorable para cuestionar el papel de las televisiones autonómicas. La modificación de la Ley General Audiovisual en 2012, que abría la puerta a la privatización de estas cadenas, y la aprobación del Contrato-Programa de la RTVA ese

mismo año, han propiciado medidas de ajuste que analizaremos en este artículo. (p. 1)

En esta obra no solo se habla de *Canal Sur Televisión* en general sino del programa “*La Tarde, aquí y ahora*” de la productora *Indaloymedia* que es nuestro caso de estudio.

Los problemas económicos son tan evidentes que, para racionalizar el gasto, Durán recorta un diez por ciento el presupuesto destinado a producción externa, continuando con las medidas iniciadas en 2009 por Pablo Carrasco. Durante su mandato, los programas de producción externa eran los más rentables en cuanto a número de espectadores, pero los más caros. Según *Diario de Sevilla* (Brea, 2012), encabezaría la lista “*Se llama copla*”, con un coste de 132.000 euros por programa. Le seguirían dos espacios presentados por Juan y Medio, “*Menuda Noche*” (81.000 euros semanales) y “*La Tarde, aquí y ahora*” (135.000 a la semana). (...) Otra de las medidas adoptadas ha sido incorporar empleados públicos en las producciones externas. En enero de 2015, se obliga a *Indaloymedia*, productora de Juan y Medio, a incorporar a su plantilla once trabajadores de la cadena, provocando el consiguiente despido de empleados de Ítaca, subcontratada por *Indaloymedia* para la realización del programa “*La Tarde, aquí y ahora*”. “Desde que la cadena autonómica emprendió su política de recortes, señalan los despedidos, «la destrucción de empleo externo ha sido masiva», y los que han resistido han padecido reducciones de sueldo de hasta un 45 por ciento” (Recio, 2015). Según el ente, la medida suponía un ahorro de unos tres millones de euros, pero los trabajadores despedidos descartaban que realmente sus reducidos salarios fueran la solución a los problemas económicos de la RTVA. (p. 652 y 653.)

La última obra mencionada nos lleva hasta último campo que hemos querido incluir en este repaso de la literatura necesaria para conocer el estado de la cuestión precedente del que hemos partido en este trabajo de investigación. Este campo se trata de la productora *Indaloymedia* y del programa “*La Tarde, aquí y*

ahora”. Son pocas las investigaciones realizadas sobre ellos, algo que le otorga su carácter novedoso al ser un camino poco explorado.

Partamos de la tesis doctoral *Televisión, adultos y educación en valores. Estudio de caso: El programa “La Tarde, aquí y ahora” de Canal Sur Televisión*, realizada por el profesor Rodrigo Elías Zambrano. En este trabajo podemos encontrar un análisis del canal seleccionado: *Canal Sur Televisión*, de la producción audiovisual en Andalucía y también del programa *“La Tarde, aquí y ahora,”* aunque eso sí desde el punto de vista de educomunicación audiovisual. Este investigador ha firmado otros trabajos de la misma temática. Entre ellos Jimenez-Marín, G., Pérez-Curiel, C., y Elías, R. (2014) Del valor educativo de los medios de comunicación: Una aproximación al caso audiovisual, publicado en la Revista *Ámbitos*.

También queremos destacar la comunicación Grado de cumplimiento de la función de servicio público en los programas de éxito de las televisiones autonómicas en España. El caso de *Canal Sur, Aragón Televisión y Televisión de Galicia*, firmada por Nereida López Vidales, Leire Gómez y Alicia Tapia López en la que encontramos:

La función de servicio público del programa analizado podemos observarla atendiendo a la inclusión en contenidos de aquellos valores que fundamentan el concepto general de su prestación en los medios de comunicación de titularidad pública, entre ellos, el fomento a la pluralidad de opiniones, el respeto a las diferentes ideologías, la representación de minorías, la protección del medioambiente, el fomento de los valores cívicos y los derechos universales o la defensa de los intereses locales, comunitarios y europeos, pero también es trascendente ver cuáles son los canales de participación del ciudadano con esos contenidos, tanto en el momento de la emisión como a posteriori. (p.106 y 107)

Tras el análisis realizado las autoras concluyen que:

Los tres programas de entretenimiento analizados cumplen en buena medida con la función de servicio público que, como canales públicos, tienen asignada. En el caso de *“La Tarde, aquí y ahora”*, esta función queda manifiesta tanto en relación con los temas tratados como en la disposición

de múltiples canales de participación para el espectador/usuario. Sin embargo, no se puede confirmar que deba su éxito de audiencia a la incorporación de estas nuevas posibilidades. Del visionado y análisis de la muestra seleccionada, junto con la lectura de los comentarios de la audiencia en las redes sociales, se puede extraer que es el estilo de su conductor principal, Juan y Medio, el que provoca el mayor índice de engancho para mantener la fidelidad al programa. De otro lado, el formato es un híbrido donde predomina la disposición típica del talk-show con una predilección hacia la exhibición de problemas personales tratados, muchas veces, de un modo sensacionalista, alejado del discurso periodístico y plenamente orientado hacia el entretenimiento. (...) La figura del conductor principal es también parte de la clave del éxito en Luar, donde al carisma de un presentador que lleva más de dos décadas al frente del espacio se suma el carácter regional de los contenidos del programa. De corte musical y humorístico, la promoción de la cultura y el folclore autóctono son sus principales señas de identidad de la mano de artistas locales. La participación ciudadana en el programa también está al alcance de la audiencia a través del teléfono, la web del programa y de las redes sociales Facebook, Twitter y Google +. Las redes sociales son los canales de participación preferidos por la audiencia, aunque su número de seguidores no alcanza los 6.500 en ninguna. Por consiguiente, aunque en contenidos y difusión de valores el espacio muestra un alto cumplimiento de servicio público, es necesaria una mayor interacción entre la audiencia y el programa. (p. 120 y 121.)

También incluir el Trabajo Fin de Master, *El Subdirector General de la RTVA incumple la ley de Altos Cargos desde hace más de cinco años*, realizado por la periodista Ana Ordaz (2018) que incluye en su último apartado, bajo el título “Dinero público, productoras privadas,” las empresas productoras que más dinero reciben de la Rtvva y entre ellas se menciona a *Indaloymedia* y se da cifras sobre ella.

Asimismo, los datos aportados por el Parlamento de Andalucía revelan que el gasto en productoras es un pastel que la Rtvva no reparte por igual: en 2017, cinco empresas acapararon más del 50% del total. *Indaloymedia*,

Andalucía Digital Multimedia (ADM), Veralia Contenidos Audiovisuales, Happy Ending y Mettre fueron las grandes beneficiadas³².(Ordaz, A., 2018)

Tras las obras mencionadas las siguientes que tratan sobre el programa “*La Tarde, aquí y ahora*” de la productora *Indaloymedia* son la tesina -de la investigadora que realiza esta tesis doctoral- *Estructura audiovisual y reporterismo en Andalucía: Productora Indaloymedia (2008-2012)* dirigida por el catedrático Ramón Reig y defendida en 2012 en la que se concluye que:

Canal Sur y, en concreto, la productora *Indaloymedia* y su programa “*La Tarde, aquí y ahora*”, no solo se rige por los beneficios económicos, ya que hemos comprobado como temas que han provocado una bajada de la audiencia han seguido incluyéndose en la audiencia de dicho programa. La inclusión de este tipo de temas cobra importancia si tenemos en cuenta que los beneficios de una empresa de comunicación dependen de los ingresos publicitarios que genere y que estos dependen de la audiencia que tengan. Por ello, que un programa incluya contenidos sabiendo previamente que no funcionan bien es un ejemplo de que *Canal Sur* y, en concreto, *Indaloymedia* no son únicamente empresas que piensan en sus beneficios económicos. No obstante, *Canal Sur* e *Indaloymedia* son empresas no son ONG y aun quedando demostrado que incluyen estos contenidos no podemos olvidar que sin telespectadores y sin anunciantes un programa no seguirá en antena, por lo que estos casos se incluyen, pero en un número menor que otras informaciones para que la media de audiencia del programa no se vea perjudicada. (p. 304 y 305.)

Junto a esta tesina, la investigadora que realiza esta tesis doctoral -dentro de su labor investigadora de los últimos años- ha presentado a diversos congresos comunicaciones sobre esta productora y programa que posteriormente han sido publicadas en distintas revistas. Así mencionar "Los micromachismos en televisión y el papel de altavoz de las redes sociales." En VII Congreso Universitario Internacional Investigación y Género. Facultad de Turismo.

³² Es un trabajo sin paginación que se puede conseguir en esta dirección https://tfmrtva.atavist.com/untitled-project-c3mys?fbclid=IwAR1y5ulaWrLcV6hT_K4ljqc0xRrk9YsTF1Si-qXVhPYqjGZ3j1jvkGrbmu4 [Consultada en abril de 2019.]

Universidad de Sevilla. 28 y 29 de junio de 2018. También "¿Micromachismo en la televisión? Polémica por un programa de la televisión pública andaluza." En IV Conferencia Internacional Género y Comunicación. Facultad de Psicología. Universidad de Sevilla. 7 y 9 de marzo de 2018. Y, por último, "¿Machismo en la televisión pública? Un polémico sketch de Juna y Medio en Canal Sur Televisión." En IX Congreso Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna. 4, 5 y 7 de diciembre de 2017.

La escasez de obras sobre esta productora ha hecho necesario acudir a hemerografía, a prensa escrita, a publicaciones digitales, y a otro tipo de fuentes de información como las personas relacionadas con el objeto de estudio. Información que se ha extraído a través de entrevistas personales, para poder conseguir la información necesaria, o cuestionarios.

Aquí concluye el repaso del estado de la cuestión para conocer qué han estudiado otros investigadores sobre nuestro objeto de estudio, para saber de dónde partimos y a su vez qué queda por estudiar. Tras este estudio seguimos manteniendo la oportunidad del tema ya que no hay un trabajo global sobre la estructura audiovisual hasta el año 2018 y menos aún un estudio de caso de la productora *Indaloymedia*, actualmente la que más audiencia aporta a la cadena si analizamos su *share*³³ y los minutos de emisión.

1. 3. HIPÓTESIS

1. 3. 1 Concepto de hipótesis

El objetivo final del método científico es hacer ciencia y eso es lo que pretendemos conseguir con este trabajo de investigación. José Alcina (1994) basándose en el pensamiento de Gadamer y Bunge concluye que:

Para llevar adelante una investigación es menester entrar en materia, o sea, apropiarse de ciertos conocimientos, advertir qué se ignora, escoger qué se quiere averiguar, planear la manera de hacerlo, etc. El método científico, en definitiva, no puede sustituir a los conocimientos propios de

³³ El *share*, la cuota de pantalla o porcentaje de audiencia es una medida de audiencia que estima el porcentaje de hogares o espectadores que están viendo un programa de televisión y con respecto al total que tiene encendido su televisor durante la emisión. La cuota de pantalla se manifiesta en una cifra que resulta de la multiplicación del 'alcance' (individuos u hogares) por la 'fidelidad' (tiempo invertido)

cada campo de investigación, pero ayuda considerablemente a ordenarlos, precisarlos y enriquecerlos (p. 38)

Como bien indica este autor lo primero que debemos hacer es advertir qué se ignora, escoger que se quiere averiguar y plantear la manera de hacerlo. Es decir, partimos de irresoluciones, incertidumbres, y aplicamos un método para conseguir resolver los problemas que hemos observado y que nos hemos planteado en nuestra investigación. No obstante, a la vez que se observa el problema se deben buscar posibles soluciones al problema planteado por el investigador. Selltiz, Wrightsman y Cook (1980) precisan que, en este proceso, una vez el investigador plantea y examina el problema buscará su solución, una solución probable que el investigador pone a prueba en su trabajo para comprobar si se confirma o no. Esta solución probable es la definición de la hipótesis. Así lo manifiesta González Río (1997) cuando afirma:

Una vez el investigador ha planteado y examinado el problema, se busca su solución. El procedimiento para el hallazgo de esta dependerá de la naturaleza del problema. Una hipótesis se puede definir como una solución probable, previamente seleccionada, al problema planteado, la cual el científico propone para ver, a lo largo de todo el proceso de investigación, si se ve confirmada por los hechos o no. (p. 56).

En este sentido, una vez planteado el problema a investigar, estamos en condiciones de buscar su solución. Para su hallazgo, en aplicación del procedimiento científico descrito, tratamos de seleccionar en el presente epígrafe, una solución probable que se traduce empíricamente en la forma de una hipótesis de partida que, a lo largo del proceso de investigación empírica, se verá validada o no.

De este modo, la elaboración y propuesta de la hipótesis resulta imprescindible para el desarrollo de la investigación ya que como Lasso de la Vega (1977) afirma: “el investigador que se dedicase a hacer experimentos sin partir de una idea, de una hipótesis, correría el riesgo de haber perdido su tiempo sin lograr ningún resultado.” (p. 80-81)

En este sentido, el objetivo general del que parte la presente investigación da lugar al planteamiento de la hipótesis de partida de la misma. Estas hipótesis,

pues, deberán de ser contrastadas a lo largo de la investigación con datos reales obtenidos del estudio empírico que se propone en la metodología de la investigación.

1. 3. 2 Hipótesis de partida principal y secundarias

En este trabajo de investigación partimos de la necesidad de explicar y describir el desarrollo de la estructura audiovisual en Andalucía a través del estudio de caso de la productora *Indaloymedia* durante los años comprendidos entre 2009 -año de su nacimiento- y 2019 -cuando se cumplieron los diez años de su creación-. Esto exige no solo partir de la hipótesis de que en efecto la productora *Indaloymedia* tiene un papel en el desarrollo de *Canal Sur Televisión* y por tanto de la Estructura Audiovisual en Andalucía, sino señalar qué condiciones fueron necesarias para que se llevara a cabo dicho desarrollo. Por tanto, habrá que analizar la situación audiovisual que se daba en España durante este periodo, las circunstancias de las televisiones autonómicas en España en el momento, las condiciones anteriores y posteriores a la creación de la televisión autonómica andaluza, las distintas fases que dicha televisión ha vivido y el nacimiento y desarrollo del tejido audiovisual andaluz y su relación con *Canal Sur Televisión* y a su vez el nacimiento de *Indaloymedia*, su programa principal “*La Tarde, aquí y ahora*”, los cambios y la evolución del programa y de la productora y su relación con *Canal Sur Televisión*, entre otros. Como bien indican los investigadores Medina, Busquet y Sort (2006):

La mejor manera de comenzar un trabajo de investigación social consiste en procurar enunciar el proyecto de investigación en forma de pregunta: una pregunta inicial a partir de la cual el investigador intenta expresar con máxima precisión qué es lo que saber entender y explicar. La pregunta inicial ha de servir de hilo conductor de la investigación. (p. 136)

Por tanto, la pregunta que nos hacemos es: ¿La productora *Indaloymedia* tiene un papel fundamental en el desarrollo de *Canal Sur Televisión* y de la Estructura Audiovisual en Andalucía? Esta interrogación la convertimos en nuestra hipótesis de partida formulándola en términos positivos.

Hipótesis de partida: La productora *Indaloymedia* tiene un papel fundamental en el desarrollo de *Canal Sur Televisión* y de la Estructura Audiovisual en Andalucía.

Tras concretar nuestra hipótesis principal brotan nuevos interrogantes. Por tanto, de esta hipótesis se desprenden otras secundarias. Así, el objetivo de este trabajo de investigación se puede concretar en las siguientes hipótesis secundarias:

1. La Estructura Audiovisual andaluza y la productora *Indaloymedia*, no están al margen de los distintos conglomerados mediáticos mundiales que determinan los contenidos que hoy en día llegan a los ciudadanos, todo está interrelacionado.
2. *Canal Sur Televisión*, y el programa “*La Tarde, aquí y ahora*” de la productora *Indaloymedia*, ha favorecido la vertebración de Andalucía.
3. *Canal Sur Televisión* ha cumplido con la obligación que recoge su normativa, la ley 18/2007 de 17 de diciembre, de fomentar el desarrollo del tejido audiovisual andaluz, y en concreto en el caso de la productora audiovisual *Indaloymedia*.
4. Los medios de comunicación públicos, y por tanto los contenidos que se emiten en *Canal Sur Televisión* producidos por la productora *Indaloymedia*, tienen unas obligaciones hacia los ciudadanos que les exigen salirse de la tendencia actual generalizada de los medios de comunicación de comportarse como simples empresas cuyo objetivo es la búsqueda de beneficios económicos.
5. Las televisiones públicas se convierten en las televisiones del partido político que en ese momento esté en el poder, y el caso de *Canal Sur Televisión* y su programa “*la Tarde, aquí y ahora*”
6. Las televisiones públicas son necesarias para cumplir la función social que la Constitución Española encomienda a los medios de comunicación, y el caso de *Canal Sur Televisión* y su programa “*La Tarde, aquí y ahora.*”
7. Existen un grupo de productoras élite que se benefician por su relación con antiguos miembros de la Rtvva y con el partido en el poder, y el caso de la productora *Indaloymedia*.

Las hipótesis secundarias están directamente relacionadas con la hipótesis principal. Por tanto, estas no podrían resolverse sin disipar el interrogante inicial. Tanto uno como las otras se irán aclarando con las diferentes herramientas y a través de los diversos métodos empleados en este trabajo de investigación.

Los resultados aparecerán reflejados en la quinta parte de esta tesis doctoral, en el epígrafe de “Contrastación de hipótesis.”

1. 4. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

1. 4.1 Estructura de la investigación

Para poder afrontar una investigación, lo primero que hay que hacer es darle forma. Una de las labores más complejas de un trabajo de investigación ha sido determinar el título de la investigación ya que para ello teníamos que saber qué queríamos investigar y sobre qué, algo que después se iría concretando en los sucesivos epígrafes.

Una vez establecido el título, la segunda labor fundamental ha sido crear un índice y organizarlo. En el índice se han ido desentrañando los distintos parámetros que componen nuestro trabajo de investigación. Ya no solo qué queremos estudiar sino para qué, sobre qué y de qué manera, ir sintetizando. Así hemos ido señalando los distintos epígrafes, desde las hipótesis, pasando por el análisis, hasta las conclusiones. Por ello, hemos avanzado de lo general a lo particular.

En este trabajo de investigación hemos desarrollado seis capítulos.

El primer capítulo es el introductorio y metodológico, donde se incluye por qué estudiamos este tema, la oportunidad del tema escogido, los objetivos que nos planteamos, las hipótesis desde las que partimos, la metodología que hemos utilizado, el universo de estudio que hemos seleccionado, señalando los requisitos que debe cumplir el corpus de estudio, hasta llegar al medio televisivo, el soporte concreto seleccionado; *Canal Sur Televisión*, y el caso objeto de estudio; la productora *Indaloymedia*, añadiendo la acotación temporal, las dificultades encontradas en nuestra investigación y el plan de trabajo que hemos llevado a cabo.

En el segundo capítulo hemos hecho una aproximación contextual a la Estructura Audiovisual en España, incluyendo el duopolio televisivo nacional actual, la situación de las televisiones autonómicas en España y las grandes empresas productoras audiovisuales el panorama nacional.

En el tercer capítulo hemos realizado un acercamiento a la Estructura de Producción Audiovisual en Andalucía. Así hemos mostrado el contexto, los precedentes y el soporte; *Canal Sur Televisión*.

En el cuarto capítulo llegamos al caso concreto de nuestro objeto de estudio; la productora *Indaloymedia*. Nos hemos adentrado en sus orígenes; incluyendo su proyecto inicial, la composición de la productora, el análisis de su programa fundamental “*La Tarde, aquí y ahora*”, además de otros programas de la productora. Posteriormente hemos estudiado el desarrollo de la productora, desglosando los cambios y la evolución que ha vivido, sus especificidades por tratarse de una productora que produce un programa realizado para una televisión autonómica, su expansión fuera de Andalucía y paralelamente su crecimiento dentro de Andalucía. También hemos querido incluir, por la importancia que consideramos que ha tenido, un momento polémico en el año 2017 cuando el Consejo Audiovisual de Andalucía abrió un expediente al programa “*La Tarde, aquí y ahora*” y consideró que su conducta había sido “antijurídica³⁴”. Tras esto hemos querido cerrar nuestra investigación analizando la situación de la productora un año después de este percance y cuando se cumplen diez años de su creación oficial y las relaciones de Estructura de la Información desde la Economía Política de la Comunicación de esta productora con otras empresas.

En el quinto capítulo hemos analizado una selección de los programas de *Indaloymedia* y, en concreto, de “*La Tarde, aquí y ahora*.” Hemos realizado diversas entrevistas a personas relacionadas con la productora y el programa y que hemos considerado fuentes primarias de información imprescindibles para

³⁴ Así lo explicó en su momento el organismo público audiovisual. Ver <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actualidad/noticias/2017/11/el-cao-dictamina-que-el-presentador-de-canal-sur-que-corto-la-> [Consultado en noviembre de 2018]

nuestra investigación. Queremos reseñar a qué hemos considerado como fuente de información en este trabajo. Taylor, S. J. y Boddan, R. (1994) subrayan:

El que se refiere a las fuentes de información como todo aquello que proporciona la información requerida por cualquiera, ya sea una institución, un documento o una persona (...) Con el genérico y amplio término de “fuentes de información” se conocen todos aquellos instrumentos y recursos que sirven para satisfacer las necesidades informativas de cualquier persona, se hayan creado o no con ese fin y sean utilizados directamente o por un profesional de la información como intermediario. (p. 30-31)

En esta quinta parte también hemos realizado un análisis del contenido cuantitativo y cualitativo para llegar a la contrastar las hipótesis de partida.

La sexta parte es un espacio de discusión y conclusiones en la que hemos incluido una visión de futuro, la perspectiva de hacia dónde vamos y los retos que debemos afrontar de cara a futuras investigaciones, además de añadir las conclusiones propias de esta investigación.

Tras estas seis partes hemos incluido epígrafes de fuentes documentales, la bibliografía, la relación de los artículos de revistas científicas, la hemerografía utilizada, videografía analizada, las fuentes orales a las que hemos recurrido, los contenidos de Internet que hemos usado, otras fuentes también incluidas, los anexos y los agradecimientos.

1. 4.2 Fundamentación teórico-metodológica. El enfoque estructural

En el siglo XXI es imposible hacer un trabajo de investigación sobre medios de comunicación sin que se haga un análisis estructural. Es decir, no se pueden analizar los medios de comunicación por sí mismos. Solo se podrán analizar si se llega más allá. Si se incluye en el análisis qué hay detrás de los medios de comunicación, que hay detrás de lo aparente, si se recurre a la Economía Política que “pretende ser un compromiso académico para la mejora de la democracia.” (Labio, A. *et al.*, 2017, p. 645)

Muy lejos han quedado ya los periódicos cuyos dueños eran periodistas y ellos mismos escribían las noticias que ellos decidían y se llevan los beneficios. Ahora los medios de comunicación son grandes empresas y los periodistas son simples

asalariados. Así lo adelantaba Ramón Reig (2003) al hacer una aproximación del contexto mediático:

Como se ha dicho, la sociedad occidental e industrializada de las nuevas tecnologías, sobre todo, se caracteriza, desde el punto de vista de la economía y la comunicación, por la concentración y la globalización de la información. La llegada de las redes informáticas, especialmente Internet, ha permitido que el mundo occidental esté interconectado, ha roto fronteras espaciales y temporales, pero no ha alterado en ningún momento la estructura informativa vigente. De hecho, es frecuente que entidades financieras y otras empresas ajenas al sector de la comunicación, como puede ser el caso de las compañías eléctricas, pasen a formar parte del accionariado de los grandes grupos de comunicación. (p. 93).

Lejos queda ya esa simpleza inicial y ahora lo que encontramos es una gran maraña, unos grandes conglomerados mediáticos donde podemos ver que las decisiones están en manos de personas que nada tienen que ver con el Periodismo. Aurora Labio (2006) explica este cambio bajo el epígrafe La 'contaminación' de otros sectores en el terreno de la información:

Pero hay una cuestión más que ha de ser tenida en cuenta como característica informativa. Nos referimos a la determinación que los medios padecen no solo por su pertenencia a una empresa, sino por las vinculaciones ajenas al mundo de la comunicación que dicha compañía puede tener de manera directa. Hacemos esta apreciación porque ha de dejarse claro que, finalmente, el poder económico, con todas sus ramificaciones sectoriales, termina afectando la labor de los medios. Sin embargo, hay algo más evidente: el interés que determinadas corporaciones o entidades financieras han demostrado a la hora de invertir en comunicación. (p. 88)

Como bien concluye Alsina (1994) hablar de Estructuralismo es siempre una cuestión compleja, ambigua, polémica y apasionada. Estos adjetivos también son adecuados para definir un trabajo de estructura audiovisual como el que estamos desarrollando. Todo esto dificulta una presentación sencilla y breve

como intenta ser la presente en la que situamos al estructuralismo junto a otras grandes teorías de nuestro tiempo en el campo de las ciencias sociales.

Queda patente que el enfoque Estructural aplicado a la Información se sirve de varias áreas de conocimiento, todas ellas interrelacionadas y ante este panorama Reig (2017) se pregunta:

¿Cómo estudiamos la telaraña de intereses o mediática que, en realidad, es el Poder? Mediante el enfoque estructural simple. Entonces, volvemos a lo que afirmamos antes: todo está conectado con todo, los bancos, las grandes empresas de armamento, grandes superficies comerciales, seguros, construcción, aeronáutica, automóvil, energía nuevas tecnologías, grandes partidos políticos del sistema mercantil, medicamentos, etc., todo está directa o indirectamente relacionado con los medios de comunicación más influyentes, pueden ser lobbies, accionistas, anunciantes o todo a un tiempo. Eso es el Poder. (p. 25)

Y en esta misma línea se pronuncia Castells (2009):

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones. Las relaciones de poder están enmarcadas por la dominación, que es el poder que reside en las instituciones de la sociedad. La capacidad relacional del poder está condicionada, pero no determinada, por la capacidad estructural de la dominación. (p.33)

Todo esto no es algo nuevo. Son los empresarios, una vez más, los que se hacen con el control, con el poder. Así lo exponen Herman, Edward S y McChesney, Robert W. (1999):

Los sistemas mediáticos han tenido tendencia a reflejar los modelos existentes de la economía política. En la mayoría de las naciones occidentales la prensa fue al principio explícitamente política, regulada o

censurada por el gobierno y subvencionada por el Estado o los partidos políticos. Conforme se desarrollaba el capitalismo y se hacía evidente la capacidad lucrativa de las publicaciones comerciales, los periódicos empezaron a caer en manos de hombres de negocios y a ser gestionados de acuerdo con principios comerciales.” (p.27)

Empresario cuando no otro tipo de instancias de poder. Como explica Jiménez-García, D. (2019):

Entre las cuatro paredes del rincón más noble del diario se habían tomado decisiones que habían tumbado gobiernos y hundido carreras políticas – resucitado otras-, desvelado secretos de Estado y urdido las exclusivas más importantes de las últimas décadas. El despacho del director de *El Mundo* había sido en todo ese tiempo uno de los mayores centros de celebridades escritores y cantantes, caciques y conseguidores. Aunque había perdido peso en los últimos años, seguía siendo uno de los pocos lugares temidos por el poder. (p.8)

Teniendo en cuenta todo lo expuesto hasta aquí, podemos ver como nuestro trabajo necesita basarse en un método estructural, ya que no podemos analizar el desarrollo de la estructura audiovisual en torno a un canal de televisión sin analizar su contexto, los programas que ha emitido, las productoras que los han realizado... pero a su vez tampoco se puede analizar una productora audiovisual sin analizar para quién realiza sus programas, quién dirige ese canal y, si se trata como es el caso de una televisión pública autonómica, quién gobierna en ese momento dicha comunidad autónoma. Al tratarse de la televisión pública andaluza, *Canal Sur Televisión*, también hay que analizar la relación entre las productoras que llenan la parrilla y *Canal Sur Televisión* con el partido en el poder.

Pero tampoco *Canal Sur Televisión* se puede investigar sin analizar la Radiotelevisión de Andalucía (Rtva), y sus relaciones directas con los partidos políticos que conforman su consejo de administración, con las productoras contratadas para realizar sus contenidos, con los directivos que manejan esas productoras, entre otros. Todo esto conforma una estructura que es imposible ignorar y que tenemos que estudiar y abarcar en su conjunto, si queremos

realizar adecuadamente este trabajo de investigación. Como bien asegura la investigadora y profesora Aurora Labio (2017): “la Estructura de la Información permite tener conocimiento de cuestiones coyunturales en el ámbito comunicativo (de ahí que sea importante para este tipo de estudios), pero asimismo capacita para comprender de manera compleja el mundo en que vivimos.” (p. 44).

Este enfoque estructural académicamente se define como Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura. Con todo lo expuesto pretendemos demostrar que detrás de un contenido que se escoge para un medio de comunicación o de un programa que se emite hay una Estructura Económica, con ramificaciones políticas que afectan a la comunicación y, por tanto, al contenido que le llega al espectador y, en consecuencia, a su formación y la imagen que puede llegar a tener del mundo. “Si el estudio de los medios privados bajo el prisma de la Economía política nos parece fundamental, esta materia resulta imprescindible para analizar los medios públicos que, en todos los casos, se plantean valedores de los sistemas democráticos.” (Labio, A., *et al.*, 2017, p. 645)

El ámbito político es uno de los campos que puede considerarse determinante pero no el que más. Así Ramón Reig (2011) indica:

El poder político también está presente en estos grupos de comunicación, a los que al final solo les interesa la rentabilidad económica. Por esta razón, no es extraño que corrientes ideológicas, en teoría opuestas, superen sus diferencias con el único fin de obtener beneficios, tal y como ha sucedido con la fusión por absorción de las dos plataformas digitales existentes en España, fusión con la que concluye una larga batalla protagonizada por los partidos PP-PSOE. Al fin y al cabo, no podemos olvidar que todo grupo de comunicación tiende a la concentración de poder y a participar en todos los sectores posibles, extendiéndose su influencia en el ámbito internacional. (p. 94)

La consecuencia directa de todo lo expuesto respecto a los espectadores es que sin conocer qué hay detrás de los contenidos audiovisuales que les llegan no pueden analizarlos en su totalidad ni en su complejidad y, por tanto, no están

recibiendo la información necesaria, algo que debería estarle garantizado porque viene recogido en la Constitución como un derecho fundamental. Con estas palabras lo refleja Ramón Reig (2002):

En occidente las teorías derivadas de las revoluciones burguesas de los siglos XVII, XVIII y XIX, con la ilustración como idea superestructural y todo derivado de ella (Declaración de Derechos, constituciones, códigos, separación razón-religión, acceso al saber para todos, etc.) debe hacer posible que los ciudadanos sean cultos y libres. Pero no es así. El ciudadano occidental no es libre porque está sometido a estructuras subliminales y cotidianas de poder. (p. 19).

La comunicación no es transparente. Así lo expone el catedrático Francisco Sierra Caballero:

Esa ilusión de transparencia, la falsa idea de que Internet nos hace libres, que la información nos libera de la realidad, es este dispositivo positivista, moderno de control y vigilancia que oculta las formas de poder y control que se dan en la aldea global del capitalismo³⁵.

Los profesionales de la comunicación tampoco escapamos de esta censura. Así lo explica Quirós Fernández, F. (1998):

La concentración multimedia favorece la manipulación de los mensajes tanto como las leyes de censura impuestas por los gobiernos, Para la mayoría de los ciudadanos, cuando se habla de manipulación se está hablando de los profesionales de los medios y no de sus patronos, Pero, aun habiendo periodistas que son manipuladores –en España tenemos algunos buenos ejemplos- la verdadera manipulación se encuentra más oculta y es, por ello, mucho más peligrosa. Un profesional puede ser más manipulador porque está corrompido, por incompetencia o, incluso, por

³⁵ Extraído de la entrevista realizada al catedrático en la página de Compóliticas (Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social) que se define como un colectivo académico de análisis y formación especializado en el estudio teórico, político e histórico-crítico de los procesos de desarrollo y cambio social en el en torno a las mediaciones simbólicas e infocomunicacionales. Ver en <https://www.compoliticas.org/la-comunicacion-es-utilizada-como-sistema-de-control-entrevista-con-francisco-sierra-caballero-la-comunicacion-es-utilizada-como-sistema-de-control-para-la-guerra-que-oculta-formas-de-poder-en-la-ald/> [Consultada en abril de 2019.]

endiosamiento, Sin embargo, la manipulación que nos preocupa es la que está organizada, aquella que pone a su servicio a los periodistas corruptos o incompetentes para convertirlos en peones de unas prácticas que identifican discurso informativo con poder. Evidentemente este tipo de manipulación solo puede venir de los gobiernos y de los grandes intereses económicos. (p.9)

Dando un paso más; los profesionales incluso podemos parecer prescindibles en un momento en el que la inmediatez de la imagen llega a espectadores y profesionales a la vez sin que medie un tiempo de procesamiento y análisis de esta. Algo que se ha llegado a sintetizar como ver es comprender. De esta forma lo argumentan Chomsky, N. y Ramonet, I. (2010):

El diario televisado, principalmente gracias a su ideología de lo directo y del tiempo real, ha ido imponiendo poco a poco un concepto radicalmente distinto de la información. Informar es, desde entonces, mostrar la historia en marcha o, más concretamente, hacernos asistir en directo al acontecimiento. Se trata, en materia de información, de una revolución copernicana, cuyas consecuencias no se han terminado de medir. Pues supone que la imagen del acontecimiento (o su descripción) basta para darle toda su significación. En última instancia, el periodista mismo está de más en este cara a cara del espectador y la historia. El objetivo prioritario para el ciudadano, su satisfacción, ya no es comprender el alcance de un acontecimiento, sino simplemente verlo, mirar cómo se produce bajo sus ojos. Esta coincidencia es considerada como feliz. De este modo se establece, poco a poco, la engañosa ilusión de que ver es comprender.” (p.78)

Por todo esto, Aurora Labio (2017) concluye que:

Solo si utiliza el enfoque estructural podrá conocer el mundo en el que vive y responder muchas preguntas que le surgen. Esta metodología requerirá un papel activo por su parte, una mentalidad crítica y una búsqueda más allá de la simplicidad de los mensajes que recibe. (p.52)

Carlos Berzola en el prólogo del libro *Economía humanista. Algo más que cifras* de José Luis Sampedro (2009) expone:

Sin embargo, ante los graves problemas que acucian hoy al mundo, a pesar de los avances logrados, el análisis estructural es fundamental para saber hacer las preguntas correctas y tratar de buscar las respuestas adecuadas a la hora de entender algo de lo que está sucediendo. Como digo, no es esto precisamente lo que domina en el estudio actual. (p. 4)

Una vez seleccionado el enfoque Estructural para nuestra investigación debemos ahondar en él. El enfoque Estructural exige como expone Ramón Reig, “observación, análisis, capacidad crítica, inconformismo y transgresión.” Por tanto, exige la conexión de diversos elementos, en este trabajo los elementos que pretendemos articular son:

- Una exposición de motivos
- La hipótesis principal y las secundarias.
- El método mediante el cual demostraremos las hipótesis, que es el apartado en el que estamos ahora.
- El hecho audiovisual en España.
- El hecho audiovisual en Andalucía y la televisión autonómica *Canal Sur Televisión*.
- Las productoras andaluzas que han realizado y realizan contenidos para *Canal Sur Televisión*.
- Un estudio de caso: La productora audiovisual *Indaloymedia*.

Nos encontramos, por tanto, ante una investigación en la que todos los elementos que vamos a analizar están unidos, imbricados, y forman parte de una estructura que conforma el todo.

Por tanto, concluimos que para hacer -como hemos querido- un análisis de la Estructura Audiovisual en Andalucía desde el estudio de caso de la productora *Indaloymedia*, el análisis Estructural desde el prisma de la Economía Política es la base metodológica necesaria en este trabajo de investigación. No olvidemos que la finalidad última que busca el enfoque Estructural es entender y demostrar lo que subyace a los acontecimientos de la manera más profunda posible (Muñoz, B., 2005). En este caso, en los límites de una tesis doctoral.

1. 4.3 Teoría científico-metodológica. Empirismo profesional aplicado a la metodología

En este trabajo de investigación no podemos olvidar que el enfoque Estructural exige, por tanto, observación y análisis. Para De Oliveira (2006) el análisis es el ritual más riguroso entre las metodologías:

Se realiza descomponiendo en subunidades el objeto y examinar la coherencia interna de cada elemento recogido u observado. Luego se investiga la coherencia de las relaciones de cada uno de esos elementos con los demás, que con él forman un todo, así como la relación de cada uno con el todo. (p. 60-61).

Pero junto a la técnica concreta, para la realización del análisis hay que tener en cuenta que además de investigadores somos periodistas. Trabajamos desde hace más de 15 años dentro de esta estructura mediática que pretendemos analizar. La periodista que ha realizado esta investigación se licenció en Periodismo en el año 2002 en la Universidad de Sevilla. Ya durante sus años de estudios realizó prácticas formativas en prensa, radio y televisión. Pero tras obtener su título de licenciada, la mayor parte de su vida profesional la ha pasado ejerciendo en diferentes productoras de televisión, la mayor parte de ellas en Andalucía. Así, desde 2004 hasta 2009 trabajó como redactora para *Informativos Telecinco*, primero a través de la productora *Atlas*, una agencia de información audiovisual perteneciente a *Mediaset España Comunicación* que fue constituida en 1998, y posteriormente como empleada en la productora catalana *Lavinia*, en la delegación de Andalucía. En 2009, tras un breve paso por la desaparecida productora *Tarea Sur* -que durante años produjo contenidos para *Canal Sur Televisión*, con programas de referencia como “Animales en Familia”-, llega a la productora *Indaloymedia* y ejerce allí su función de reportera durante 6 años. En 2015 se traslada a Madrid para de nuevo a trabajar como reportera, esta vez para el programa “*Equipo de Investigación*” que se emitía en *La Sexta* y producido por la empresa productora *Central Broadcaster Media*, más conocida como *CBM*, perteneciente al *Grupo Secuoya*, que se autodefine como “es la empresa española líder en creación, producción y distribución de contenido audiovisual y digital.” Todo lo que como profesional hemos vivido impregnará de alguna forma la manera de hacer este estudio y los resultados que se extraigan de este. Algo que el catedrático Ramón Reig (2011) ha llegado a llamar “empirismo profesional” basándose en el término acuñado por periodistas

latinoamericanos. Un término que es imposible desligar de este trabajo de investigación.

Pero para entender más específicamente qué es el empirismo profesional, primero vamos a definir qué es el empirismo. Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE), Empirismo es el conocimiento que se origina desde la experiencia. Y a su vez, el sistema filosófico basado fundamentalmente en los datos de la experiencia. Es decir que el empirismo epistemológico es la ciencia a la que se llega a través de la experiencia, y si unimos el adjetivo profesional, pues tendremos la ciencia, el conocimiento, al que se llega tras la experiencia profesional, en este caso, tras la vivencia de la profesión periodística. Por tanto, en este caso se trata de los conocimientos que la investigadora posee por la experiencia que tiene tras 20 años ejerciendo en medios de comunicación y en concreto unos 15 en productoras audiovisuales.

Además, hay que tener en cuenta que en la profesión periodística se experimenta a través de la observación, incluida en esta tanto la observación directa, como en la observación directa participante. Es decir, los datos que los periodistas recaban para realizar su trabajo provienen de observar atentamente el fenómeno, tomar información y registrarla, es decir que utilizan la técnica de observación directa. Pero a su vez, recolectan los datos utilizando un método de recolección muy usado en la investigación cualitativa. Se trata de la observación participante. Así la definen Taylor, S. J. y Boddan, R. (1994):

La expresión observación participante es empleada aquí para designar la investigación que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes en el milieu de los últimos, y durante la cual se recogen datos de modo sistemático y no intrusivo. (p.31)

Se trata de familiarizarse estrechamente con un grupo de determinado de individuos y sus prácticas a través de una participación intensa con las personas en su entorno cultural, generalmente a lo largo de un periodo de tiempo. Es lo que hacen los profesionales del periodismo.

Es un elemento que consideramos vital en una investigación de este tipo y realizada por una investigadora que también es periodista con el objetivo de aumentar la validez del estudio como indica Kawulich (2005):

Sugieren que la observación participante sea usada como una forma de incrementar la validez del estudio, como observaciones que puedan ayudar al investigador a tener una mejor comprensión del contexto y el fenómeno en estudio. La validez es mayor con el uso de estrategias adicionales usadas con la observación, tales como entrevistas, análisis de documentos o encuestas, cuestionarios, u otros métodos más cuantitativos. (p. 4)

Por todo lo expuesto, la investigadora tiene una biografía que es un ejemplo de conocimientos que se originan desde la experiencia. Esta situación tiene elementos tanto positivos como negativos. En positivo podemos señalar que la investigadora conoce de cerca la situación y se ha movido en el ámbito que analiza, aunque esto puede también considerarse negativo ya que tiene que conseguir la objetividad del investigador. A su vez, también puede considerarse negativo el hecho de que los resultados del trabajo quizás no satisfagan a determinadas personas, por lo que esta tesis pueda afectar directamente a la vida personal o profesional de la investigadora. No obstante, tanto la investigadora como su director conocen esta particular situación y han decidido llevar a cabo la investigación porque consideran que es necesaria académica y socialmente.

1.4.4 Análisis del contenido

1.4.4.1 Historia y definición.

Como ya indicaba, Laurence Bardin (1977), el análisis del contenido es “un conjunto de instrumentos metodológicos, cada vez más perfectos y en constante mejora, aplicados a ‘discursos’ (contenidos y continentes) extremadamente diversificados.” (p. 7).

El análisis de contenido es una de las técnicas que hemos decidido utilizar al realizar este trabajo de investigación. Para entender esta técnica es necesario que acudamos a sus orígenes y los inicios del análisis del contenido los debemos fijar en los desarrollos de las comunicaciones en los Estados Unidos a comienzos del siglo XX.

El primer nombre representativo de la historia del análisis del contenido es el de Harold Lasswell quien hizo un análisis de prensa y propaganda durante la Primera Guerra Mundial.

Aunque fueron las reglas creadas por Berelson, con ayuda de Lazarsfeld, a finales de los años 40-50, y recogidas por Laurence Bardín (1986) las que marcaron el punto de vista metodológico del análisis del contenido. “El análisis del contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación.” (p. 13)

Una técnica que ha llegado hasta nuestros días, convirtiéndose en la más extendida para interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados... El análisis del contenido de hecho se convirtió a finales del siglo XX en una de las técnicas de uso más frecuente en muchas ciencias sociales, adquiriendo una relevancia desconocida en el pasado a medida que se introdujeron procedimientos informáticos en el tratamiento de los datos.

Históricamente podríamos establecer distintas fases en la evolución del análisis de contenido basándonos en la clasificación hecha por Piñuel y Gaitán (1995). Estos autores señalan cuatro fases:

1. Décadas de 1920 y 1930. Análisis sobre el concepto de “estereotipo social” sugerido por Lippmann (1922) y sobre el concepto de “actitud”, de reciente aparición en psicología.
2. Segunda Guerra Mundial. Análisis de Lasswell y colaboradores, sistematizados más tarde por George (1959): conceptualización de objetivos y procesos de comunicación.
3. Décadas de 1950 y 1960. Codificación manual. Obras de Pool (1959); de Lasswell (1965) y de Holsti (1969).
4. Aplicación de la informática, codificación electrónica automatizada, a partir de la obra de Stone y colaboradores (1966) sobre el sistema General Inquirer para el análisis contenido de mensajes por medio de ordenador.

Por su parte, Holsti y Stone en 1969 introducen nuevas características. Aseguran que el análisis del contenido es una técnica de investigación para formular

inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto. (Holsti, K. J., 2001) Incluyendo aquí una nueva posibilidad, que el análisis pueda ser también cualitativo y no solo cuantitativo, distinción que analizaremos más adelante.

No obstante, es Bardin (1986) quien da la definición más global del término, indicando que el análisis del contenido como:

El conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes. (Bardín, L., p. 32)

Para Bardin (1986) el análisis del contenido se convierte en una empresa de des-ocultación o re-velación de la expresión, donde ante todo interesa indagar sobre lo escondido, lo latente, lo no aparente, lo potencial, lo inédito (lo no dicho) de todo mensaje.

José Luis Piñuel (2002) profesor de Sociología de la Universidad Complutense de Madrid define el análisis de contenido como:

Conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades,) a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. (p.1)

Podemos por tanto definir el análisis del contenido como una técnica de investigación cuya finalidad es la descripción objetiva, sistemática, del contenido de una comunicación o de cualquier otra manifestación de la conducta. El análisis del contenido pretende convertir los fenómenos

registrados en datos que puedan ser tratados científicamente y construir con ellos un cuerpo de conocimientos.

1.3.4.2 Técnicas del análisis del contenido

Una vez decidida que la técnica que se va a utilizar en la investigación es el análisis del contenido es imprescindible delimitar las fases del estudio. Así será necesario determinar el objeto o tema de análisis, determinar las reglas de codificación, el sistema de categorías, comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización y las inferencias.

En la primera fase de determinación del objeto o tema de análisis habrá que delimitar qué se quiere investigar, qué bibliografía o conocimientos previos existen, en qué teoría o marco teórico encaja, qué texto o textos se van a utilizar y cuál es la unidad de análisis que se va a determinar. Es decir, cuál es el problema que se quiere investigar. Bunge (1989) define el concepto de problema como “una dificultad que no puede resolverse automáticamente, sino que requiere una investigación conceptual o empírica.” (p. 195). Una vez que se tenga claro el problema que investigar es necesario conocer la bibliografía o conocimientos previos sobre el tema y situarlo en un marco teórico adecuado. Las teorías fundamentales nos orientarán sobre los hechos que vamos a analizar, nos ayudará a entender el problema y nos dirá cómo seleccionar los datos. Por tanto, los pasos serían los siguientes: determinar el problema, situarlos en el marco teórico y esto servirá para señalar el objetivo del análisis y el universo de documentos necesario.

Una vez determinado el objeto del análisis es preciso definir el sistema de codificación, es decir, como bien precisa Holsti (2001) la codificación es el proceso por el que los datos brutos se transforman sistemáticamente en unidades que permiten una descripción precisa de las características de su contenido. Para ello podremos seguir las reglas de recuento señaladas por Bardin (1986): presencia, frecuencia ponderada, intensidad, dirección, orden y contingencia. Posteriormente hay que determinar el sistema de categorías, que Bardin (1986) define como “una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación. Tras la agrupación por analogía,

a partir de criterios previamente definidos.” (p. 90). Con este agrupamiento se puede señalar qué parte tienen en común y diferente entre sí.

Una de las últimas fases del análisis de contenido es la comprobación de la fiabilidad del sistema empleado. Esta fiabilidad se consigue si queda demostrado que los datos han sido obtenidos con independencia del suceso, instrumento o persona que los mide. Por tanto, serán considerados fiables los datos que permanecen constantes, aunque varíe el análisis. Como última fase del análisis del contenido situaremos la inferencia. Inferir es explicar, deducir lo que ha detrás de un texto. El analista busca algunas conclusiones o extrae inferencias (explicaciones) explícitas o implícitas en el propio texto.

No obstante, las inferencias que puede extraer un analista de contenido pueden ser tantas como valor pudiese codificar como una variable de un cuestionario.

Queremos no obstante añadir que dentro del análisis de contenido hay dos técnicas principales y que ambas se van a utilizar en esta investigación y que las vamos a explicar en el siguiente epígrafe. Se trata del análisis cualitativo y el cuantitativo.

1.3.4.3 Análisis del contenido cuantitativo versus cualitativo

En el periodo entre 1950 y 1960 aumentan las aplicaciones del análisis del contenido, sin embargo, son diversos los estudiosos que consideran que dicha técnica se encuentra estancada. Por ello, cierto número de investigadores deciden reunirse en una conferencia sobre el análisis del contenido ya que habían observado que existen muchas inferencias realizadas a partir del material verbal. En el campo metodológico y como consecuencia de esta conferencia se inicia la disputa entre el análisis cuantitativo y cualitativo. Una disputa que, si bien ha ido avanzando, se mantiene hasta nuestros días.

Así lo precisan también Barranquero, A. y Eiroa, M. (2017) señalando que el método cuantitativo, importado desde las ciencias físicas y naturales, es fundamental en los aspectos medibles de una investigación científica. Por eso lo hemos escogido para este trabajo.

Piñuel et al. (2018) va más allá e incluso hace una cartografía de los usos metodológicos más utilizados en Tesis Doctorales señalando entre las técnicas

más utilizadas para el análisis de documentos el análisis del contenido. Dentro de las técnicas de elaboración y registro de datos primarios más recurridas indica algunas de las que vamos a utilizar en este trabajo de investigación. Así, observaciones, conversaciones, encuestas, documentos, etc.

Desde mitad del siglo XX surgieron numerosas objeciones al análisis del contenido cuantitativo fundamentalmente basadas en la convicción de que las técnicas numéricas eran insuficientes para captar los significados profundos que, sin tanta técnica, un observador podía captar. Esto llevó a autores como Kracauer (1952), Ritsert (1972), Mostyn (1985), Wittkowski (1994), Altheide (1996), etc. A una nueva metodología más cercana a la metodología cualitativa con su énfasis en la captación de significados, definición de la situación, del punto de vista del emisor... La aproximación cuantitativa y cualitativa no tiene el mismo campo de acción. La primera obtiene datos descriptivos por un método estadístico. Así Bardín (1986) concluye: "Gracias a la descomposición sistemática parece más precisa, más objetivos, más fiable y fiel, porque la observación está mucho más controlada. Aunque, rígida, sin embargo, es útil en las fases de verificación de hipótesis." (p. 87) Mientras que la cualitativa, prosigue, corresponde a un procedimiento más intuitivo:

Aunque también más flexible, más adaptable a índices no previstos o a la evolución de las hipótesis. Es utilizable en las fases de formación de hipótesis permite sugerir relaciones posibles entre un índice del mensaje y una o varias variables del locutor (o de la situación de comunicación.) (p. 87)

El análisis del contenido cualitativo consiste en un conjunto de técnicas sistemáticas interpretativas del sentido oculto de los textos. Al igual que el análisis del contenido cuantitativo parte de la lectura como medio de producción de datos. La idea principal del análisis cualitativo es preservar las ventajas del análisis de contenido cuantitativo desarrollando nuevos procedimientos de análisis interpretativo. El análisis de contenido cualitativo no solo se ha de circunscribir a la interpretación del contenido manifiesto del material analizado, sino que se debe profundizar en su contenido latente y en el contexto social donde se desarrolla el mensaje.

El método cualitativo se utiliza cuando no se puede conseguir datos estadísticos ni cifras. Or el contrario, los investigadores recurren a él cuando precisan conocer temas en profundidad y aspectos relacionados con las percepciones y los comportamientos humanos, tales como opiniones, reflexiones, pensamientos o las razones que inducen a tomar determinadas decisiones. (Barranquero, A. y Eiroa, M., 2017, p. 61)

Los principales componentes del análisis de contenido cualitativo se fundamentan en diferentes formas de interpretación de los textos. Los pasos fundamentales a tener en cuenta en los proyectos de análisis de contenido cualitativo son los mismos que se utilizan en el análisis de contenido cuantitativo; el esquema teórico, el tipo de muestra, el sistema de códigos y el control de la calidad.

¿Y cuál es el método científicamente más adecuado para hacer una investigación social? Existen tres posturas, que quedan claramente resumidas en Piergiorgio Corbetta (2007.) La primera defiende que el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo, el paradigma neopositivista y el paradigma interpretativo, representan dos puntos de vista incompatibles, porque se caracterizan por planteamiento filosóficos divergentes. Los partidarios del criterio cuantitativo argumentan que el enfoque cualitativo no es ciencia; los segundos, en cambio, aseguran que los primeros, con su cosificación de las ciencias naturales, no pueden captar la verdadera esencia de la realidad social.

La segunda postura, muy difundida entre los científicos sociales de orientación cuantitativa, es la de aquellos que, pese a haberse decantado por el paradigma neopositivista, reconocen que las técnicas cualitativas pueden aportar una contribución válida a la producción y el análisis de evidencia empírica. No obstante, se considera que son adecuadas solo para la fase exploratoria de la investigación, pues cumplen una función de estimulación intelectual preliminar, pero quedan fuera de la fase científica propiamente dicha.

La tercera postura sostiene la legitimidad, utilidad y dignidad de ambos métodos, y anuncia el desarrollo de una investigación social que, según las circunstancias y las posibilidades, opte por un enfoque o el otro (o por ambos) esta postura ha ganado adeptos en los últimos años, y procede más que de una reflexión

filosófica y epistemológica nueva, de la constatación pragmática de que la sociología y la investigación social han recibido contribuciones valiosas y fundamentales de investigaciones tanto cuantitativas como cualitativas.

Autores como Bryman (1989) llegan a sostener la utilidad de un enfoque que utiliza métodos cualitativos y métodos cuantitativos en la misma investigación:

La distinción entre investigación cuantitativa e investigación cualitativa es una cuestión meramente técnica, en la que la elección entre una u otra solo tiene que ver con su capacidad para responder al problema particular empleado por la investigación (...), igual que otras decisiones técnicas (...), como la decisión sobre la conveniencia de utilizar el cuestionario postal o sobre las modalidades de construcción de una estratificada. (p. 109)

No obstante, los análisis del contenido más completos utilizan la técnica de la “triangulación”, en la que se combinan los métodos cuantitativos con las técnicas cualitativas más sutiles. De modo que la tecnología del análisis de contenido combina diferentes métodos de análisis que se tienen teóricamente como contrarios.

Los especialistas en ciencias sociales vienen discutiendo desde hace tiempo acerca de la dicotomía cuantitativo-cualitativo, pero los debates demuestran que no existe un método mejor que otro, sino que su elección depende de los objetivos de la investigación. Asimismo, los datos cualitativos, convenientemente categorizados, pueden ser abordados desde técnicas cuantitativas y al contrario: las cifras pueden derivar en relatos cualitativos. En numerosas ocasiones es preciso optar por la denominada triangulación o síntesis metodológica, es decir, la combinación de los dos métodos. (Barranquero, A. y Eiroa, M., 2017, p. 63.)

1.3.4.4. Diseño triangular del análisis del contenido

Según las aportaciones de distintos autores podemos determinar que el diseño del análisis del contenido puede ser horizontal, vertical, transversal, longitudinal y triangular.

1. Horizontal. Para corpus documental muy extenso, típico en el análisis de contenido cuantitativo, que suelen ser objeto de un tratamiento estadístico a partir de una construcción muestral.
2. Vertical o intensivos. Con corpus muy reducido o de un solo caso. Por lo general para análisis no cuantitativos, en los que el significado deriva más de las relaciones, las oposiciones y el contexto, que de las medidas cuantitativas.
3. Trasversal. Selecciona muestras de corpus textuales que difieren en cuanto postura ante un tema, por ejemplo, y se forman grupos independientes que se analizan en el mismo momento histórico.
4. Longitudinal. Analizar un corpus en diferentes momentos de su trayectoria.
5. Triangular. Se utiliza varias formas, pero fundamentalmente se refiere a la recogida y comparación de distintas perspectivas sobre una misma situación de comunicación. Se basa en contrastar la descripción, explicación y evaluación de los contenidos analizados en una investigación, con otras descripciones, explicaciones o evaluaciones de otras investigaciones independientes realizadas sobre el mismo objeto, o bien, dentro de una misma investigación sobre idéntico objeto, de una combinación de técnicas, entre ellas el análisis de contenido, como medio de dar validez externa a los datos.

En nuestra investigación hemos utilizado varios de estos diseños, pero hay que señalar que consideramos que el último, el triangular, es el más completo. Así, este concepto de triangulación avanzado tempranamente por Denzin (1970) que tomó el concepto de triangulación de Campbell y Fiske (1959) amplía su operatividad más allá de la medición de conceptos, para incluir la triangulación de datos, de investigadores, de teorías y de metodologías. Denzin justifica la teoría de triangulación en el hecho de que, pese al carácter público y consensual de la ciencia, nunca encontraremos resultados completamente convergentes, y esto porque los métodos de investigación representan específicas líneas de acción sobre la realidad, porque son aplicados por investigadores concretos que

interpretan y aplican a cada método de forma diferente, porque las unidades de observación no siempre coinciden, y porque se investiga en diferentes momentos del tiempo. Por este motivo, Eduardo Bericat (1998) se define la triangulación como: “un plan de acción que puede llevar al sociólogo más allá de los sesgos personalistas que surgen de la aplicación de un solo método” (p. 142)

Denzin defiende una continua combinación de métodos como forma de superar el componente “personalista” que siempre afecta a la ciencia social.

1.3.4.5. Nuestra investigación

Una vez que hemos señalado las distintas técnicas para llevar a cabo una investigación científica, vamos a detallar las que hemos utilizado en este trabajo.

En este trabajo de investigación hemos combinado distintos tipos de análisis de contenido dependiendo de los documentos concretos objetos de nuestro análisis.

Para la recopilación inicial de datos hemos utilizado técnicas cualitativas. “La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.” (Taylor, S. J. y Boddan, R. 1994, p.19-20)

En un primer momento hemos utilizado la observación directa pero también – como hemos adelantado en epígrafes anteriores- la observación participante. A través de esta última hemos podido fijar la situación de partida basándonos en los datos previos que como periodistas e investigadores tenemos. Asimismo, también hemos utilizado los conocimientos adquiridos por la lectura de la bibliografía necesaria para situarnos en el estado de la cuestión, una lectura imprescindible para saber qué han estudiado otros autores sobre el tema que actualmente investigamos y de dónde partimos. No obstante, teniendo en cuenta que hay una escasa bibliografía sobre nuestro campo de estudio, la Estructura Audiovisual en Andalucía y la productora audiovisual *Indaloymedia*, hemos recurrido también a capítulos concretos de libros, artículos en revistas científicas y comunicaciones presentadas en diversos congresos, trabajos fin de máster y tesis doctorales. Además, hemos buscado información en documentos oficiales,

como la ley de la Rtv, las actas del Parlamento de Andalucía, entre otros. Asimismo, hemos extraído datos de la página web de la Rtv y de la Fundación Audiovisual de Andalucía, conocida como Fundación AVA, y quizás una de las fuentes en la que más información hemos encontrado son los propios medios de comunicación, en concreto, la prensa ha dedicado muchas hojas a dar datos sobre productoras audiovisuales, que de otra forma no hubieran salido a la luz. Datos que son muy difíciles de conseguir porque realmente las productoras no los hacen públicos ni *Canal Sur Televisión* tampoco. En 2005 el periódico *El Mundo* hizo públicas las cuentas de la Rtv y publicó datos extraídos de las fichas oficiales aportadas por la propia Rtv al Consejo de Administración, en los que se detalla que *Canal Sur* contrata con 10 ex directivos el 43 por ciento de su presupuesto para productoras. En este mismo texto se indica que en los 16 años que tenía en ese momento la televisión pública nunca se había hecho una convocatoria pública para contratar programas³⁶. Algo que sigue vigente en el momento en que se realiza la actual investigación. Según la ley de la Rtv, las prioridades de actuación vienen determinadas en la Carta de Servicio Público y especificadas en el Contrato-Programa y no incluye una convocatoria pública para seleccionar programas. Lo que sí existe, según aparece en la web de la Rtv es un registro de programas. Así lo explica el subdirector general de la Rtv, Joaquín Durán Ayo, en el momento en que se realiza esta investigación:

Pusimos en marcha con Camacho de Director General, un sistema de registro públicos de programas. Entonces hay un registro de programas en el que cualquier productora, incluso cualquier ciudadano que tenga una idea, que nos quiera ofrecer una idea de hacer un programa, lo puede inscribir. Ese registro te garantiza que si mañana viene otro con la misma idea no te la roba, que esa idea es tuya. Pero además te garantiza que todas las ideas que están en ese registro y pasan por dos órganos colegiados que hay en esta empresa, órganos colegiados donde hay profesionales, no están los miembros de administración ni del Parlamento, son profesionales, que son del comité de valoración, que es un comité de

³⁶ Fue un texto que causó mucho revuelo en el momento de su publicación y quizás uno de los más datos objetivos ha aportado sobre las cuentas de la televisión autonómica. http://vertele.eldiario.es/verteletv/actualidad/Canal-Sur-directivos-presupuesto-productoras_0_584641533.html [Consultada en noviembre de 2018]

profesionales que valora los programas que llegan y después el Comité de antena al que pasan las valoraciones del órgano de valoración y el Comité de antena es el que aprueba o no la compra de esos programas. ¿Y ahí qué se tiene en cuenta? Pues se tienen en cuenta la originalidad, que el programa sea adecuado a nuestra manera de ser. (...) Por supuesto el tema económico es importante, y luego nuestra parrilla, cómo están nuestras parrillas, porque nosotros no podemos meter más programas de los que caben en la parrilla ni podemos tener menos programas de los que hay en las parrillas. Todo esto son elementos que se tienen en cuenta a la hora de contratar los programas. (Durán, J., 2019)

No obstante, son varios los expertos que consideran que existe “opacidad”, “oscurantismo” en este proceso y que no garantiza que siempre sean las mismas productoras las que consigan los contratos:

Existen muchos mecanismos de control. Está la Comisión Parlamentaria, está el Consejo de Administración, está el portal de transparencia donde cualquier ciudadano puede preguntar. Hay toneladas de información sobre las productoras y gastos de las productoras... Pero yo la sensación que tengo es que determinada gente va aprendiendo día a día a culebrear alrededor de esos mecanismos de control. De manera que siempre se hacen programación es en las que siempre van apareciendo las mismas productoras o los mismos personajes bailan en las productoras. A pesar de todo el mecanismo porque estamos ante un intangible, que es la creatividad. Y ante ese intangible es la creatividad. Uno de los principales problemas es cómo se mide la creatividad. ¿Cómo se paga eso? Hay otras muchas cosas intangibles que se miden, como la audiencia. ¿Cuál es el éxito de Juan Y Medio? Su personalidad arrolladora hace que atraiga a una audiencia, eso está medido. Pero la persona que acude al registro con la idea de un programa para hacer un Master Chef de no sé qué... ¿eso cómo lo medimos? ¿Y si casualmente dentro de un mes aparece en el registro otra idea que es muy parecida pero no exactamente igual y ese primero no tiene éxito en el Comité de Análisis, pero ese sí, ¿cómo se mide? Eso pasa, claro que pasa. Pero sin intangibles. ¿Qué se hace con eso? Porque luego también es verdad que hay empresas con determinada solvencia y otras

que no y todo hay que medirlo. Los costes de producción... Pero claro si miras la historia de Canal Sur te das cuenta de que hay gente que siempre ha estado ahí. (Rísquez, M., 2019)

A pesar de esto, Joaquín Duran sigue manteniendo que en la Rtvva hay transparencia pero que todos los datos no pueden ser públicos porque se darían datos a la competencia que podrían perjudicar a la propia Rtvva. En la misma línea la respuesta a esta cuestión del investigador Fernández Quijada:

Pregunta difícil. Como principio, sí, se debe exigir transparencia al sector público y la Rtvva forma parte de ese sector público. La diferencia de la Rtvva es que está en un mercado con competidores privados que podrían obtener una ventaja competitiva de esa información. Paradójicamente, eso podría repercutir en un mayor coste del talento y de los programas externos para la Rtvva, acabando siendo perjudicial para el ciudadano, que al final es quien financia la mayor parte del coste de la Rtvva a través de sus impuestos. Tampoco parece una opción especialmente razonable. Seguramente deberíamos ser capaces de encontrar un punto intermedio, transparencia en cuanto al uso de recursos, pero quizás de una forma más global, sin el detalle programa por programa que podría repercutir en una desventaja competitiva para la Rtvva. Por ejemplo, el volumen de negocio generado a cada productora creo que es una información que podría ser pública sin generar un grave perjuicio a la Rtvva. Por otro lado, me sorprende que esta transparencia se plantee para la televisión pública pero no para la sanidad o la educación pública: ¿cuánto dinero paga la administración a cada farmacéutica? No recuerdo haber visto tampoco esa información ni haber escuchado a nadie reclamarla. (Fernández-Quijada, D., 2019)

Nuestra segunda técnica para la recopilación de datos ha sido la entrevista. No se puede obviar que la investigadora que realiza esta tesis doctoral es periodista y que una de sus herramientas principales de investigación, ante temas novedosos, es la entrevista. Es por ello que en este caso también va a ser imprescindible. En concreto, la investigadora ha utilizado la entrevista en profundidad a informantes claves. Estas son definidas de la siguiente manera por Taylor, S. J. y Boddan, R. (1994):

Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros estos 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. La entrevista en profundidad sigue el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Lejos de asemejarse a un robot recolector de datos, el propio investigador es el instrumento de la investigación, y no lo es un protocolo o formulario de entrevista. El rol implica no solo obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerla. (p.101)

Es el método utilizado para el trabajo diario del periodista profesional. Por tanto, es una herramienta conocida y ampliamente utilizada por la investigadora que realiza esta tesis doctoral.

Gracias a su trayectoria profesional esta investigadora ha podido acceder a personas fundamentales para este trabajo y que han dado testimonios muy reveladores. A través de la observación participante han podido establecer relaciones abiertas con los informantes. Ciertamente es que la relación entre el observador y el informante ha ido evolucionando desde los primeros contactos hasta el fin de la investigación. Al tratarse la materia de investigación de un tema que se puede considerar como conflictivo, el investigador se ha tenido que ganar la confianza y naturalidad de las fuentes:

Los primeros días en el campo constituyen un periodo en el cual los observadores tratan de que la gente se sienta cómoda, disipan cualquier idea en cuanto a que el enfoque de la investigación será intrusivo, establecen sus identidades como personas inobjetables y aprenden a actuar adecuadamente en el escenario (...) Durante el periodo inicial, la recolección de datos es secundaria para llegar a conocer el escenario y las personas. Las preguntas tienen la finalidad de ayudar a romper el hielo. (Taylor, S. J. y Boddan, R. 1994, p.51)

Tanto se cumple esto, que hemos sabido que algunos informantes se han llamado entre sí para pedir referencia de la investigadora e, incluso, algunos se

han contagiado entre sí, tanto en positivo como en negativo, para participar o no en esta investigación. Si un informante ha comunicado buenas referencias sobre la investigadora, el siguiente ha aceptado la participación y si alguno de los informantes ha comunicado su rechazo a participar, esto ha hecho que el siguiente haya declinado también colaborara en la investigación. Asimismo, hemos notado que a medida que el informante tenía más datos sobre la investigadora y la investigación concreta las dudas se han ido disipando. Por ello, decidimos enviar un pequeño currículum a los informantes al solicitarle la participación, aunque es cierto que las redes sociales también han servido de cara al conocimiento entre investigadora e informantes ya que en dicha red aparecen datos que sirven para facilitar el conocimiento entre estas personas. Esto a su vez ha sido fundamental para conseguir *rapport* con los informantes. Considerando *rapport* como un estado en el que se comunica simpatía a los informantes y ellos la aceptan, lograr que las personas se abran, penetrar a través de las fachadas de la vida cotidiana y las defensas ante una persona extraña y compartir el mundo simbólico de los informantes, su lenguaje y sus perspectivas (Taylor, S. J. y Boddan, R., 1994) Para todo esto ha sido necesario buscar puntos en comunes con los entrevistados y evidenciarlos, ofrecerse a modificar horarios o lugares, facilitar lo máximo posible la realización de los contactos, disculpar los fallos de compromiso o los retrasos, tener paciencia, mostrar interés y sobre todo humildad. Hay que tener muy presente que los informantes han aceptado participar sin que se le haya ofrecido nada a cambio. Es más, todo lo contrario, invierten su tiempo, algo muy valioso sobre todo en el nivel profesional al que nos referimos. Otra cuestión sería analizar por qué decide una persona participar en una investigación de este tipo.

Antes de detallar las personas que hemos seleccionado para estas entrevistas, queremos señalar que con esta técnica hemos accedido al testimonio de personas que pertenecen a distintos grupos, es decir que se relacionan con el objeto estudiado por diversos motivos y desde distintos puntos de vista. Esto persigue que los testimonios aportados hayan sido equilibrados.

Tras comprobar, al realizar un análisis del estado de la cuestión, que existe muy poco escrito sobre el tema que investigamos, las fuentes orales han sido las que más han aportado a nuestra investigación y además nuestra contribución

científica más novedosa. Por ello, las entrevistas a informantes claves son imprescindibles:

Los investigadores tratan de cultivar relaciones estrechas con una o dos personas respetadas y conocedoras en las primeras etapas de la investigación. A estas personas se les denomina informantes claves. En el folklore de la observación participante, los informantes claves son casi figuras heroicas. Son los mejores amigos de los investigadores en el campo (...) Los informantes claves apadrinan al investigador en el escenario y son sus fuentes primarias de información. (Taylor, S. J. y Boddan, R. 1994, p.61)

Consideramos relevante señalar que la relación estrecha con los informantes claves no debe conllevar una pérdida de la objetividad y la perspectiva. Para evitar esto es necesario buscar perspectiva y además cruzar los datos proporcionados por las diferentes fuentes en las distintas entrevistas y con los conocimientos que tenemos por la investigación previa que hemos hecho. Solo así no seremos dirigidos en el proceso de nuestra investigación.

Pero no es el único método para que los resultados de esta investigación sean científicos. Utilizar la triangulación, como hemos señalado anteriormente, nos llevará a conseguir una investigación más amplia y equilibrada:

La triangulación suele ser concebida como un modo de protegerse de las tendencias del investigador y de confrontar y someter a control recíproco relatos de diferentes informantes. Abrevándose en otros tipos y fuentes de datos, los observadores pueden también obtener una comprensión más profunda y cara del escenario. (...) Los documentos escritos tales como informes oficiales, comunicaciones internas, correspondencias, contratos, nóminas de salarios, archivos, formularios de evaluación y diarios proporcionan una importante fuente de datos. (...) Los investigadores pueden también analizar los documentos históricos y públicos a fin de obtener una perspectiva más amplia respecto de un escenario. (Taylor, S. J. y Boddan, R. 1994, p.92)

Queremos reseñar que, dentro de las preguntas de la entrevista en profundidad, al final, incluimos un cuestionario en el que solo se podía contestar, sí o no y por

qué, sobre las hipótesis de partida. La homogeneidad de estas preguntas sirvió para poder cuantificar objetivamente los resultados.

Otra de las dudas que surgió a lo largo de la investigación es a cuántas personas entrevistar, qué número de testimonios sería suficiente. Tal y como expresan Gaitán y Piñuel (1998), una conversación se puede entender como la unidad mínima de la interacción social. Por ello, lo primero que hacemos es determinar los sujetos susceptibles de estudio. Es decir, con quién debemos conversar para resolver el objeto de estudio. ¿Quiénes y por qué pueden aportar datos relevantes para el trabajo de investigación? Responder estas interrogaciones para poder conseguir esas respuestas, esos datos, que no hemos conseguido con la revisión de la literatura sobre el tema u otros caminos. Es difícil determinar a cuántas personas se debe entrevistar en un estudio cualitativo.

Algunos investigadores tratan de entrevistar al mayor número posible de personas familiarizadas con un tema o acontecimiento (...) En el muestreo teórico el número de “casos” estudiados carece relativamente de importancia. Lo importante es el potencial de cada “caso” para ayudar al investigador en el desarrollo de comprensiones teóricas sobre el área estudiada de la vida social. Después de completar las entrevistas con varios informantes, se diversifica deliberadamente el tipo de personas entrevistadas hasta descubrir toda la gama de perspectivas de las personas en las cuales estamos interesados. (Taylor, S. J. y Boddan, R. 1994, p.108)

Es importante tener en cuenta ante una investigación que es posible que de una entrevista puede salir otra, u otras muchas otras, dependiendo de la decisión del investigador. Asimismo, para un observador participante siempre puede quedar alguna persona más por entrevistar. No obstante, hay un momento en el que se ve que las diferentes parcelas están completas y que los testimonios se van repitiendo.

Teniendo en cuenta estos aspectos decidimos plantear entrevistas por materias concretas y también por relación con el objeto de estudio. Teniendo en cuenta el conocimiento y la relación con el objeto de estudio determinamos los siguientes bloques de personas necesarias para nuestra investigación:

1. Vinculadas con *Indaloymedia*

2. Relacionadas con “*La Tarde, aquí y ahora*”
3. Con vinculación con “*En Compañía*”
4. Relacionadas con dirección de *Canal Sur Televisión*
5. Que hayan trabajado o trabajen en *Canal Sur Televisión*
6. Que hayan formado parte del Consejo Audiovisual de Andalucía
7. Con productoras audiovisuales andaluzas
8. Estudiosos que hayan investigado sobre *Canal Sur Televisión* o a sus productoras
9. Profesionales que hayan escrito sobre *Canal Sur Televisión* o sus productoras
10. Políticos que hayan participado en la comisión de control de la Rtva.

No obstante, no partíamos de cero, ya que para la realización de su tesina la investigadora que realiza la actual tesis doctoral entrevistó a diversas personas y que esas entrevistas han sido también imprescindibles para el trabajo de actual. Así, por ejemplo, las entrevistas en profundidad realizadas a:

- Juan y Medio, Juan Bautista Marín, accionista, administrador de la productora *Indaloymedia*, y presentador de “*La Tarde, aquí y ahora*”.
- Guillermo Garrigós González, accionista, administrador, director general y director financiero *Indaloymedia*, y en sus inicios director de “*La Tarde, aquí y ahora*.”
- Pedro David Collado Gómez, en sus inicios subdirector de “*La Tarde, aquí y ahora*.”
- Pablo Carrasco García, era director general Rtva.

Para este trabajo hemos tenido que volver a entrevistar a determinadas personas por su vinculación con el objeto de estudio y añadir otras nuevas.

Entre las que hemos incluido de nuevo a:

- Guillermo Garrigós, CEO director ejecutivo de la productora *Indaloymedia*

- Juan Bautista Martín, al que llamaremos por su nombre artístico 'Juan y Medio', socio fundador de la productora *Indaloymedia* y presentador de "*La Tarde, aquí y ahora*"
- Pedro Collado, Director "*En Compañía*"

Y hemos añadido a:

- Joaquín Durán, era Subdirector general de Rtvva y director de *Canal Sur Televisión*
- Noelia Rueda Alcántara, Subdirectora 'En Compañía'

Hay determinadas personas con las que queríamos contar y que finalmente no hemos incluido como:

- Eva Ruiz, Copresentadora de "*La Tarde, aquí y ahora*"
- Silvia Montes, directora "*La Tarde, aquí y ahora*"
- Cristina Granados, subdirectora "*La Tarde, aquí y ahora*"
- José Antonio del Saz Díaz de Mayorga, director de antena de *Canal Sur Televisión*.
- Delegada de programa en *Canal Sur Televisión*, Susana Abella

Los motivos por los que no se han incluido en el presente trabajo están recogidos en el apartado sobre las dificultades encontradas durante la investigación.

Además de las personas vinculadas directamente con *Canal Sur Televisión* y con la productora *Indaloymedia*, también hemos querido contar en esta investigación con el testimonio de otras personas que puede aportar información relevante para esta tesis doctoral. El testimonio de estas se ha conseguido con entrevistas en profundidad a informantes claves, como anteriormente hemos indicado. Estas personas han sido seleccionadas teniendo en cuenta que es preciso incluir el testimonio de sujetos que tengan un punto de vista distinto; por haber trabajado dentro y ya no de *Canal Sur Televisión*, por estar trabajando en la televisión autonómica o en sector audiovisual andaluz, pero tener otra visión de las cosas, por ser investigadores del fenómeno televisivo. Asimismo, también se ha incluido a periodistas que han escrito sobre *Canal Sur Televisión* durante

años, políticos que han fiscalizado en el Parlamento de Andalucía a *Canal Sur Televisión* a través de la comisión de control de la Rtv, entre otros. Es decir, hemos recogido el testimonio de personas de distinta índole y formación que vean la productora *Indaloymedia* y a *Canal Sur Televisión* desde fuera y pueden aportar distintos puntos de vista que y así contar en nuestra las distintas versiones y perspectivas del campo estudiado.

Para estas entrevistas se han utilizado distintos procedimientos. La entrevista cara a cara o presencial en profundidad, la entrevista no presencial y el cuestionario. En el epígrafe sobre la metodología utilizada explicaremos estos instrumentos.

Dado que la mayoría de personas que hemos entrevistado tiene agendas muy llenas y poco tiempo disponible para dedicarnos, también nos hemos ayudado de los nuevos medios digitales y hemos usado la entrevista presencial y entrevista a través del correos digitales en los casos en los que el entrevistado estaba fuera o su agenda no le permitía quedar o también cuando al ser largas las entrevistas era preferible para el entrevistado que fuera fraccionando sus respuestas acorde con el tiempo que le podía dedicar. Asimismo, hemos utilizado entrevistas y cuestionarios cerrados y abiertos, dependiendo del contenido que se buscaba.

Además de estas entrevistas, para analizar la productora *Indaloymedia* hemos procedido al examen de su programa principal, "*La Tarde, aquí y ahora.*" Para ello hemos seleccionado un programa por cada año, es decir, diez programas. El criterio de selección lo detallaremos en el próximo apartado; en el universo de estudio. No obstante, una vez seleccionados estos diez programas hemos realizado una tabla para objetivar el análisis. A través de estos programas hemos querido saber si se cumplen o no la hipótesis principal y secundarias. Por ejemplo, si nos centramos en la hipótesis secundaria; *Canal Sur Televisión*, y el programa "*La Tarde, aquí y ahora*" de la productora *Indaloymedia*, ha favorecido la vertebración de Andalucía, la hemos objetivado midiendo datos cuantitativos. Así, señalando de dónde viene el público de los programas, de dónde proceden los invitados y el lugar de las noticias que se dan en la sección de Actualidad. Si consideramos -como dice el Diccionario de la Real Academia Española, DRAE-

que vertebrar es cohesionar y entendemos que un programa de televisión como este cohesionar uniendo a los andaluces de las distintas provincias entre sí y su forma de hacerlo es diversificando la procedencia de las personas que aparecen tras la pantalla. Y lo mismo se ha hecho con las distintas hipótesis.

De esta forma, de estas variables se han extraído datos para analizarlos cuantitativamente pero también cualitativamente. Para ellos ha sido necesaria la conversión del material simbólico en datos científico, es decir, en datos objetivos por lo que se requiere la especificación de las variables y de las dimensiones o atributos que deban destacarse. Así pasaremos de la cualificación a la cuantificación y por tanto a la objetivación y al carácter científico de los resultados.

El primer paso para conseguir un cuerpo de conocimiento científicos necesitaremos:

- Objetivos (centrados en la realidad)
- Susceptibles de medición y tratamiento cualitativo y cuantitativo
- Significativos o explicativos de un hecho
- Generalizables para facilitar una visión objetiva del hecho.

En nuestro caso en concreto podemos fijarnos como objetivo demostrar la hipótesis de partida; La productora *Indaloymedia* tiene un papel fundamental en el desarrollo de Canal Sur y de la estructura audiovisual en Andalucía.

Para todo esto es necesario explicar las variables que se van a utilizar, explicitar el sistema de categorías, utilizar criterios de medida adecuados, hacer una tabulación de los materiales categorizados, proceder al tratamiento cuantitativo o cualitativo de los datos y señalar la utilidad de los resultados y la generalización de los mismos.

Por tanto, en nuestro trabajo de investigación utilizaremos el análisis de contenido y la técnica de la triangulación, en la que se combinan los métodos cuantitativos con las técnicas cualitativas más sutiles. Así, recopilaremos y analizaremos los datos, partiendo del estudio de la teoría previa y el planteamiento de diversas hipótesis, la recopilación de los datos y su análisis y llegaremos a unos resultados. También nos valdremos, como ya hemos

señalado, de la metodología estructural, de las entrevistas en profundidad a informantes claves y cuestionarios para hacer el muestreo indicado.

A partir de aquí comprobaremos si se cumplen o no la hipótesis de partida y las secundarias y viendo si hipótesis y resultados coinciden. Una vez comprobado o refutado volveremos a la teoría, ya que crearemos nuestra propia teoría teniendo en cuenta los resultados a los que hemos llegado.

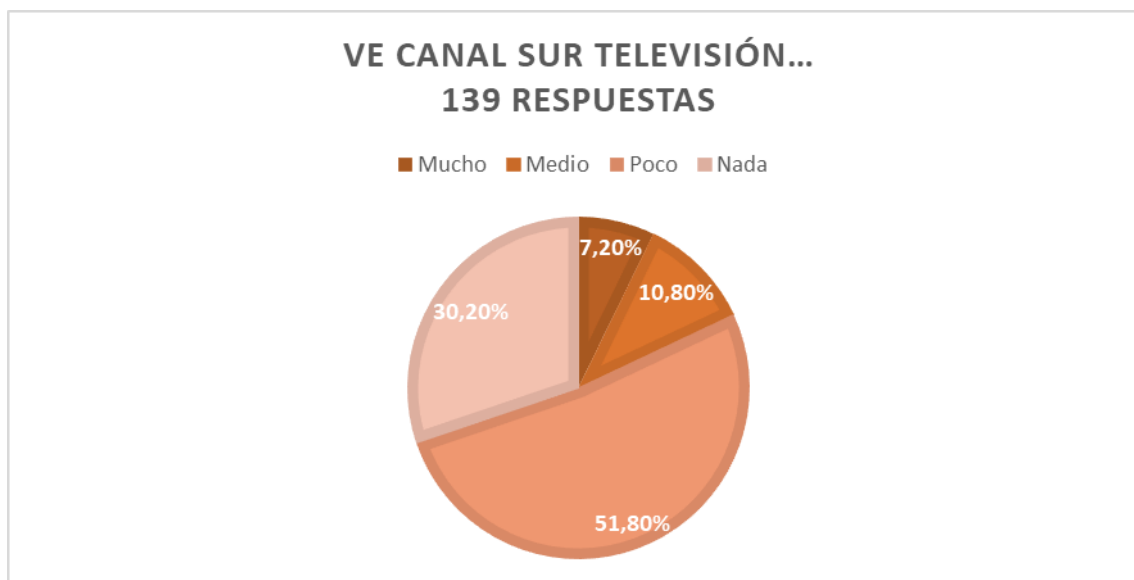
Asimismo, señalar que además de estas entrevistas en profundidad pensamos que podría aportar un plus a la investigación realizar una encuesta sobre estos temas a periodistas que trabajaran en Andalucía (por el hecho de que tengan cercanía con el objeto de estudio, es decir, con *Canal Sur Televisión* y el programa "*La Tarde, aquí y ahora*") utilizando la técnica de muestreo sistemático aleatorio:

El muestreo tiene por objetivo estudiar las relaciones existentes entre la distribución de una variable "y" en una población "z" y la distribución de esta variable en la muestra a estudio (Hernández Sampieri et al., 2006). Para ello, es fundamental, entre otras cosas definir los criterios de inclusión (características clínicas, demográficas, temporales y geográficas de los sujetos que componen la población a estudio) y de exclusión (características de los sujetos que pueden interferir con la calidad de los datos o la interpretación de los resultados) (Ávila Baray, 2006; Arias-Gómez et al., 2016).

Pero en este caso concreto no queríamos que cualquier persona contestase a estas preguntas sino personas que tiene relación con el campo de estudio. Por ello decidimos que fueran periodistas andaluces o que trabajan en Andalucía los que pudieran contestar a estas preguntas. Así hemos utilizamos un sistema aleatorio sistemático el cual se basa en que el criterio de distribución de los sujetos a estudio en una serie es tal, que los más similares tienden a estar más cercanos. Este tipo de muestreo suele ser más preciso que el aleatorio simple, debido a que recorre la población de forma más uniforme.

Por lo que se confeccionó la encuesta y se envió a periodistas en Andalucía a través de colegios de periodistas, sindicatos, de periodistas, asociaciones de la prensa, grupos de Facebook y grupo de WhatsApp, entre otros medios y

tenemos 140 respuestas de periodistas andaluces con relación con el audiovisual andaluz.



1.4.5 Universo de estudio

1.4.5.1. Elección del corpus

El corpus está compuesto por tres elementos diferenciados pero relacionados entre sí:

- Las entrevistas en profundidad realizadas
- Los programas de *“La Tarde, aquí y ahora”* seleccionados.
- El cuestionario difundido de muestreo sistemático

Dentro de las entrevistas en profundidad realizadas encontramos:

1. Vinculadas con *Indaloymedia*. Así la entrevista en profundidad realizada al director ejecutivo de la empresa Guillermo Garrigós González, la de Juan y Medio, socio fundador, la de Pedro Collado y la de Noelia Alcántara, ambos llevan trabajando en el momento de la investigación diez años para esta empresa.
2. Relacionadas con *“La Tarde, aquí y ahora”*. Así la entrevista en profundidad realizada al exdirector del programa Guillermo Garrigós González, la del presentador del programa, Juan y Medio,

- la del ex subdirector, Pedro Collado; y la de la ex coordinadora de la sección “En compañía se vive mejor”, Noelia Alcántara.
3. Con vinculación con “*En Compañía*”. La entrevista hecha al director Pedro Collado y a la subdirectora del programa Noelia Alcántara Rueda.
 4. Relacionadas con dirección de *Canal Sur Televisión*. La entrevista al director de *Canal Sur Televisión* y subdirector general de la Rtva, Joaquín Durán Ayo.
 5. Que hayan trabajado o trabajen de *Canal Sur Televisión*. Los periodistas Juan Tortosa y Bonifacio Cañibano Rodríguez, extrabajadores de la televisión pública andaluza y Antonio Manfredi Díaz y Paz García Santana, trabajadores de *Canal Sur Televisión* en el momento de la realización de esta tesis doctoral. Asimismo, hemos querido incluir como trabajadora y presidenta del Comité Intercentros de la Rtva a Rut Mingorance Villalba.
 6. Que hayan formado parte del Consejo Audiovisual de Andalucía. Se incluye en este grupo a la persona en el cargo al concluir este trabajo de investigación; Emelina Fernández Soriano.
 7. Con productoras audiovisuales andaluzas. Hemos incluido a los dueños de dos productoras andaluzas que han trabajado para *Canal Sur Televisión*. El productor ejecutivo y fundador de la productora *Promico Imagen*, Manuel Gómez Cardeña, y el consejero delegado del Grupo ZZJ, cuya principal empresa era la *productora ZZJ*, José María Zafra Benjumea.
 8. Estudiosos que hayan investigado sobre *Canal Sur Televisión* o a sus productoras. Aquí incluimos a los catedráticos Miguel de Aguilera Moyano y Juan Luis Manfredi Mayoral, este último también es extrabajador de *Canal Sur Televisión* y a Antonio Manfredi Díaz. También incluimos a los profesores Rodrigo Elías Zambrano y David Fernández Quijada.
 9. Profesionales del periodismo que hayan publicado en medios de comunicación sobre *Canal Sur Televisión* o sus productoras. Entre ellos hemos seleccionado a los periodistas; Pedro de Tena,

Francisco Andrés Gallardo y José Rodríguez García (Chema Rodríguez.)

10. Políticos que hayan participado en la comisión de control de la Rtva. Así Miguel Ángel Vázquez Bermúdez, por el partido socialista; Mateo Risquez Madrdejos, por el Partido Popular y Jesús Romero Sánchez, por Podemos.

Por tanto, se han realizado un total de 23 entrevistas en profundidad a informantes claves en distintos niveles y parcelas. En este sentido, la muestra es igual a 23.

Así la muestra de este análisis es: $N1=23$

Por otra parte, el corpus de estudio para la observación directa se extrae de los programas de *“La Tarde, aquí y ahora”* producidos por la productora *Indaloymedia* y emitidos por *Canal Sur Televisión*. Es cierto que en sus diez años de emisión no todos los programas son iguales, es más, cada programa es diferente al anterior. Asimismo, las diferencias son aún más palpables si comparamos los programas emitidos entre septiembre y junio y los de julio y agosto, porque en fechas de vacaciones incluso la plantilla cambia. Pero sí es cierto que, aunque ha habido una evolución en los diez años objeto de nuestro estudio, la estructura general se mantiene y esa es la que vamos a analizar. No obstante, para el estudio hemos seleccionado diez programas de una fecha similar para que las diferencias no sean por las variaciones estivales. Así hemos escogido diez programas del mes de octubre, que es un mes en el que no suele haber muchas variaciones de formato, y un día concreto de la semana para que sean lo más parecidos posibles.

Por tanto, para la observación directa, el corpus de estudio se extrae de los programas televisivos de *“La Tarde, aquí y ahora”*, entre los años 2009 y 2018, concretamente diez programas: uno de 2009, uno de 2010, uno de 2011, uno de 2012, uno de 2013, uno de 2014, uno de 2015, uno de 2016, uno de 2017 y uno de 2018. Hemos decidido no incluir el del año 2019 que sería cuando la productora *Indaloymedia* cumple diez años porque las emisiones se cumplen en septiembre y es la fecha de depósito de esta tesis doctoral. Esta selección, aunque tendrá algunos elementos variables y otros estables, intentaremos que los resultados se basen en las cosas que se mantienen durante esos diez años

y que han creado una estructura concreta y repetitiva en la que se puede basar una demostración científica.

Así la muestra de este análisis es: $N_2=10$

Asimismo, señalar que del año 2017 se incluyen no un programa sino dos, ya que se analiza el programa del 7 de septiembre, dada la polémica que generó y que se incluye dentro de nuestro trabajo de investigación. El análisis de este programa de todas formas será al margen de los diez seleccionados y no estará dentro de la muestra objetivable, sino que se analizará independientemente para otros contenidos de la investigación.

En relación al cuestionario difundido, se ha distribuido a través de correo electrónico y mensajería móvil un cuestionario en el que se indicaba que solo podía ser contestado por periodistas andaluces o que trabajasen en Andalucía con conocimientos sobre el sector audiovisual. Este cuestionario consta de doce preguntas a las que se puede contestar sí, no o tal vez, a todas las preguntas menos a la inicial en la que se pregunta al participante -que tiene que ser periodista- si ejerce en *Canal Sur Televisión*, en alguna productora audiovisual en Andalucía o en otra empresa.

Para los cuestionarios con muestreo aleatorio, la muestra total es de 140 personas encuestadas.

De modo que $N_3=140$

Por tanto, el corpus total estaría compuesto por 23 informantes claves, diez programas de *“La Tarde, aquí y ahora”* y 140 periodistas.

1.3.5.2. Requisitos del corpus

Los requisitos son diferentes según la parte concreta del corpus. Es decir, no son los mismos requisitos para las entrevistas en profundidad realizadas que para contestar el cuestionario difundidos o para la selección de los programas de *“La Tarde, aquí y ahora”* escogidos.

Vamos a empezar señalando los requisitos para elegir a los informantes claves. Primero tenemos que tener en cuenta que no cualquier persona sirve como informante clave en una investigación de este tipo.

Un buen informante es aquel que dispone del conocimiento y la experiencia que requiere el informador, tiene la habilidad para reflexionar, se expresa con claridad, tiene tiempo para ser entrevistado y está predispuesto positivamente para participar en el estudio. Estos criterios pueden servir para llevar a cabo la primera selección. (Rodríguez, Gil, y García, 1996, p.73)

Las entrevistas en profundidad, como hemos indicado anteriormente en la metodología, incluye a informantes claves que desde distintas parcelas han tenido una situación privilegiada para saber sobre *Canal Sur Televisión* o sobre las productoras audiovisuales andaluzas. Por tanto, los requisitos son una vez más la cercanía con el objeto de estudio, y a su vez se ha añadido el prestigio o reconocimiento profesional. Teniendo en cuenta estas variables vamos a señalar a los expertos seleccionados:

- Personas que conocen de cerca la productora *Indaloymedia* y el sector audiovisual andaluz. Así Guillermo Garrigós González, director ejecutivo de la productora *Indaloymedia* y ha desarrollado su vida profesional en distintas productoras andaluzas. Juan Bautista Martín 'Juan y Medio', fundador de *Indaloymedia* y presentador de "*La Tarde*" y de "*Menuda Noche*." Pedro Collado Gómez, director de "*En Compañía*", el programa de la productora *Indaloymedia* en Castilla La Mancha. Noelia Alcántara Rueda, subdirectora de "*En Compañía*".
- Personal de primer nivel en *Canal Sur Televisión* y con relación directa con la productora *Indaloymedia*. Joaquín Durán, subdirector general de la Rtvva y director de *Canal Sur Televisión*. Asimismo, ha trabajado en la televisión autonómica desde su creación, anteriormente había ejercido como periodista en diversos medios de comunicación entre ellos la *Cadena Ser*.
- Expertos en *Canal Sur Televisión*. Miguel de Aguilera Moyano, catedrático de la Facultad de Comunicación de Málaga e investigador de la industria

audiovisual en Andalucía. También su discípula académica, Emelina Fernández Soriano, que se le incluye como presidenta del Consejo Audiovisual de Andalucía, y además su tesis doctoral fue sobre la televisión pública andaluza. También incluimos a Antonio Manfredi Díaz, como Defensor de la Audiencia de *Canal Sur* y además por ser trabajador de *Canal Sur* y haber realizado varios estudios sobre la televisión autonómica andaluza. Asimismo, se ha sumado el testimonio de Juan Luis Manfredi Mayoral por trabajar para *Canal Sur Televisión* en sus orígenes y posteriormente ha realizado diversas publicaciones sobre la televisión pública andaluza.

- Periodistas que escriben sobre *Canal Sur Televisión*. Hemos incluido los que más noticias han publicado y los que han aportado mayores novedades en los datos. Entre ellos, Francisco Andrés Gallardo, que escribe en el *Diario de Cádiz*; Chema Rodríguez; redactor en *El Mundo*, y Pedro de Tena, periodista en *Libertad Digital*.
- También se han incluido a investigadores sobre *Indaloymedia* o sobre productoras audiovisuales andaluzas. Entre ellos Rodrigo Elías Zambrano, profesor de la Universidad de Cádiz que realizó su tesis sobre la productora *Indaloymedia*. Sobre productoras audiovisuales se ha incluido el testimonio de David Fernández Quijada que escribió sobre *Canal Sur Televisión* mientras era investigador de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Trabajadores de *Canal Sur Televisión*. Se ha entrevistado a Rut Mingorance Villalba, presidenta del Comité de Intercentros de la Rtvva, portavoz del colectivo “Recuperar la nuestra” y trabajadora de *Canal Sur*. También a trabajadores que estuvieron en la televisión autonómica en sus inicios y decidieron marcharse como Juan Tortosa Marín o Bonifacio Rodríguez Cañibano. Y otros que siguen trabajando en *Canal Sur*, Paz Santana.
- También se ha incluido a algunos dueños de productoras que han trabajado para *Canal Sur Televisión* al margen de *Indaloymedia*. Así, Manuel Gómez Cardeña, director ejecutivo y fundador de Promico Imagen, y José María Zafra Benjumea, director ejecutivo de Grupo ZZJ.

- Por último, se ha incluido el testimonio de distintos representantes políticos que han participado en la comisión de control de la Rtvva en el Parlamento de Andalucía. Así, Miguel Ángel Vázquez Bermúdez, del PSOE; Mateo Rísquez Madrideo del PP; y Jesús Romero Sánchez de Podemos.

Se han seleccionado a estas personas teniendo en cuenta que también es preciso incluir el testimonio de personas que tengan un punto de vista distinto; por haber trabajado dentro y ya no, por estar trabajando en la televisión autonómica o en sector audiovisual andaluz, pero tener otra visión de las cosas, por ser investigadores del fenómeno televisivo, por conocer de cerca la televisión autonómica andaluza, entre otros motivos. Que en suma los testimonios de los entrevistados aúnan el ver la productora *Indaloymedia* y a *Canal Sur Televisión* desde dentro y desde fuera, para poder ofrecer distintas versiones.

Para seleccionar a las personas que nos pudieran dar más información sobre la productora *Indaloymedia* y sobre *Canal Sur Televisión* decidimos acudir a los máximos directivos. En el primer caso el elegido fue el director ejecutivo porque frente al resto de los directivos consideramos que es la persona que tiene una idea más general de la productora y de los programas que realiza, porque controla los datos de números, las cifras y las fechas y porque es una persona que tiene un amplio conocimiento del mundo audiovisual por lo cual era muy interesante la información que podía aportar. Guillermo Garrigós no puso ningún límite de tiempo para la realización de la entrevista. Es más, la entrevista duró tres horas y fue la más larga de este trabajo de investigación. Asimismo, consideramos que Guillermo Garrigós podía aunar la visión de directivo, fundador, director de programas, conocimiento de los distintos formatos en emisión y también desde la perspectiva profesional del mundo audiovisual.

Los requisitos exigidos y que este cumplía era relación con la productora desde los inicios, conocimiento de la relación entre la productora y *Canal Sur Televisión*, conocimiento del mundo audiovisual y las productoras audiovisuales. Otro requisito era aceptación de participar en esta entrevista y tiempo para llevarla a cabo. Asimismo, era necesario tener libertad para poder contestar a las preguntas formuladas, y además es voz autorizada en lo concerniente a *Indaloymedia*. Es más, para plantearnos este trabajo de investigación quisimos

confirmar que tendríamos la colaboración de la productora objeto de nuestro estudio y hablamos directamente con Guillermo Garrigós que -tras hablar con Juan y Medio- confirmó su disposición para colaborar y así lo han hecho a lo largo de esta investigación.

Asimismo, después de diversas dudas decidimos volver a entrevistar a Juan y Medio. A pesar de las limitaciones temporales que nos hacían no estar seguros sobre si podía ser o no informante clave, finalmente su disposición a participar hizo que determinásemos incluirlo en el corpus. Sabíamos que los datos generales nos los iba a proporcionar Guillermo Garrigós, pero Juan y Medio tiene una visión distinta por lo que contaríamos con otro punto de vista y además consideramos que hay ciertos elementos como el hecho de conducir el programa y la relación directa con los invitados y haber sido protagonista en primera persona de un episodio ocurrido en el programa que llegaría a ser objeto de debate en el Parlamento de Andalucía. Se trata de *sketch* interpretado por Juan y Medio y la copresentadora de “*La Tarde*”, Eva Ruiz, en el que el presentador le corta la falda a su compañera. Esta polémica la abordaremos en el apartado cuatro de esta tesis doctoral. Por la importancia de este episodio, consideramos enriquecedora la aportación de Juan y Medio.

Para la información oficial sobre *Canal Sur Televisión* hemos acudido a diversas fuentes. Así las memorias de la Rtvva, la página web de esta, los datos aparecidos en el BOJA, los estudios e investigación realizados, las publicaciones aparecidas en medios de comunicación, etc. Pero pensamos que una entrevista con el director de *Canal Sur Televisión* podría ser muy enriquecedora. No fue fácil poder cerrarla, es más, mandamos varios correos electrónicos en momentos distintos, incluso en años diferentes, a personas del Gabinete de comunicación, incluso a la jefa de comunicación, y no obtuvimos respuestas o la respuesta que recibimos era dirigirnos a través de otra vía y al final nunca conseguíamos una respuesta. En el último intento, ya en 2018 y con la fecha de cierre de esta tesis doctoral cercana, conseguimos hablar con la secretaria de Joaquín Durán, pero tampoco conseguíamos cerrar una fecha. Además, coincidió el intento de tener esta cita con las elecciones autonómicas y con el cambio de gobierno en la Junta de Andalucía por lo que temimos que finalmente no nos concedieran este encuentro. Finalmente, la investigadora se decidió a escribir a través de las redes

sociales directamente al director de *Canal Sur Televisión* que aceptó la entrevista con lo que fue suficiente con volver a llamar a su secretaria. Una entrevista que cobra mayor importancia, no solo por lo que puede aportar sobre el objeto de estudio, sino porque en el mismo periodo-algo que supimos después de realizarle la entrevista- otra investigadora quería reunirse con él y no lo consiguió, al parecer por “problemas de agenda.³⁷” Ciertamente es que la entrevista empezó con la condición de que el director de *Canal Sur Televisión* solo podía dedicar una hora a la entrevista por lo que la investigadora tuvo que condensar las preguntas. No obstante, no es el único entrevistado para esta tesis doctoral que puso esa condición.

Los requisitos pasaban por encontrar a una persona de un puesto de dirección de *Canal Sur Televisión* que pudiera ser una voz autorizada, que tuviera los datos oficiales que necesitábamos, que además llevase tiempo en el ente público –en el caso de Joaquín Durán trabaja en *Canal Sur* desde sus inicio-, que quisiera, pudiera y tuviera tiempo para participar en esta investigación.

De las personas relacionadas con el programa “*En Compañía*” decidimos que fueran el director y la subdirectora. Las personas, junto con Guillermo Garrigós, que mejor conocen el programa y que han estado desde los inicios en su plantilla y que además han trabajado desde que comenzó su recorrido *Indaloymedia*. Los requisitos eran exactamente ese conocimiento del programa, de la productora y tiempo y disposición para colaborar en esta tesis doctoral. El único problema para ellos era el tiempo. Al trabajar en un programa diario y tener mucha responsabilidad y carga de trabajo era muy difícil. Asimismo, al estar en Toledo tampoco se pudo cerrar una reunión presencial por lo que la entrevista se hizo online. Es más, la última entrevista recibida por esta investigadora fue la de la subdirectora Noelia Alcántara.

Entre las personas que trabajan en *Canal Sur Televisión* hemos seleccionado a Paz García Santana que lleva veinte años trabajando en la Rtvva. En este tiempo ha tenido contratos de redactora de radio, redactora de televisión, presentadora,

³⁷ Una periodista habría solicitado un encuentro con Joaquín Durán, pero no se lo habrían concedido. Ver <https://www.elindependiente.com/politica/2019/03/07/canal-sur-obligada-a-desvelar-sus-gastos-juan-y-medio-cobra-54-millones-en-un-ano/> [Consultada en mayo de 2019.]

productora de radio y actualmente es editora. Ha realizado los informativos matinales de la radio, diversos espacios en el programa local “La hora de Cádiz”, presentadora de las desconexiones provinciales de Cádiz durante 10 años, en retransmisiones especiales de Carnaval desde el año 2001 y desde 2010 es editora del programa “*Andalucía Directo*”, donde se incorporó como presentadora en 2015. Todo esto la hace atractiva para formar parte de esta investigación y además el ser mujer aporta un punto distinto teniendo en cuenta que todos los directivos que hemos incluido en este trabajo son hombres, menos Noelia Alcántara.

Antonio Manfredi es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y tuvo la suficiencia investigadora en el año 95 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. En 1985 ingresó en *TVE* donde fue redactor, redactor jefe y hasta director en funciones del centro regional de *TVE* en Andalucía. También obtuvo la oposición en *Canal Sur* donde se incorporó en enero de 1990 y donde prosigue hoy. *En Canal Sur* ha sido editor de los servicios informativos tanto diarios como no diarios. Fue director del centro territorial de Huelva, director de medios interactivos de Internet y desde 2016 es el Defensor de la Audiencia. Además de haber realizado diversas publicaciones científicas sobre *Canal Sur*.

Rut Mingorance Villalba. Su primer contrato para *Canal Sur Televisión* fue en 1992. Ha ocupado diferentes puestos de trabajo. Así ayudante técnico mezclador, ayudante de realización y redactora de radio. Ahora mismo es trabajadora fija y su puesto es ayudante técnico mezcladora. Asimismo, ha sido elegida delegada de personal desde que se presentó elecciones sindicales por CCOO en 2009. Actualmente desempeña el cargo de Presidenta del Comité de Intercentros desde diciembre de 2017 y es portavoz del movimiento #RecuperarLaNuestra.

Jesús Romero Sánchez trabaja desde el 25 de abril de 1992 en la Rtva. Su puesto de trabajo ha sido siempre desde entonces de mozo, categoría profesional de auxiliar de asuntos generales, aunque desde 1997, comienzo de los informativos locales de televisión, hace funciones de ayudante de documentación para las desconexiones provinciales de *Canal Sur Televisión*. Ha

sido durante 10 años delegado de personal por la sección sindical de CCOO-RTVA y ha estado presente en la negociación de dos convenios colectivos. También alcanzó la suficiencia investigadora en el Departamento de Filosofía Política y Estética de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED.)

Dentro de los ex trabajadores de *Canal Sur* hemos incluido a:

Bonifacio José Rodríguez Cañibano es licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense. Me estrenó en el periodismo en *ABC* de Sevilla donde trabajé como redactor, jefe de sección y redactor jefe. En *Canal Sur* formó parte del equipo que arrancó la cadena. Fue jefe de Informativos, puesto del que dimitió tres meses. Formó parte del equipo que arrancó *Antena 3 Televisión* en Madrid. Tras su puesta en marcha trabajó en la cadena como editor de informativos. Tras años fuera de Andalucía regresó en el año 2000 para hacerse cargo de los Informativos de *Atlas (Telecinco)* en la Comunidad. Posteriormente trabajó como productor en España y Latinoamérica, también para *Mediapro*. Su último contacto con la televisión fue en el *Diario Público*, donde colaboró en la puesta en marcha de la televisión por internet de ese periódico.

Juan Tortosa Marín es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona. Inició su carrera en el grupo Zeta donde fue redactor de *El periódico de Madrid* y subdirector de *Protagonistas*. Tras un breve periodo en *Antena 3 Radio* pasó a formar parte, hasta 1988, del equipo de reporteros del programa "Informe Semanal" de *Televisión Española*. Más tarde fue miembro del equipo fundador de *Canal Sur Televisión* de la que se marchó poco después de su puesta en marcha. Posteriormente ha seguido ejerciendo el periodismo y ha sido responsable de la delegación de *CNN* y de *Cuatro* en Andalucía, hasta su fusión con *Telecinco*.

Juan Luis Manfredi Mayoral es doctor en Historia de América (1991) y licenciado en Ciencias de la Información (1992). Ha ejercido como periodista desde 1968 hasta 1999 en *ABC* de Sevilla, *Radio Nacional de España*, *Cadena SER*, *Televisión Española*, *Canal Sur Televisión*, *Radio Televisión de Andalucía*, *Tele Expo* y *Worldnet*. Durante la Exposición Universal de Sevilla fue director de Relaciones Internacionales de *Tele Expo*. Fue uno de los fundadores de *Radio Televisión de Andalucía*, de cuyo Comité de Dirección fue miembro en el periodo

preparatorio para el lanzamiento de la Empresa Pública (1986-1989) y durante los cuatro primeros años de emisión. Asimismo, ha realizado diversas publicaciones científicas sobre la televisión autonómica andaluza.

Dentro de los estudiosos sobre *Canal Sur Televisión* seleccionados como informantes claves en esta investigación señalamos a:

Emelina Fernández Soriano es doctora en Ciencias de la Comunicación, profesora universitaria y política española. Es experta en temas audiovisuales y de regulación y fue fundadora de la *Asociación para la Defensa de la Imagen Pública de la Mujer*. Fue miembro del primer Consejo de Administración de Rtvva desde 1987 hasta 1994 siendo su portavoz durante siete años. En 2004 fue elegida Senadora por el PSOE. Desde marzo de 2011 es Presidenta del Consejo Audiovisual de Andalucía. Además, ha realizado diversos estudios científicos sobre la televisión autonómica andaluza, incluida su tesis doctoral.

Miguel de Aguilera Moyano es catedrático doctor en Ciencias Políticas y Sociología y Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad de Málaga. Ha dirigido diversas investigaciones académicas sobre televisión y en concreto sobre *Canal Sur Televisión* y sobre productoras audiovisuales. Fue director de la tesis de Emelina Fernández Soriano.

Rodrigo Elías Zambrano. Profesor actualmente en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, es Doctor en Comunicación y Licenciado en Comunicación audiovisual por misma universidad y Máster en Comunicación y educación audiovisual por la Universidad Internacional de Andalucía. A nivel profesional, trabajó durante 15 años en medios de comunicación locales, autonómicos, nacionales e internacionales, entre los que se encuentran productoras como *Mettre, Hurí, Indaloymedia, Ítaca, Medina Media* o *16 escalones*, dando servicio a *Canal Sur Televisión*.

David Fernández Quijada es doctor en Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona. Su tesis *Las industrias culturales ante el cambio digital. Propuesta metodológica y análisis de caso de la televisión en España (2008)* hizo un gran aporte sobre la producción audiovisual en Andalucía y su artículo Producción independiente de televisión en Andalucía le acercó a *Canal Sur Televisión* y a las productoras que han realizado trabajos para ella.

Entre los periodistas que han escrito informaciones sobre *Canal Sur Televisión* hemos escogido a tres, por los medios de comunicación que representan, por el número de artículos escritos sobre *Canal Sur Televisión* y sus productoras audiovisuales y por las informaciones escritas en concreto sobre *Indaloymedia*.

Así los escogidos han sido Chema Rodríguez de *El Mundo*, Francisco Andrés Gallardo, Diario de Cádiz, del grupo Joly, y Pedro de Tena que -en el momento que se realiza esta investigación- trabaja para *Libertad Digital*.

Dentro de los directivos de productoras audiovisuales hemos seleccionado a Manuel Gómez Cardeña y José María Zafra Benjumeda.

Gómez Cardeña es periodista y desde 1969 hasta 2000 ha trabajado en medios impresos y radiofónicos, por cuenta ajena. Acabada esa etapa profesional, decidió dedicarse por cuenta propia a diferentes actividades empresariales, entre ellas la producción audiovisual. Empezó en el año 2000 con PasoAISur, y desde 2001 ha realizado su actividad con *Promico Imagen*, *Gomcaru*, *Arden TV* y *Alchemy Digital Effects*. Actualmente es productor ejecutivo de *Promico Imagen* y además es presidente de la patronal del Audiovisual Andaluz (AEPAA-APRIA) y secretario de la patronal del Audiovisual Español la Federación PIAF. Nunca ha sido trabajador de *Canal Sur Televisión*.

José María Zafra Benjumeda es licenciado en Derecho por la Universidad de Sevilla. Sus inicios profesionales van ligados a la empresa de publicidad que tenía su padre. Durante la Expo 92 como consejero delegado en *ZZJ Publicidad*, consiguió capital suficiente para introducirse en el mundo audiovisual donde comenzó a trabajar para la desconexión de *Antena 3 Televisión*, para quien realizó más de veintiséis *spots*. Fue en el año 2000 cuando se convirtió en consejero delegado de *Mundovisión MGI 2000, S.A.*, empresa líder en España en el mercado de la subtitulación, que es proveedora, en exclusiva, de los subtítulos de *Antena 3 Televisión*, *Canal Sur Televisión* y *Canal 9*, entre otros operadores. A partir de ese momento ha realizado con su *productora ZZJ* muchos programas para *Canal Sur Televisión*, hasta el momento en que se realiza esta tesis doctoral.

Por último, señalar los informantes claves seleccionados por formar parte de la comisión de control de la RtvA en el Parlamento de Andalucía. Así hemos

seleccionado a Miguel Ángel Vázquez Bermúdez, del PSOE; a Mateo Rísquez Madrudejos, del Partido Popular; y a Jesús Romero Sánchez, de Podemos:

Miguel Ángel Vázquez Bermúdez es periodista y doctor en Periodismo. Además, fue miembro de la comisión de seguimiento de la Rtva, además de portavoz socialista de dicha comisión en la VIII legislatura (2008-2012)

Mateo Rísquez Madrudejos entró en consejo de administración de la Rtva en septiembre de 2003 como un miembro más. En 2008 le propusieron como vicepresidente del consejo cargo que sigue desempeñando en el momento en que se realiza esta tesis doctoral y hasta hoy. Previamente había trabajado en unas revistas de información general, que cayeron en crisis con la llegada de las televisiones privadas y al cerrar entró a trabajar el Partido Popular en una campaña en junio de 1994 y desde entonces sigue con el partido.

Jesús Romero Sánchez comenzó a trabajar en la Rtva en 1992 y ha sido durante diez años delegado de personal por CCOO y ha estado presente en la negociación de dos convenios colectivos. Además, ha sido portavoz de Podemos en la comisión de control de la Rtva en el Parlamento de Andalucía.

Sobre los programas que se han seleccionado para el corpus de esta investigación explicaremos los requisitos exigidos. Aunque la muestra haya sido escogida al azar, se ha determinado cumpliendo unos parámetros concretos para intentar que sean los más representativos, es decir que tengan los elementos que se repiten en la mayor parte de los programas. Así, por ejemplo, se han descartado los programas que se emiten en los meses de julio y agosto porque al tratarse del periodo vacacional pueden variar y verse afectada la muestra. En este periodo no solo cambia el presentador sino también las plantillas y esto también implica que puedan variar los temas o los criterios generales. Por todo esto se descarta ese periodo. También hemos intentado evitar los programas de festividades concretas como Semana Santa, el Rocío, las ferias, las Navidades, también por el posible cambio temático o de criterio. Finalmente hemos decidido que escoger un programa del mes de octubre puede ser representativo, ya que ya se han introducido las novedades de la temporada, pero es un mes estándar sin muchos cambios y evidentemente ya con la plantilla de trabajadores sin sustitutos.

No obstante, señalamos este mes como representativo, típico, del formato del programa, pero la fecha concreta se ha elegido al azar y sin ver los contenidos previamente a la decisión. Se ha hecho así para que la elección sea lo más objetiva posible, limitando cualquier interpretación o subjetividad –tanto por nuestra parte como investigadores, como por cualquier persona que participara en el estudio- que pudieran afectar al resultado del análisis. Hemos considerado, por tanto, que para que la investigación tenga rigor científico es necesario que la selección de los programas haya sido aleatoria.

Por todo esto se han seleccionado los siguientes programas:

- Martes 6 de octubre de 2009
- Martes 5 de octubre de 2010
- Martes 4 de octubre de 2011
- Martes 9 de octubre de 2012
- Martes 8 de octubre de 2013
- Martes 7 de octubre de 2014
- Martes 6 de octubre de 2015
- Martes 4 de octubre de 2016
- Martes 10 de octubre de 2017
- Martes 9 de octubre de 2018

Los días 2 y 3 de octubre se han obviado por las diferencias que podrían presentar ya que el Día del Mayor se celebra el día 2 de octubre y podía introducir detalles distintos que modificaran la muestra.

Ante los cuestionarios realizados a través de muestreo sistemático solo se contempla un requisito. Puede contestar a la encuesta aleatoriamente cualquier periodista que trabaje en Andalucía y que conozca el medio audiovisual. La idea

de incluir esa variable es el hecho de que tengan cercanía con el objeto de estudio, es decir, que conozcan *Canal Sur Televisión* y las productoras audiovisuales andaluzas. Estas encuestas han sido distribuidas a través de asociaciones de prensa, del Sindicato de Periodistas de Andalucía, grupos de periodistas de WhatsApp y Facebook, con la idea de que la muestra sea lo más amplia posible y tanto de periodistas que trabajan para *Canal Sur Televisión*, para productoras audiovisuales andaluzas o ninguna de las dos cosas. Cualquiera de las tres opciones se incluye en una pregunta del cuestionario, para poder determinar que los periodistas participantes no ven la muestra desde el mismo punto de vista, es decir, como trabajadores o no de *Canal Sur Televisión* o de las productoras audiovisuales andaluzas. Con esto queremos conseguir una muestra lo más representativa posible. Más que numerosa que los entrevistados aporten la visión que tienen los profesionales andaluces sobre *Canal Sur Televisión* y la Estructura Audiovisual en Andalucía.

1.3.5.3 Medio televisivo

El televisor hace mucho que se convirtió en el centro del hogar, no solo por la ubicación, ya que se solía situar en el centro de la habitación principal del hogar, sino por ser el punto de reunión familiar. Aunque en los últimos tiempos el ordenador e internet han ocupado puestos importantes en la distribución de hogar, aún este aparato es el centro de núcleo familiar, incluso contando con aparatos en sitios tan íntimos como el dormitorio o la cocina. El papel primordial de la televisión en nuestros días es incuestionable. Pero, ¿qué ha hecho de este medio de comunicación un elemento central en nuestras vidas? ¿Qué tiene de particular frente a otros medios de comunicación? Como indica Cebrián Herreros (1998), la televisión conforma un sistema comunicativo peculiar:

La televisión mantiene un tronco común con los diversos medios y sistemas expresivos audiovisuales, pero a su vez dispone de elementos característicos técnicos, expresivos, organizativos, receptivos y, en suma, comunicativos, que la diferencian de los demás. (...) La televisión se caracteriza, sobre todo, por el establecimiento de una continuidad en las múltiples propuestas que ofrece hasta generar un supermontaje gracias a

la programación-emisión que une y vincula los diversos programas. (...) La televisión es un medio de transmisión en directo de los hechos sobresalientes de actualidad en la sociedad. (p. 33).

Con la llegada de la televisión en los años 30 la radio se vio desplazada, como había ocurrido anteriormente con la llegada de la radio frente al periódico. Del Rey (1998) considera que “la televisión, uno de los símbolos de la modernidad y de la democracia de masas, es también compañera de nuestras soledades y testigo de nuestra vida cotidiana.” (p. 35) Si cuando hablamos de la radio se dice que tiene dos características esenciales, el sonido y la inmediatez, al hablar de la televisión son otras las que prevalecen. No obstante, son muchos los autores, como Santín, Marina; Rodríguez, Raquel; y Fernández, José Gabriel (2009), que consideran que la particularidad que caracteriza a la televisión es que es la industria del espectáculo:

Ahora lo esencial es la imagen y, por otro lado, el espectáculo. La televisión lleva el espectáculo a casa y ofrece la imagen de los acontecimientos. Una imagen vale más que mil palabras y la audiencia prefiere ver un partido a leerlo en una crónica o escucharlo en la radio; o ver una película cómodamente en casa; o poder contemplar desde el sofá el deshielo del ártico de un poblado en la selva centro americana. (p. 159-160)

Estos autores determinan que el contenido que emite la televisión se puede dividir entre informativos y programas. Es una separación que también se observa en la radio, pero que es más extrema en el medio televisivo. Hay algo que se cumple tanto en un contenido como en otro y que diferencia a la televisión de otros medios de comunicación, es la importancia de la imagen:

Una noticia de poca relevancia, si cuenta con una buena imagen, es muy probable que sea una de las piezas del informativo, mientras que un acontecimiento relevante, como una explosión de gas o una revuelta callejera, si no tiene imágenes no se dará y se esperará a tenerlas, eso sí, lo antes posible. En este último caso, si es algo muy relevante se anuncia a cámara avisando de que se está preparando las imágenes. Por lo tanto, para los informativos de televisión, la imagen es capital. (Santín, M., Rodríguez, R., y Fernández, J. G., 2009, p. 160)

Cebrián Herreros (1998) también apunta este valor incondicional de la imagen:

Aunque el espectador haya recibido información por la radio, quiere comprobar con el sentido del que más se fía, con la vista, lo que ha ocurrido y cómo ha transcurrido. Es la capacidad de inmediatez la que le da su fuerza. (p. 35)

Otra característica esencial de la televisión es ser plataforma de entretenimiento. La televisión es un medio de ocio barato cuyo uso aumenta en los tiempos de crisis económica y viceversa. Cebrián Herreros (1998) llega a afirmar que: “la televisión ejerce una fascinación expositiva por encima de cualquier otro medio.” (p.34)

Los autores, como Santín, M.; Rodríguez, R. y Fernández, J. G. (2009) recogían el testimonio de Juan Pedro Valentín, ex director de Informativos Telecinco, en *Cuadernos de Periodistas* de enero de 2007 que explicaba así este papel de entrenamiento que ‘engancha’ a la población:

La televisión es básicamente un medio de entretenimiento. La gran mayoría de los que la conectan a diario buscan evadirse, divertirse, llorar o reír con historias diversas, enfadarse o alegrarse con triunfos y derrotas ajenas, medir su sabiduría en concursos o seguir con detalle su deporte preferido. Y también informarse. Está claro que no es la prioridad, pero resulta que las encuestas indican que cerca del 70 por ciento de las personas se informa preferentemente por la televisión según el CIS. (p. 161)

No obstante, Del Rey (1998) matiza la visión dada por Valentín y explica que:

La televisión, en realidad, no es un objeto unívoco, sino múltiple, y cada individuo se acerca a ella de manera distinta, con actitudes distintas, según su edad, su tiempo libre, su formación y sus preocupaciones culturales. La televisión es máquina de evasión y entretenimiento y máquina generadora de información, y siempre, en el entretenimiento y en la información, máquina productora de espectáculo, en la que el texto es siempre algo adjetivo, y la imagen es el único argumento, o el argumento predominante: ante ella todo lo demás debe deponer sus pretensiones, y adaptarse a los estrechos márgenes que admite la imagen y su capacidad de espectáculo. (p. 38)

Cebrián Herreros puntualiza cuáles son las características de la televisión como medio informativo. Entre ellas, la televisión es un medio audiovisual que participa de las peculiaridades de la información audiovisual, se le requiere legibilidad y

comprensibilidad para ser entendida por público generales y heterogéneos, la televisión busca sencillez para no exigir un esfuerzo excesivo, la televisión tiende a la simplificación pero reclama atención excluyente para su entendimiento, la secuencia temporal de la televisión está caracterizada por la fugacidad e irrepetibilidad de lo expuesto y con gran velocidad y ritmo, la televisión es un medio inmediato, la televisión al ofrecer la realidad en imágenes concretas resta imaginación, la televisión es espectáculo, busca el entretenimiento, la diversión, el discurso televisivo es redundante, etc.

Unas características que pueden entrañar peligros si los contenidos que se reciben a través de la pantalla no son recibidos y analizados en su complejidad y dentro de su contexto. Algo que advierte Pierre Bourdieu (1997):

Los peligros políticos inherentes a la utilización cotidiana de la televisión resultan de que la imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto de realidad, puede mostrar y hacer creer en lo que muestra. Este poder de evocación es capaz de provocar fenómenos de movilización social. Puede dar vida a ideas o representaciones, así como grupos. Los sucesos, los incidentes o los accidentes cotidianos pueden estar preñados de implicaciones políticas, éticas, etcétera, susceptibles de despertar sentimientos intensos, a menudo negativos, como el racismo, la xenofobia, el temor-odio al extranjero, y la simple información, el hecho de informar, *to record*, de manera *periodística*, implica siempre una elaboración social de la realidad capaz de provocar la movilización (o la desmovilización) social. (p. 27)

La repercusión del medio televisivo es más que patente. Una investigación del Centro de Estudio Pew, la organización de análisis de la opinión pública más prestigiosa de EEUU realizado en ocho países de la UE, entre ellos España, concluye que desde los 30 años los ciudadanos se informan casi exclusivamente a través de la televisión. Solo los menores de 30 años lo hacen por medio de internet, seguido directamente por el medio televisivo. Otro de los datos que se extraen de este estudio es que:

En España, por ejemplo, el 92% de los menores de 30 años considera que los medios son 'bastante o muy importantes para el funcionamiento de la sociedad del país', un porcentaje que cae al 86% entre los mayores de 50. La última gran diferencia atañe a la credibilidad de los medios. El cambio

generacional ahí es, de nuevo, dramático. Los jóvenes creen que la prensa no está haciendo bien su trabajo. Y en particular en España, donde la credibilidad de los medios de comunicación respecto a si son independientes del poder político y empresarial se desploma entre 10 y 20 puntos cuando se pregunta a los millennials³⁸.

En la obra *¿Y tú qué miras?* de la periodista Mariola Cubells (2013) se describe de forma muy gráfica la importancia social de la televisión:

Hay quien obtiene todo el estímulo intelectual de la tele. Esa gente conforma los 17.030.000 hogares que hay en España. De esos, 7.507.000 (un 44%) tiene un solo televisor en casa. Y 9.522.000 (el 56%) tiene dos o más. (...) El 86,6% de la población española la ve una media de cuatro horas y seis minutos. (...) Tres de cada cuatro formatos que se estrenan, fracasan. Solo cinco de las tres televisiones autonómicas superan el 5% del share. La TDT no ha cumplido ninguna de las expectativas que generó. La inversión publicitaria ha caído un 50% (de 3.500 millones a 1.700 millones) en cinco años. Hay un duopolio privado (Mediaset y Atres-media) que se lleva el 55% de la audiencia y el 84% del dinero de los anuncios. (p.10)

Otro dato que corrobora la importancia de analizar quién está detrás de los contenidos que llegan a los espectadores a través de la pantalla es el consumo de televisión que aún se hace en España y en Andalucía. Las cifras hablan por sí solas. Aunque el consumo de televisión haya descendido sigue siendo el medio de comunicación más influyente, según los datos extraídos del anuario de la Sociedad General de Artes Escénicas, Musicales y audiovisuales (SGAE) de 2018.

En 2017, la media del consumo televisivo alcanza el valor más bajo de toda la serie, 225 minutos de consumo por persona y día, lo que implica un descenso de cinco minutos de promedio diario por persona. Esta pérdida es más relevante entre los jóvenes de 13 a 24 años, más cercanos a las nuevas tecnologías de consumo audiovisual, y por el contrario el consumo continúa aumentando entre los mayores de 65 años. Sin embargo, si incorporamos otras formas de ver la televisión, este consumo llega hasta los 240 minutos por espectador y día, desglosándose la cifra en 225

³⁸ Ver <https://www.elmundo.es/television/2018/10/31/5bd8acbae5fdeaa2388b45e2.html> [Consultada en noviembre de 2018]

minutos de consumo en lineal o flujo, cuatro minutos de la audiencia en diferido (frente a los tres minutos de 2016) y 11 minutos de consumo de los invitados (que se incorpora este año gracias a la tecnología de medición de Kantar Media). Es decir, cuatro horas de consumo diario de televisión para los 44,6 millones de españoles que conforman el universo de consumo televisivo en nuestro país³⁹. (Anuario Sgae, 2019)

Por su parte las televisiones autonómicas públicas han mejorado cifras. El conjunto de las autonómicas promedia un 7,6% de cota de pantalla, lo que supone 0,2 puntos de mejora con relación al año anterior.

1.3.5.4. El soporte seleccionado, *Canal Sur Televisión*

El soporte en el que se emite el programa que hemos seleccionado para nuestro estudio de caso es la televisión pública andaluza, *Canal Sur Televisión*. Este canal de televisión será analizado en el punto 3 de este trabajo de investigación, en el epígrafe “Acercamiento a la Estructura de Producción Audiovisual en Andalucía: Contexto, precedentes y *Canal Sur Televisión*.” No obstante, queremos incluir en este apartado determinadas cuestiones que creemos de interés para analizar el soporte seleccionado y que no son en sí nuestro objeto de estudio, pero que ayudan a entenderlo. Así vamos a hacer un acercamiento a las audiencias de este canal público y al perfil sociodemográfico del espectador, ya que ambos aspectos pueden tener una relación directa con el programa “*La Tarde, aquí y ahora*” y, por tanto, con el corpus de estudio de este trabajo de investigación.

En 2018, el consumo promedio diario de televisión ha bajado. Mientras que actualmente es de 234 minutos por individuo en 2017 era de 240 minutos. Es decir, ha bajado el consumo en 6 minutos por persona y día. Asimismo, el número de personas que cada día conectan con el medio televisivo es de

³⁹ Datos extraídos del anuario de la Sociedad General de Artes Escénicas, Musicales y audiovisuales (SGAE) de 2018. Ver <http://www.anuariossgae.com/anuario2018/home.html> [Consultada en abril de 2019.]

31.433.000 espectadores, que corresponde a 904.000 menos que el año anterior⁴⁰.

Otro dato significativo es que las mujeres son las que más ven la televisión. En concreto estas destinan un promedio de 4 horas con 9 segundos. Asimismo, las personas de 45 a 64 años invierten 4 horas con 44 minutos en ver televisión y los mayores de 64 años 6 horas y 4 segundos.

Teniendo en cuenta que la audiencia de “*La Tarde, aquí y ahora*” es femenina y de estos dos nichos de edades, la audiencia objetiva del programa que analizamos es la que más televisión consume. Esto justifica la elección de este programa como objeto de estudio por lo que supone para una televisión autonómica como *Canal Sur Televisión*, cuyo perfil de espectador es de una mujer mayor de 65 años y de ocupación ‘ama de casa’ que vive en una población de menos de 50.000 habitantes

También es importante tener en cuenta la porción de audiencia que representa la televisión pública frente a la privada. La suma de las cadenas de titularidad pública representa el 19% del total de la televisión en España en 2018, mientras que las cadenas privadas suman el 75% de cuota de pantalla. En 2018 el conjunto de las autonómicas públicas han supuesto el 7,9%, 0,3 puntos más en relación a 2017 y su mejor resultado de los últimos cuatro años.

En esta mejora de la situación de las autonómicas públicas, vemos que el soporte que hemos seleccionado, *Canal Sur Televisión*, se encuentra la tercera en el ranquin por detrás solo de la catalana, *TV3*, con un 13,9% de share, y de la televisión gallega, *TVG*, con un 9,9%. *Canal Sur* la sigue con un 8,8%, aunque ha bajado un 0,5.

En cuanto a los géneros con mayor presencia en entretenimiento es el segundo en el ranquin y en concreto en las autonómicas la información es el género con más presencia, como también ocurre en *Canal Sur Televisión*.

Un año más, y por séptimo año consecutivo, *Telecinco* es la cadena más vista con un 14,1%, seguida de *Antena 3* con un 12,3%, lejos del 8,8% de *Canal Sur*

⁴⁰ Datos extraídos del análisis televisivo de 2018 realizado por Barlovento Comunicación una consultora audiovisual y digital especializada en consumo televisivo. Ver <https://www.barloventocomunicacion.es/> [Consultada en marzo de 2019.]

Televisión. Sin embargo, en su franja “*La Tarde, aquí y ahora*” es líder de audiencia. Es el contenido más visto en su franja de emisión superando al resto de propuestas televisivas. Así, el programa alcanza en el cuarto trimestre de 2018 una cuota de pantalla de 14,9% y una audiencia media de 340.000 espectadores⁴¹. Algo que le da fuerzas ante las constantes críticas de que *Canal Sur Televisión* ha dejado de ser el canal más visto por los andaluces.

Con menos del 3% del presupuesto consigues llenar el 8% de la parrilla. Y en audiencia supone el 20% de la audiencia del mes entonces es una fortaleza. Es que con menos del 3% de tu presupuesto consigues obtener el 20% de la audiencia que tiene la cadena eso es una gran fortaleza del programa. (Garrigós, G., 2019)

También el Defensor de la Audiencia corrobora los buenos datos del programa principal de *Indaloymedia* en *Canal Sur Televisión*:

El programa “*La Tarde, aquí y ahora*” me parece un programa interesante, que tiene una buena audiencia y que ha sido muy atacado sencillamente porque el duopolio no puede permitir que ese programa les moje la oreja un día tras otro en términos de audiencia. Eso es el programa más rentable de *Canal Sur Televisión*, creo que es respetuoso y creo que hace un servicio público. (Manfredi, A., 2019)

Es cierto que la televisión pública de Andalucía ha acabado el año 2018 con una cuota de pantalla del 9,0% en el último trimestre, según Kantar Media⁴², lo que mejora en tres décimas el dato del mismo trimestre de 2017 y con lo que remonta el share de la cadena en un año afectado por la retransmisión del Mundial de Fútbol y el crecimiento de los datos de audiencia de los *realitys* de las grandes cadenas nacionales.

Este repunte de la audiencia de la cadena pública de Andalucía en el último trimestre de 2018 ha sido de 0,9 puntos sobre el trimestre anterior y se ha visto corroborado con el 16,3% de share asignado a *Canal Sur Televisión*

⁴¹ Cifras extraídas de los datos oficiales dados por la Rtv. Ver <http://www.canalsur.es/rtva/canal-sur-television-cierra-el-ultimo-trimestre-del-ano-con-un-90-de-cuota-de-pantalla/1374351.html> [Consultada en marzo de 2019.]

⁴² Datos aportados por Kantar Media, empresa que realiza estudios de mercado, investigación y análisis de televisión. Ver <https://www.kantarmedia.com/es> [Consultada en marzo de 2019.]

en la última oleada del Estudio General de Medios. La cuota de pantalla media alcanzada por *Canal Sur Televisión* en el conjunto del año ha sido del 8,8%. Andalucía Televisión cierra el año con un share del 0,4%.⁴³ (Rtva, 2019)

No obstante, *Canal Sur Televisión* ha terminado el año con una media de 8,8% que son cuatro décimas menos que tres años atrás, siendo su tercer peor dato histórico. El informe de Barlovento Comunicación señala que *Telecinco* reafirmó su liderazgo en 2018 tanto en el territorio nacional como a nivel andaluz, aunque no se trata de la opción más vista a la hora que se emite el magacín objeto de nuestro estudio. En esa franja gana en cifras la televisión autonómica andaluza:

Es un programa que es una parte muy importante de la espina dorsal de *Canal Sur* y si se lo cargan, se cargan una parte muy importante de *Canal Sur*, muy importante desde el punto de vista del seguimiento, de la audiencia y de la tarea de servicio público. (Durán, J., 2019)

Es una realidad que solo en ocho años, entre 2008 y 2016, la pérdida de cuota de pantalla ha sido una constante. En 2008, *Canal Sur Televisión* era sintonizada por el 16,8% de los espectadores andaluces, un dato histórico además porque la situó en el primer puesto de la parrilla, empatada con la generalista privada *Antena 3 Televisión*.

Ese año supuso un punto de inflexión, iniciando a partir de entonces la televisión autonómica pública andaluza un camino descendente en lo que a audiencia se refiere y con pérdidas continuas que solo se frenaron, y muy ligeramente, en 2015.

Actualmente los datos de audiencia del programa que presenta Juan y Medio – que como ya hemos indicado es además socio fundador de la productora *Indaloymedia*- son los mejores de toda la cadena. “*La Tarde, aquí y ahora*” es líder absoluto en su franja horaria en Andalucía y según los últimos datos proporcionados por la consultora Barlovento, a día 10 de septiembre de 2019, con 297.000 espectadores y un promedio del 12,7% de cuota en el ámbito

⁴³ Datos oficiales proporcionados por la Rtva. Ver <http://www.canalsur.es/rtva/canal-sur-television-cierra-el-ultimo-trimestre-del-ano-con-un-90-de-cuota-de-pantalla/1374351.html> [Consultada en marzo de 2019.]

andaluz, el programa aporta a la cadena el 25% de su dato, es decir, de la audiencia de ese día de la cadena. Fue el programa más visto y ni los informativos llegan a los datos medios de la audiencia de “La Tarde”.

Aquí presentamos los datos de la última temporada donde se mantiene el diferencial en positivo de la aportación de “La Tarde, aquí y ahora” a las audiencias de Canal Sur Televisión.

2018 y 2019 – SERIES XXXVI, XXXVII y XXXVIII

SEMANA	FECHA	MEDIA
471	03/12-07/12	14.4%
472	10/12-14/12	15.3%
473	17/12-21/12	15%
474	24/12-28/12	12.8%
Diciembre 14.4%		
475	31/12-04/01	12.7%
476	07/01-11/01	12.9%
477	14/01-18/01	14.5%
478	21/01-25/01	14.7%
479	28/01-01/02	16.3%
Enero 14.2%		
480	06/02-08/02	14.2%
481	11/02-15/02	15.3%
482	18/02-22/02	13.1%
483	25/02-01/03	12.9%
Febrero 14.0%		
484	04/03-08/03	14.2%
485	11/03-15/03	14.7%
486	19/03-22/03	14,9%
487	25/03-29/03	13,9%
Marzo 14,3%		
488	01/04-05/01	14%
489	08/04-12/01	12.7%
490	15/04-17/01	11.8%
491	22/04-26/01	12.5%
Abril 13.6%		
492	29/04-03/05	11.3%
493	06/04-10/05	13.2%
494	13/05-17/05	12.8%
495	20/05-24/05	14.3%
496	27/05-31/05	14.3%

		Mayo 13.3%
497	03/06-07/06	15.2%
498	10/06-07/06	14.0%
499	17/06-21/06	14.1%
500	24/06-28/06	13.5%
		Junio 14.3%
		Temporada 14.0% (03/09/18-28/06/19)

2019 – SERIES XXXIX

SEMANA	FECHA	MEDIA
501	01/07-05/07	14.8%
502	08/07-12/07	14.2%
503	15/07-19/07	12.6%
504	22/07-26/07	13.7%
505	29/07-02/08	13.1%
		Julio 13.7%
506	05/08-09/08	14.3%
507	12/08-16/08	17.5%
508	19/08-23/08	17.1 %
509	26/08-30/08	16.5%
		Agosto 16.0%
		Temporada 14.9% (01/07/19-31/08/19)

Canal Sur

FECHA	MEDIA
Diciembre	9.1%
Enero	8.9%
Febrero	8.4%
Marzo	8.3%
Abril	7.7%
Mayo	8.0%
Junio	8.3%
Julio	7.3%
Agosto	8.0%

Diferencial con Canal Sur

FECHA	MEDIA
Diciembre	+5.3%
Enero	+5.3%
Febrero	+5.6%
Marzo	+6.0%
Abril	+5.9%
Mayo	+8.0%
Junio	+8.3%
Julio	+6.4%
Agosto	+8.0%

Desde el punto de vista histórico hay que señalar que cuando *Canal Sur Televisión* comenzó sus emisiones, la única otra televisión que se veía en Andalucía era *Televisión Española (TVE.)* Inicialmente las clases populares se adaptaron al nuevo canal, sin embargo, las clases altas seguían prefiriendo *TVE*. Pero el momento en el que se vio más perjudicada la televisión pública nacional fue en 1993 cuando se asentaron las televisiones privadas y los andaluces prefirieron el canal andaluz incluso por encima de *TVE*. Pero esto no duró mucho porque en 1997 se produce un repunte de la audiencia y *Canal Sur Televisión* se pone por encima de *Antena 3* y de *Telecinco*, solo superada por *TVE*. Con la llegada de la Televisión Digital Terrestre (TDT) el ‘pastel’ de la audiencia televisiva se ha tenido que repartir entre más cadenas. Esto ha provocado que la audiencia baje cuantitativamente. Tanto es así que en el periodo que incluye este trabajo de investigación, *Canal Sur Televisión* ha pasado de ser la televisión más vista por los andaluces a ser superada por *Telecinco*.

Finalmente, en referencia al soporte seleccionado no queremos finalizar este epígrafe sin analizar el hecho de que *Canal Sur Televisión* es una televisión pública y que un medio público no es un soporte más, según la Constitución

Española⁴⁴ debe cumplir unos determinados principios y aquí surge el debate constante de la necesidad o no de que existan medios de comunicación públicos.

La sociedad actualmente se informa a través de la televisión, pero paradójicamente existe una creencia generalizada de que los contenidos que esta transmite no son objetivos. Así, lo refleja, por ejemplo, esta noticia publicada en el periódico *ABC*, con gran tirada en Andalucía:

Un estudio desvela que más de un tercio de los andaluces están inquietos por el modo en que los medios tratan las noticias. (...) El estudio, que se basa en tres mil encuestas, refleja el considerable incremento del uso de la televisión como principal medio informativo, 40 puntos más que en 2016. Pese a todo, los andaluces consideran que la televisión es al mismo tiempo el medio audiovisual menos imparcial y plural.⁴⁵ (*ABC*, 2018)

Esta relación entre poder y medio público también se ha incluido en este trabajo de investigación con la hipótesis “Las televisiones públicas se convierten en las televisiones del partido político que en ese momento esté en el poder,” por lo que podemos ver en el apartado de conclusiones si este axioma queda o no corroborado.

1.3.5.5 El caso seleccionado. La productora Indaloymedia

Para el análisis de la Estructura Audiovisual en Andalucía hemos decidido hacer un estudio de caso, en concreto de la productora andaluza *Indaloymedia* S. L. Esta empresa es una productora audiovisual almeriense, por tanto, andaluza, creada por Juan Bautista Martín, más conocido como Juan y Medio, junto a su hermano, David Bautista Martín, Guillermo Garrigós González y José Manuel Fernández-Velasco Iglesias (en el mundo audiovisual, José Velasco.) Esta empresa nace en 2009 y tiene como primer encargo el programa “*La Tarde, aquí y ahora*”⁴⁶ que ha estado en emisión desde el 7 de septiembre de 2009 hasta la

⁴⁴ Se puede ver la norma en <https://www.boe.es/legislacion/documentos/ConstitucionCASTELLANO.pdf> [Consultada en abril de 2019.]

⁴⁵ Ver https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-andalucia-preocupada-manipulacion-informativa-201807201225_noticia.html [Consultada en noviembre de 2018]

⁴⁶ Ver <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/medios/Velasco-Guillermo-Garrigos-Medio-Canal/20090605000000055296.html> [Consultada en noviembre de 2018]

fecha en la que finaliza la acotación temporal de este trabajo de investigación, septiembre de 2019. Solo los meses de verano de 2012 no estuvo en emisión.

Esta productora es una más de las productoras andaluzas que llenan la parrilla de *Canal Sur Televisión* y que componen la Estructura Audiovisual andaluza. Se ha seleccionado esta empresa concreta como estudio de caso ya que el panorama audiovisual andaluz sería demasiado amplio e inabarcable para este trabajo de investigación y porque hemos considerado que los resultados del análisis de esta productora concreta pueden ser extrapolables a otros casos. Además, esta productora es idónea para contrastar las hipótesis de partida, así saber si una productora puede tener un papel fundamental en el desarrollo de *Canal Sur Televisión* y de la Estructura Audiovisual en Andalucía. Del mismo modo, si la Estructura Audiovisual andaluza y la productora *Indaloymedia*, no están al margen de los distintos conglomerados mediáticos mundiales que determinan los contenidos que hoy en día llega a los ciudadanos. Todo está interrelacionado; si *Canal Sur Televisión*, y el programa “*La Tarde, aquí y ahora*” de la productora *Indaloymedia*, ha favorecido la vertebración de Andalucía. Si *Canal Sur Televisión* ha cumplido con la obligación que recoge su normativa, la ley 18/2007 de 17 de diciembre, de fomentar el desarrollo del tejido audiovisual andaluz, y en concreto en el caso de la productora audiovisual *Indaloymedia*. También puede servir para comprobar si los medios de comunicación públicos, y por tanto los contenidos que se emiten en *Canal Sur Televisión* producidos por la productora *Indaloymedia*, tienen unas obligaciones hacia los ciudadanos que les exigen salirse de la tendencia actual generalizada de los medios de comunicación de comportarse como simples empresas cuyo objetivo es la búsqueda de beneficios. Asimismo, nos llevarán a poder o no afirmar que las televisiones públicas se convierten en las televisiones del partido político que en ese momento esté en el poder. Este análisis también busca comprobar si las televisiones públicas son necesarias para cumplir la función social que la Constitución Española encomienda a los medios de comunicación. Y, por último, corrobora si existen un grupo de productoras élite que se benefician por su relación con antiguos miembros de la Rtva y con el partido en el poder.

En la cuarta parte de este trabajo de investigación desarrollaremos esta productora y su magacín “*La Tarde, aquí y ahora,*” desde sus orígenes, el

proyecto inicial, la composición de la productora, el pilar de esta; el programa “*La Tarde, aquí y ahora,*” otros programas de la productora, el desarrollo de *Indaloymedia*, con su expansión dentro y fuera de Andalucía hasta llegar a su décimo aniversario.

1.4.6 Acotación temporal

Hemos decido realizar un estudio de caso de la productora *Indaloymedia* como parte de la estructura audiovisual en Andalucía y para ello necesitamos acotar el estudio temporalmente. El periodo temporal que vamos a analizar es desde la creación de la productora en 2009, pero poniendo el punto de partida en la primera emisión de su programa de referencia “*La Tarde, aquí y ahora*” que comenzó a emitirse el 7 de septiembre de 2009 y que ha continuado emitiéndose mientras que se ha realizado esta investigación, y hemos cerrado la investigación en septiembre de 2019, es decir, diez años después. Creemos que una década es un periodo suficientemente amplio para analizar una empresa audiovisual como esta. Además, nos vemos en la obligación de poner un punto de cierre en esta investigación para poder defender esta tesis doctoral dentro del programa de doctorado que estamos realizando en la Universidad de Sevilla. No obstante, la investigadora espera seguir investigando este objeto de estudio, en concreto, y en la estructura audiovisual en Andalucía, en general, tras adquirir la condición de doctora.

Por ello, hemos tenido que determinar para el análisis de los programas una muestra concreta. La muestra está formada por un programa por cada año seleccionado, es decir, uno de 2009, otro de 2010, otro de 2011, y así hasta 2019, donde cerramos la muestra. Aunque como ya hemos indicado, del año 2017 serán dos programas ya que también incluiremos en nuestro análisis el del día que se emitió el sketch que hizo que el Consejo Audiovisual de Andalucía abriera expediente a *Indaloymedia* y del año 2019 no incluiremos ninguno porque es la fecha de depósito de esta tesis doctoral.

No obstante, para ver qué diez programas seleccionábamos excluimos –como ya hemos explicado en el apartado de la “Elección del corpus”- los programas del periodo vacacional, porque consideramos que los cambios de redactores, incluso de presentador -ya que durante los meses de verano ha sido Rafael

Cremades⁴⁷ quien presentaba el programa, durante unos años, y posteriormente ha sido Eva Ruiz⁴⁸ la seleccionada-, y los cambios también de criterios de dirección del periodo estival, podrían desvirtualizar la muestra. No obstante, incluiremos un apartado sobre cómo cambian los contenidos en las parrillas veraniegas. Y como ya hemos explicado decidimos buscar para la investigación un mes que pudiera ser representativo y finalmente escogimos el mes de octubre. Se trata de un buen mes para hacer nuestro estudio ya que es un mes tipo y puede servir para representar a cualquiera del resto del año. Eso sí, evitamos los días 2, 3 y 4 de octubre, ya que el día 2 de octubre se celebra el Día del Mayor y muchas veces modifica la escaleta del programa. Y además seleccionamos un día concreto de la semana, el martes, para intentar que la muestra fuera lo más homogénea posible.

Finalmente, aunque se van a analizar una década de la productora *Indaloymedia*, los programas seleccionados para la muestra –como ya hemos indicado- son:

- Martes 6 de octubre de 2009
- Martes 5 de octubre de 2010
- Martes 4 de octubre de 2011
- Martes 9 de octubre de 2012
- Martes 8 de octubre de 2013
- Martes 7 de octubre de 2014
- Martes 6 de octubre de 2015
- Martes 4 de octubre de 2016
- Martes 10 de octubre de 2017
- Martes 9 de octubre de 2018

⁴⁷ Rafael Cremades es un periodista que durante años ha trabajado en *Canal Sur*, tanto en radio como en televisión. Entre sus últimos programas “Aquí estamos” o “Este es mi pueblo”.

⁴⁸ *Canal Sur* se convirtió en copresentadora del programa “La Tarde, aquí y ahora” y pasó a sustituir a Juan cuando tenía que ausentarse, siendo el periodo más largo las vacaciones de verano.

No obstante, también se analizará -aunque no como parte de la muestra- el programa del 4 de septiembre de 2017, ya que ocasionó una polémica que como ya hemos indicado merece ser parte de este estudio y se ha incluido en la parte cuarta de esta tesis doctoral⁴⁹.(El País, 2017)

1.4.7 Dificultades encontradas

Partimos de que la Estructura Audiovisual de Andalucía es un campo poco investigado. Si revisamos el material existente en la biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, aparte de algún trabajo de investigación fin de Máster o algunos libros que tratan parcelas concretas de la estructura, hay pocos trabajos monográficos que abarque en su generalidad y mucho menos si nos ceñimos al ámbito audiovisual. Este es el primer problema que nos hemos encontrado al enfrentarnos a este trabajo de investigación. Algo que inicialmente es un problema, pero también puede convertirse en un reto. El trabajar en algo que aún nadie ha trabajado en su complejidad es un atractivo aliciente que no disminuye la dificultad del estudio. Por eso, para la realización de este trabajo ha sido imprescindible acudir constantemente a fuentes de primera mano y en ocasiones a publicaciones que sabemos que pueden ser sesgadas. Dentro de estas últimas, publicaciones hechas por Rtvva o por Fundación AVA, en las que en la mayoría de los casos aparecen más visiones concretas de quien ha encargado su realización que datos objetivos que puedan describir el escenario audiovisual del momento en que fueron escritas.

Debido a la dificultad creada por la escasez de bibliografía, hemos tenido que acudir en repetidas ocasiones a publicaciones digitales donde hay más datos de los que se pueden encontrar en papel. Así, por ejemplo, los periódicos han sido una fuente imprescindible en esta investigación donde gracias al trabajo de investigación de diversos periodistas han salido datos que, aun habiéndolos solicitado a los protagonistas directos, no nos los han facilitado.

⁴⁹ El Consejo Audiovisual de Andalucía abrió un expediente al programa de La Tarde, aquí y ahora por unas imágenes en las que el presentador, Juan y Medio, cortaba la falda de la copresentadora, Eva Ruiz, con unas tijeras. Ver https://elpais.com/cultura/2017/09/13/television/1505324727_143740.html [Consultada en noviembre de 2018]

Pero este problema no solo lo observamos en relación a la Estructura mediática andaluza, sino que se ve aumentado cuando se trata de las productoras que forman parte de esta estructura audiovisual. Aunque son constante tema de discusión, no se encuentran estudios monográficos y rigurosos sobre las productoras audiovisuales andaluzas. Algunas investigaciones y algunos artículos han tratado el tema, pero siempre desde distintas perspectivas incompletas o sobre casos concretos, incluso se puede ver en ocasiones que son investigaciones interesadas, que muestran solo los datos que quieren o en los momentos más oportunos. Tanto unas como otras no dan una visión global de este campo.

Ante esta ausencia de material bibliográfico surge la necesidad de estudiar este campo impreciso. Un sector poco estudiado y que cambia con mucha rapidez y asiduidad. Este es otro de los problemas que se plantea ante cualquier trabajo de estructura de la comunicación, constantemente se dan noticias de compras, uniones, absorciones entre distintos medios de comunicación. Además, amparados supuestamente por la crisis económica se ha creado un escenario donde desaparecen empresas, medios de comunicación, productoras e, incluso, canales de televisión, y aparecen otros. Este panorama ha provocado que los datos concretos que aportemos en este trabajo de investigación puedan cambiar incluso desde la fecha de entrega a la fecha de su evaluación, aunque se estén contantemente actualizando hasta la entrega. No obstante, hay que tener en cuenta que esas variaciones no determinaran el resultado final de la investigación. Los datos concretos que hemos aclarado y las conclusiones a las que hemos llegado son extrapolables a las nuevas uniones que se puedan realizar entre medios y a otros nuevos que puedan surgir. Aunque es necesario tener en cuenta la cualidad efímera de los datos concretos aportados.

Pero esto no solo ocurre en la Estructura Audiovisual de Andalucía, es una constante que también en se da a nivel nacional. Se han encontrado dificultades a la hora de localizar obras que versen sobre esta temática concreta y por eso ha sido preciso también que recurrir a otras fuentes. Así hemos tenido que acudir sobre todo en los periodos más cercanos en el tiempo, a publicaciones digitales; tanto las páginas web de los grupos de comunicación como publicaciones aparecidas en los periódicos digitales. Si es cierto que algunos de los datos

hemos podido contrastarlos con la memoria reciente por no haber mucha distancia en el tiempo, sin olvidar que algunos de los datos publicados pueden ser “interesados” según donde aparezcan publicados. Asimismo, hemos tenido suerte porque en el último periodo de nuestra investigación se ha publicado el libro *El laberinto mundial de la Información* de Ramón Reig y Aurora Labio, que desglosa la estructura mediática y de poder mundial y en el que a su vez encontramos un capítulo sobre España muy esclarecedor para la investigación que hemos realizado. A partir de esa fecha nos hemos valido de artículos de revistas científicas, aportaciones en congresos o datos aparecidos en publicaciones en internet.

También queremos señalar que, en relación a los datos aportados más actuales, no existe la distancia suficiente para realizar un análisis claro y objetivo. Algo que no puede conllevar que no sean incluidos en nuestro trabajo de investigación, aunque no puedan ser analizados en toda su magnitud.

Estas son las dificultades que hemos encontrado sobre la Estructura Audiovisual de España y Andalucía, pero también existen al afrontar el estudio del caso concreto de la productora *Indaloymedia*, objeto de nuestro estudio. Una productora joven sobre la que apenas se ha escrito. Nuevamente las personas implicadas en el proyecto de creación de esta productora serán nuestras fuentes directas, y las personas que componen esta productora y en concreto el programa “*La Tarde, aquí y ahora*”, por lo que los datos aportados quizás no sean objetivos –consciente o inconscientemente- y tendremos que contrastarlos con personas ajenas que a su vez también pueden tener una visión desvirtuada o interesada de la realidad. No obstante, consideramos que acudir a diversas fuentes y distintas es la única forma de poder hacer un estudio equilibrado.

Frente a todas estas dificultades surge una más. En el periodo que hemos seleccionado para nuestro estudio, es decir durante estos 10 años, la persona que realiza la investigación ha estado trabajando seis años en la sección de Actualidad del programa de “*La Tarde, aquí y ahora*”. Es decir, que su vida profesional se ha desarrollado en la productora objeto de nuestro estudio. Esta situación privilegiada ha sido una ventaja a la hora de poder acceder al material o para poder presenciar decisiones o conversaciones que de otra forma no

habría podido conocer, pero a su vez, también ha supuesto una complicación en relación a la realización de este trabajo de investigación. Primero porque como investigadores ha tenido que excluir algunos aspectos y eliminar las apreciaciones personales, y porque en este trabajo de investigación pueden aparecer aspectos o apreciaciones que no coincidan con las de las personas que han sido sus superiores en el ámbito laboral.

No obstante, cuando hace unos años junto al director de esta tesis decidimos hacer la tesina inicial que posteriormente se ha ampliado dando lugar a esta tesis doctoral, nos reunimos con Juan y Medio, con Guillermo Garrigós y con la coordinadora de Actualidad de ese momento, Rosa Bellido, para exponerles nuestra intención de realizar este trabajo de investigación y todos apoyaron la decisión y se ofrecieron a colaborar en lo que les fuera posible. Es más, el propio Juan y Medio apostilló a modo de conclusión; “¿Tú vienes a pedirnos permiso para hacer un trabajo de investigación sobre nuestro programa? y yo sin embargo te doy las gracias por hacer este trabajo y abrirnos una puerta a la Universidad.”

Posteriormente cuando hemos decidido ampliar este trabajo inicial y darle envergadura de tesis doctoral nuevamente hemos encontrado todo el apoyo, aunque ahora la situación es distinta ya que la investigadora está desligada profesionalmente de esta productora tras haber trabajado durante tres años en otra productora audiovisual en Madrid.

Asimismo, cuando hemos dudado sobre si incluir o no un contenido, siempre hemos pensado en esa primera respuesta dada por Juan y Medio. Este trabajo no puede ser un panfleto que refleje los aspectos positivos de este programa y elimine los negativos, la universidad se merece mucho más. Este trabajo ha analizado qué es este programa, esta productora y su papel dentro de la estructura audiovisual de Andalucía que como hemos visto no queda al margen de la estructura audiovisual de España e, incluso, la mundial. Y todo esto con el objetivo de que sirva de material para el análisis crítico necesario para un ciudadano dentro de una Democracia.

Una vez decididos a llevar a cabo esta investigación nos hemos seguido encontrando con dificultades en cada paso. No se puede decir que haya sido

una investigación fácil de hacer. Como bien indicó en su entrevista el profesor titular Juan Luis Manfredi Mayoral, “quizás es que hay mucha gente a la que no le interesa que se sepan determinadas cosas.” Vamos a ir desglosando estas otras dificultades ya en el campo de trabajo.

Al ver que mucha de la información relevante y novedosa aparecía en periódicos, y que era además la que les llega a los ciudadanos y la que puede crear la imagen que de la televisión andaluza tienen los ciudadanos, decidimos no solo aportar los datos de estos textos periodísticos sino también acudir a los periodistas que los firmaban. Así escogimos a los periodistas que más han publicado sobre *Canal Sur Televisión* o sobre productoras audiovisuales en Andalucía y a los que han dado datos más novedosos sobre nuestro objeto de estudio. Vamos a explicar las dificultades encontradas en esta parcela. Primero la dificultad temporal, hay que tener en cuenta que los periodistas que trabajan para prensa diaria tienen poco tiempo disponible para dedicarlo a una investigación como esta. No obstante, la investigadora que realiza este trabajo ha conseguido los testimonios adaptándose a sus condiciones de disponibilidad. Finalmente se han seleccionado cinco periodistas de prensa. Antonio Salvador, Chema Ramírez, Francisco Andrés Gallardo, Pedro de Tena y Silvia Moreno. De los cinco periodistas de prensa que han sido incluidos en la investigación, dos han sido entrevistados presencialmente y otros tres enviando las preguntas escritas a través de correo online. El hecho de que las entrevistas fueran presenciales ha sido positivo por poder repreguntar y también observar la reacción de los profesionales ante cada pregunta, pero conllevaba la dificultad posterior de tener que transcribir estas entrevistas. En el caso de estos dos periodistas, Chema Ramírez y Francisco Andrés Gallardo, ninguno de los dos puso límite temporal a las entrevistas, aunque sí es cierto que se realizaron en días laborales y ambos mencionaron que les quedaba mucho trabajo por hacer. La entrevista del primero duró casi una hora (52:44 segundos), pero la del segundo llegó hasta más de dos horas (02:06:04). Ambas discurrieron en un clima distendido, aunque la primera fue en la sede del periódico para el que trabaja y la segunda en una cafetería, esto pudo afectar a los derroteros de las entrevistas. Así, en la primera -aunque las cuestiones eran muy similares- las respuestas estuvieron más ceñidas al contenido profesional y en la segunda se

introdujeron muchos más detalles profesionales-personales. También cabría mencionar que mientras los datos aportados por el periodista de *El Mundo* fueron los presupuestos por los contenidos que había publicado, los de la entrevista al periodista del *Diario de Cádiz* fueron muy distintos. En diversos momentos de la entrevista la investigadora llegó a decirle al entrevistado que parecía que la persona que estaba contestando esa entrevista era otra distinta a la que había escrito los artículos, ya que mientras lo escrito presentaba una crítica muy ácida en la entrevista presencial el contenido fue muy distinto.

Asimismo, hay que señalar que estas fueron de las entrevistas más complicadas porque los entrevistados -por el pasado profesional de la investigadora como trabajadora de productora audiovisual que realizaba contenidos para *Canal Sur Televisión*- podía pensar que las preguntas tenían una orientación concreta, algo que se fue desmintiendo a lo largo de las entrevistas.

También hay que reseñar como dificultad encontrada ante las entrevistas de estos cinco periodistas el hecho de que cada uno ejerce en un medio de comunicación, por lo que se entiende que sus declaraciones no pueden ir en contra de este medio, por lo que sus aportaciones tienen la dificultad de estar delimitadas por este aspecto.

A su vez se trata de medios de comunicación con determinada línea editorial, tendencia ideológica e intereses empresariales y económicos, por lo que también esto es una complicación en nuestra investigación. Ante esto se decidió buscar diversos medios para que hubiera más equilibrio. No obstante, hay que señalar que esto no fue fácil ya que los periodistas que más han escrito sobre *Canal Sur Televisión* y sobre productoras audiovisuales y que han aportado más datos novedosos sobre estas materias son de determinada tendencia ideológica, como veremos, y que se puede considerar contraria a la de *Canal Sur Televisión*. Así señalamos los periódicos *ABC*, *Diario de Sevilla*, *El Independiente*, *El Mundo* y *Libertad Digital*.

Otra de las dificultades encontradas ha sido el hecho de que personas que habían aceptado participar en la tesis doctoral finalmente han decidido no hacerlo. Así por ejemplo el caso de una de las periodistas que ha trabajado en diversas productoras que realizaban contenidos para *Canal Sur Televisión* y que

actualmente trabaja en este medio público que tras contestar las preguntas llamó a la investigadora para decirle que no podía participar. La periodista argumentó que estaba siendo muy dura en las respuestas porque no quería mentir, pero que en su momento profesional no podía dar esas respuestas porque era como morder la mano que le da de comer. Por lo que para no decir la verdad decidía mejor no participar en la tesis. Otro caso ha sido el de personas de la productora *Indaloymedia* que tampoco han querido formar parte de este trabajo porque consideraban que las cosas que pudieran decir podía afectar a su trabajo ya que el programa seguía en emisión mientras se realizaba esta investigación y que contestar a las preguntas que les mandaba podía perjudicar a su labor diaria, por lo que declinaban la invitación. Eva Ruiz, copresentadora del programa, tampoco quiso participar por no querer entrar a hablar de la polémica que surgió en torno al sketch que protagonizó junto con Juan y Medio y que hizo que el Consejo Audiovisual de Andalucía abriera expediente. Explicó que diversos medios habían intentado que ella diera una entrevista sobre lo sucedido y ella nunca había accedido por lo que tampoco quería hacerlo en esta ocasión pero que agradecía el ofrecimiento. En el caso de Juan y Medio dificultad fue muy distinta y tiene que ver exclusivamente con tener una agenda muy ocupada. Se trata de una persona que hace un programa en directo a diario más otro semanal, más otras cuestiones profesionales que le surgen. Juan y Medio ya participó en la anterior tesina realizada por la investigadora por lo que se sopesó si era necesario o no volver a entrevistarle. Se dejó pendiente hasta realizar la entrevista a su socio Guillermo Garrigós y finalmente se entendió que no era necesario. Se decidió que se podían rescatar muchas cuestiones, las fundamentales, de la entrevista de la tesina, y sobre el sketch en cuestión, él se había pronunciado y además Guillermo Garrigós en su entrevista también aportó la versión de Juan. Por esto, tratándose de una persona muy ocupada y con una agenda muy llena decidimos que no era necesario volver a entrevistarlo. Pero al final de nuestra investigación volvimos a planteárnoslo porque a lo mejor esto era contraproducente, porque quizás él quería participar y se había quedado fuera y porque quizás nos podía aportar otro punto de vista. Así que al final decidimos realizar la entrevista. La última de esta tesis doctoral.

Otra de las dificultades es que quisimos contar con el testimonio de Emelina Fernández Soriano ya que en el momento en que se realiza esta investigación es presidenta del Consejo Audiovisual de Andalucía, el mismo que dictaminó que Juan y Medio había incurrido en una conducta antijurídica por el sketch en cuestión. Asimismo, es licenciada en Derecho y doctora en Ciencias de la Comunicación con la tesis doctoral sobre la Industria Audiovisual en Andalucía, *La Rtva y el sector audiovisual andaluz: principios, orientaciones y resultados*, y es profesora titular de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, departamento de Comunicación Audiovisual. Por lo que pensamos que su testimonio podía aportar en esta tesis doctoral. En un primer momento nos dijo que sí, después nos dijo que, si podía ser por mail en lugar de presencial, una vez enviado en cuestionario nos preguntó que cuánto tiempo tenía para contestarlo y a pesar de darle un periodo abierto de tiempo para facilitar su colaboración ya que entendíamos su agenda, nos contestó que solo iba a contestar a algunas preguntas de la entrevista y que si aun así nos seguía interesando su participación. La respuesta fue afirmativa y al recibir la entrevista encontramos que solo había contestado cinco preguntas de las cincuenta que se le habían mandado. El cuestionario iba dividido en bloques y se le preguntaba sobre *Canal Sur Televisión*, sobre el Consejo Audiovisual de Andalucía, sobre la productora *Indaloymedia* (aquí se incluía la resolución sobre el sketch) sobre productoras audiovisuales, sobre el futuro de Canal Sur y preguntas sobre las hipótesis de partida de este trabajo de investigación. Al recibir las respuestas vimos que solo había contestado las cinco generales sobre la función del organismo de la que es presidenta.

Otra de las personas que finalmente no ha participado en la investigación ha sido la coordinadora de programas en *Canal Sur Televisión*, Susana Abella Duarte. Su papel es de nexo entre la televisión pública andaluza y el programa “*La Tarde, aquí y ahora*”. El 23 de enero de 2019 se le mandó el primer mail para participar en esta tesis doctoral. Al no tener respuesta, y por si había cambiado la dirección de correo electrónico, le intentamos contactar por redes sociales. El 29 de enero recibimos respuesta: “Nos vemos cuando quieras, por supuesto que puedes contar conmigo” y nos facilitaba su teléfono móvil. Se le envió el cuestionario de la entrevista. Pasados más de dos meses y viendo que no recibíamos respuesta

al cuestionario, el 3 de abril volvemos a escribirle y su respuesta es “Aún no me he puesto con él, ¿para cuándo es?” le aumentamos el tiempo de entrega y le damos un mes más para contestarlo. El día 13 de mayo volvemos a escribirle por no haber recibido nuevas noticias, “Lo siento, no puedo ayudarte con ese cuestionario. Me preguntas cosas que no puedo contestar. No soy autorizada para hablar en nombre de la cadena.” Le contestamos que entonces nos quedamos con la información dada por su superior subdirector general de la Rtva y director de *Canal Sur Radio y Televisión*, Joaquín Durán Ayo, que sí participa en esta tesis doctoral, sintiendo que no podamos incluir además la versión “en femenino” de diversas cuestiones. Cuatro meses han pasado desde nuestro primer contacto con la directora de programas y tres y medio de su aceptación a participar. En este tiempo también han declinado la participación la directora y subdirectora del programa de “*La Tarde, aquí y ahora*” dejando como portavoz al productor ejecutivo Guillermo Garrigós González.

Otro de los problemas a la hora de hacer esta investigación es que el hecho de basarse en entrevistas en profundidad se requiere que el entrevistado pueda ofrecerte tiempo suficiente y muchas veces nos dieron un tiempo limitado y tuvimos que condensar las preguntas. Así por ejemplo Joaquín Durán Ayo, subdirector de la Rtva y director de *Canal Sur Televisión* nos dijo al llegar a su despacho que solo podía dedicarnos una hora y sobre la marcha se intentó condensar las cuestiones en los puntos más importantes. También el profesor titular Juan Luis Manfredi nos dio una hora y como previamente nos había pedido el cuestionario de la entrevista, tenía las respuestas agrupadas y preparadas por lo que pudimos ir más rápido. En contraposición el director ejecutivo de la productora *Indaloymedia*, Guillermo Garrigós González estuvo tres horas contestando a las preguntas de esta tesis doctoral sin mirar el reloj ni reducir detalles en cada cuestión y posteriormente mandó documentación de apoyo a los datos aportados como las tablas de audiencia y los premios recibidos por los programas de la productora.

Otra de las entrevistas que habíamos querido hacer -y que después sustituimos por otras- fue la del catedrático Bernado Díaz Nosty. Nos parecía interesante incluirlo por ser consejero de *Canal Sur* durante dos legislaturas y promotor del Consejo Audiovisual de Andalucía, pero decidió no participar argumentando que

su visión era muy crítica, “no creo que te vaya a servir de mucho mi testimonio, por eso prefiero no participar. Hace muchos años que no veo *Canal Sur* y, claro, desconozco los programas de Juan y Medio.” Y nos deseó suerte en la investigación.

También ha quedado fuera por no tener tiempo para contestar la entrevista el catedrático Manuel Ángel Vázquez Médel. Lo hemos intentado en repetidas ocasiones por haber realizado trabajos académicos sobre *Canal Sur*, por haber sido presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía y por sus conocimientos como catedrático. Pero finalmente no ha sido posible.

Otra de las dificultades que queremos reseñar es el hecho de que inicialmente queríamos hacer una tesis si no paritaria por lo menos equilibrada en cuestión de género. Pero nos hemos encontrado con varios problemas; el primero es que a pesar de que el programa objeto de nuestro estudio está compuesto en su mayoría por mujeres, los puestos directivos son masculinos por eso era difícil equilibrarlo y, en segundo lugar, las mujeres que estaban en un segundo escalón de responsabilidad no han querido participar asegurando que el testimonio de sus superiores era suficiente. Ante este panorama hemos intentado buscar en las otras parcelas a mujeres, pero también nos ha resultado difícil. La mayor parte de los entrevistados que han dicho que no iban a participar eran mujeres. Así periodistas que han escrito sobre *Canal Sur Televisión*, otras que trabajan en la cadena, estudiosas... Afortunadamente hemos podido contar con Noelia Alcántara Rueda, subdirectora de “*En Compañía*” y periodista que lleva veintidós años trabajando en televisión, y Paz García Santana, periodista que trabaja en la actualidad en *Canal Sur Televisión* y desde hace veinte años, para poder tener el punto de vista femenino también.

Por último, señalar que cuando la investigadora que realiza esta tesis doctoral estaba inmersa en su investigación hubo un cambio en el Parlamento de Andalucía dejando la presidencia el Partido Socialista. Por este giro pensamos que personas fundamentales como el subdirector general de la Rtv a o el productor ejecutivo de *Indaloymedia* no quisieran participar en este trabajo. Finalmente, los cambios no han afectado a la investigación y afortunadamente se ha podido cerrar, pero los cambios ya han empezado a materializarse. Entre

los que más afectan a la productora audiovisual que estamos analizando el hecho de que el programa “*Menuda Noche*”, que empezó a emitirse el 24 de septiembre de 2004 y que ahora produce *Indaloymedia*, ha quedado fuera de la parrilla y no volverá en la temporada que comienza en septiembre de 2019. No es único cambio que se ha producido con la permuta de gobierno en la Junta de Andalucía. Un ejemplo más de la relación entre la política y los contenidos que se emiten en la televisión pública andaluza:

El nuevo gobierno ha tomado definitivamente el control de la Radio y Televisión de Andalucía. La toma de posesión de la nueva dirección de la Rtvva, con Juande Mellado, a la cabeza, va a tener consecuencias con efectos inmediatos y una de las primeras tiene en el objetivo a las productoras que durante años han mantenido relaciones privilegiadas con la cadena, las conocidas como pata negra por sus vínculos con directivos o con el PSOE. (*El Mundo*, 2019)

Entre los cambios que se enuncian, por ejemplo, la forma de contratar programas externos:

Por el momento, desde la dirección de Rtvva se ha cambiado radicalmente la forma de contratar programas externos. De encargarse directamente un formato a una productora concreta -el modelo tradicional- se va a pasar a pedir propuestas para un determinado programa a todas las productoras que estén interesadas. Una especie de concurso público en el que el coste va a ser uno de los elementos clave a la hora de decidir. Ya se ha abierto un proceso de este tipo para buscar un nuevo formato televisivo para las mañanas televisivas y una de las propuestas incluye como presentadora estrella a Mariló Montero. (*El Mundo*, 2019)

El director general de la Radio Televisión de Andalucía (Rtvva), Juande Mellado, ha asegurado que revertirá el funcionamiento que hasta ahora ha tenido la contratación de productoras en Canal Sur, ya que no se harán encargos directos sino que se abrirá la contratación a todo el sector en Andalucía y se brindará a las empresas la oportunidad desde el comité de antena para que compitan, salvo contadas excepciones, en concurso público para poner en práctica las ideas que se propongan

desde el ente, ideas que, además, podrán proponer y registrar directamente los profesionales de la casa. (ABC, 2019)

Cambios que no sabemos si conseguirán los objetivos necesarios pero que se señalan como necesarios en las conclusiones de esta tesis doctoral.

En las noticias sobre estos cambios la productora *Indaloymedia* una vez más se encuentra en el centro:

Entre los *damnificados* sobresale un nombre propio, el del popular presentador Juan y Medio, que actualmente conduce, y produce con su propia empresa, dos programas. De ellos, sólo uno se mantendrá, La tarde. El otro, Menuda noche se cae de la parrilla que se ha empezado a preparar de cara a la temporada que empieza en septiembre. Aunque no acaban ahí los recortes al almeriense, puesto que los directivos de Canal Sur tienen la intención de renegociar la factura que para la cadena pública supone el programa vespertino, que, al menos por ahora, no corre peligro. (*El Mundo*, 2019)

Incluso señalando que los cambios para esta productora aún pueden ser más:

A falta de una reforma más profunda, con la definición e implantación de un nuevo modelo, ya se conoce el primer lavado de cara de Canal Sur. Juande Mellado y Rafa Porras quieren quitarle caspa a la programación, aligerarla de “charanga y pandereta” y ofrecer una imagen renovada y más acorde a la Andalucía de hoy. Y para ello, entre las primeras decisiones, están la de prescindir de María del Monte, y reducir la presencia de Juan Y Medio al programa de la tarde, o lo que es lo mismo, dejarlo “a medias”. Mariló Montero pasará ser el rostro más *celebrity* de la nueva Canal Sur. Es la manera elegida para dar un revulsivo a la parrilla. (*Extradigital*, 2019)

Todos estos cambios, como ya se ha apuntado, se debe a los cambios en el gobierno de la Junta que han conllevado también cambios en el organigrama de la Rtv, en el consejo de administración, en el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), en la comisión de control de la Rtv en el Parlamento de Andalucía... Entre los cambios más significativos para este trabajo de investigación es que

Joaquín Durán Ayo ya no está en la dirección de Canal Sur y ha sido sustituido por Juan de Dios Mellado, mientras que Durán ha pasado a formar parte del CAA. Y también en este último organismo otro de nuestros informantes claves Mateo Rísquez, hasta ahora en el consejo de la Rtva⁵⁰.

Hemos incluido todos estos cambios, pero no podemos asegurar que no se den más en la televisión autonómica o en las productoras que trabajen para ella antes de la defensa de esta tesis doctoral, aunque ya no afecten al objeto de estudio y el periodo temporal analizado.

A pesar de todas las dificultades señaladas entendemos que hemos conseguido acceder a material suficiente para que este trabajo de investigación tenga rigor académico. Asimismo, nos reafirmamos en la oportunidad, el interés de este trabajo de investigación y en el deseo de los resultados conseguidos sirvan de material para el análisis crítico necesario para un ciudadano dentro de una Democracia.

1.4.8 Plan de trabajo

Para explicar el plan de trabajo realizado hay que tener en cuenta determinadas variables. La investigadora que realiza este trabajo de investigación cuando se inscribió en este Doctorado Interuniversitario en Comunicación ejercía como reportera en un programa de televisión. Esto hizo que decidiera inscribirse a tiempo parcial. Así tendría cinco años para finalizar su tesis doctoral, aunque fuera ofreciendo sus avances anualmente. En este periodo la investigadora se quedó embarazada y tuvo que hacer uso de su baja maternal para el cuidado de su hija. Tras esto decidió dejar su trabajo como periodista en televisión por lo que junto al cuidado de su bebé siguió con la investigación tanto para esta tesis doctoral como para ir aumentando su currículum como investigadora y como docente. Así ha presentado comunicaciones a diversos congresos, ha publicado

50 Podemos obtener información más detallada sobre estos cambios en <https://www.diariosur.es/andalucia/nuevo-consejo-audiovisual-20190715185336-nt.html> y https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-radio-y-television-andalucia-cambio-llega-canal-201907181444_noticia.html [Consultadas en agosto de 2019.]

en revistas científicas, ha impartido clases y talleres sobre periodismo. No obstante, ha conseguido finalizar esta investigación antes del tiempo previsto.

Asimismo, señalar que, aunque tuviéramos configurado un cronograma inicial, el depender de las personas a las que teníamos que entrevistar ha hecho que las fechas se ajustaran a los informantes claves. También la celebración de unas elecciones autonómicas modificó el cronograma. Aun así, pudimos recuperar el tiempo perdido más adelante.

AÑOS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
2017	Revisión bibliográfica y localización de fuentes imprescindibles	Revisión bibliográfica y localización de fuentes imprescindibles	Revisión bibliográfica y localización de fuentes imprescindibles	.Revisión bibliográfica y localización de fuentes imprescindibles .Localización de las productoras: a)Hemeroteca. A través de los programas b)Contactar con: - RTVA - Fundación AVA - Asociaciones audiovisuales	Localización de las productoras: a)Hemeroteca. A través de los programas b)Contactar con: - RTVA - Fundación AVA - Asociaciones audiovisuales	Localización de las productoras: a)Hemeroteca. A través de los programas b)Contactar con: - RTVA - Fundación AVA - Asociaciones audiovisuales

AÑOS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
2018	Localización de estudiosos de las productoras audiovisuales en Andalucía. Y estudio del estado de las productoras a nivel nacional y andaluza.	Localización de estudiosos de las productoras audiovisuales en Andalucía. Y estudio del estado de las productoras a nivel nacional y andaluza.	Localización de periodistas especializados en Canal Sur Televisión Y políticos que participen organismos en la Rtva.	Empezar fijar entrevistas, preparar los cuestionarios. Y empezar a redactar, Leer todo lo nuevo que va saliendo.	Empezar fijar entrevistas, preparar los cuestionarios. Y empezar a redactar, Leer todo lo nuevo que va saliendo.	Paro en las entrevistas por las elecciones andaluzas. Seguir redactando y leyendo lo nuevo que se publica.

AÑOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
2019	Cerrar las entrevistas. Seguir redactando y leyendo lo nuevo que se publica.	Entrevistas informantes claves más importantes; Joaquín Durán y Guillermo Garrigós. Transcribir entrevistas y seguir redactando y leyendo lo nuevo que se publica.	Entrevistas a informantes claves. Encontrar nuevas voces para las entrevistas que se caen. Transcribir entrevistas y seguir redactando y leyendo lo nuevo que se publica.	Entrevistas a informantes claves. Encontrar nuevas voces para las entrevistas que se caen. Transcribir entrevistas y seguir redactando y leyendo lo nuevo que se publica.

AÑOS	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
2019	Terminar entrevistas a informantes claves. Transcribir entrevistas y seguir redactando y leyendo lo nuevo que se publica.	Transcribir entrevistas y seguir redactando, actualización de datos, y leyendo lo nuevo que se publica. Pendiente de los cambios que se puedan producir con el nuevo gobierno y de cara a septiembre.	Entrega tesis doctoral a director de tesis para revisión	Revisión y arreglos y actualización de últimos datos	Inclusión de últimos datos y novedades y cierre de fecha de análisis

SEGUNDA PARTE. APROXIMACIÓN CONTEXTUAL A LA ESTRUCTURA AUDIOVISUAL EN ESPAÑA

2.1 Introducción

2.2 El duopolio audiovisual nacional

2.2.1. Inicio de la televisión

2.2.2. La llegada de las televisiones privadas

2.2.3. Duopolio. Mediaset y Atresmedia

2.3 Las televisiones autonómicas en España

2.3.1 El origen de las televisiones autonómicas

2.3.2 Origen de Canal Sur

2.3.3 La Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA)

2.3.4 Televisiones autonómicas de ámbito privado

2.4 Las empresas productoras audiovisuales de ámbito nacional

2.1 INTRODUCCIÓN

Actualmente es difícil negar que existe una estructura mundial de la información. Son muchos los autores que han trabajado sobre la materia y que han hecho una detallada descripción del entramado que actualmente existe⁵¹. Así, la obra de Ramón Reig y Aurora Labio, *El laberinto mundial de la Información, Estructura mediática y poder*, publicada en 2017. El sector mediático español no escapa a esta estructura mundial de la información. Los grandes grupos también tienen ramificaciones en nuestro país. En Reig (2011) encontramos los distintos grupos de comunicación que operan en España. Entre ellos, el Grupo Prisa, el Grupo Unedisa-Recoletos o Unidad Editorial, el Grupo Vocento, el Grupo Planeta, el Grupo Telefónica-Admira, Grupo Zeta, Grupo Godó y el Grupo RTVE. Y junto a estos otros grupos relevantes como el Grupo Moll o Prensa Ibérica, el Grupo Voz, el Grupo Imagina, el Grupo Joly, el Grupo Promecal, el Grupo Intereconomía y el grupo de RBA Editores, todos ellos determinan la información en España. En la tesina realizada por esta investigadora, *Estructura audiovisual y periodismo en Andalucía: Productora Indaloymedia (2008-2012)*, se nombraron estos grupos detallando sus cabeceras principales, pero en el trabajo actual vamos a centrarnos en la Estructura Audiovisual que es la que nuestro objeto de estudio. Y es que el sector televisivo es el de más peso en el mercado mediático en España, con una importante cuota del mismo. Por tanto, haremos una aproximación a la situación de los grupos audiovisuales empezando por cómo se ha llegado al duopolio audiovisual que actualmente reina en televisión. Posteriormente haremos también un acercamiento al nacimiento, desarrollo y situación actual de las televisiones autonómicas dado que nuestro objeto de estudio es una productora cuyo principal cliente es la televisión autonómica andaluza. Por último, daremos unas pinceladas, que sirvan de aproximación contextual a las empresas audiovisuales en el ámbito nacional.

⁵¹ Autores como Enrique Bustamante, José Vicente, García Santamaría, Edward S. Herman, Robert W. Mcchesney, Aurora Labio Bernal, Rosalba Mancinas-Chavez, Fernando Martínez Vallvey, Víctor Núñez Fernández, Armand Mattelard, Alberto Moncada, Sara Núñez de Prado, María Antonia Martín Díez, Pedro Orive Riva, Fernando Quirós, Ramón Reig y Pascual Serrano, entre otros.

2.2 EL DUOPOLIO AUDIOVISUAL NACIONAL

2.2.1. Inicio de la televisión

Podemos fechar los inicios de la Estructura Audiovisual en España en 1923, fecha en la que la radio comienza a emitir en la nación. Es este el embrión en que se fragua una Estructura en la que en la actualidad se engloban tanto los tradicionales elementos, la radio y la televisión, como la moderna red de Internet. Hoy día los medios son multimedia. Pero el nacimiento de la televisión en España fue después, en el año 56 así lo narra Manuel Palacio (2005)

En 1956 llega la Televisión llega a España, es decir, el electrodoméstico que empezó a ocupar nuestro tiempo en la década de los sesenta. Es difícil no recordar imágenes de la gente agolpada a los escaparates de las tiendas en las que vendían televisores, alucinada por este gran invento. Y difícil digerir que había personas que hablaban dentro de una pequeña caja cuadrada. Manuel Palacios en su libro *Historia de la televisión en España* recoge las palabras de cómo el escritor leonés Julio Llamazares narraba en su obra *Escenas del cine mudo*, la catarsis que supuso la llegada de la televisión a su pueblo en 1963. Y lo hacía de esta manera. “Yo apenas comí ese día. Estaba tan nervioso que ni siquiera fui al cine pese a que la televisión no empezaba hasta las siete y la película del cine terminaba una hora antes. Una hora antes de la anunciada, en el bar no cabía un alfiler (...) Había gente por el suelo, encima de las mesas, en los bordillos de las ventanas y al otro lado del mostrador. Los que se habían quedado fuera, entre tanto discutían con los de adentro para que se agacharan y les dejaran ver.” (p. 50)

Y así fue ocurriendo por todas las ciudades y pueblos españoles a los que iba llegando la televisión. Aunque las emisiones regulares de televisión comenzaron el 28 de octubre de 1956, no sería hasta 1963 cuando la red abarca un porcentaje considerable del territorio español. A finales de 1965 alrededor del 75% del territorio nacional tenía cobertura televisiva. Se comenzó emitiendo tres horas diarias en 1956 y en 1963 ya se emitían nueve horas.

Palacios hace un recorrido por la evolución de la televisión desde sus orígenes y explica que, en 1956, poco más de un año después de que comenzaran las

emisiones de *RTVE*, la Dirección General de Radiodifusión inició la publicación, solo para abonados, de la revista *Telediario*, programa semanal de la *TVE*. El *Telediario* había nacido con una vocación de informar sobre la programación y con el deseo de actuar como canal de comunicación entre *Televisión Española* y sus primeros telespectadores. Pero quizás la madurez televisiva no llegó hasta 1964, cuando se comenzó a emitir el programa “A toda plana” que proponía ya un nuevo estilo narrativo y formal- el del reporterismo televisivo-. No obstante, en 1966 las reflexiones tendían a subrayar una cierta “ingenuidad informativa” de la televisión, basándose en el sentido fugaz de las noticias de la pequeña pantalla. En otros casos, la exploración de las posibles potencialidades de un método periodístico televisivo, autóctono del escrito, quedaba reducida a la exclusiva aplicación de criterios puramente técnicos o formales, pero no cuestionaban otras claves de carácter semántico. En esta misma lógica, por ejemplo, los propios responsables de *TVE* alegaron en 1966 que cualquier mejora de sus espacios informativos pasaba por el incremento y mejor utilización de los medios técnicos para hacer más atractivos los programas, pero no por una revisión de la lógica de sus contenidos.

En 1969 se funda el segundo canal de *TVE*, llamada UHF, lo que es hoy *TVE2* o *La2*. Un canal que nace “para la inmensa minoría”, filosofía que se sigue manteniendo hoy. Todo el mundo dice que el informativo de *La2* es el mejor y que les encanta los documentales de *La2*, pero los números no lo corroboran; o quizás lo que marca la diferencia no es verlos sino simplemente decir que se ven. Un punto importante para los inicios de la globalización de la información y de los grupos multimedia con implicación internacional se da con la fundación y consolidación de la OTI, Organización de Televisión Iberoamericanas, en 1971-1973. Sería el primer puente audiovisual entre España y América Latina, con unos 300 millones de espectadores potenciales.

A partir de esta fecha comienza la implantación de la televisión y su desarrollo local. Con la llegada de los 80 aparecen los vídeos comunitarios y las primeras televisiones locales. Las pioneras fueron Cataluña y Andalucía. Con esto la televisión se vuelve más cercana, más local. Al descubrir el interés de la gente por la televisión, la administración también quiere estar ahí, y nace el Grupo *RTVE*. No obstante, las empresas privadas no se quedan paradas, y aunque aún

es pronto para que puedan abarcar el espectro audiovisual sí surgen numerosas cadenas de radio privadas. Entre ellas, *Antena 3 Radio, Cadena 80, Cadena Rato, Radio 16*, entre otras.

Poco después la expansión es imparable y comienzan a emitir las televisiones autonómicas, todas ellas públicas, ya que todavía las empresas privadas no pueden afrontar la complejidad que supone el montaje de una televisión.

2.2.2. La llegada de las televisiones privadas

A finales de los ochenta, la televisión deja de estar en manos de los gobiernos y pasan a manos privadas. Inicia el ascenso del poder de las empresas con capital audiovisual. Sin embargo, la liberación del sector televisivo se materializó plenamente en 1989-1990 con la creación de tres televisiones privadas, dos de ellas generalistas (*Antena 3 TV y Telecinco*) y una primera televisión de pago (*Canal Plus*), a la que, con cierta posterioridad, en 1997, se sumaría una televisión digital (*Vía Digital*).

La primera en comenzar sus emisiones fue *Antena 3 Televisión*, impulsada por *Godó* (Prensa Española) en enero, y poco después, en el mes de marzo, *Telecinco* de Berlusconi, la *Once* y *Anaya*. También aparecerá posteriormente en septiembre *Canal +*, de *Prisa*, pero codificada, es decir que solo se veía de manera nítida en las casas que pagaban una cuota por la emisión. Esto significa el fin del monopolio de *TVE* y sus primeras pérdidas.

En este punto el modelo televisivo comercial, ejercido primero por *TVE*, y ampliado posteriormente por el resto de los canales públicos, crecía y se complicaba. No solo se multiplicó el número de emisoras, sino que ya a lo largo de los ochenta se ampliaron los horarios, inaugurándose las emisiones matinales y de sobremesa y, sobre todo, los contenidos televisivos se fueron sesgando más claramente a favor de los programas de entretenimiento.

La irrupción de las televisiones autonómicas, pero, sobre todo, la llegada de las privadas generalistas supuso la creación de un mercado televisivo relativamente amplio, en el que el espectador puede comparar y decidir qué productos desea consumir. Es en este escenario donde el público tiene más capacidad para hacer valer sus gustos y preferencias. De hecho, ya que las empresas televisivas

tienen por objetivo maximizar la audiencia, los intereses de los espectadores son muy relevantes para la organización de la oferta.

Entre 1996 y 1999 aparecen dos plataformas digitales: *Vía Digital*, creada por *Telefónica*, *Televisa*, *Direct TV*, *grupo Zeta*, *El Mundo*, *Recoletos*, *Cope*, etc. y *Canal Satélite Digital*, del Grupo *Prisa*.

En esta misma época se implanta la llamada externalización de la producción en las televisiones autonómicas, como ejemplo, *TVC* encarga la mayor parte de sus programas a una empresa ligada a *Prisa*.

El desarrollo de las televisiones y de los grupos audiovisuales ya no tiene freno y a inicios del año 2000 empieza el desarrollo de la Televisión Digital Terrestre (TDT). Nace *Quiero TV*, propiedad de Edesa (*RETEVISIÓN*), *Planeta*, *BSCH*, *Iberdrola*, *Telecom Italia*, *Media Park (Telefónica)*, cajas de ahorros, etc.

En 2002 se fusionan las dos plataformas digitales de televisión por satélite y nace *Digital+*. Al mismo tiempo el panorama radiofónico gira en torno a *Telefónica* - *Prisa* y la televisión privada en abierto empieza a dar beneficios. Aquí empieza la concentración mediática, es más incluso se unen *Telefónica* y *Prisa*, que supuestamente eran rivales.

Entre 2001 y 2007 parecen nuevas televisiones autonómicas de titularidad pública y en 2005 nace la corporación *RTVE* de titularidad cien por ciento pública. Sin embargo, *TVE* ha perdido su primacía de audiencia adquiriéndola *Telecinco* y *Antena 3 Televisión*.

Entre 2005 y 2006 se produce un gran impulso de la TDT al concedérsele canales a todas las televisiones privadas y a *TVE*. Ya se miraba al apagón analógico de 2010. También aparecen nuevas televisiones en abierto: *Cuatro (Prisa)* y *La Sexta (IMAGINA-Televisa)*, en 2005. En este mismo año aparece *Punto Radio de Vocento*.

Se desborda la oferta tanto en radio como en televisión. La lucha por la audiencia es imparable y el poder está cada vez en menos manos, eso sí, polarizado entre emisoras que apoyan al PSOE o al PP.

2.2.3. El duopolio. Mediaset y Atresmedia

En 2008 comienza progresivamente el apagón analógico. Comienza así una era histórica del audiovisual en España. Sin embargo, aunque aumenta la oferta, eso no quiere decir que haya más diversidad. Eso sí se fragmentará más a la audiencia buscando sobre todo la selección por criterio adquisitivo para poder así hacer rentable a una excesiva oferta. También este año empiezan a desaparecer televisiones, destacable *Localia* del Grupo *Prisa* que deja de emitir. Y se da otro fenómeno, la tendencia a la fusión. Aumenta así la concentración mediática. Las cadenas pueden tener accionistas comunes, todo esto auspiciado por la crisis económica que se está viviendo no solo en España sino a nivel mundial. Hay que tener en cuenta que en España en 2008 tenían concesión de TDT seis empresas: *RTVE*, *Mediapro*, *Planeta*, *Mediaset*, *Prisa*, *Vocento* y *Unedisa*. Serán ellas las que puedan seguir emitiendo tras el apagón analógico de 2010. Aquí se va a empezar a fraguar el oligopolio informativo de los grandes multimedia que ahora estamos viviendo. Es más, en noviembre de 2009 *Telefónica* compra a *Prisa* el 21 por ciento de las acciones de *Digital+*. Es decir, regresa la alianza *Prisa-Telefónica* por las dificultades económicas de *Prisa*. En mayo de 2009 el gobierno, en manos del PSOE, aprueba una *RTVE* sin publicidad (respuesta al cuestionamiento de la UE sobre la forma de financiación de *TVE*, en los que a aportación privada se refiere.)

Es a partir de este momento cuando el pastel publicitario va a estar solo en mano de las televisiones privadas, pero ¿y la audiencia? Sospechosamente coincide con el permiso dado por el Congreso a finales de mayo de 2009 para que las cadenas de televisión se puedan unir entre sí (Reig, 2011.) Algo que aumentará la concentración mediática, ya que solo se pone como límite que la audiencia máxima acumulada de los operadores que tienen acciones en distintas compañías no supere el 27% de la audiencia total.

En 2009; *Prisa* e *IMAGINA* anuncian la fusión de *Cuatro* y *La Sexta* para monopolizar las retransmisiones del fútbol. Algo que tiene mucha importancia teniendo en cuenta que la cadena que tiene la audiencia del fútbol tiene la audiencia en general por el seguimiento que hay respecto a este deporte. Sin embargo, esta posible unión genera muchas disputas internas. Finalmente, esta

unión no llega a buen puerto y a finales de 2009 *Prisa* y *Fininvest-Mediaset* (Berlusconi) anuncian la unión de *Telecinco* y *Cuatro*. Asimismo, los medios anuncian que *Antena 3 Televisión* y *La Sexta* han llegado a un acuerdo.

Por su parte, la televisión pública, sin publicidad ha crecido 2 puntos y se sitúa en primer lugar de audiencia, seguida de *Telecinco* y *Antena 3 Televisión*.

En enero de 2010 es aprobada en el Congreso la Ley General de la Comunicación Audiovisual⁵²; es decir, tras tantos años de caos, una sola ley integrará a todo el sector.(BOE, 2010)

En septiembre de 2010 la Unión Europea rechaza la contribución del 0,9 por ciento de los ingresos de las empresas de telecomunicaciones para sufragar la televisión pública española, algo que aprovechan los anunciantes que ofrecen 250 millones de euros a *TVE* para que vuelva a emitir publicidad. El 15 de abril de 2010 se anuncia la fusión entre *Telecinco* y *Cuatro*.

Así lo anunciaron los medios de comunicación:

Telecinco y PRISA (editor de *EL PAÍS*), junto con *Mediaset* y Sogecable, han formalizado la operación de integración de la cadena *Cuatro*, lo que dará lugar al mayor grupo de televisión en abierto en España; así como la adquisición del 22% de *Digital+*, según ha informado hoy el grupo editor de este periódico en un comunicado.⁵³ (El País, 2010)

El 5 de noviembre de 2010, la Comisión Nacional de Competencia (CNC) da luz verde a la primera gran fusión de cadenas de televisión en España al autorizar la concentración con compromisos entre *Telecinco* y *Cuatro*⁵⁴. Después de que se la hubiesen cuestionado anteriormente. Finalmente decidieron dar por buena la fusión después de que *Telecinco* el 19 de octubre presentase unos compromisos limitando su forma de gestionar la publicidad, y que le hubiese

⁵² Esta ley se puede consultar en su totalidad en <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-5292-consolidado.pdf> [Consultada en diciembre de 2018.]

⁵³ Datos que fueron publicados por el periódico El País, cabecera de referencia del Grupo Prisa. Ver http://economia.elpais.com/economia/2010/04/15/actualidad/1271316775_850215.html [Consultada en diciembre de 2018.]

⁵⁴ La importancia de la noticia hizo que incluso los periódicos competencia de Prisa se hicieran eco de la noticia. Ver <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/10/29/comunicacion/1288364345.html> [Consultada en diciembre de 2018.]

parecido suficiente a la Comisión como método para que la concentración no genere problemas de competencia.

En diciembre de 2010 cierra *CNN+* y *RTVE* cierra el año con 66 millones de euros de pérdidas.

En junio de 2011, el consejero delegado de *Mediaset* España, Paolo Vasile, hacía un balance positivo de la unión *Telecinco-Cuatro*, en la presentación de la programación de verano. Decía que ha sido "muy positiva" para la compañía que dirige porque ha permitido al grupo "cumplir con sus objetivos" y afrontar mejor la caída de la publicidad en el sector durante los primeros meses del año y ha augurado que su principal competidor, *Antena 3*, realizará una fusión similar "rápidamente"⁵⁵. (Telecinco, 2011) Este augurio de Vasile se hizo realidad en 2011. *La Sexta* y *Antena 3 Televisión* se unen, después de dos años de negociaciones. Así lo comunicaba en 14 de diciembre de 2011 la página web de *La Sexta*:

Antena 3 y *La Sexta* han suscrito un acuerdo para la integración de ambas compañías mediante una fusión por absorción de *La Sexta* por parte de *Antena 3*, cuyo Consejo de administración ha aprobado esta tarde la operación. La fusión establece un nuevo orden en el mercado televisivo y audiovisual español, en el que el Grupo *Antena 3* ve consolidada su posición como operador de referencia⁵⁶. (La Sexta, 2011)

Y las críticas no se hicieron esperar. Son muchos los que consideraban que esta unión disminuye la pluralidad televisiva⁵⁷. Los anunciantes no se quedaron callados y mantuvieron que esta nueva fusión agravaría la ya deteriorada competencia del sector, ya que pondría en manos de dos grupos de comunicación, *Mediaset* España y *Antena 3*, el 85,6 por ciento de la inversión

⁵⁵ Declaraciones que aparecieron en la página de Telecinco cuando tuvo lugar la unión Telecinco –Cuatro. http://www.Telecinco.es/informativos/cultura/Vasile-Telecinco-positiva-A3-rapidamente_0_1421858319.html [Consultada en diciembre de 2018.]

⁵⁶ Así comunicaba la página oficial la unión Antena 3 –La Sexta en 2011. Ver http://www.lasexta.com/noticias/ver/la_sexta_y_antena_3_acuerdan_su_fusion/9093 [Consultada en junio de 2011.]

⁵⁷ Así, por ejemplo, el medio de comunicación Intereconomía contaba la noticia. Ver <http://www.intereconomia.com/noticias-gaceta/economia/fusion-antena-3-y-sexta-acaba-pluralidad-televisiva-20111214> [Consultada en junio de 2011.] Intereconomía es un canal de televisión propiedad del Grupo Intereconomía que incluye información política, religiosa, económica, deportiva y social.

publicitaria en el medio televisivo “con nefastas consecuencias que cualquier falta de competencia aporta a un mercado.⁵⁸” (*Europapress*, 2011)

No obstante, este panorama se ha hecho realidad, porque las dos fusiones se llevaron a cabo. Si quisiéramos hacer una cronología de la industria de la televisión de los últimos años, desde el apagón analógico, podría ser muy parecida a la que hace Barlovento Comunicación:⁵⁹

- 2010: acelerada transformación del modelo de negocio de la industria televisiva-audiovisual. Primer año de la televisión digital.
- 2011: Continúa la profunda transformación del modelo de negocio televisivo-audiovisual. Comienza el reajuste del mercado
- 2012: El mercado televisivo se concentra con récord de consumo en un contexto de crisis publicitaria.
- 2013: En la industria televisiva audiovisual se consolida la concentración.
- 2014: La inversión publicitaria se recupera tras años de recesión, con predominio de Mediaset y Atresmedia, interrogantes en la televisión pública, el cierre de nueve canales y la toma de posición de Telefónica en la televisión de pago.
- 2015: Crece la inversión publicitaria manteniéndose la fortaleza de los dos grandes privados y aumentando el consumo de la oferta de televisión de pago.
- 2016: Por tercer año continúa la recuperación de la inversión publicitaria, a la vez que la televisión de pago registra record de consumo y las empresas de “streaming” apuestan por un mercado español y desciende por cuarto año el consumo de televisión por persona y día.

⁵⁸La agencia de noticias *Europa Press* explicaba así las reticencias del sector ante la fusión. Ver <http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-anunciantes-dicen-fusion-antena-sexta-agravara-deteriorada-competencia-sector-20111214150555.html> [Consultada en diciembre de 2018.]

⁵⁹ Barlovento Comunicación se define en su página web como consultoría audiovisual que “presta asesoría integral en todas las áreas vinculadas al sector televisivo-audiovisual y empresarial de la comunicación con una visión y misión fundamentadas en la mejora permanente de la industria, con unos valores y significados sustentados en la atención personalizada en función de las necesidades y requerimientos de cada suscriptor y el uso de herramientas y bases de documentación propias y externas.”

<https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-anuales/analisis-televisivo-2017/>
[Consultada en diciembre de 2018.]

- 2017: La inversión publicitaria, el nutriente económico esencial de la televisión en abierto, se frena, mientras que el consumo convencional crece, se mantiene la fortaleza de las grandes cadenas privadas y la televisión de pago acrecientan su relevancia en el ecosistema audiovisual español.
- 2018: La inversión de publicidad en televisión no creció en 2018, como ya sucedió en 2017, lo que supone el segundo año consecutivo en el que se registra esta tendencia. (Barlovento, 2018)

La existencia de un duopolio queda ampliamente demostrada:

De momento, lo que parece fuera de toda duda es que en el mercado audiovisual español se crearon, por vez primera dentro del sector privado, dos grandes plataformas que han adquirido una posición dominante en los mercados de referencia. La primera operación (absorción de Cuatro por Telecinco) propició también las condiciones idóneas para la absorción de La Sexta por Antena 3. ¿Afecta todo ello al pluralismo? Está claro que, según la CNMC, en su Nota trimestral del Sector Audiovisual (febrero, 2015), existe un «duopolio televisivo» y que este acapara el 87 % de los ingresos por publicidad y el 60 % de la audiencia. Y aunque la respuesta empírica quede pendiente de verificaciones posteriores será harto difícil que el pluralismo no acabe resintiéndose (García Santamaría, Pérez Serrano y Alcolea, 2015). Por otra parte, y en la línea de este cambio de modelo al que hemos aludido, podemos estar asistiendo a lo que podría denominarse como una profunda «italianización» de la televisión española, y, por extensión a una «italianización» también de los grandes grupos de comunicación españoles, dado que RCS Mediagroup controla un 90 % del capital de Unedisa, y DeAgostini en su joint-venture con Planeta dispone de un 50 % del capital de Antena 3. (García-Santamaría, J. V., 2017, p. 160-161)

A esto añadimos que es el año de la expansión de la televisión en línea que rompe con la vida alrededor del televisor y da paso al consumo a través de plataformas digitales con Tablet, móvil y -de una forma más escasa, ordenador tradicional.

En este escenario Mediaset y Atresmedia mantienen su cuota de mercado de la publicidad al recaudar el 85 por ciento de toda la inversión publicitaria. *Telecinco*, la cadena más vista por sexto año consecutivo, pero con el índice anual histórico más bajo para liderar el ranking anual. Las ofertas principales de las televisiones públicas mejoran su fidelidad de audiencia.⁶⁰ (Barlovento, 2018)

El caso de Mediaset es destacable porque, además de la inversión en negocios digitales, también ha seguido ampliando sus medios de comunicación. Destaca el caso de la televisión privada española, donde compró la cadena *Cuatro* a Prisa en 2012 para sumarla a *Telecinco* y el resto de cadenas del grupo en España. De este modo, tras la adquisición de *La Sexta* por parte de *Antena 3 Televisión*, existe en España un duopolio televisivo protagonizado por Mediaset y Atresmedia, en el que ambas compañías controlan el 90% de los ingresos por publicidad en televisión (Zallo, R., 2015, p.325). Además, en 2015, Mediaset se adentró en Cataluña con la compra del 40% de la televisión privada *8 TV* al Grupo Godó (El País, 19/05/2015). Y también en ese año, el Gobierno español le concedió una licencia para un nuevo canal de televisión en alta definición, *Be Mad*. (García Prieto, V., 2016, p.1100)

Esta situación de duopolio de Mediaset y Atresmedia va más allá de que se repartan el mercado publicitario. Así lo señalan Gema Alcolea-Díaz y Victoria García-Prieto en España: duopolio televisivo, cambio de liderazgo y nuevo equilibrio de fuerzas:

A la inquietud sobre la situación del mercado hemos de sumar el enorme poder de estos dos operadores en la imposición del discurso. El propio presidente de Atresmedia ha llegado a señalar que, más allá de los datos de audiencia o económicos, el liderazgo de su compañía se encuentra en su 'capacidad de fijar la agenda, de generar debates que importan y las conversaciones que se hablan en la calle, de ser quien marca el paso' (Atresmedia, 29016:4) Añadamos algo más. Cuatro de cada cinco periodistas en España (APM, 2016) reconocen recibir presiones (de los poderes políticos, económicos y de las personas relacionadas con la propiedad o gestión del medio) Para modificar sustancialmente sus

⁶⁰ Datos extraídos del informe de Barlovento Comunicación. Ver <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-anuales/analisis-televisivo-2017/> [Consultada en junio de 2019.]

informaciones, a lo que se termina cediendo. Además, consideran la dependencia de la publicidad como una limitación informativa, por los medios para conseguir más publicidad y por los anunciantes para limitar la independencia. (Reig, R. y Labio, A., 2017, p. 121)

Alcolea-Díaz y García-Prieto señalan los grandes grupos de comunicación que hay detrás de Mediaset y de Atresmedia. Mediaset España Comunicación a prensa de las variaciones en su accionariado (por ejemplo, Planeta estuvo presente entre 1997 y 2001), su accionista de referencia siempre ha sido Mediaset SpA (50,2%), antes mediante Fininvest, propiedad de Silvio Berlusconi. El resto cotiza en Bolsa –incluida en el Ibex35- y entre este capital encontramos la ya habitual presencia de entidades bancarias, otras empresas ajenas al sector y fondos de inversión. A finales de 2010 se autorizó la fusión entre *Telecinco* y *Cuatro* (Prisa) en el primer movimiento de conformación del gran duopolio televisivo.

Por su parte, Atresmedia surge de la fusión de *Antena 3* y *La Sexta* en 2012. Este último canal nacido en 2006 al concederle el gobierno de Rodríguez Zapatero una licencia de TDT a un grupo formado, entre otros, por Televisa, Globomedia (Emilio Aragón) e Imagina Media, con Jaume Roures (Mediapro⁶¹) como figura más visible. Se erigía así una nueva voz mediática para el Partido Socialista que hacía sombra al grupo Prisa, hasta entonces su principal adalid:

Todo esto ocurre en un momento en el que la Comisión Nacional de los Mercados de la Competencia (CNMC) ha abierto un expediente sancionador a los dos grupos que señalamos como cabezas de este duopolio. Un expediente que demostraría que es cierto que existe esta concentración de poder entre dos. Para ello, primero hay –por tanto- que debilitar a la competencia. “La estrategia de imitar las ofertas de otras compañías se basa tanto en el deseo de sacar partido a los triunfos ajenos como en el empeño de debilitar a los rivales”. Aunque la mayoría de las veces no dan resultado, no dejan de practicarse con frecuencia. Se copian

⁶¹ Mediapro, cuyo nombre mercantil es Mediaproducción, S.L.U., es un grupo audiovisual español de Barcelona fundado en 1994 cuyo administrador único es Jaume Roures. Su actividad es la producción de contenidos para cine y televisión, la gestión de derechos deportivos y la gestión de servicios audiovisuales y otros servicios asociados. La empresa es también propietaria de un 4,23% de acciones de Atresmedia Corporación.⁴ Ver <https://www.mediapro.tv/es/> [Consultada en diciembre de 2018]

las temáticas, enfoques, aspectos gráficos y estilo narrativo (Sánchez-Taberner, A., 2008, p.111)

La CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) ha incoado un expediente sancionador contra Atresmedia Corporación de medios de Comunicación, S.A. y su filial al 100% Atres Advertising, S.L.U. (conjuntamente, Atresmedia) y contra Mediaset España Comunicación, S.A. y su filial al 100% Publiespaña, S.A.U. (conjuntamente, Mediaset), por posibles prácticas restrictivas de la competencia prohibidas en el artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), y el artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE)⁶². (Comisión Nacional Mercado de Valores, 2018)

Aunque la duda es que estos dos grandes grupos no vayan a seguir con su dinámica a pesar de todo. Así lo insinúa el periódico *El País*. “El polémico propósito de enmienda de Mediaset y Atresmedia.” La CNMC debate la aceptación de este procedimiento, que evitaría una multa millonaria, para terminar con el duopolio televisivo y el reparto publicitario⁶³.” (El País, 2019)

Pero evidentemente, el hecho de que el poder en el escenario mediático quede reducido a pocas manos, que produce la existencia de este duopolio, no solo se ve en el acaparamiento del mercado publicitario sino en la homogeneización de los contenidos y por tanto de la parrilla diaria, “muchas cadenas competidoras programarán contenidos similares,” (Ramonet, I., 2000)

Queda por tanto demostrado la similitud entre estos dos grandes grupos de comunicación:

Dan cuantiosas similitudes en muchas de las tipologías de los contenidos programáticos entre ambos conglomerados en un mismo período. Los dos ejecutan estrategias similares basadas en la segmentación por géneros, edades y gustos de forma que cada cadena de cada grupo se enfoca en unos contenidos concretos, ya que se dirigen a un target específico. Con

⁶² Ver los datos en la publicación de la página web de este organismo. Ver <https://www.cnmc.es/2018-02-22-la-cnmc-incoa-expediente-sancionador-contra-atresmedia-y-mediaset-367044> [Consultada en abril de 2019.]

⁶³ Ver la noticia publicada en el periódico *El País* sobre la estrategia de Mediaset y Atresmedia ante una posible multa por las sospechas de que forman un duopolio y dificultan la entrada y expansión de terceros operadores en el mercado publicitario de televisión en España. Ver https://elpais.com/economia/2019/03/15/actualidad/1552666440_783318.html [Consultada en abril de 2019.]

todo, podemos decir que la concentración empresarial no se da solo a nivel interno con la creación de nuevos grupos de comunicación que disponen de múltiples cadenas bajo su mando, sino que además la concentración también es externa, pues Mediaset España Comunicación y Atresmedia Corporación poseen contenidos semejantes entre ambas en su parrilla, lo que acrecienta aún más la falta de diversidad en los contenidos de la televisión española. (Medina Nieto, M., 2018, p.50)

Por su parte, las cadenas autonómicas de la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA) mejoran sus rendimientos de audiencia al pasar del 7,4 por ciento, con dos décimas más, para firmar el 7,6 por ciento del total. En Andalucía, *Canal Sur Televisión*, está dentro de las emisoras que mejoran su audiencia, subiendo siete décimas del 8,6 al 9,3 por ciento⁶⁴. Pero habiendo sufrido un gran descenso de sus audiencias desde la irrupción de las televisiones privadas. Una bajada de cuota de audiencia y del envejecimiento de sus públicos que ya no recuperarán:

El duopolio está pendiente de que salga el expediente de la comisión nacional del mercado de valores que hablan de que va a ser en torno a los 6 millones de euros de multa les van a poner por los términos que están utilizando para la contratación de publicidad. La multa lleva en un cajón tiempo, saben que la van a sacar pero claro tienen miedo a sacarla por lo que puede suponer, políticamente la decisión de “venga vamos a tirar para adelante con esa multa,” pero la realidad es que las técnicas que están utilizando pidiendo exclusividades con las grandes compañías de centrales de compras de publicidad, contratando de forma que si contratan con ellos no permiten contratar con otro tipo de operadores, es ilegal (...). Ahora la verdad es que hay que ser muy valiente para tomar la decisión de sacarla ideas en un periodo como estamos, ya que llevamos tantos periodos de electorales continuos... Pero es una realidad, las televisiones públicas compiten en un mercado muy difícil porque tienen pocos recursos económicos, porque la realidad es que se derivan pocos recursos a las

⁶⁴ Barlovento realiza un análisis televisivo anual. Estos datos se extraen del análisis del año 2017. Se puede ver completo en <https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2018/01/analisis-televisivo-2017-Barlovento.pdf> [Consultado en diciembre de 2018]

televisiones públicas. (Garrigós, G., 2019)

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia comunicó a las partes afectadas su pliego de concreción de hechos sobre el expediente abierto al duopolio televisivo –formado por Mediaset y Atresmedia- por colusión publicitaria. Las prácticas investigadas serían contrarias a la competencia del mercado de publicidad de televisión en abierto. El procedimiento mientras se realiza esta investigación intenta confirmar si los dos grupos están dificultando la entrada y expansión de terceros operadores en el mercado de la publicidad televisiva en España⁶⁵. (*El Español*, 2019) Algo que por su parte niegan los expedientados asegurando que no han incurrido en ningún comportamiento ilícito en el desarrollo de sus actividades comerciales⁶⁶. (Mediaset, 2019)

Junto a este duopolio en el sector hay que destacar un hecho que, aunque parezca reciente, ya en torno al año 2010 se empezaba a señalar por los investigadores del sector. Se trata de los nuevos hábitos de consumo a través de internet. León, B. (2012) coordinó una obra fruto del foro de debate “Transformar la televisión” en la que ya apuntaba que:

La televisión, como el resto de los medios, está siendo atravesada y modificada radicalmente por internet. Se trata de un verdadero tsunami que está afectando incluso al concepto en el que el medio se había basado hasta ahora: un flujo de programación al que el espectador se conecta. En este nuevo ecosistema, la oferta de las cadenas ya no es determinante, sino que es el espectador el que decide qué quiere ver, así como cuándo y dónde desea hacerlo. (p.15)

Mucho y muy rápido ha avanzado este fenómeno, tanto que hasta el duopolio mediático ha sucumbido y ha creado plataformas para ofrecer estos productos audiovisuales sobre todo a los más jóvenes, ya que es el grupo de población que más ha abandonado la televisión tradicional.

⁶⁵ Los datos han sido extraídos de una información aparecida en el periódico *El Español* tras la filtración de datos del expediente. Ver https://www.elespanol.com/economia/medios/20190108/cnmc-confirma-duopolio-televisivo-reiteradamente-ley-competencia/366963742_0.html [Consultada en junio de 2019.]

⁶⁶ En la página web se encuentra la postura de Mediaset ante este expediente. Ver https://www.mediaset.es/comunicacion/corporativo/cnmc-resolucion-mediaset-publicidad_0_2749950010.html [Consultado en junio de 2019.]

El desarrollo de los televisores conectados a internet puede suponer una seria amenaza para el actual oligopolio que mantienen las cadenas, ya que el espectador pasará de poder elegir entre un número amplio pero limitado de canales, a un elenco prácticamente ilimitado. Por el contrario, hay quien no ve internet como una amenaza. De hecho, la expansión de la red de redes no ha significado un descenso del consumo de televisión. (...) Además, la aparición de numerosas plataformas de distribución de los contenidos televisivos ha llevado a algunos a considerar que internet no es un enemigo, sino más bien un aliado que puede ayudar a distribuir los contenidos hasta un mercado sin fronteras. (León, B., 2012, p.20)

En el apartado de esta tesis doctoral dedicado a las productoras audiovisuales, expondremos como las productoras de Mediaset y de Atresmedia no se han quedado al margen de este fenómeno y están creando contenido para estos públicos.

Este es el panorama audiovisual en que nos encontramos en la fecha de entrega de este trabajo de investigación y donde estamos haciendo este estudio.

2.3 LAS TELEVISIONES AUTONÓMICAS EN ESPAÑA

2.3.1 El origen de las televisiones autonómicas

El nacimiento de las televisiones públicas regionales no es sino el fruto del proceso de configuración del Estado español como un Estado Autonómico. En el caso de las televisiones públicas regionales, su papel más reconocido ha sido el de potenciar la comunicación, la cultura y la información regional sin olvidar su importante esfuerzo en el proceso de identificación cultural y normalización lingüística de las lenguas vernáculas –según el caso- en todos los ámbitos de la vida ciudadana. (Manfredi, A., y García-Hernández, G., 1999, p.167)

La conservación de la lengua como idiosincrasia regional es uno de los motivos que han permanecido en el tiempo en defensa de la televisión autonómica, y son muchos los investigadores que señalan el papel democratizador, en este sentido, de la televisión dentro de la sociedad. Así Borges, G. y Reia-Baptista, V. (2008):

Um dos principais objectivos das políticas de organização do sistema televisivo refere-se ao estímulo da cultura e da identidade a partir da produção de programas dentro do território nacional, com língua própria e temática própria. Este discurso actua como uma espécie desalvaguarda da cultura nacional num mercado audiovisual cada vez mais ocupado por programas estrangeiros e, em especial, no que diz respeito ao papel a ser desempenhado pelo serviço público de televisão. (p. 156)⁶⁷

Cierto es que TVE tuvo también un papel determinante en el proceso de regionalización. Es más, fue el crecimiento y la implantación de la RTVE la que produjo la expansión de la televisión en España.

El 21 de julio de 1971 se inauguró de manera definitiva el Centro Territorial de TVE en Andalucía, instalado en unas dependencias urbanas de la Avenida de la Palmera de Sevilla. El crecimiento no puede ser comparado con el de Cataluña o el canario, ya que no se trataba de un centro de producción. Pero tiempo después esquivó la exclusiva contribución a informativos nacionales, creando espacios propios de noticias (*TeleSur*) o de divulgación. En el año posterior a la muerte de Franco el centro territorial de TVE en Sevilla contaba ya con 55 trabajadores y colaboradores en las distintas capitales andaluzas. (Gutiérrez-Lozano, J. F., 2006, p.171-172)

Telesur ha sido señalado por muchos de los entrevistados en este trabajo de investigación como el germen que dio origen a *Canal Sur Televisión*. Es decir, después de él vino la llegada de la primera televisión autonómica. Solo cuatro Comunidades de las diecisiete en las que está organizado el Estado no cuentan con Ente Público Audiovisual (Cantabria, Castilla y León, La Rioja y Navarra). Esta abundancia de canales ha dado lugar a lo que Richeri (2005) califica como el “sistema audiovisual regional” más complejo de toda Europa y sin parangón en ningún otro estado de la UE.

⁶⁷ La traducción a español de la cita: “Uno de los principales objetivos de las políticas de organización del sistema televisivo referente al estímulo de la cultura es dar identidad a partir de la producción de programas dentro del territorio nacional con lengua propia y temática propia. Este discurso actua como una especie de salvaguarda de la cultura nacional en un mercado nacional cada vez más ocupado por programas extranjeros y, en especial, con respecto al papel desempeñado por el servicio público de televisión.”

Como bien detallan Josep Àngel Guimerà i Orts José Joaquín Blasco Gil en La formación histórica del sistema televisivo autonómico público en España (1982-2011) dentro de la obra de Juan Carlos Miguel Bustos y Miguel Ángel Casado del Río:

La televisión autonómica nació en España por las presiones sociales, políticas e institucionales ejercidas desde las llamadas nacionalidades históricas (Galicia y, sobre todo, Euskadi y Cataluña) a partir de finales de los años setenta del siglo pasado. En plena transición democrática, algunas de las nacientes Comunidades Autónomas plantearon la necesidad de contar con servicios públicos de radiotelevisión propios que ayudaran tanto en la recuperación del autogobierno como a la normalización de unas lenguas minorizadas y perseguidas durante la dictadura franquista. Es así como surgen las dos primeras televisiones: la vasca ETB (1982) y la catalana TV3 (1983) (Miguel-Bustos, J. C. y Casado del Río, M. Á., 2012, p. 34)

El 31 de diciembre de 1982 comenzaban las emisiones de *Euskal Telebista*, el ente televisivo de *Euskal Irrati Telebista*, consorcio dependiente del Parlamento Vasco, es decir la televisión autonómica vasca. Poco después, el 10 de septiembre de 1983, nace *TV3*, la televisión autonómica catalana. La gallega llegará dos años después bajo el nombre de *TVG*. No fue hasta 1987 cuando empiezan sus primeras emisiones la televisión autonómica andaluza, *Canal Sur*. Este mismo año también comienzan sus emisiones *Telemadrid* y, el canal valenciano, *Canal 9*.

Si nos fijamos en quiénes fueron las primeras regiones interesadas en tener una televisión propia donde poder difundir temas cercanos a los ciudadanos de la zona, es fácil entender que estas cadenas intensificaron lo característico de cada zona y a la vez lo que le hacía distinto del otro. Las zonas más diversas e incluso con lengua y cultura propias. Los partidos políticos no se quedaron al margen y descubrieron rápidamente el poder que se podía conseguir a través de estos nuevos canales, una ventana en la propia casa del ciudadano, en la que transmitir datos que llegarían directamente a un espectador, aún no formados en los posibles intereses propios de los que estaban detrás de estos medios. Aquí

comienza de alguna manera la posible politización y manipulación de las televisiones.

Algo que explican detalladamente José Carlos Rueda y María del Mar Chicharro:

La década de los ochenta señaló ya una caída de los programas informativos. Mientras en los 90 son sabidas las diversas vías de influencia de la televisión; tiene capacidad para fijar agendas, para seleccionar e interpretar la información, para televisar una opinión y silenciar otra, o incluso para inhibir y adormecer el sentido crítico de los telespectadores, tal y como señalaban los teóricos de la *disfunción narcotizante*. A pesar del innegable poder a televisión y, aunque el consumo de información política a través de esta vía sea un indicador más del grado de interés e implicación en el medio público, o incluso pueda ser entendido como apoyan estas afirmaciones, huelga decir que, si bien el consumo televisivo es generalizado, la exposición a información política en televisión es significativamente reducida. (Rueda, J. C. y Chicharro, M., 2006, p. 257)

Tras unirse a las primeras experiencias pioneras, *Telemadrid, Canal Sur y Canal 9*, todas impulsadas por su poder demográfico, económico y/o político, se conforma lo que se puede considerar el grupo histórico de televisiones autonómicas.

No será hasta 1999 cuando aparezca otra televisión autonómica, la Televisión Canaria, y posteriormente otras seis, pero estas ya más heterogéneas, con distinto tamaño, situación económica y partidos políticos en sus gobiernos:

Desde esta perspectiva, el sistema audiovisual autonómico existente en España en 2011 se debe considerar fruto de un proceso histórico muy extenso en el tiempo en el cual interactúan numerosos actores (diferentes ejecutivos centrales y autonómicos, sociedad civil) y durante el cual el contexto (político, social, económico y tecnológico) cambia. Por lo tanto, su conformación no responde a una sola lógica, hecho que lo convierte por definición en un fenómeno complejo y conflictivo que ha dado lugar a operadores muy distintos entre sí; y que se puede dividir en diferentes fases de desarrollo. (Rueda, J. C. y Chicharro, M., 2006, p. 34)

Por tanto, tendríamos tres fases. Las televisiones pioneras Galicia, Euskadi y Cataluña; la segunda fase con las televisiones socialistas, *elmadrid*, *Canal Sur* y *Canal 9*, y la tercera fase que Josep Àngel Guimerà i Orts José Joaquín Blasco Gil han nombrado como la fase de eclosión digital de la televisión autonómica (1999-2011.) Entre 1999 y 2011 nacen siete corporaciones públicas autonómicas y se ponen en marcha 27 canales de televisión nuevos, 11 todos ellos en funcionamiento en noviembre de 2011.

Quedaría por tanto conformado el panorama nacional de la televisión autonómica.

2.3.2 Origen de *Canal Sur Televisión*

El caso de *Canal Sur Televisión* lo detallaremos en la tercera parte de esta tesis doctoral, pero sí queremos señalar aquí que fue la primera televisión autonómica que no tiene una lengua propia. Su nacimiento introduce un aspecto diferente; justifica su creación en las finalidades sociales de promover las libertades, la igualdad, la educación, los intercambios culturales y el desarrollo económico (Fernández-Soriano, E., 1999.)

La Empresa Pública de Radiotelevisión de Andalucía (Rtva) fue creada de conformidad con lo dispuesto en el artículo 16 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad autónoma de Andalucía mediante la Ley 8/1987, de 9 de diciembre. Según contaba el que fuera Director General de la Rtva en el Primer Seminario Internacional de la televisión en Andalucía.

La Rtva es un proyecto estratégico, emblemático y fundamental para la defensa de los intereses generales y colectivos. Un proyecto de presente y futuro, esencial como instrumento de identificación y desarrollo comunitario. Canal Sur tienen como objetivo mejorar el perfil, la voz y la imagen diferenciada de nuestra tierra, el hecho cultural de Andalucía como pueblo. (Manfredi, A. y García Hernández, G., 1999, p.170)

Si bien *Canal Sur Televisión* lanzó sus primeras emisiones en febrero de 1989, la Ley de creación de la Radiotelevisión de Andalucía 8 se aprobó a finales de 1987, con el apoyo de todos los grupos del Parlamento andaluz, a excepción de los dos diputados del Partido Andalucista, que criticaban la posible injerencia gubernamental en la gestión y organización del nuevo ente. Nueve años después

de la aparición del primer canal nació *Canal Sur 2*, con el objetivo de ofrecer contenidos culturales, divulgativos y deportivos más minoritarios. El siguiente paso del crecimiento de las televisiones autonómicas se debió a la implantación de la TDT. A lo largo del año 2000 se produjo un crecimiento de canales de televisión gestionados por las seis corporaciones nacidas en los años ochenta. Todas gestionan más de un canal y destacan especialmente la catalana *CCMA* (seis canales, uno de los cuales reemite en HD del primer canal); la vasca *EITB* (cuatro programas, ninguno en HD), y la valenciana *RTVV* (cuatro, uno en HD). Las corporaciones madrileña y andaluza gestionan tres cada una (uno, reemisión en HD) y la gallega se limita a difundir dos. En conjunto, estos seis entes gestionan 22 programas a finales de 2011, 12 de ellos impulsados en los años 2000. El principal resultado de este crecimiento desigual ha sido la creación de perfiles audiovisuales sustancialmente distintos en cada caso. (Fernández-Soriano, E., 1999)

Canal Sur llegó a gestionar tres canales; *Canal Sur*, *Canal 2 Andalucía*⁶⁸ y *Canal Sur HD*. Como las televisiones autonómicas de Madrid y Galicia, la andaluza apostó por un modelo de servicio público clásico, caracterizado por la gestión de un primer canal generalista y un segundo centrado en contenidos culturales, divulgativos y deportivos dirigidos a audiencias más minoritarias. La programación musical, cultural, infantil y la gran parte de la divulgativa de *Canal Sur Televisión* sufrió un gran recorte en el año 2012 cuando *Canal 2 Andalucía* perdió su programación propia y paso a emitir la misma señal que *Canal Sur Televisión*, pero con subtítulos y lenguaje de signos. Poco después intentó ocupar su hueco *ATV* que no ha recuperado el público del segundo canal autonómico andaluz.

2.3.3 La Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA)

Junto al crecimiento de las televisiones autonómicas, se produce el nacimiento la creación de la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA), constituida en Bilbao en abril de 1989. Firmaron su adhesión a esta institución todos los entes existentes hasta entonces, si bien no todos ellos

⁶⁸ En septiembre de 2012, la cadena decide cerrar su programación para intentar ahorrar unos 20 millones de euros. Desde octubre de ese mismo año, la cadena emite la misma señal que *Canal Sur Televisión*, pero con subtítulos y lengua de signos.

habían comenzado sus emisiones. Entre sus objetivos figuraba la unificación de esfuerzos, con la compra conjunta de derechos de emisión de producciones ajenas:

La FORTA aparece como resultado de un planteamiento estratégico en medio de la profunda transformación del mercado que estaba teniendo lugar en 1989. Por una parte, el nacimiento de las televisiones privadas y por otra, un conjunto de cambios tecnológicos que harían posible años después la aparición en el mercado de la televisión por satélite y por cable. Fuera del ámbito local y supranacional, unas y otras iban a representar una reducción tanto en la audiencia como en los ingresos. Hay que ver pues el nacimiento de la FORTA en un intento de planear una reducción de gastos mediante amplios convenios de colaboración en retransmisiones, compra de derechos, etcétera. (Manfredi, A., y García-Hernández, G., 1999, p.168)

La FORTA en sus inicios se basa en dos principios: cooperación y solidaridad entre los asociados y la independencia entre ellos. Actualmente en su página web, se describe como:

Una asociación sin ánimo de lucro que asocia a organismos o entidades de derecho público creados por las leyes de los respectivos Parlamentos Autonómicos para la gestión directa de los servicios públicos de Radiodifusión y Televisión en las diferentes Comunidades Autónomas del Estado Español.⁶⁹

Actualmente este organismo agrupa a doce organismos de radio y televisión autonómicos. Junto a la Agencia Pública Empresarial de la Radio Televisión de Andalucía encontramos la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, la Radio Televisión de Madrid, S.A., la Corporación Radio e Televisión de Galicia, S.A., Euskal Irrati Telebista, la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, el Ente Público RadioTelevisión Canaria, el Ente Público Radio Televisión de Castilla-La Mancha, la Radio Televisión de la Región de Murcia, la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, la Radiotelevisión del Principado de Asturias, S. A. U. y Ens Public de Radiotelevisió de les Illes Balears.

⁶⁹ Los datos aportados han sido extraídos de la página web de la federación <http://www.forta.es/> [Consultada en diciembre de 2018.]

Las funciones de la FORTA son:

- La prestación, en general, de cualesquiera servicios para los que esté dotada la Federación, a favor de los organismos asociados, según necesidades
- La asistencia, en general, a las entidades asociadas con motivo de negociaciones que lleven a cabo de forma conjunta todos o parte de ellos en cualesquiera operaciones o actividades de interés común.
Entre ellas, las negociaciones para la adquisición de programas y derechos de emisión, la venta de contenidos de titularidad compartida, la venta de espacios publicitarios conjuntamente, la gestión de servicios de noticias y transmisiones, el intercambio de programas y servicios, y la formalización de convenios con las entidades de gestión colectiva de derechos de autor u otros afines.
- La coordinación y apoyo a las entidades asociadas en el intercambio de contenidos informativos a través de los sistemas propios de Forta.
- 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.
- La prestación del servicio integral de oficinas para las corresponsalías de las entidades asociadas que así lo soliciten.
- La prestación, en general, de cualesquiera servicios para los que esté dotada la Federación a favor de terceros, que pondrán tener acceso contractual a los servicios de la Federación, siempre que sea compatible con los intereses de las entidades asociadas.

2.3.4 Televisiones autonómicas de ámbito privado

En Andalucía han existido varias televisiones autonómicas de ámbito privado. Estas no se incluyen dentro de nuestro objeto de estudio, pero hemos querido mencionarlas en este apartado. Entre ellas encontramos *Avista Televisión de Andalucía S. A.* o *Bom Televisión*; Editorial Andaluza de periódicos

independientes y editorial prensa alicantina SA. Solo la primera emite actualmente, antes era EHS TV⁷⁰.

CONCESIONARIO	TITULARIDAD	CANAL
RTVA	PÚBLICA	Canal Sur Televisión Canal Sur 2 Andalucía TV
AVISTA TV	PRIVADA	Boom Tv
EDITORIAL PRENSA ALICANTINA	PRIVADA	Sin emisiones
GRUPO PUBLICACIONES DEL SUR	PRIVADA	7 Televisión

Tabla de elaboración propia⁷¹.

Empezamos el desglose de televisiones autonómicas privadas por *Bom Tv*. Se trata de un canal de televisión abierta español de índole autonómica. Comenzó sus emisiones en abril de 2010 en Madrid y Cataluña⁷² y pertenece a la empresa Best Option Media, de ahí sus siglas BOM. En Andalucía inició sus emisiones el 30 de abril de 2014. Aunque el propietario del canal sea BOM Comunicación S. L. es operado por el Grupo Vocento⁷³ tanto en Andalucía como en Madrid y Murcia. Se trata de un canal de entretenimiento que emite cine, documentales y teletienda. Esto último ha conllevado diversas denuncias del Consejo Audiovisual de Andalucía. Así, por ejemplo, en 2011 saltaba la noticia “el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) ha impuesto una sanción de 300.001 euros por

⁷⁰ Datos extraídos de www.anuarioosgae.com [Consultada en diciembre de 2018.]

⁷¹ Tabla elaborada con datos extraídos del Informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (2017) realizado por el propio consejo audiovisual y otros más recientes. http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/decision/pdf/1805/04.2.1.informe_emisiones_2017.pdf [Consultada en diciembre de 2018.]

⁷² En Cataluña cesó sus emisiones en diciembre de 2014.

⁷³ Encontramos pare de la “telaraña” mediática andaluza y su relación con los grandes grupos de poder.

la “difusión de programas de videncia en horario prohibido a través del canal autonómico adjudicado a Avista Televisión Andalucía”, que inició sus emisiones el día 22 de marzo de 2010 como ‘Canal 10 Andalucía’⁷⁴.” (20minutos, 2011)

Ya en 2014, antes del nacimiento de 7 Andalucía, describían a *Bom Televisión* como:

El único canal de televisión autonómica privada que opera en Andalucía, *BomTV*, dedicó el año pasado tres cuartas partes de sus emisiones a contenidos destinados a captar recursos: los programas de televenta representaron el 52,35% de las emisiones de este canal, mientras que los programas de videncia -a los que se accede a través de un número de teléfono de tarificación adicional- supusieron el 21,92%, según revela el Informe de Contenidos de las televisiones en Andalucía correspondiente al pasado ejercicio⁷⁵ (*El diario*, 2014)

Asimismo, detalla que:

Algo no funciona en la concesión de la televisión privada autonómica cuando la práctica totalidad de los contenidos que emitió en 2013 el único canal privado de estas características en funcionamiento tuvo como objetivo la obtención de ingresos. *EHS TV*, que tomó el relevo de las emisiones de *Metropolitan TV* el 20 de febrero de 2013, ofreció a los telespectadores andaluces principalmente programas de televenta (el 45% del total de su programación), bloques de publicidad convencional (el 27%) y espacios de videncia a los que se accede a través de un teléfono de tarificación adicional (27%). Durante los dos meses que *Metropolitan TV* mantuvo su emisión, la información ocupó un 7,73% de los contenidos. A partir de su desaparición, son prácticamente inexistentes. Nada de ficción, entretenimiento, cultura o deportes. (*Eldiario*, 2014)

⁷⁴ Información extraída de la publicación aparecida en el periódico 20 Minutos Ver <https://www.20minutos.es/noticia/1182936/0/multa/avista-tv/videncia-horario-infantil/> [Consultada en diciembre de 2018.]

⁷⁵ Descripción sacada del medio digital El diario https://www.eldiario.es/andalucia/CAA_0_324418009.html [Consultado en diciembre de 2018.]

En 2018, *Bom TV* optó por emitir nueve películas diarias (además de documentales) sin cortes publicitarios y la teletienda. El 6 de agosto de 2018, volvieron a emitir programas culinarios y películas.

7 Televisión Andalucía nació el 7 de noviembre. Una televisión procedente del grupo de periódicos locales con el apellido “Información” y también con los posteriores gratuitos *VIVA* más la ciudad donde se repartían y que a su vez tenía su rama audiovisual. Para esta ocasión, la creación de *7 Televisión Andalucía*, el consejero delegado de Publicaciones del Sur, José Antonio Mallou, explicaba cómo se había procedido a la unificación la programación de la mayor red de televisiones locales de Andalucía para darle un funcionamiento de televisión autonómica privada de Andalucía: “7 televisión que nace de la desaparecida *Ondaluz* y quiere ser una serie de televisiones locales que converjan en poder dar información local y regional con la intención de querer vertebrar Andalucía desde lo local a lo regional⁷⁶.” (*Cadena Ser*, 2018)

Aparece aquí el término vertebración que hemos incluido en las hipótesis de partida de este trabajo de investigación. Por su parte, el presentador de uno de los espacios más emblemáticos que la nueva cadena mantiene de *Ondaluz*⁷⁷, ‘Acento Andaluz’, Fernando Pérez Monguió, habla así sobre la creación de esta televisión autonómica privada.

Hacen falta medios de comunicación que informen sobre Andalucía porque ya sabemos cómo nos cuentan desde fuera. Hago más sus palabras para clamar orgulloso e ilusionado que esta semana la profesión periodística andaluza está de enhorabuena porque, entre tanto cierre de cabeceras o delegaciones, nace un nuevo altavoz: *7 TV Andalucía*, del grupo Publicaciones del Sur. Cuando otros medios han chapado y nuestra comunidad ha perdido megáfonos informativos por culpa de la crisis y del centralismo miope, en una apuesta periodística valiente, el consejero delegado de Publicaciones, José Antonio Mallou, ha unificado la

⁷⁶ Palabras del presidente del Grupo Publicaciones del Sur recogidas por la cadena SER https://cadenaser.com/emisora/2018/11/09/radio_cadiz/1541757414_582272.html [Consultada en diciembre 2019.]

⁷⁷ *Ondaluz*. Televisión es una red de cadenas locales de televisión del Grupo Publicaciones del Sur, germen de la actual *7* televisión Andalucía.

programación de la mayor red de televisiones locales de Andalucía.⁷⁸
(Andalucía Información, 2018)

El espacio que presenta Pérez Monguió ha sido galardonado en 2018 con el Premio Andalucía de Periodismo en su modalidad de Televisión.

La Junta de Andalucía, que ha entregado el premio en el Palacio de San Telmo, apunta que "el jurado ha valorado la apuesta editorial por la vertebración de Andalucía de un grupo privado que, con este espacio, mantiene un debate diario con la participación de actores políticos, económicos y sociales, y que conforma una ventana plural abierta a la realidad de nuestra comunidad."⁷⁹ (Andalucía Información, 2018)

Es destacable que Pérez Monguió además del presentador de "Acento andaluz" es jefe de informativos de la *Cadena SER Andalucía*. Esta emisora de radio es la más escuchada en España y pertenece al grupo radiofónico de Prisa Radio, del Grupo Prisa y Grupo Godó. A lo largo de esta investigación iremos encontrando muestras de cómo el entramado mediático mundial tiene ramificaciones en la Estructura Audiovisual de Andalucía.

2.4 LAS EMPRESAS PRODUCTORAS AUDIOVISUALES DE ÁMBITO NACIONAL

Las primeras productoras audiovisuales nacionales nacen unidas al nacimiento de la televisión. Las televisiones públicas no pueden crear los contenidos necesarios para llenar sus parrillas con sus medios técnicos y humanos por lo que contratan productos terminados a otras empresas. Ese es el origen de las productoras audiovisuales que, aunque inicialmente tuvieron su origen en el cine, muchas se decidieron por el medio televisivo y otras surgieron de él. Más tarde el sector audiovisual crecería con la llegada de las televisiones autonómicas y las privadas.

⁷⁸ Extraído de la columna de Fernando Pérez Monguió escrita por la inauguración de 7 televisión Andalucía. Ver <https://andaluciainformacion.es/jaen/786035/larga-vida-a-7-tv-andalucia/> [Consultada en diciembre de 2018.]

⁷⁹ Extraído del texto publicado en los periódicos del grupo tras la recepción del premio <https://andaluciainformacion.es/sevilla/788115/publicaciones-del-sur-premio-andalucia-de-periodismo-de-television/> [Consultada en diciembre de 2018.]

Aunque nuestro objeto de estudio es la Estructura Audiovisual en Andalucía y en concreto el caso de una productora andaluza, hemos querido hacer mención a las productoras más relevantes del panorama nacional. Por el papel que tiene y por el crecimiento que están experimentando. Alcolea (2003) ya lo apuntaba:

En general, se confirma que las empresas se están haciendo cada vez más grandes y producen más, y que las relaciones que se establecen entre las televisiones y las productoras independientes son cada vez más estables. No obstante, el sector debe seguir luchando por crear empresas más sólidas, más eficaces y en algunos casos que sepan producir a bajo costo. (p.186)

Para determinar cuáles son las más relevantes o representativas hemos utilizado el parámetro “las productoras que más horas de emisión ocupan en las parrillas.” Es decir, no vamos a indicar las que más audiencia tienen ni las más antiguas ni las que más contenidos han producido, sino las que en la actualidad más espacio tiempo están en la pantalla de los espectadores.

En 2018 la productora Globomedia de Mediapro ha sido la primera produciendo el 14,9% de todas las horas de emisión de las principales cadenas generalistas. Es decir, se toman como referencia *La1 de TVE, Antena 3 Televisión, Telecinco, Cuatro y La Sexta*. Significativo que esta empresa en 2017 ocupaba el cuarto lugar en el ranking.

La fábrica de la tele, productora filial del grupo Mediaset, se posiciona en el segundo lugar –el año anterior estaba en el primero- con un 13,1% de las horas de producción.

El tercer puesto es para *Unicorn Content*, que es la primera vez que aparece en la lista con un 12,3 por ciento de las horas.

El cuarto puesto es para *Gestmusic* de Endemol que fue la tercera en 2017 y el quinto lugar lo ocupa *Warner Bros ITVP* que el año pasado estaba en el séptimo puesto. Señalar que *Cuarzo Producciones*, del Grupo Banijay, productora de “El programa de Ana Rosa” o “Cuarto Milenio” ha pasado de un segundo puesto octavo.

Las tres primeras productoras acaparan un 40 por ciento de las horas emitidas en las principales televisiones del país (*La 1, Antena 3 Televisión, Cuatro, Telecinco y La Sexta*) gracias a sus programas diarios de larga duración. Una cifra que no sorprende si tenemos en cuenta que en 2009 ya el 54% de la producción audiovisual en España se la repartían solo cinco productoras de contenidos de las 200 que había⁸⁰.

Si hacemos un listado con las 45 productoras más importantes encontramos las siguientes en el año 2009:

1. *La fábrica de la tele* (17,3%): “*Sálvame*”, “*Deluxe*”, “*Cámbiame*”, “*Las Campos*”...
2. *Globomedia* (12,3%): “*Zapeando*”, “*El Intermedio*”, “*El Objetivo*”, “*Anclados*”, “*Vis a Vis*”...
3. *Cuarzo Producciones / Banijay* (10,8%): “*El programa de Ana Rosa*”, “*Cuarto Milenio*”...
4. *Gestmusic / Endemol Shine Iberia* (8,5%): “*Tu cara me suena*”, “*Mira quién baila*”...
5. *Bulldog* (5%): “*Mujeres, hombres y viceversa*”, “*Supervivientes*”...
6. *Zeppeling / Endemol Shine Iberia* (4,3%): “*Gran Hermano*”, “*Gran Hermano VIP*”...
7. *Boomerang TV* (4,1%): “*Top Chef*”, “*La voz*”, “*Mar de Plástico*”, “*El secreto de Puente Viejo*”
8. *Mandarina* (3,1%): “*Un tiempo nuevo*”, “*Qué tiempo tan feliz*”...
9. *Warner Bros ITVP* (2,9%): “*Pesadilla en la cocina*”, “*First Dates*”...
10. *Sísifus Producciones* (2,9%): “*La ruleta de la suerte*”.
11. *Diagonal TV* (2,7%): “*Amar es para siempre*”.
12. *Bambú Producciones* (2,5%): “*Velvet*”.
13. *Secuoya Contenidos* (2,3%): “*Víctor Ros*”.
14. *Zebra Producciones* (2,2%): “*Centro médico*”.
15. *Xanela Producciones* (2%): “*Pasapalabra*”.
16. *7 y acción* (1,3%): “*El hormiguero*”.

⁸⁰ Dato extraído del estudio 'Productoras audiovisuales: propiedad y contenidos', publicado por el periódico *El Mundo*. Ver <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/02/14/comunicacion/1234632501.html> [Consultado en diciembre de 2018.]

17. *Fremantle Media España* (1,3%): “*Got Talent*”.
18. *La competencia* (1,3%): “*Levántate All Stars*”.
19. *Shine Iberia* (1,2%): “*MasterChef*”.
20. *Contubernio* (1,1%): “*La que se avecina*”.
21. *Lavinia* (1,1%): “*Torres en la cocina*”.
22. *Catorce* (1%): “*Aquí la tierra*”.
23. *Bainet* (1%): “*Karlos Arguiñano en tu cocina*”.
24. *Plano a plano* (0,9%): “*Allí abajo*”.
25. *Proamagna* (0,8%): “*Mi casa es la tuya*”.
26. *Ganga Producciones* (0,7%): “*Cuéntame cómo pasó*”.
27. *Bocaboca / Veralia* (0,6%): “*21 días*”.
28. *100 balas* (0,6%): “*Olmos y Robles*”.
29. *New Atlantis / Secuoya* (0,5%): “*Policías en acción*”.
30. *Verte* (0,5%): “*Encarcelados*”.
31. *Magnolia / Banijay* (0,3%): “*Dos días y una noche*”.
32. *Cuerdos de atar* (0,3%): “*Infiltrados*”.
33. *Onza Entertainment* (0,2%): “*El Ministerio del Tiempo*”.
34. *Plural* (0,2%): “*Hermano Mayor*”.
35. *Nueva Línea* (0,2%): “*José Mota presenta*”.
36. *Backstage Producciones* (0,2%): “*Trabajo temporal*”.
37. *Producciones del barrio* (0,2%): “*Salvados*”.
38. *Aparte Producciones* (0,1%): “*Buscando el norte*”.
39. *National Geographic* (0,1%): “*Desafía tu mente*”.
40. *Zanskar* (0,1%): “*Planeta calleja*”.
41. *Veralia* (0,1%): “*Dime qué fue de ti*”.
42. *DLO Producciones / Banijay* (0,1%): “*Spoiler*”.
43. *Producciones imposibles* (0,1%): “*Fuera de cobertura*”.
44. *José Frade Producciones* (0,1%): “*La sonata del silencio*”.
45. *MOD Producciones* (0,1%): “*Lo que escondían sus ojos*”.

En 2017 los datos no variaron mucho. Las veinte productoras que encabezaban las más importantes de España, utilizando los datos de la consultoría Kantar Media⁸¹, eran:

1. *La Fábrica de la tele* (17,2%): “*Sálvame*”, “*Cazamariposas*”, etc.
2. *Cuarzo / Banijay* (13,7%): “*Viva la vida*”.
3. *Gestmusic / Endemol Shine Group* (7,3%): “*Operación Triunfo*”, “*Tu cara me suena*”...
4. *Globomedia / Grupo Mediapro* (6,5%): “*Zapeando*”, “*El intermedio*”, “*Estoy vivo*”...
5. *Bulldog TV* (6,4%): “*Supervivientes*”, “*Mujeres y Hombres y Viceversa*”.
6. *Boomerang TV / Lagardere* (6%): “*El secreto de Puente Viejo*”, “*Acacias 38*”, “*La Voz*”...
7. *Warner Bros. ITVP* (5,1%): “*First Dates*”, “*Pesadilla en la cocina*”...
8. *Sísifus Producciones* (3,3%): “*La ruleta de la suerte*”.
9. *Mandarina* (3,1%): “*Las mañanas de Cuatro*”.
10. *Diagonal TV / Endemol Shine Group* (3,1%): “*Amar es para siempre*”.
11. *Zeppelin / Endemol Shine Group* (3%): “*Gran Hermano*”.
12. *Xanela Producciones* (2,9%): “*Pasapalabra*”.
13. *Zebra* (2,9%): “*Centro Médico*”.
14. *Plano a Plano* (1,8%): “*Servir y proteger*”, “*Allí abajo*”.
15. *7 y Acción* (1,7%): “*El Hormiguero 3.0*”.
16. *Catorce* (1,4%): “*Aquí la tierra*”.
17. *Shine Iberia / Endemol Shine Group* (1,4%): “*MasterChef*”.
18. *FremantleMedia* (1,4%): “*Got Talent*”.
19. *Lavinia* (1,3%): “*Torres en la cocina*”.
20. *JC* (1,1%): “*Hora punta*”⁸².

⁸¹ Kantar Media es la división de gestión de inversión de datos de WPP (una empresa de servicios de marketing y comunicaciones del Reino Unido. Fue fundada en 1971 con fines industriales y adquirida en 1985 para entrar a la industria publicitaria) y uno de los grupos de consultoría, información y consultoría más grandes del mundo. Según indica su página web <https://www.kantarmedia.com/es> [Consultada en diciembre de 2018.]

⁸² Los datos provienen de un informe realizado por la consultora Dos30' que se define como consultora audiovisual con datos de Kantar Media y aseguran ser “profesionales de la audiometría y la televisión ayudando al sector a vender contenidos y liderar audiencias. Fuente <https://produccionaudiovisual.com/produccion-tv/productoras-mas-importantes-television-espana/> [Consultada en diciembre de 2018.]

Y en 2018 esta es la situación de las productoras audiovisuales en televisión más importantes:

1ª GLOBOMEDIA (Mediapro) (4ª EN 2017)	2ª LA FÁBRICA DE LA TELE (1ª EN 2017)	3ª UNICORN CONTENT (ENTRADA)	4ª GESTMUSIC (Endemol) (3ª EN 2017)	5ª WARNER BROS ITVP (7ª EN 2017)
6ª BULLDOG (5ª EN 2017)	7ª BOOMERANG (6ª EN 2017)	8ª CUARZO (Banijay) (2ª EN 2017)	9ª DIAGONAL TV (Endemol) (10ª EN 2017)	10ª PLANO A PLANO (14ª EN 2017)
11ª MARTIN GALA TV (8ª EN 2017)	12ª XANELA (12ª EN 2017)	13ª ZEBRA (13ª EN 2017)	14ª ARUBA PROD. (ENTRADA)	15ª EL TORREÓN DEL SOL (ENTRADA)
16ª ZEPELIN (Endemol) (11ª EN 2017)	17ª FREMANTLE (18ª EN 2017)	18ª 7 Y ACCIÓN (15ª EN 2017)	19ª ALMA PROD. (ENTRADA)	20ª CATORCE (16ª EN 2017)

*Tabla de elaboración propia con los datos del Informe de Producción 2018 (DOS 30')

Es importante hacer un recordatorio aquí en relación a la productora posicionada en el número 14 del listado; *Zebra Producciones*. El presidente y fundador de esta productora -desde 2003 hasta la actualidad-, José Velasco⁸³, es también socio fundador y consejero de la productora *Indaloymedia* objeto de nuestro estudio (desde el 2009 hasta la actualidad) por lo que evidentemente las relaciones son obvias. Asimismo, con anterioridad había sido Consejero delegado y fundador de *Globo Media* (1989-1994) y Presidente y fundador de *Zeppelin Televisión* (1994-2003.)⁸⁴ Vemos que *Globomedia* aparece la cuarta en

⁸³ José Manuel Fernández-Velasco Iglesias es conocido en el mundo audiovisual como José Velasco.

⁸⁴ En el *Confidencial Digital* se recogen más detalles sobre lo que representa José Velasco en el mundo de las productoras audiovisuales. Ver https://elpais.com/diario/2000/03/17/sociedad/953247621_850215.html [Consultada en abril de 2019.]

la lista y también hay que precisar que el grupo holandés *Endemol* absorbió a la productora *Zeppelin Globomedia*. El grupo *Endemol* está el tercero en el ranking y a su vez posee el 40% de la catalana *Gestmusic*. Pero no solo esto, este último grupo del que ha formado parte José Velasco absorbió a la productora *Aran*, productora italiana de piezas como “Querido maestro”, teleserie adaptada en España por *Zeppelin* y que emitió *Telecinco*. *Endemol* tiene un amplio catálogo de formatos entre ellos “Menudas estrellas⁸⁵”. Con este formato cerramos el círculo y volvemos a uno de los grandes éxitos de Juan y Medio y actualmente de la productora *Indaloymedia*. Todo esto es un ejemplo más de que -como indicamos en nuestras hipótesis de partida- la estructura audiovisual andaluza y la productora *Indaloymedia* no están al margen de los distintos conglomerados mediáticos mundiales que determinan los contenidos que hoy en día llega a los ciudadanos y todo está interrelacionado. No obstante, esta parte la desglosaremos más detalladamente en la cuarta parte de esta tesis doctoral en el epígrafe 4.2.8 *Indaloymedia* y la Estructura Audiovisual.

No obstante, como ya hemos expuesto en apartados anteriores, Mediaset y Atresmedia como empresas que capitanean el duopolio audiovisual existente en la actualidad, han dado un paso más en relación a sus productoras. Los espectadores han cambiado su forma de ver televisión. Ahora quieren elegir libremente qué ver, cuándo y dónde verlo, sin además padecer los cortes publicitarios. Este cambio es consecuencia de la llegada de *Netflix*⁸⁶ (El País, 2017) una empresa comercial estadounidense de entretenimiento que proporciona mediante una tarifa plana mensual un streaming de contenido multimedia bajo demanda por Internet, y que antes lo hacía enviando DVD por correo postal. Aunque la empresa fue fundada en el año 1997, ha tardado una

⁸⁵ En esta noticia del periódico *El País* se recogen los distintos datos de la absorción. Ver https://elpais.com/diario/2000/03/17/sociedad/953247621_850215.html [Consultada en abril de 2019.]

⁸⁶ En 1997, dos ejecutivos de Silicon Valley fundaron una empresa para alquilar discos de vídeo (DVD) por Internet. En aquel entonces, el mercado de los videoclubs complementaba unos servicios de televisión ya potentes, pero poco adaptados a los horarios de los consumidores. Hoy esa empresa, llamada Netflix, produce, promociona y emite series y películas para sus más de 100 millones de clientes y facturó casi 3.000 millones de dólares (2.550 millones de euros) en la primera mitad del año. Datos de 2017, ver https://elpais.com/economia/2017/10/02/actualidad/1506965536_831049.html [Consultada en diciembre de 2018.]

década en extenderse su uso en España. *Netflix* ha revolucionado el panorama televisivo

Pero no es la causa, sino la consecuencia. *Netflix* no ha creado nada nuevo, eso lo hicieron las televisiones. Primero, con su decidida apuesta por las series como producto que permitía fidelizar al espectador semana tras semana durante varias temporadas. Segundo, con su necesaria evolución digital con la creación de servicios a la carta que permiten visualizar sus contenidos en cualquier momento en la Red. *Netflix* simplemente ha mezclado ambos elementos y ha sustituido la publicidad por una cuota mensual. El resto es historia, inclusive la llegada de múltiples competidores ávidos de hacerse con una porción de un pastel que no deja(rá) de crecer.⁸⁷

Netflix fue el primero, pero después se han unido a esta tendencia *HBO*, *Prime Vídeo*, *Hulu*, *Sky*, *Movistar+*, *Amazon*, *Apple*, *Filmin*, *Rakuten tv*, entre otros. Ante esto, los grandes grupos audiovisuales han tenido que reaccionar. Para poder competir han decidido hacerse más grandes concentrando sus productoras. (*Media Tics*, 2018)

Actualmente la compañía con mayor número de suscriptores a televisión a la carta es *Movistar+*, con anterioridad *Yomvi*, y representa el 12,6% del total de los hogares con acceso a internet, según la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV.) Pero el último informe al que hemos tenido acceso indica que *Netflix* representa el 9,1% del total de hogares con acceso a internet, un crecimiento que triplica su registro y que manifiesta los cambios que se están produciendo en el consumo de televisión, o, mejor dicho, del nuevo consumo audiovisual a través de televisión online y de Pago (VOD⁸⁸)⁸⁹ (Anuario Sgae, 2018)

⁸⁷ Así describen el momento de cambio en el portal de Información y Comunicación en la Era Digital, Media Tics. Ver <https://www.media-tics.com/noticia/8406/medios-de-comunicacion/los-canales-de-television-se-convierten-en-productoras-para-sortear-a-netflix.html> [Consultada en diciembre de 2018.]

⁸⁸ El término VOD se refiere a la televisión a la carta o vídeo bajo demanda.

⁸⁹ Datos extraídos del anuario de la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE.) Ver <http://www.anuariosgae.com/anuario2018/home.html> [Consultada en diciembre de 2018.]

El siguiente paso fue que Movistar subiera sus precios e incluyese el servicio *Netflix* en diciembre de 2018⁹⁰ (El Mundo, 2018) Mediaset España ante esta tendencia decidió agrupar sus productoras en *Mediterráneo*. En esta nueva marca se engloban *Telecinco Cinema, Megamedia, Supersport, La Fábrica de la Tele, Bulldog, Mandarin, Alma, Melodía Producciones* y *Alea Media*, las productoras que posee o en las que tiene participación el Grupo.

El objetivo es crear una marca que unifique los productos de cada compañía "porque cuando sales fuera a vender, hay que tener una marca", ha explicado Paolo Vasile, consejero delegado de Mediaset España. 'Mediterráneo' tiene su razón de ser en la creciente internacionalización del mercado audiovisual, tanto a nivel de producción y venta al exterior como a nivel de compra de formatos para su adaptación a España. "La llegada de nuevos operadores ha hecho que proliferen los clientes, y está animando mucho el sector", ha explicado Vasile, quien ha afirmado que Mediaset está "vendiendo a todos los nuevos clientes: Netflix, HBO, Amazon..." y que también "trabajamos con otros canales porque algunas de las productoras integradas en Mediterráneo producen para Telemadrid o TVE⁹¹". (Mediaset, 2018)

Algo similar también ha hecho Atresmedia que, aunque ya poseía la productora Verte, en diciembre de 2017 creaba Atresmedia Studios, propiedad al 100% del capital. La creación de esta Compañía es el siguiente nivel en la estrategia que ha convertido a Atresmedia en la principal factoría española de contenidos televisivos. Atresmedia Studios nace con el objetivo de diseñar, crear y producir contenido de ficción exclusivo para las principales plataformas nacionales e internacionales de distribución y exhibición de contenidos. Atresmedia es el grupo español líder en la exportación de contenido televisivo: sus series originales ya se han emitido en más de 120 países. Además, Atresmedia llega a

⁹⁰ Los medios de comunicación se hicieron eco de la noticia. Así, por ejemplo, el periódico El Mundo <https://www.elmundo.es/economia/ahorro-y-consumo/2018/12/06/5c0912e3fc6c83685d8b47d0.html> [Consultada en diciembre de 2018.]

⁹¹ Información publicada tras hacerse públicos los datos la página del grupo. Ver https://www.mediaset.es/productora-mediterraneo-sociedad-television-cine-digital_0_2651250099.html [Consultada en diciembre de 2018.]

más de 50 millones de abonados en todo el mundo a través de sus canales internacionales.⁹² (*Antena 3*, 2017)

No obstante, no queremos dejar de mencionar dentro de estas productoras audiovisuales de ámbito nacional el nacimiento en nuestro periodo de estudio de una nueva productora audiovisual de Unidad Editorial. Este hecho tiene relevancia si tenemos en cuenta datos que vamos a dar en el epígrafe posterior, en los que se señala que *El Mundo* puede haber intentado crear una imagen negativa de *Canal Sur Televisión* por sus intereses audiovisuales. Es un dato aportado por varios de los informantes claves que posteriormente desarrollaremos.

Sobre esta nueva productora recoge el periódico cabecera del grupo:

Unidad Editorial lanza UEtv, la nueva productora audiovisual del grupo, que potenciará el desarrollo de contenidos multimedia con un formato actual y vanguardista. La editora de EL MUNDO, *Marca*, *Expansión* y *Telva*, entre otras cabeceras, refuerza así su estrategia de producción de vídeo, vinculado tanto a las necesidades del propio grupo como enfocado al mercado exterior nacional e internacional⁹³. (*El Mundo*, 2019)

UEtv está dirigida a la realización de formatos novedosos para medios de distinta índole, como la televisión, internet, el cine, la publicidad o el *branded content*, además de la producción, la edición y el montaje de nuevos contenidos, adaptados a los distintos soportes. En la información se nombran a tres periodistas implicados en la nueva productora Fernando Quintela, Manuel Aguilera o Melchor Miralles, a este último le hemos preguntado sobre la supuesta relación audiovisual entre *El Mundo* y *Canal Sur Televisión*.

La situación expuesta es la de las productoras a nivel nacional, a nivel autonómico es panorama es distinto, aunque como ya hemos indicado en apartados anteriores el “entramado” mediático llega hasta Andalucía. Así, por

⁹² Datos presentados en la página web propia de Antena3. Ver https://www.antena3.com/noticias/nace-atresmedia-studios_201712045a255ee10cf2b410ea95c1a6.html [Consultada en diciembre de 2018.]

⁹³ Información publicada en junio de 22 de mayo de 2019. Ver <https://www.elmundo.es/television/2019/05/22/5ce54163fc6c836b0d8b4579.html> [Consultada en mayo de 2019.]

ejemplo, *Veralia* produce “Yo soy del Sur,” *Lavinia* hace los informativos de *Telecinco* y *Cuatro* y, es más, hemos mencionado, las principales productoras a nivel nacional *Zebra*, *Globomedia* y *Zeppelin*, tienen relación de una manera u otra con uno de los socios creadores de *Indaloymedia*, -la productora que forma nuestro objeto de estudio- José Velasco. Este socio fundador es uno de los profesionales con mayor experiencia en la producción audiovisual en España. En 1989 fundó *Globomedia*, de la que fue Consejero Delegado durante 4 años. Más tarde fundó y dirigió *Zeppelin TV* (del Grupo Endemol) donde produjo algunos de los programas más relevantes de la TV en España en distintos géneros: Entretenimiento, “Inocente, Inocente”; ficción diaria, “El Súper”; ficción de prime time, “Querido Maestro”; y *reality*, “Gran Hermano”. Paralelamente fue nombrado miembro del Consejo Internacional de Endemol y el Consejo de Telefónica Media, así como de la Academia de Televisión. Algo que como ya hemos adelantado detallaremos más minuciosamente en la cuarta parte de esta tesis doctoral que es la que está dedicada a nuestro caso de estudio; la Productora *Indaloymedia*.

Estos son algunos de los ejemplos del entramado mediático y la Estructura Audiovisual de poder que analizaremos en posteriores epígrafes.

TERCERA PARTE. ACERCAMIENTO A LA ESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN ANDALUCÍA: CONTEXTO, PRECEDENTES Y CANAL SUR TELEVISIÓN

- 3.1 Los inicios de la actividad audiovisual en Andalucía**
- 3.2 Nacimiento y desarrollo de la Rtva**
 - 3.2.1 Antecedentes de *Canal Sur***
 - 3.2.2 El origen de *Canal Sur***
 - 3.2.2.1 Nacimiento**
 - 3.2.2.2 Las distintas etapas**
- 3.3 Un acercamiento a la configuración audiovisual en Andalucía: Las productoras audiovisuales entre 1989-2019**
 - 3.3.1 Los inicios de la industria audiovisual andaluza para televisión (1989-1999)**
 - 3.3.2 Las empresas productoras ‘élites’ (1999-2009)**
 - 3.3.3 Las productoras en Andalucía y la llegada de *Indaloymedia* al panorama audiovisual (2009-2019)**
 - 3.3.4 La configuración audiovisual en Andalucía hoy**

3.1 LOS INICIOS DE LA ACTIVIDAD AUDIOVISUAL EN ANDALUCÍA

Es en la época de los 80, como ya hemos explicado anteriormente, cuando empiezan a desarrollarse las primeras televisiones autonómicas debido al interés y la repercusión política y social que había tenido la creación de *Televisión Española* y la de su segundo canal. Es también a partir de esta fecha cuando comienza la implantación de la televisión y su desarrollo local. Con la llegada de los 80 aparecen los vídeos comunitarios y las primeras televisiones locales. Las pioneras locales fueron Cataluña y Andalucía. Con esto la televisión se vuelve más cercana, más local. Y desde aquí su camino hacia lo autonómico. Surgen así *ETB* (en 1982, en *El País Vasco*); *TV3* (poco después en 1983, en Cataluña), la gallega llegará dos años después bajo el nombre de *TVG*, los andaluces tardaron un poco más y no fue hasta 1987 cuando empieza sus primeras emisiones *Canal Sur Televisión*, este mismo año también comienzan sus emisiones *Telemadrid* y el canal valenciano, *Canal 9*. Todo esto ha sido explicado en la segunda parte de este trabajo de investigación “Aproximación contextual a la Estructura Audiovisual en España”, en concreto en el epígrafe “Las televisiones autonómicas en España.”

A pesar de todo lo explicado, hay que tener en cuenta que la actividad autonómica audiovisual en Andalucía surge a raíz del proceso de descentralización iniciado por la Rtve para acercar la televisión a cada región, dado el *boom* por lo local que se estaba dando en esta época. Es más, la llegada de la Constitución de 1978 provocó que también la radio y la televisión sufrieran modificaciones y adaptaciones ya que esta Constitución recogía en Estado de la Autonomías, una realidad cuya consolidación vino marcada por la creación de una televisión para cada autonomía, sobre todo inicialmente en las autonomías con más peso histórico. Todo esto ya observado ese poder de la televisión para influir en la gente⁹⁴. (Rueda-Laffond, J. C. y Chicharro, M., 2006)

Es en 1980 cuando se redacta el Estatuto de la Radio y Televisión Española⁹⁵, y es a raíz de este estatuto cuando se crean los centros territoriales de Radio y

⁹⁴ Ver Rueda Laffond, José Carlos; Chicharro Merayo. María del Mar, *La televisión en España (1956-2006) Política, consumo y cultura televisiva*. 2006. Madrid. Editorial Fragua.

⁹⁵ Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión, publicada en BOE número 11 de 12/1/1980, páginas 844 a 848 (5 págs.) Ver

Televisión Española. Los hubo en las 17 comunidades autónomas. Con lo que se fundó por tanto una estructura audiovisual que tenía como centro neurálgico la televisión pública central. La desconexión regional de *Televisión Española* en Andalucía, conocida como *Telesur*, fue el germen que incitó la creación de la autonómica *Canal Sur Televisión*. En lo que se refiere en concreto a la comunidad autónoma andaluza este es el embrión de la posterior RTVA, ya que la gestión de estos centros territoriales se preveía que se haría a través de cada una de las Comunidades Autónomas.

Pero, aunque existiesen vídeos comunitarios, televisiones locales y centros territoriales, en Andalucía el desarrollo audiovisual andaluz no despegaba hasta la creación de la Rtvva. El tejido empresarial industrial nace con las necesidades de llenar la parrilla de la nueva televisión autonómica andaluza. Es en este momento cuando se fragua el escenario idóneo para que surja la actividad audiovisual andaluza, propiamente dicha.

Un momento en el que además hay que destacar que la situación laboral de los periodistas es muy distinta a la actual. “En Sevilla, a finales de los ochenta, cuando arrancaba *Canal Sur Televisión* el paro entre los periodistas era prácticamente inexistente y en el resto de las ciudades andaluzas muy bajo,” así lo recuerda el periodista Bonifacio Rodríguez Cañibano que formó parte del equipo que arrancó la cadena autonómica como jefe de política⁹⁶. Esta situación laboral puede indicar que no solo no hay profesional suficiente en el gremio para montar una infraestructura audiovisual como necesitaba la televisión autonómica andaluza que tenían prevista sino tampoco empresas audiovisuales para nutrir la de contenidos.

3.2 NACIMIENTO Y DESARROLLO DE CANAL SUR TELEVISIÓN

3.2.1 Antecedentes de Canal Sur Televisión

El sector público fue un eslabón fundamental para la creación y desarrollo de las televisiones regionales. Ya lo aseguraban Moragas-Spà y Prado (2001) que en

<https://www.boe.es/boe/dias/1980/01/12/pdfs/A00844-00848.pdf> [Consultada en enero de 2019.]

⁹⁶ Las declaraciones de Bonifacio Rodríguez Cañibano pertenecen a la entrevista hecha por la investigadora que realiza esta tesis doctoral el 11 de abril de 2019.

los medios de comunicación públicos debe primar la función social por encima de la rentabilidad económica, ya que su principal arma legitimadora es contribuir a la construcción del imaginario colectivo del territorio donde se inscriben.

Asimismo, el nacimiento de estas televisiones coincide también con la aparición de determinadas innovaciones tecnológicas que hicieron factibles estos proyectos. La disminución del precio de los equipos audiovisuales y el crecimiento de las frecuencias alentó la aparición de iniciativas más cercanas a la ciudadanía. Mientras tanto, la expansión de la televisión pública europea dio lugar a dos sistemas sustancialmente diferentes entre sí. El primero se caracterizó por ser un régimen de medios públicos plural y democrático, mientras que el segundo se definió, básicamente, por servir a los intereses del estado². Este último patrón de funcionamiento es el que caracterizó a la televisión en España hasta la aprobación de la Constitución en 1978, que precedió la puesta en marcha del Estatuto de *RTVE* en 1980. Este modelo público y centralista entró en crisis en los años ochenta, proceso que culminó con la consolidación de iniciativas regionales de carácter audiovisual. (Díaz-Estévez, M., 2012)

Es decir, en 1983, las Cortes Generales aprobaron la ley del Tercer Canal de Televisión⁹⁷. Una norma que haría posible que cada región creara su propia televisión. Y es precisamente con esta ley con la que se autoriza al Gobierno, presidido por el socialista Felipe González, para que pusiera en funcionamiento un tercer canal de titularidad estatal, pero a su vez estaba previsto 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 Digital+. Fue el principio del fin del monopolio de *TVE*, se rompe así el centralismo televisivo ejercido por la televisión pública nacional.

Las primeras Comunidades Autónomas que se sumaron a este audiovisual autonómico -como ya hemos indicado- evidentemente por motivos históricos y audiovisuales fueron el País Vasco y Cataluña y, poco después, Galicia. Tras

⁹⁷Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión. Publicada BOE número 4 de 5/1/1984, páginas 247 a 248 (2 págs.). Ver <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1984-250> [Consultada en enero de 2019.]

Galicia, la siguiente fue Andalucía. La Comunidad Autónoma de Andalucía fue la cuarta comunidad autónoma que tuvo un canal de televisión propio.

Andalucía accedió al autogobierno de manera similar al País Vasco, Cataluña y Galicia, pero, a diferencia de estos territorios, tardó más de un lustro en dotarse de una radiotelevisión pública propia, a pesar de que figuró entre las prioridades del primer ejecutivo autónomo. Este retraso se debe a las diferencias internas surgidas entre los socialistas andaluces que provocaron incluso la dimisión del primer presidente regional. (Arboledas, L. 2009, p.1)

Recordemos que la regulación del Tercer Canal (el autonómico por detrás del *TVE1* y *La2*) había sido establecida por Ley 46/1983, de 26 de diciembre. La concesión a la Comunidad Autónoma de Andalucía de la gestión directa del Tercer Canal se haría por Real Decreto de 8 de abril de 1988 (Núm. 321/1988)⁹⁸, eso sí siempre respetando lo acordado en el Estatuto de Andalucía en 1981⁹⁹.

Claro aquí había que darle una vuelta de tuerca porque claro los catalanes, los vascos y los gallegos lo tenían muy fácil, era hacer una televisión en su idioma. Al principio era más o menos el 50% porque no todo el mundo hablaba gallego o bueno euskera por supuesto nada, ni el 3% de los vascos hablaban el euskera. Y mientras que más o menos el 50% de los catalanes hablaba o entendía el catalán. Y Andalucía pues la palabra clave era integración territorial. Yo me acuerdo de Borbolla en varios discursos diciendo que la A92 y la Rtvva eran las dos claves para que Andalucía existiera como una unidad. Claro lo de la vertebración, ¿no? Claro porque hasta ese momento es verdad que había dos andalucías, la Andalucía occidental cuya capital natural era Sevilla, la universidad de Sevilla, cubría las cuatro provincias y la otra era pues Granada. Granada que cubría Jaén, Málaga, tal y tal. Vale y esto era efectivamente eso. De manera que parte del encargo era que hubiese una parrilla de programación en la que de alguna manera se fomentará la idea de que los andaluces éramos diversos,

⁹⁸Real Decreto 321/1988, de 8 de abril. por el que se concede a la Comunidad Autónoma de Andalucía la gestión directa del tercer canal de televisión. Ver <http://www.boe.es/boe/dias/1988/04/12/pdfs/A10938-10938.pdf> [Consultada en enero de 2019.]

⁹⁹Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Andalucía. Publicada en el BOE número 9 de 11/1/1982, páginas 517 a 524 (8 págs.). Ver <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1982-633> [Consultada en enero de 2019.]

pero uno solo¹⁰⁰. (Manfredi, J. L., 2019)

El País Vasco y Cataluña fueron los dos primeros territorios que se dotaron de sus propias radiotelevisiónes públicas al amparo de argumentos tales como la defensa y recuperación de sus lenguas y culturas autóctonas, largamente perseguidas por el franquismo. El primer gobierno andaluz anunció su propósito de sumarse a la iniciativa de vascos y catalanes, pero las diferencias internas y la crisis que vivió la Junta de Andalucía en 1984 retrasaron el proyecto hasta finales de los años ochenta. (Arboleda, L. 2009:2)

En enero de 1984 el gobierno andaluz solicitó de manera formal la concesión del tercer canal. Tras algunas polémicas y paralización incluida, en el PSOE andaluz cobra fuerza el deseo de crear un organismo radiotelevisivo propio porque Andalucía no podía quedarse al margen de la mayoría de regiones. (Gómez y Méndez, J. M. y Manfredi, J. L., 1998 p. 147-157)

En poco más de un año se aprobó la ley que creó la Radio Televisión de Andalucía (Rtva;) Ley 8/1987. En la exposición de motivos de esta ley se indican los principios que debe regir a los medios de comunicación social en Andalucía desde sus orígenes:

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.(Fernández-Soriano, E. 1999, p. 95)

¹⁰⁰ Las declaraciones de Juan Luis Manfredi fechadas en 2019 provienen de la entrevista realizada por esta investigadora para esta tesis doctoral.

En este sentido hacemos notar que en el apartado 1 del artículo 12 del Estatuto de Autonomía 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. 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 pública¹⁰¹. Con todo este marco legal al servicio de Andalucía se da el mejor panorama posible para la creación de *Canal Sur Televisión*. No obstante, era un momento histórico -en lo que respecta a los medios de comunicación-, muy distinto al actual:

En la información tenían todavía un gran peso los periódicos y la radio. En el campo de la Televisión existía la *RTVE* y habían arrancado unos pocos años antes las autonómicas *TV3*, *ETB* y *TVGA*. Apenas unos meses antes de la puesta en antena de *Canal Sur Televisión*, había empezado a dar sus primeros pasos balbuceantes *Tele 5* y en *Televisión Española* se decidieron a reforzar una desconexión regional en Andalucía cuyo control editorial tenía el PSOE. La red audiovisual andaluza era muy débil y estaba en el preámbulo de su desarrollo. (Cañibano, 2019)

Como ya hemos señalado *TVE* tenía el control de la audiencia, pero a su vez también poseía muchos defectos surgidos de ser la única opción durante demasiados años, algo que afirma el periodista Juan Tortosa al recordar su llegada desde la televisión pública estatal a la andaluza:

Cuando llegué a *Canal Sur*, yo venía de *Televisión Española*, y siempre pensé que teníamos la oportunidad de evitar en nuestro proyecto los vicios acumulados en la tele estatal durante tantos años (actitud funcionarial, amiguismo, enchufe, tratos de favor, presupuestos inflados con porcentajes

¹⁰¹Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Andalucía. Publicada en el BOE número 9 de 11/1/1982, páginas 517 a 524 (8 págs.) Disposición derogada. Ver <https://www.boe.es/boe/dias/1982/01/11/pdfs/A00517-00524.pdf> [Consultada en enero de 2019.]

que se iban quedando por el camino, desidia, falta de motivación, excesivo parcelación de las funciones en el trabajo, injerencia nociva de los sindicatos, siempre corporativistas, dificultando más que ayudando a mejorar el proceso de producción). Todos esos vicios, que en *TVE* habían tardado cuarenta años en consolidarse, en Canal Sur se habían reproducido ya, y con creces, a los dos o tres años de su puesta en marcha¹⁰². (Tortosa, J., 2019)

3.2.2 El origen de Canal Sur Televisión

3.2.2.1 Nacimiento

Son muchas los profesionales -que en los 80 ya estaban en activo en el mundo del periodismo-, que recuerdan como los rumores de la creación de este nuevo canal autonómico se vieron reforzado cuando en 1985 la Junta de Andalucía anunció la financiación de un nuevo edificio en San Juan de Aznalfarache, lindando con Tomares, para albergar en centro territorial de *Rtve* en Andalucía. Un desembolso significativo y unas instalaciones grandes, que hoy en día se mantienen, les hicieron pensar que lo que verdaderamente se estaba gestando era *Canal Sur*. Fue poco después en 1986 cuando el propio presidente de la Junta de Andalucía en el momento confirmó estos augurios y empezó los trámites para hacerlo posible. El 2 de diciembre de 1987 el parlamento andaluz aprobó la Ley de Creación de la *Rtva*. No obstante, hasta más de un año después no comenzaron las emisiones.

La justificación para la creación de estos entres se encuentra en motivos políticos propios del nuevo Estado de las Autonomías surgido en la democracia, a partir de “máximas como la autogestión, la expresión de la propia identidad cultural, o el deseo de contar con autonomía informativa” (Rueda, J. C. y Chicharro, M. 2006, p.285). Estos argumentos son los que se utilizarán para la puesta en marcha del sistema audiovisual regional español. (Labio, A. et al., 2017, p. 645)

El espíritu de *Canal Sur* en sus comienzos, tanto por parte de sus gestores como de sus profesionales era, o al menos así lo creí yo, poner en marcha un medio que sirviera para vertebrar Andalucía. Un vehículo de

¹⁰² Las declaraciones de Juan Tortosa Marín pertenecen a la entrevista hecha por la investigadora que realiza esta tesis doctoral el 27 de mayo de 2019

comunicación que contribuyera a que los andaluces nos conociéramos más entre nosotros: que el ciudadano de Huelva supiera de los usos y costumbres del de Almería y viceversa. El espíritu de servicio público estaba, o así nos lo quisieron hacer creer, por encima de cualquier otro. Entre las prioridades fundamentales se encontraba contribuir a difundir la cultura y las costumbres de la tierra, huyendo de la banalización y respetando la inteligencia del espectador medio quien, contara o no con la suficiente formación, tenía derecho a formarse e informarse con la mayor competencia posible. Los miembros del equipo directivo nos pusimos a la tarea convencidos de que eso era posible y creímos, al menos yo, que los políticos nos iban a dejar trabajar en libertad. No tuvo que pasar demasiado tiempo para darme cuenta de lo equivocado que estaba. (Tortosa, 2019)

Son muchos los profesionales que coinciden en ese espíritu de ilusión ante la nueva televisión autonómica. Así por ejemplo el actual Defensor de la Audiencia de *Canal Sur Televisión*, Antonio Manfredi Díaz¹⁰³:

Fue muy ilusionante, aunque había duras críticas desde el principio. Yo ya había seguido todo el proceso desde la aprobación de la ley, en su momento, y por lo tanto fue sobre todo muy ilusionante. Gente muy joven, gente muy diversa, gente con mucha experiencia que venía de otras televisiones, todavía, recuérdese la televisión privada comienza ese mismo año en 1990, por tanto, es un proceso de creación ilusionante que para mí fue el motor. Yo podía haberme quedado en *TVE* perfectamente y seguiría ahí si hubiera querido, pero me pareció que la gente joven, las ideas y el futuro estaban en *Canal Sur*. (Manfredi, A., 2019)

Los que no trabajaron en el ente autonómico también recuerdan esperanza que había puesta en el ente público en sus inicios. Así, el periodista y productor Manuel Gómez Cardeña¹⁰⁴:

Por aquel entonces yo era director del diario *El Correo de Andalucía*, uno de los poco periódicos que dio la bienvenida a la radio y televisión públicas

¹⁰³ Las declaraciones de Antonio Manfredi Marín pertenecen a la entrevista hecha por la investigadora que realiza esta tesis doctoral el 15 de marzo de 2019.

¹⁰⁴ Las declaraciones de Manuel Cardeña pertenecen a la entrevista hecha por la investigadora que realiza esta tesis doctoral el 21 de mayo de 2019.

de Andalucía. Desde algunos medios se criticó su creación por motivos políticos, de competencia, etc. Para nosotros representaba un buen instrumento para consolidar la autonomía que tanto nos había costado conseguir y para cohesionar desde el punto de vista humano y territorial a nuestra comunidad autónoma. Un instrumento tan importante o más que la Autovía del 92 que tan decisivo iba a resultar para vertebrar el territorio. (Gómez-Cardena, M., 2019)

La ilusión y las buenas ofertas económicas hicieron que profesionales de solvencia de distintos medios fueran fichados por la televisión autonómica. Uno de los fichajes del momento fue el ahora subdirector General de la Rtv y director de *Canal Sur Televisión*, Joaquín Durán Ayo¹⁰⁵,

Yo debo decirte que, en los inicios, era un periodista que trabajaba en esta casa. De hecho, y esto se lo cuento a muy poca gente, cuando a mí me llamaron de esta casa para ofrecerme que me integrara en el equipo de gente que iba a poner en marcha Canal Sur, primero me ofrecieron un puesto de directivo y yo dije: “No, no, yo no quiero ser directivo, ya llevo bastantes años de mi vida y dirigiendo emisoras en la Cadena SER y llevo 3 años haciendo periodismo en la Cadena SER y por lo tanto yo lo que quiero es ser periodista, sí os interesa como periodista bien y sino pues nada. Y obviamente me contrataron para poner en marcha la redacción de deportes de la radio y de la televisión. El área de deporte pues también parecía razonable para una persona que en ese momento tenía un cierto predicamento en el mundo el deporte porque era quien hacía “Carrusel Deportivo.”¹⁰⁶ (Durán-Ayo, J., 2019)

Pero no fue el único por el que mostró interés la nueva televisión. Entre ellos el ahora profesor titular de la Universidad de Comunicación de Sevilla, Juan Luis Manfredi Mayoral¹⁰⁷:

¹⁰⁵ Las declaraciones de Joaquín Durán Ayo pertenecen a la entrevista hecha por la investigadora que realiza esta tesis doctoral el 19 de febrero de 2019.

¹⁰⁶ Programa de información deportiva con gran seguimiento de audiencia que se hacía en la *Cadena Ser*.

¹⁰⁷ Las declaraciones de Juan Luis Manfredi Mayoral pertenecen a la entrevista hecha por la investigadora que realiza esta tesis doctoral el 19 de abril de 2019.

Estamos hablando del año 80 y poco, 82 o 83. Yo estaba trabajando para el departamento de estado de EEUU. (...) En ese contexto me contacta Paco Cervantes. Paco Cervantes era, es de mi edad, era mi amigo y nos conocíamos desde un montón de tiempo antes, no te puedo precisar las fechas, pero en el año 70 quizás porque yo acababa de terminar la carrera, él acababa de entrar en Radio Nacional y mi padre era director de la Radio Nacional. (...) Entonces pues un día me llama al consulado y me dice mira: “Te quiero presentar a una persona que lo van a nombrar director general de la televisión andaluza y que seguramente querrá hablar contigo de este tema. Salvador Domínguez lo que me dijo es: “Mira estamos buscando un andaluz, que se maneje bien con el inglés que conozca el mundo audiovisual porque tenemos un hueco que no sabemos cómo llenar que es, necesitamos a alguien que se ocupe de comprar programas. Mientras la televisión arranca o no hay que tener programas comprados (...) Y yo le dije hombre en principio sí, lo que pasa que yo tengo un trabajo muy seguro con una empresa muy sólida. (...) Bueno entonces pues yo le dije: “Hombre lo voy a pensar,” y me dijo: “Por cierto ganas lo que ganas, te pagamos el doble.” (...) Para mí fue un shock, en aquel momento yo me había marchado del ABC donde había trabajado 20 años y en el consulado me pagaban el doble entonces estamos hablando... Total al final yo me lo pensé y, sobre todo pensé el ver si yo podía hacer algo en ese proyecto que a mí me parecía fascinante ¿no? Montar una televisión pues a alguien que es periodista y le encanta estar en un medio, acepté. (...) Paco me contó el proyecto, en líneas generales se trataba de aprovechando la ley del tercer canal que, en aquel momento, pues era muy revolucionaria, la había aprobado el gobierno del PSOE en el año 84 o algo así y la idea era que las autonomías especialmente las llamadas históricas donde estaba Andalucía tuviesen su propio medio de expresión. (Manfredi, J. L., 2019)

Quizás pueda ser un ejemplo de la época de despilfarro y dispendio que algunos señalan que fue los inicios de la televisión autonómica andaluza, algo que detallaremos al exponer las diferentes etapas de *Canal Sur Televisión*. Lo que es innegable es el hecho de que el contexto político y audiovisual propiciaron el

nacimiento de la televisión andaluza. Así lo recuerda el periodista del *Diario de Cádiz* Francisco Andrés Gallardo¹⁰⁸:

Canal Sur empieza a hablarse algo en el 85 u 86, entre las televisiones autonómicas había mucha, no envidia, a ver si te digo, era algo de un movimiento nacional de los andaluces. Si los vascos habían conseguido su tercer canal por qué nosotros no, y entonces había como una inquietud, una... Nosotros también tenemos que derecho... Muy ilusionante. Además, *TVE* allí nunca se portó bien, creo yo que tendría que haber bregado que con *Telesur*, la conexión con Andalucía, que tuviera más calidad. Hasta prácticamente en el 85 cuando entra Joaquín Petit con "*Hoy mismo*" hasta esa época prácticamente era un centralismo. Los programas de la tv andaluza se merecían más (...) Ya te digo yo, era el programita de los toros, porque era un programa de quince o veinte minutos, era cuatro reportajes en plazas de toros cogida con el tomavistas, el resumen deportivo, un programa de flamenco muy modestito y esa era la programación andaluza. Andalucía da mucho más de sí, Andalucía como el concepto, ya si lo englobas a una cadena generalista aún más. (Gallardo, F. A., 2019)

La decisión, que algunos señalan como obsesión, de que *Canal Sur Televisión* comenzara sus emisiones en una fecha concreta, también pudo perjudicar a la televisión autonómica:

Se vivía con mucha ilusión y además es que como *TVE* no había cubierto adecuadamente, estaba el chalet este de la avenida de la palmera... Era todo muy insuficiente para lo que es la capacidad de Andalucía y *TVE* no tuvo miras de generosidad con Andalucía. (...) Tenían un centro potente en Barcelona, y tenían que haberle dado un poco más de calor también a Andalucía, pero no lo hicieron. Y yo creo que después de esa promoción tan cutre de *Telesur*, la gente tenía muchas ganas de que hubiera más televisión andaluza. Entonces las expectativas eran muy altas y muy emocionantes. Lo que ocurre es que *Canal Sur* tendría que haber empezado en el 85-87, hubiera sido un buen momento, pero se retrasa, me

¹⁰⁸ Las declaraciones de Francisco Andrés Gallardo pertenecen a la entrevista hecha por la investigadora que realiza esta tesis doctoral el 29 de marzo de 2019.

imagino que, por cuestiones políticas, no sé... Y nace me imagino en plena ya burbuja económica previa a la Expo y se crea monstruo demasiado grande, en lugar de una cadena medio modesta para hacer algo de vertebración se crea un monstruo. Cuando se crea *Canal Sur* en el 89 ya hay cierta ilusión, pero nada más porque esa no era la programación, nace con mucha cara a la sociedad, pero no hay talento para crear programas que conectaran de verdad con el público andaluz. Y de hecho yo creo que *Canal Sur* tarda años en buscar la fórmula. Se crea como un conflicto de control político de influencia en informativos, pero no se encargan de buscar programas para conectar.

Telesur o la rama andaluza de la Rtve de nuevo como embrión del canal autonómico andaluz. De esta forma narra el periodista Pedro de Tena¹⁰⁹ la época previa a las emisiones:

El trasiego que hubo de periodistas de la Rtve en Andalucía a la nueva empresa pública, escuelas taller prefabricadas, concursos irregulares y las prisas del gobierno de Borbolla por ponerla en marcha por razones internas y externas, Internas, ganar su batalla con Alfonso Guerra que venía de lejos. Externas, disponer de un potente medio de comunicación al servicio de su gobierno y su facción del partido. Televisivamente, solo existía la Rtve, en la que yo trabajé hasta 1987, y algunas televisiones piratas, sobre todo de barrio, de bloque y alguna que otra municipal.

Una época en la que solo existían las cadenas de *TVE* y los llamados vídeos comunitarios.

Aunque son muchos los libros que difieren al señalar esta fecha situando el inicio de las emisiones en el 28 de febrero de 1989, en la festividad del día de Andalucía, la hemeroteca desmiente esta fecha. Fue en la previa de esta efeméride con tanta carga simbólica para Andalucía cuando se inauguró este canal autonómico andaluz.

¹⁰⁹ Las declaraciones de Pedro de Tena Alfonso pertenecen a la entrevista hecha por la investigadora que realiza esta tesis doctoral el 22 de mayo de 2019.



Gracias a las nuevas tecnologías hemos podido ver cómo fueron esos primeros minutos de emisión de ese primer día¹¹¹. Así con esta descripción que acompaña a la imagen podemos hacernos una idea de cómo fue ese primer día de emisión.

A las 19:30 horas del día 27 de febrero de 1989 culminaba un largo esfuerzo político, económico, tecnológico e informativo. *Canal Sur Televisión* iniciaba sus emisiones con una señal de carta de ajuste acompañada por la sintonía de "El Capricho Español", de Rimsky Korsakoff. Minutos más tarde aparecía la primera cabecera de emisión que precedía a un documental sobre Andalucía, un saludo institucional del Presidente de la Junta de Andalucía, José Rodríguez de la Borbolla, y el Himno de la Comunidad. Quedaban así inauguradas las emisiones de la nueva televisión autonómica. Aquel 27 de febrero fue una jornada de una gran intensidad emotiva en la que se mezclaba el nerviosismo propio de la responsabilidad del acontecimiento, con la sensación de estar asistiendo a un momento histórico de la comunicación en Andalucía. Todo esto, en medio de un día invernal en el que las fuertes ráfagas de viento impidieron que el acto se celebrara en una carpa prefabricada que se instaló en el centro de producción de San Juan de Aznalfarache. Los actos inaugurales se retransmitieron finalmente desde el Casino de la Exposición, en Sevilla. El programa especial fue presentado por los periodistas Paco Lobatón y Rosa Pilar Abelló, que daban paso desde el plató, a los mensajes de

¹¹¹ Ver la inauguración de Canal Sur Televisión en el enlace <http://www.youtube.com/watch?v=olVzhpe9zxs>, subido a la red por VHSreportsVHS el 22/12/2010 [Consultado en enero de 2019.]

felicitación de otras televisiones, las autonómicas *TV3*, *ETB* y *TVG* más la *RAI* de Italia, *TFB* de Bélgica, *CH4* y *Granada TV* de Gran Bretaña, *RTP* de Portugal y *ARD* y *ZDF* de Alemania. El programa conectó igualmente con las ocho provincias andaluzas. Mientras, desde el Casino de la Exposición, Joaquín Petit entrevistaba a los principales invitados que asistieron a la gala de apertura. Ese día acompañaron a *RTVA* algunos de los protagonistas más destacados de la sociedad andaluza, entre otros: Rafael Alberti, Juan Antonio Ruiz "Espartaco", José Manuel Caballero Bonald, Francisco Ayala, Antonio Muñoz Molina, Luís Gordillo, Vicente Núñez, Rafael Pérez Estrada, Miguel Ríos, Marifé de Triana, Jesús Hermida, Matías Prats, Víctor Márquez Reviriego, Lola Flores, Manolo Escobar, José Manuel Soto, Pepe Navarro, Andrés Pajares, Ángel Nieto, María José Santiago, Fosforito, Los Marismeños, Manuel Alejandro, Joaquín Sabina, Tico Medina o Francisco Valladares. La gala empezó pasadas las diez de la noche y la presentó Carlos Herrera. Su principal atracción fue la presencia en directo de Julio Iglesias. Uno de los momentos más emotivos se produjo cuando el cantante invitó a subir al escenario a Lola Flores para cantar a dúo. Pasadas las once y media, Paco Lobatón bromeaba con la audiencia y anunciaba un cambio en la película prevista dando paso a un reportaje de ambiente de la jornada inaugural. Bajo el título "lo que el viento se llevó" se mostró cómo quedó la carpa inaugural, en la que estaba previsto realizar este programa, al ser derribada por el viento. Tras la broma, se emitió la primera película, "La fuerza del cariño". A continuación, cerca ya de las dos de la mañana, la programación se cerró con la fiesta flamenca que protagonizaría Camarón de la Isla con los mejores artistas del momento. Al día siguiente, 28 de febrero, los andaluces se despertaban con un nuevo canal de televisión cuya programación superaba las ocho horas diarias. En su primer día completo en antena, *Canal Sur Televisión* retransmitió en directo el Memorial de Atletismo "Plácido Fernández Viagas", que contó con Carl Lewis y Said Aouita, entre otros campeones olímpicos y mundiales. (ABC, 1989)

Pero quizás hay algo detrás de toda esta inauguración que solo se refleja en los dos primeros renglones de esta descripción. *Canal Sur* nacía en la comunidad

más poblada del territorio español en ese momento y la segunda más extensa, que posee uno de los pueblos más variados y a la vez con más particularidades propias que los hacen diferente del de al lado. La situación en Andalucía en ese momento histórico hacía que fuera un lugar óptimo para el despegue de la televisión autonómica.

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.¹¹² (Vicente, R., 2011, p.64)

Un canal de televisión propio podría crear esa unidad que los kilómetros de separación y las particularidades propias de cada pueblo no permitían. Saber del de al lado y que el de al lado, o el que está a muchos kilómetros pero que también

¹¹² Descripción extraída del trabajo fin de máster realizado por la periodista Rocío Vicente del Estad. Los inicios de Canal Sur Televisión: ¿Creación de una nueva industria audiovisual andaluza?, 2011.

está dentro de la comunidad andaluza y es andaluz como tú, te conozca. Algo que el propio Paco Lobatón, primer director de los servicios Informativos de *Canal Sur Televisión*, expuso claramente en su presentación de la nueva cadena: “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”¹¹³. (Lobatón, F., 1989) Citando a 1992 Lobatón hacía referencia a la Exposición Universal que tuvo lugar en Sevilla en ese año y que evidentemente cambió las infraestructuras de Sevilla en particular por ser la ciudad donde tuvo lugar, pero también las del resto de Andalucía. Cuando nació *Canal Sur* solo quedaban 3 años para todo esto. Pero antes de acortarse las distancias físicas se empezaron a acortar otras a través del televisor, (o eso era lo que se pretendía.)

Desde los inicios de *Canal Sur* su función de vertebración del territorio andaluz es uno de los argumentos que más esgrimen sus defensores y que niegan sus detractores¹¹⁴. Polémica que se mantiene hasta incluso cuando se realiza este trabajo de investigación. Es por ello que consideramos vital haber incluido dentro de las hipótesis de partida el hecho de si *Canal Sur* y el programa objeto de nuestra investigación, “*La Tarde, aquí y ahora*”, cumplen con esta función vertebradora. Es más, qué se va a entender por función vertebradora en este trabajo de investigación. Basándonos en la Ley 8/1987, de 9 de diciembre de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía entenderemos la vertebración como una función de apoyo a la cohesión entre los territorios que componen la comunidad autónoma andaluza. La unidad y a la vez el fomento de sus singularidades sociales, culturales y de identidad. Algo que queda recogido en el artículo 4.3. f Ofrecer una programación que atienda a la diversidad de la ciudadanía andaluza, fomentando la cohesión social y económica entre los

¹¹³ Transcripción de las primeras palabras que se emitieron en Canal Sur Televisión dichas por el periodista Paco Lobatón. Ver <https://www.youtube.com/watch?v=uh0wc0YJo-Y> [Consultada en junio de 2019.]

¹¹⁴ Así por ejemplo el periódico digital *Confidencial Andaluz* señala en esta noticia que “sin pasar por la cámara andaluza, el máximo responsable de la RTVA, Joaquín Durán se jacta del papel de Canal Sur para vertebrar Andalucía mientras externaliza la programación priorizando, ante la labor de informar y de estar cuando Andalucía les necesita, programas llenos de tópicos que *Canal Sur Televisión* debía erradicar: coplas, toros y niños cuenta-chistes.” Ver <https://confidencialandaluz.com/la-gota-fria-vuelve-a-cuestionar-a-canal-sur-tv-como-servicio-publico/> [Consultada en enero de 2019.]

diversos territorios, la innovación que facilite el acceso de todos los andaluces y andaluzas a la sociedad de la información y el conocimiento y la difusión de los valores éticos. ¿Con qué infraestructura contaba la televisión autonómica de Andalucía para conseguir dicha vertebración? En cuanto a la infraestructura con la que nació la televisión pública andaluza, en la obra *RTVA, diez años con Andalucía* 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. (Castro, B., Manfredi, J. L. y Navarro, J. A., 1999)

Sin embargo, en sus orígenes contaba con un solo plató, de dimensiones más bien reducidas, y medios humanos y materiales muy limitados. No obstante, a este respecto podemos añadir los datos que Bernardo Díaz Nosty (1989) 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 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. (Díaz-Nosty, B., p. 152 y 153.)

Pero, sin duda, la estampa que ofrece mayor cantidad de datos sobre la infraestructura y los medios técnicos en los orígenes de la cadena nos la ofrece Emelina Fernández Soriano¹¹⁵ en su libro *Canal Sur, una televisión regional en*

¹¹⁵Emelina Fernández Soriano es Licenciada en Derecho, doctora en Comunicación Audiovisual y profesora Titular de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Málaga. Además, fue miembro del Consejo de Administración de RTVA desde su creación en 1987 hasta 1994. Desde marzo de 2011 hasta junio de 2019 fue presidenta de Consejo Audiovisual de Andalucía.

Europa, donde detalla pormenorizadamente espacios, ubicaciones y funciones previstas. Así explica que la *Rtva* contaba en sus inicios 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. (Fernández-Soriano, E., 1999, p.102 y 103)

Además, *Canal Sur Televisión* nace con un presupuesto de más de 4000 millones de pesetas, de los que solo un 0,8 por ciento viene de la autofinanciación, el resto sería a cargo de la Junta de Andalucía. Presupuesto dado por la Ley de creación de la RTVA, pero que posteriormente aumentaría.

Esta es la infraestructura con la que *Canal Sur Televisión* tuvo que hacer frente a un panorama social político y audiovisual de cambio. La televisión pública autonómica andaluza nace en la primera década de la Transición española, después de 40 años de dictadura y a su vez de igualdad nacional, comienza también una época de reafirmación de la identidad regional y de las diferencias, algo que ya el 4 de diciembre de 1977 quedó reflejado en esa gran manifestación donde se solicitaba el autogobierno de Andalucía.

No obstante, no podemos olvidar que audiovisualmente hablando eso es lo que está sucediendo en Andalucía, pero también en el resto de España se están dando pasos en la creación de las televisiones autonómicas. Fuera de Andalucía se está asistiendo a esta descentralización a través de los canales autonómicos, empiezan a levantarse voces pidiendo televisiones privadas, libre de la dependencia de poder político. Es más, las primeras televisiones privadas nacen

prácticamente cuando se está viviendo la primera emisión de *Canal Sur Televisión*.

El 3 de mayo de 1988 nacen las televisiones privadas oficialmente fecha en la que se publica la Ley 10/1988 de la creación de la televisión privada (BOE, 1988) Es a raíz de esta ley cuando surgen los primeros tres canales de televisión privada; *Antena 3 Tv*, *Telecinco* y *Canal Plus* que transformaron el panorama audiovisual español. Esta transformación viene dada porque la audiencia tiene que dividirse entre más y, en concreto, las televisiones privadas utilizan unas prácticas comerciales destinadas no solo a la autofinanciación sino al enriquecimiento.

Nace así la televisión como negocio conviviendo con la versión inicial de la televisión como instrumento al servicio del poder y pudiendo quedar en último término los propósitos de la televisión como servicio público para la ciudadanía.

Es el momento en el que *Canal Sur Televisión* no es la única por tanto debe competir con las demás y conseguir ser rentable económica y socialmente en esta batalla. Eso sí, sin olvidarse los objetivos iniciales que la Constitución pone en mano de las televisiones públicas y que supuestamente las convierte en necesarias, a pesar de la llegada de las privadas. Con perspectiva, según varios informantes claves de este trabajo de investigación, el fallo fue no cambiar el proyecto.

Nosotros hicimos una *TVE* a escala 1-10 o algo así, pero con el mismo esquema. Quiero decirte, que para abrir las puertas hace falta tres porteros, el del turno de mañana, el de tarde y el nocturno. Entonces se abrió la puerta y ahí teníamos a mil empleados o mil quinientos, los que fueran. A los tres meses abría *Antena 3* o *Telecinco* y tenían doscientos. El primer fallo que no hubo capacidad de movimiento, yo creo que también porque políticamente era más rentable crear dos mil empleados que crear doscientos, pero bueno eso no te lo puedo asegurar porque yo no estaba en aquella parte digamos de la alta política. (...) Bueno total que en ese contexto cuando la *Rtva* arranca, arranca como una televisión pública copiando todos los efectos de los publico que ya existía y que acabaron unos años más tarde con esa crisis en la que debía tanto que la absorbió

el estado a partir de cero. Aquí eso no lo vimos venir, o sobre todo yo le echo la culpa más que a los profesionales, que los de *TVE* nos estaban anunciando: “Esto no puede ser, esto, esto va a reventar, no sabemos cómo, pero esto va a reventar.” No puede ser porque claro le debían a todo el mundo, a veces no podían pagar las nóminas, a veces no... Y nosotros habíamos cogido ese molde mientras los demás estaban en otro rollo. Por otra parte, la Junta de Andalucía tenía mucho interés en que el aspecto digamos social de la Rtva se cumpliera socialmente, pero claro esto tiene una lectura económica. (Manfredi, J. L., 2019)

No es el único que apunta a esos fallos iniciales que aseguran siguen arrastrándose 30 años después.

Cuando llegué a *Canal Sur*, yo venía de *Televisión Española*, y siempre pensé que teníamos la oportunidad de evitar en nuestro proyecto los vicios acumulados en la tele estatal durante tantos años (actitud funcionarial, amiguismo, enchufe, tratos de favor, presupuestos inflados con porcentajes que se iban quedando por el camino, desidia, falta de motivación, excesivo parcelación de las funciones en el trabajo, injerencia nociva de los sindicatos, siempre corporativistas, dificultando más que ayudando a mejorar el proceso de producción). Todos esos vicios, que en *TVE* habían tardado cuarenta años en consolidarse, en *Canal Sur* se habían reproducido ya, y con creces, a los dos o tres años de su puesta en marcha. (Tortosa, J., 2019)

Esta copia de lo ya existente con el tiempo se ha considerado como uno de los mayores males de la televisión andaluza. Algo que se ha repetido en distintas autonómicas como lo asegura Bustamante (2004):

Las autonómicas han mostrado en muchas ocasiones que pueden calcar perfectamente a escala regional el pesado aparato de las televisiones nacionales, el centralismo, la crisis económica y la sospecha institucional, e incluso superar a veces la dependencia gubernamental de las propias televisiones estatales. (p. 145-146)

Pero con este supuesto nuevo panorama, no se debe olvidar los principios fundacionales que hicieron necesaria una televisión autonómica para Andalucía.

El catedrático Manuel Ángel Vázquez Medel explica así por qué comenzó *Canal Sur*.

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. (Manfredi, J. L., Gómez y Méndez, J. M., 1998, p.149)

En la ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (Rtva) quedan claramente definidos los motivos que originaron su nacimiento y su existencia hasta nuestros días:

La hasta ahora denominada Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía viene cumpliendo, desde su creación por Ley 8/1987, de 9 de diciembre, unas funciones de comunicación e información que contribuyen a la vertebración y desarrollo social, identitario y cultural de Andalucía. Ciertamente, la actividad de radio y televisión pública ha evolucionado hasta convertirse en vector de progreso, al desempeñar un papel central en el funcionamiento de las sociedades democráticas modernas, transmitiendo sus valores fundamentales y facilitando la participación de la ciudadanía en la vida política, informativa, cultural y social.¹¹⁶ (BOJA,2007)

Algo que explica así el subdirector general de la Rtva, cuando se realiza esta investigación, y director de *Canal Sur Televisión*, Joaquín Durán:

Es que en Andalucía no había una empresa de comunicación cuya única referencia fuera Andalucía. Es decir, había empresas de comunicación fundamentalmente la radio y la Cadena Ser que fue la que empezó a hacer programas regionales y por lo tanto con identidad andaluza pero claro, no dejaba de ser una serie de programas, que con esto no le quito ningún

¹¹⁶ Ver La Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (Rtva). En <http://www.juntadeandalucia.es/boja/boletines/2007/252/d/2.html> [Consultada en enero de 2019.]

mérito ni muchísimo menos. (...). Es decir, una empresa que estuviera pendiente de la vida de la gente que vive de Despeñaperros para abajo durante todo el rato y no un ratito, y no un ratito al día ¿vale? que yo creo que una de las grandes ventajas que tiene esta empresa es que aquí lo que en fin lo que ocurra en Baracaldo pues nos importa más bien poco ¿no? Sin embargo, pues todo lo que ocurre en Andalucía más nos importa. Yo creo que esta la diferenciaría. Una autopista la A 92 que había vertebrado Andalucía desde el punto de vista de las carreteras, pero desde el punto de vista de la carretera de la comunicación no existía una empresa como esta. (Durán, J., 2019)

Pero la Junta de Andalucía no quería simplemente tener una televisión y una radio autonómicas en Andalucía. Va más allá. Llegando al punto de crear la Rtvva, es decir, la Empresa Pública de Radio y Televisión de Andalucía. Así la Ley 8/1987 de creación de la empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía hace posible ese medio de comunicación que ya se indicaba en el estatuto andaluz, dado el poder que dicho estatuto confiere a Andalucía respecto a sus medios de comunicación. “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.”¹¹⁷(BOJA, 1987)

La Rtvva, según indican sus normas, nace como instrumento fundamental para la información y participación de todos los andaluces en la vida política, cultural y social,

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

¹¹⁷ Ver en la 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. Publicada en el Boletín Oficial del Estado número 104 de 12/12/1987 en <http://www.juntadeandalucia.es/boja/boletines/1987/104/d/1.html>. [Consultada en enero de 2019.]

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.¹¹⁸ (BOE, 1982)

Por todo esto, se crea la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía para la gestión de los servicios de radiodifusión y televisión de competencia de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Una empresa que estará controlada por el Parlamento de Andalucía.

Esta es la definición que sobre el grupo Rtva aparece en su página web:

La Radio y Televisión de Andalucía (Rtva,) líder en el actual mercado audiovisual del sur de España, es una Agencia Pública Empresarial perteneciente a la Junta de Andalucía. Empieza 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*. La Agencia se centra en el negocio audiovisual, sector que ha crecido en Andalucía de forma notable en los últimos años gracias a su puesta en marcha. Años después del inicio de la radio y televisión terrestres, *Rtva* inaugura en febrero de 1996 la emisión vía satélite. Este evento es el exponente primero de la evolución que sufre el sector audiovisual y de cómo lo encaja la propia *Rtva*. A partir de septiembre de 1996, la Agencia se embarca en un proceso de modernización y diversificación sin precedentes desde su nacimiento. (*Canal Sur*)

A partir de esa fecha, y hasta finales de 1998, surgen nuevas marcas de la compañía como *Canal 2 Andalucía* (ahora denominada *Canal Sur 2*), la segunda señal televisiva terrestre; *Andalucía Televisión*, *ATV* (nombre comercial de la emisión vía satélite), *Radio Andalucía Información*, *Canal Fiesta Radio* y la *Fundación Audiovisual de Andalucía*¹¹⁹.

¹¹⁸Cfr. en el art. 12.3.2 de la Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía para Andalucía. Publicada en el BOE número 9 de 11/1/1982, páginas 517 a 524. Ver <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-5825> Vigente hasta el 20 de marzo de 2007. [Consultada en enero de 2019.]

¹¹⁹ Se pueden encontrar todos los datos en la página web de *Canal Sur*. Ver <http://www.canalsur.es/rtva/quienes-somos/210924.html> [Consultada en enero de 2019.]

Los objetivos de esta empresa quedan claramente definidos 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.¹²⁰ (BOE, 1987)

Es aquí donde queda estipulado que, a pesar de la lucha inevitable por la audiencia que *Canal Sur Televisión* tiene respecto a las televisiones privadas, la eficacia económica no puede influir en la función social. Esta afirmación hemos querido comprobar si se cumple materializándola en dos de las hipótesis de partida incluidas en esta investigación. Así, “los medios de comunicación públicos, y por tanto los contenidos que se emiten en *Canal Sur Televisión* producidos por la productora *Indaloymedia*, tienen unas obligaciones hacia los ciudadanos que les exigen salirse de la tendencia actual generalizada de los medios de comunicación de comportarse como simples empresas cuyo objetivo es la búsqueda de beneficios” y también la hipótesis “las televisiones públicas son necesarias para cumplir la función social que la Constitución Española encomienda a los medios de comunicación.”

En este periodo de los inicios de la Rtva, y de otros tres canales autonómicos; *TV3*, *ETB* y *TVG*, se hace necesario la creación de un organismo que aúne las televisiones autonómicas para hacerlas más fuerte frente a la llegada de las televisiones privadas y frente a *Rtve* que aún tiene el poder en sus manos. Así el

¹²⁰ Ver la 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, en concreto el Capítulo 2, Creación y organización. Sección I. Creación de la *empresa pública de la radio y televisión de Andalucía*.

5 de abril de 1989 nace la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA.¹²¹) Este organismo se basa en la cooperación y la solidaridad entre los asociados y, por otra, la independencia entre ellos¹²².

En su primer año de emisión *Canal Sur Televisión* consiguió alcanzar una cuota de audiencia de 15,5 por ciento del mercado¹²³, sin que todavía estuvieran en emisión las cadenas privadas. Un año después, incluso con las privadas en el mercado, se convirtió en la emisora más vista en Andalucía por detrás de *Rtve*. Posteriormente la televisión autonómica andaluza ha sido desbancada y ha visto como las privadas le han ido robando audiencia. *Canal Sur* cerró el año 2018 con una media de audiencia de 8,8% cuatro décimas menos que hace tres años y su tercer peor dato histórico, según datos del análisis televisivo de 2018 realizado por Barlovento Comunicación. A pesar de esto sigue siendo una de las televisiones autonómicas más vista. *Telecinco* es líder por séptimo año consecutivo.

Desde la creación de *Canal Sur Televisión* se ha vivido su crecimiento, el conseguir posicionarse por delante de *TVE* e incluso se líder en la comunidad por encima de las televisiones privadas. Esta última era la situación cuando realizamos nuestra anterior tesina; según la última oleada de Estudio General de Medios (EGM), que incluimos en ese trabajo, *Canal Sur Televisión* revalidaba el liderazgo con un 17,5% de share

Una oleada más, *Canal Sur Televisión* se adjudica claramente el liderazgo de audiencia en Andalucía con un share del 17,5%, obteniendo una ventaja de 0,9% de share respecto a *Tele 5*, segunda en el ranking; de 1,4% sobre *Antena 3* y de 3,0% sobre *La1* de *TVE*, en tercera y cuarta posición. Con la consecución de esta nueva victoria la cadena pública autonómica andaluza conserva la imbatibilidad desde la 2ª oleada de 2007, según datos del

¹²¹ Para tener más datos se puede acudir a su página web. <http://www.forta.es/> [Consultada en enero de 2019.]

¹²² Periodo explicado en la segunda parte de esta tesis doctoral "Aproximación contextual la estructura Audiovisual en España", en concreto en el epígrafe 2.3.3 titulado La Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA.)

¹²³ Para tener más datos concretos sobre la audiencia de *Canal Sur Televisión* en sus primeros diez años, ver la obra Fernández Soriano, Emelina. (1999.)

Estudio General de Medios hechos públicos hoy, así como un dominio ininterrumpido en las 14 últimas oleadas de este informe¹²⁴.

Pero ahora, como ya hemos indicado, el panorama es bien distinto. Lo único que se mantiene es que “*La Tarde, aquí y ahora*” (“*La Tarde*”) sigue liderando en su franja y que aporta el 20% de la audiencia de la cadena. Es decir, en repercusión en el presupuesto de la Rtva está por debajo del 3% consigue llenar el 8% de la parrilla y le repercute en el 20% de la audiencia que tiene la cadena, según datos proporcionados por el productor ejecutivo de la productora *Indaloymedia*. Con este panorama audiovisual, “*La Tarde*” se convierte en un pilar para la cadena pública andaluza.

Volviendo a los inicios de *Canal Sur Televisión*, son muchos los autores que consideran que arrancó motores en una época que muchos han llegado a calificar como:

Un punto de inflexión en la Historia de la humanidad, en la medida en que en ella se establecen las claves sobre las que se va a dirimir en el futuro la tercera gran revolución cualitativa del hombre sobre el *Planeta*: la revolución tecnológica y comunicacional que dará al traste con un buen número de estructuras, instituciones y presupuestos del gran proyecto de la modernidad. (Manfredi, J. L., Gómez y Méndez, J. M., 1998, p.148)

No obstante, la Rtva reconoce que su proceso de crecimiento no comienza hasta 1996, siete años después de la primera emisión de *Canal Sur Televisión*. Así lo afirman Antonio Manfredi y Gabriel García. Son los que ven el paso de un negocio televisivo que hasta entonces era considerado ‘clásico’ con estructuras muy bien determinadas, y como a partir de ese momento, se inicia, en toda la empresa, la diversificación, al objeto de encontrar una posición dominante en el sector de las telecomunicaciones. De ahí que *Rtva*, como grupo, esté presente en, al menos, 10 entidades. La RTVA está compuesta por *Canal Sur Televisión*, *Canal 2 Andalucía*, *Andalucía Televisión Producciones* (la emisión vía satélite del grupo), *Andalucía Digital Multimedia* (una entidad audiovisual que se

¹²⁴ Ver <http://blogs.canalsur.es/saladeprensa/2012/04/11/canal-sur-televisión-revalida-el-liderazgo-absoluto-con-un-175-de-share-y-las-emisoras-de-canal-sur-radio-incrementan-su-audiencia/> [Consultada en abril de 2012.]

constituyó como empresa mixta con la participación de la RTVA, Unicaja, Supercable, la empresa de ingeniería Vitelsa, la Universidad de Málaga, entre otros, con los objetivos de la elaboración, producción y distribución de productos audiovisuales de alta calidad, así como la experimentación y la formación en nuevas tecnologías, Teletexto, Sandetel (la sociedad andaluza para el desarrollo de las telecomunicaciones, cuyo objetivo es adaptarse al sector audiovisual y hacerse cargo del desarrollo digital y tecnológico), la Fundación Audiovisual de Andalucía, *Canal Sur Radio*, *Fórmula Uno*, *Andalucía información* y *Canal Sur Medía*. (Manfredi, A. y García-Hernandez, G., 1999)

En un momento así, en el que hay una televisión autonómica que arranca y que nace con un modelo en el que a diario tiene que llenar la parrilla se hace necesario el papel de empresas externas que hagan estos productos que no se pueden hacer con los recursos materiales y humano de *Canal Sur Televisión*.

En el caso andaluz, como en el de las restantes comunidades autónomas con servicios públicos audiovisuales propios, la creación del ente público de televisión supuso el inicio de un tejido industrial alrededor de ese ente público. Por supuesto, existían pequeñas empresas y *freelancers* que realizaban trabajos de ese tipo, especialmente a nivel corporativo, pero a una escala mucho menor. La excepción a esta regla son la Comunidad de Madrid y Cataluña, donde el tejido industrial audiovisual previo a la creación de sus televisiones autonómicas era más sólido alrededor de la televisión pública estatal y de la industria cinematográfica y publicitaria. Parece bastante evidente que la televisión autonómica andaluza es el elemento nuclear de la industria audiovisual andaluza. Incluso las productoras que posteriormente han trabajado para televisiones de ámbito estatal empezaron y se desarrollaron fundamentalmente al albur de su trabajo para *Canal Sur*. Sin esa actividad difícilmente habrían podido adquirir una dimensión más allá de Andalucía. Sin *Canal Sur*, la industria audiovisual andaluza sería muy diferente y solo podemos especular con un posible

actor alternativo que hubiera jugado un papel similar, como una televisión autonómica privada. (Fernández Quijada, D., 2019¹²⁵)

En este momento es cuando empiezan a surgir las productoras audiovisuales, empresas que serían el embrión de la posterior industria audiovisual de Andalucía que ahora estudiamos.

3.2.2.2 Las distintas etapas

Las distintas etapas de *Canal Sur Televisión* han estado influenciadas desde el principio por las personas que han estado en la dirección general de la Rtv. Es por ello que hemos querido hacer un acercamiento a cada uno de los directores generales. Para ello ha sido fundamental la aportación de las personas que han trabajado directamente con estas personas, ya fuera como miembros de su directiva, trabajadores de *Canal Sur Televisión* durante sus mandatos como, en su caso, habiendo realizado contenidos como productores ajenos cuando estos dirigían, y también la obra *RTVA: Diez años con Andalucía*, ya mencionada anteriormente.

- Salvador Domínguez: Director General (Diciembre 1987 a Julio 1989)

Salvador fue el primer Director General de la RTVA, ya supo del proyecto de su cargo anterior como Director General de Comunicación Social de la Junta de Andalucía. Con el paso del tiempo Domínguez se consolidó como el director del lanzamiento de la empresa con todo lo que significó: Andalucía era un terreno baldío desde el punto de vista audiovisual. A finales de los ochenta prácticamente no existían, en número suficientes, profesionales autóctonos cualificados y, demás apenas había empresas proveedoras, sino que realmente esas empresas surgieron después en torno a la RTVA.

Los que estuvieron en esta fecha dentro de *Canal Sur* recuerda así este momento:

Como toda etapa inicial, está llena de improvisaciones, pero había unas ganas enormes de sacar adelante la televisión pública andaluza y se respiraba entusiasmo. En algún momento, hubo prisas para cumplir con los

¹²⁵ Las declaraciones de David Fernández Quijada fechadas en 2019 han sido extraídas de la entrevista realizada por esta investigadora para la presente tesis doctoral el 15 de abril de 2019.

objetivos y eso, según parece que se demostró años más tarde (yo no lo constaté mientras estuve allí) propició irregularidades. Pero Domínguez no se marchó por eso, sino porque la derecha mediática decidió emprender una campaña de acoso y derribo inmisericorde contra él y Paco Cervantes que llevó a pensar a Borbolla y Zarrías que sería aconsejable sustituirlos. Hay que recordar que el mandato de ambos, director general de RTVA y director de *Canal Sur Televisión* respectivamente y responsables de la puesta en marcha del proyecto, duró menos de seis meses. (Tortosa, J., 2019)

Esta etapa puso los cimientos de lo que ha sido *Canal Sur* desde su creación. Poco se ha movido desde entonces. La línea directa que ha ido desde el miembro del gobierno (ya fuera Gaspar Zarrías, Susana Díaz o Jiménez Barrios) hacia la dirección de la empresa se ha mantenido durante todos estos años. La existencia de productoras “pata negra”, el modelo de programación, etc. (Romero, J., 2019)

La urgencia, la urgencia y el saco roto. Lo que no quiere decir que el dinero se perdiera por las alcantarillas lo que quiere decir que hubo que improvisar mucho y eso generó sobrecostos, pero ahí quedó, la televisivo quedó terminada. (Manfredi, A. 2019)

El despegue de un proyecto ilusionante. (Vázquez, M. Á., 2019)

Una ilusión que no duraría mucho, “apenas cuatro meses después de iniciarse la programación televisiva, la Rtva había acumulado ya unas deudas de 4.000 millones de pesetas (24 millones de euros.)” (Arboledas, L. 2009, p.6) Otros recuerdan solo la parte más negativa del periodo: “Inexperiencia, incompetencia, despilfarro, amiguismo. (Gómez Cardeña, M., 2019)

- Manuel Melero: Director General (Julio 1989 a Octubre de 1994)

Manuel Melero fue nombrado nuevo Director General de la Rtva en junio de 1989. Con una amplia experiencia en puestos de gestión en la administración pública (Delegación del Gobierno de Málaga, Diputación de Córdoba.) Melero inicia su etapa consciente de la necesidad de adecuar la empresa a la realidad de un mercado que cada día se presentaba más competitivo.

Antiguo concejal y vicepresidente de la Diputación de Córdoba y en ese momento, delegado de Gobernación en Málaga: Su nombramiento fue interpretado en clave de las entonces luchas internas en el PSOE; a Melero se le consideraba un hombre de confianza de Rodríguez de la Borbolla frente al otro sector, el denominado “guerrista”. (Arboledas, L., 2009, p.7)

Los que protagonizaron esta etapa la describen de esta forma: “Recuerdo que, durante esta etapa, la principal queja era el oscurantismo en la contratación y del reparto de la masa salarial, con sueldos supermillonarios de los que no se daba información.” (Romero, J., 2019) “Una Palabra: Nefasto, una desgracia para la historia de la Comunicación en Andalucía. Para argumentarlo, me permito remitirme a lo que cuento en mi libro sobre un personaje muy complicado, a quien tuve la oportunidad de tratar muy de cerca.” (*Periodistas, el arte de molestar al poder*, Barcelona, Roca Editorial, 2018, págs. 121-128.) (Tortosa, J., 2019) “Algo más de experiencia, despilfarro y amiguismo.” (Gómez-Cardaña, M., 2019¹²⁶) Una etapa en la que la RTVA empieza a echar raíces sólidas. (Vázquez, M. Á., 2019¹²⁷)

Manuel Melero es el hombre que digamos fortalece la televisión en el sentido de aumentar la plantilla claramente, es con él con el que la plantilla supera los mil trabajadores y es con él con lo que se toman decisiones importantes del punto de vista de relaciones con las productoras de relaciones políticas etc. Etc. Digamos que Melero es el hombre que construye la base de la tv que tenemos hoy (Manfredi, A., 2019)

- Joaquín Marín: Director General (Octubre 1994 a Septiembre 1996)

Las elecciones autonómicas de 1994 dieron de sí el panorama político más inestable de Andalucía desde los primeros comicios regionales dado que, el partido más votado, el PSOE, no pudo constituir una mayoría sólida para en la cámara legislativa: El cargo de Director General de la RtvA debía ser consensuado, misión a la que se encomendaron los representantes políticos a través de larguísimas conversaciones durante muchos días. Finalmente, el

¹²⁶Las declaraciones de Manuel Gómez Cardaña están extraídas de la entrevista realizada por esta investigadora para esta tesis doctoral el 21 de mayo de 2019.

¹²⁷ Las declaraciones de Miguel Ángel Vázquez Bermúdez extraídas de la entrevista realizada por esta investigadora para esta tesis doctoral el 20 de marzo de 2019.

candidato que alcanzó mayor grado de consenso fue Joaquín Marín, periodista con consolidada experiencia como gestor al frente de los medios de comunicación.

Así describen nuestros informantes claves el periodo de este director: “Inexperiencia, improvisación, injerencia política, sobredimensión empresarial, despilfarro, amiguismo.” (Gómez Cardeña, M., 2019) “La gran apuesta por los informativos. Periodismo al servicio de Andalucía.” (Vázquez, M. Á., 2019)

Joaquín Marín llega revestido de esa necesidad de cambio, del servicio público, estamos en la época de la pinza y Marín es un hombre que bregó muchísimo en el trabajo. Me consta, iba por las noches a la redacción también, era un hombre muy muy muy capaz, pero se vio metido en una especie de alicate entre el poder político y el poder sindical. (Manfredi, A., 2019)

Fue la época de las esperanzas frustradas: la pérdida de la mayoría absoluta del PSOE y una cierta apertura en materia informativa ya que la responsabilidad de los servicios informativos recaía en personas que no estaban dentro de la órbita, en aquellos tiempos, del partido en el gobierno. Fue también el primer periodista nombrado por la RTVA, lo cual también favoreció ese estado esperanzados para una nueva dinámica en la información dentro de la RTVA. Quizá, en ese aspecto, fue la mejor época que solo duró dos años. Aunque las expectativas eran más altas que los resultados que se obtuvieron. (Romero, J., 2019)

En este momento y con este director general sucede algo de gran interés en el trabajo de investigación que realizamos. Marín nombró director de *Canal Sur Televisión* a José María Siles. El nuevo director de la televisión andaluza anunció la creación de un registro para controlar la relación con las productoras privadas, en especial las llamadas “pata negra”, aquellas que eran propiedad de antiguos directivos de la Rtvva. Pero poco después fue destituido de su cargo. De sus palabras recogidas en el Diario de sesiones número 15 de 1995, pp.246-268, se deduce que Siles defendía profundos cambios en la gestión y, sobre todo, un control exhaustivo de las productoras para evitar que siguieran recibiendo contratos millonarios a cambio de programas que nunca alcanzaban millonarias

audiencias. Marín, por su parte, negó todas las acusaciones sobre las productoras, tachó a Siles de mentiroso y explicó el relevo por mera pérdida de confianza. (Arboledas, L. 2009, p.8)

- Eduardo Abellán (Septiembre de 1996 a Septiembre de 2000)

Nacido en 1946 y abogado de profesión. En su toma de posesión, en septiembre de 1996, Abellán reconoció no conocer a fondo el sector audiovisual, aunque prometió aplicarse en su dominio para llevar a cabo su misión: la expansión de la empresa. Durante su dirección nació *Canal 2 Andalucía* y Sandetel. Abellán tenía en su haber una larga trayectoria profesional y, entre otros cargos, fue director general del grupo Iberia; secretario general de la dirección de Construcción Naval del INI y presidente de la empresa nacional Bazán, desde donde pasó a ocupar la dirección general de la Rtva.

Una fase que describen con estas palabras: “Buena gestión empresarial, amiguismo.” (Gómez Cardeña, M., 2019) “Un gestor que fortaleció y dio dimensión empresarial a la Rtva.” (Vázquez, M. Á., 2019)

La pérdida del gobierno estatal por el PSOE provocó un cambio radical en la gestión de la Rtva: una persona ajena al medio audiovisual y ajena a Andalucía, tomaba los mandos de *Canal Sur*. Recuerdo que tomó algunas decisiones acertadas en materia de programación quitando de parrilla cosas del corazón (creo que quitó Tómbola). Inició una política de recortes que afectó a la programación y a la relación con los trabajadores, aunque no afectó al trato favorable a las productoras “pata negra”. Tuve con él trato personal y conversamos en ocasiones acerca de la poca importancia que él daba a la negociación laboral en Canal Sur: venía de Hunosa donde la situación era muy dura y con muchos ejemplos bastante duros. Fue también el comienzo de la pérdida de la red propia de centros emisores, que fueron a parar al invento de Sandetel. Fue determinante en los derroteros empresariales que se tomaron después de él. (...) Quizá, en ese aspecto, fue la mejor época que solo duró dos años. Aunque las expectativas eran más altas que los resultados que se obtuvieron. (Romero, J., 2019)

Eduardo Abellán era un gestor y recibió permiso de la Junta de Andalucía de inversiones, fue el primero que creó sistemas de formación para los trabajadores, el primero que creó un sistema administrativo, contables y de digamos revisiones continuas de los procesos económicos que fue muy importante. Era un gestor que venía de la compañía Iberia. Yo creo que Eduardo Abellán el problema que tuvo es que no se dio cuenta que no era una empresa como otra cualquiera que era una empresa de comunicación y los intangibles de las empresas de comunicación son importantes. (Manfredi, A., 2019)

- Rafael Camacho (Septiembre 2000 a noviembre 2008)

Rafael Camacho era licenciado en Ciencias de la Información (Periodismo) y en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid y había realizado los estudios de Doctorado en Economía por la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la universidad de Sevilla. Asimismo, era Portavoz del Gobierno andaluz cuando sustituye a Eduardo Abellán en la dirección de la Radio y Televisión Pública de Andalucía. Entre sus objetivos que *Canal Sur* liderara el desarrollo tecnológico audiovisual en Andalucía y el servicio público a los andaluces.

Un periodo marcado por: “Etapa de grandes éxitos de audiencia, con registros galácticos.” (Vázquez, M. Á., 2019) “Buena gestión empresarial, fin de los llamados ‘patas negras’, buenas cuotas de audiencia.” (Gómez Cardeña, M., 2019) Significativo que este informante, que niega que en existan productoras audiovisuales beneficiadas por *Canal Sur Televisión*, señale este momento como el final de estos beneficios. Esta cuestión va a ser ampliamente analizada dentro de nuestro análisis ya que la existencia de estas se incluye dentro de una de las hipótesis secundarias de este trabajo, como ya hemos visto en la primera parte de esta tesis doctoral.

El antiguo portavoz del gobierno trajo lo que era de esperar: un control aún mayor de los contenidos informativos que se hacían al dictado del partido del gobierno. Allí donde si los trabajadores y algún directivo no seguían al dedillo los dictados, duraban poco. En Huelva hubo dos directores que duraron poquísimos meses durante esta época. Salieron varios directivos

por cuestiones de corrupción y tratos de favor a empresas. Lo peor fue la entrada de Ricardo Llorca, dentro de la esfera del PSOE (su padrino creo que era Ramón Jáuregui durante su estancia en la RTVE en Euskadi). Gracias a él comenzó una etapa de externalizaciones a todo tren y mayor reparto para las productoras. (Romero, J., 2019)

Rafael Camacho es un hombre profesional que vivió la mejor época yo creo de Canal Sur. Rafa Camacho es un hombre además que fortaleció bastante la plantilla, que creyó en los periodistas y que hizo posible un cambio hacia un servicio público todavía más eficaz en términos de llegar antes y más lejos a los sitios. Planteamiento que continuo Pablo Carrasco. (Manfredi, A. 2019)

La Ley 18/2007 (BOJA, 26-12-2007) supuso la cuarta reforma de la Rtv desde su creación justo dos décadas atrás y de nuevo le corresponde al Parlamento la elección de la persona al frente de la Rtv.

- Pablo Carrasco (Noviembre 2008 a marzo de 2013)

El pleno del Parlamento andaluz eligió ayer a Pablo Carrasco como nuevo director general de la RTVA, cargo en el que sustituye a Rafael Camacho, con los votos a favor del PSOE e IU, para lo que ha sido necesaria una tercera votación por el rechazo del PP. Pablo Carrasco era en el momento de tomar posesión de su cargo director general de la productora andaluza ZZJ y contaba con una amplia trayectoria en la RTVA, donde ya había trabajado desde 1989 a 2005 en varios puestos.

Una época muy distinta a las descritas anteriormente. “Recortes presupuestarios, recortes en presupuestos de parrilla, desaparición de programas emblemáticos, declive de la cadena y de la audiencia, eliminación del segundo canal. (Gómez Cardeña, M., 2019) “Primer director elegido por el Parlamento, le tocó lidiar los primeros ajustes presupuestarios fruto de la crisis y el aumento de la competencia por los diferentes medios y soportes para consumir televisión. (Vázquez, M. Á., 2019)

Para la elección del director general, en Andalucía el PP negó su apoyo a Pablo Carrasco, quien fue elegido en tercera votación con los votos de PSOE y de IU. El PP explicó su posición alegando que el nombre de carrasco era una

imposición de los dirigentes socialistas y, además, representaba la “fotografía del juego diario entre la cadena autonómica y las productoras andaluzas, con escándalos y chanchullos permanentes” (Abc, edición Sevilla, 27-09-2008) (Arboledas, L., 2009, p.9)

A Pablo Carrasco ya le tocó la época de los recortes, el principio de la crisis, pero Pablo Carrasco fue un hombre que tenía las ideas muy claras no en vano provenía de la casa, llevaba ya en la casa muchísimo tiempo como jefe de programas de televisión española regresa y realmente es bueno. Realmente yo creo que Pablo Carrasco digamos cumplió sus objetivos con un problema digamos, con 3 problemas que les presentaron encima. El control político digamos, las graves disecciones entre los sindicatos que al final cayeron en un debilitamiento de la empresa y sobre todo la incapacidad de romper la presión del duopolio. La presión del duopolio fue terrible y él se dio cuenta. (Manfredi, A.)

Pablo Carrasco se encontró una Televisión en expansión, con una buena audiencia y buena aceptación entre la población. A él le tocó una reducción drástica del presupuesto y no supo defender el modelo, ni adaptarlo a las exigencias del Parlamento, amputó parte de la programación cerrando un Canal y todo lo que suponía, dejando huérfana a una gran parte de la población. (Mingorance, R., 2019¹²⁸)

- Joaquín Durán (Marzo 2013 a fin de nuestra investigación)

Joaquín Durán es periodista y ha desarrollado una larga carrera profesional de más de 40 años en la radio y en la televisión, ejerciendo labores periodísticas y ejecutivas en las dos empresas a las que ha pertenecido, la *Cadena SER* y *Canal Sur Radio y Televisión*, desde sus inicios. “Un hombre de la casa, con experiencia contrastada y capaz de afrontar con solvencia tiempos de mucha estrechura económica.” (Vázquez, M. Á., 2019)

Joaquín Durán, director de la radio con Pablo Carrasco, un hombre también de la casa, con muchísima experiencia en esto y por lo tanto digamos que

¹²⁸ Las declaraciones de Rut Mingorance Villalba han sido extraídas de la entrevista realizada por esta investigadora para esta tesis doctoral el 13 de mayo de 2019.

se puso a trabajar en unas condiciones precarias Yo al principio con Joaquín Durán era también el director de medios interactivos y te veías metido en una continuidad presupuestaria etc. que obligaba a grandes esfuerzos y que supuso pues un desencantamiento de la plantilla. (Manfredi, A., 2019)

Siguen los recortes presupuestarios y, consecuentemente, los recortes en los presupuestos de la parrilla. Sigue el declive de la audiencia. Aplicación de la inversión del 6% que exige la Ley General de Comunicación Audiovisual de 2010. Provisionalidad prolongada en el cargo. (Gómez Cardeña, M., 2019)

No ha hecho ninguna apuesta por transformar el modelo, se han hecho cosas al intentar activar los canales web, pero sin creérselo realmente, no ha afrontado ninguna renovación real, por ese sentido de provisionalidad que está sobre él. Ha capeado el temporal, pero esperemos que los daños no sean irreversibles. (Mingorance, R., 2019)

La personalidad y modo de proceder de los distintos directores generales han marcado el devenir de la televisión pública andaluza. En julio de 2019 se anunciaba el nombramiento de Juan de Dios Mellado Pérez como nuevo director de Canal Sur en sustitución de Joaquín Durán. Licenciado en Ciencias de la Información que ha ejercido la mayor parte de sus años como periodista en prensa escrita y que antes, que director del ente público, había sido director general de comunicación social de la Junta de Andalucía con el PSOE al frente de la institución.

3.3 UN ACERCAMIENTO A LA CONFIGURACIÓN AUDIOVISUAL EN ANDALUCÍA: LAS PRODUCTORAS AUDIOVISUALES ENTRE 1989-2019

3.3.1 Los inicios de la industria audiovisual andaluza para televisión (1989-1999)

Bajo el nombre de industria audiovisual se agrupan las empresas que tienen que ver con la radio, la televisión y el cine en sus vertientes productora, distribución y exhibidora, la grabación sonora, el vídeo, el doblaje la animación, la infografía y la realidad virtual, entre otros, además de los empresarios, profesionales, los

artistas y técnicos que hacen posible el desarrollo de estos campos, de importante influencia social y de gran impacto económico. Esta es la definición que aparece en la obra *RTVA: diez años con Andalucía* de los autores Benito Castro Galiana, Juan Luís Manfredi Mayoral y José A. Navarro Moreno. Una obra donde queda claramente recogido que la mayoría de las empresas audiovisuales andaluzas nacieron a raíz de la puesta en marcha de la Rtv. Unas empresas que “inicialmente se dedicaban a dar servicios a la Empresa Pública, han alcanzado la madurez creativa y profesional y actualmente compiten en el mercado nacional.” (Castro, B., Manfredi, J. L. y Navarro, J. A., 1999, p.152)

No obstante, en este trabajo de investigación solo vamos a incluir la faceta televisiva de estas empresas, dejando al lado la radio y el cine, ya que el estudio de caso es de una productora cuyos pilares fundamentales, por facturación y volumen, son los formatos que emite en televisión.

En el momento que nace la televisión pública autonómica andaluza el panorama en que se encontraba esta nueva industria audiovisual era casi virgen y existen pocas productoras audiovisuales trabajando en Andalucía. “Alguna había, pero dedicadas a videos profesionales para empresas, instituciones y particulares. Algunas también trabajaban para la venta comercial de eventos tales como la Semana Santa, el Rocío, etc.” (Gómez Cardeña, M., 2019)

Caligari films se creó antes de *Canal Sur* y había hecho varias películas, también *Proconon* en Córdoba y Málaga y algunas más. *Savitel* nace en el 81 adquiriendo equipos propios que les permite alquilar también el material a otros creadores, sobre todo de videos industriales y documentales. (Mingorance, R. 2019)

La falta de un tejido audiovisual y el papel que tuvo la televisión autonómica en el nacimiento de este también son recordados por el ahora Defensor de la Audiencia, Antonio Manfredi¹²⁹:

Empezaron a proliferar en torno al año 88 con la expectativa precisamente de la llegada de *Canal Sur*. Pero prácticamente no había capacidad audiovisual entonces de productoras privadas. El imperio de televisión

¹²⁹ Las declaraciones de Antonio Manfredi Díaz han sido extraídas de la entrevista realizada por esta investigadora para esta tesis doctoral el 15 de marzo de 2019.

española se desarrollaba contratando a trabajadores autónomos, pero no trabajaban solo para televisión. Por ejemplo, el cámara de Huelva o de Málaga, había unos cámaras que trabajaban muchísimo, que eran autónomos y cobraban a tanto la pieza, pero a eso no se le puede considerar productoras Yo recuerdo sobre todo a *Edit Media* que llegaba desde Barcelona, que montó toda una infraestructura de urgencia, trajo gente muy buena, muchos de Barcelona y *Edit Media* digamos que se comió gran parte del mercado. Pero hasta en torno al año 91 y con las expectativas de la Expo del 92 también se crearon entre cuatro o cinco grandes productoras. Algunas ya creadas con directivos de *Canal Sur* que habían salido como José María Durán, por ejemplo, pero en realidad el proceso fue creciendo mucho más a partir del abaratamiento de los costos tecnológicos y de todo lo que se desarrollaba a partir de la digitalización. Por tanto, a partir de 1998. (Manfredi, A., 2019)

Jesús Romero¹³⁰, trabajador de *Canal Sur*, sindicalista y actualmente parlamentario por Podemos recuerda la creación de empresas productoras en esos años:

Se crearon bastantes productoras durante los primeros años de *Canal Sur*. Muchas de ellas por los propios antiguos directivos de la Rtva que, enseguida, recibían encargos por parte del ente público. Recuerdo la productora *PC Producciones*, de Paco Cervantes¹³¹, director de *Canal Sur Televisión*; la de Salvador Domínguez, primer director general de la Rtva; la del hermano del actual subdirector general, Joaquín Durán, José María Durán; la productora de Joaquín Petit... Recuerdo que recibieron contratos otras productoras como *Tesouro*¹³² que creo era propiedad de Ramón Colón o también las de los conocidos Emilio Aragón y Gonzalo García

¹³⁰ Las declaraciones de Jesús Romero Sánchez han sido extraídas de la entrevista realizada por esta investigadora para esta tesis doctoral el 3 de junio de 2019

¹³¹ Francisco Cervantes, más conocido como Paco Cervantes, es uno de los periodistas procedentes de *TVE* a los que encargaron el montaje de la televisión pública autonómica andaluza. Fue el primer director de *Canal Sur Televisión* y después se ha dedicado a la producción audiovisual. Está entre los primeros trabajadores de *Canal Sur Televisión* señalados por haberse marchado y haber montado empresas para nutrir a la televisión autonómica andaluza.

¹³² Se trata de una productora cinematográfica que se creó en 1981, antes de la creación de *Canal Sur Televisión*.

Pelayo, que, según recuerdo, era una productora creada justo antes de la creación de *Canal Sur* y que, desde el primer momento, se vio favorecida por los contratos millonarios de *Canal Sur*.

La creación de empresas productoras por ex trabajadores de *Canal Sur Televisión* ya aparece desde sus inicios, aunque depende de quién le da un sentido u otro a esta relación. Juan Tortosa dejó de trabajar en la televisión autonómica cuando la dirigía Manuel Melero y hace la siguiente lectura:

Cuando me marché de *Canal Sur*, decepcionado por la obsesión manipuladora de Manuel Melero y el intervencionismo de la Junta, aún no existían. Poco tiempo después, ya en Madrid, supe que buena parte de los directivos que abandonaban sus cargos en *Canal Sur* iban montando productoras para elaborar programas cuyo cliente único en muchos casos era *Canal Sur Televisión*. Lo que significaba la disminución de la producción propia y la discriminación salarial entre los trabajadores de esas productoras y los que pertenecían a la plantilla de la RTVA. (Tortosa, J., 2019)

Por su parte Juan Luis Manfredi fue uno de los profesionales que se marcharon de la televisión pública andaluza y le ofrecieron sus servicios desde fuera. Su postura ante esto es bien distinta:

En aquel momento que yo sepa solamente había una productora que era lo que se llamaba entonces video industrial que era de los que hacían vídeos de procesos industriales o como reportajes publicitarios y tal que se los encargaba una empresa y tal. Estamos hablando pues de un señor con una cámara. Y poco más, y una mesita de edición y a veces se tenía que ir a Madrid a editar porque aquí no había nada. Es decir, aquí no había nada. Lo de la pata negra, es verdad, pero hay que explicar el cómo. Esto se hacía de la siguiente manera, aunque yo no he sido testigo de esto, testigo personal, pero me lo han contado las personas interesadas. “Mira, Nuria, tú eres empresaria, te va bien en tu negocio, eres aficionado al cine. Mira si montas una productora yo te aseguro que en los próximos 5 años... Eso se hizo pues con empresas que tenían, que se dedicaban a la construcción, por ejemplo y que tenían directivos que se sabían que eran interesados.

(...) Porque le gustaba, porque era un aficionado y conocía a la gente del cine que había que era media docena nada más. Pues ese es el tipo de víctimas de... Digo víctimas en el sentido, es decir, es verdad, que luego ganaron mucho dinero, pero se la jugaron. Y esto lo hicieron cinco o seis y entre esos cinco o seis se repartieron el pastel. Tú vas a hacer documentales, tú vas a hacer no sé qué, tal y tal. (...) Lo que había, como sigue habiendo, es oscurantismo (...) El problema es cómo te estoy contando, el subterráneo. (Manfredi, J. L, 2019)

Algo que Juan Luis Manfredi cuenta con naturalidad, pero que, para otros de los entrevistados en esta tesis doctoral, así Bonifacio Cañibano o Juan Tiortosa, es éticamente denunciable. Lo que parece indudable es que *Canal Sur Televisión* propició el desarrollo del sector audiovisual en sus inicios. A raíz de las primeras emisiones de *Canal Sur Televisión*, un gran negocio surge a su alrededor. Y son muchas las empresas que nacen para darle servicio a este nuevo canal y las pocas existentes encuentran en el canal autonómico su mejor forma de crecimiento. Con estas palabras Pérez Hernán señala el papel dinamizador para el sector audiovisual andaluz:

A principios de los años 80, aparece en Andalucía, una incipiente industria videográfica. La posibilidad de acceder a equipos profesionales de grabación portátiles y edición, a precios asequibles, irrumpe en el mercado mundial a mitad de los años 70. El vídeo supone una revolución al descentralizar la producción audiovisual (...) Con respecto a la industria cinematográfica, se puede decir que nunca ha existido establemente en Andalucía, salvo voluntariosas iniciativas individuales y aisladas. La aparición de la televisión autonómica andaluza, parecía prometer un cambio radical en esta industria como generadora de una gran demanda de todo tipo de programas. A partir de los 90, se consolidan las pocas empresas pioneras y aparecen muchas nuevas. Este tirón de demanda generó en los siguientes años una gran inestabilidad en el sector privado, debido a los continuos cambios de orientación de la política de producción de *Canal Sur Televisión*, debidos fundamentalmente a los cambios de sus equipos directivos. Independientemente de su capacidad creativa y experiencia, la mayoría de las productoras desaparecieron por no tener una

mínima estructura financiera y profesional, después de haber realizado un par de producciones. Las que sobreviven hoy son, en su mayoría, las que pudieron desarrollar con una cierta continuidad, un mínimo trabajo, sobre todo para *Canal Sur Televisión*, pero siguen con la misma inseguridad respecto a su futuro. Además, un grupo de pequeñas productoras mantienen su actividad por la estructura casi unipersonal de la empresa y una gran dosis de imaginación para encontrar salidas en el sector del vídeo industrial, publicitario e institucional y la esperanza de conseguir algún nuevo contrato en la televisión autonómica. (Fernández-Soriano, E., 1998, p. 115 y 116)

El nacimiento de Rtvva supuso la inmediata aparición de empresas privadas que ofrecían servicios a una televisión que nació con un único y pequeño plató y medios humanos y materiales muy limitados. El comienzo de *Canal Sur Televisión* potenció el trabajo de algunas de las productoras que existían, tanto de fuera de la comunidad autónoma, como es el caso de la catalana *Edit Media*, como de Andalucía. En Sevilla, se construyeron dos platós de *Caligari Films*, *Savitel* y *Videoplanning*, además de ponerse en marcha varias empresas dedicadas a la producción, postproducción y servicios. En Málaga, Rtvva inauguró un segundo plató y ello significó la aparición de varias empresas de producción, postproducción y servicios. En otras provincias surgieron poco a poco nuevas empresas para atender las demandas de *Canal Sur Televisión* en expansión.

Canal Sur Televisión tenía personal y medios propios para la emisión, la producción de los programas informativos y deportivos y las necesidades derivadas de la estructura descentralizada de la empresa. Pero para el resto de las actividades necesarias, para cubrir sus necesidades y objetivos, se hizo necesaria la contratación de empresas de servicios. Por ello, se contrataron de forma externa servicios como el transporte, maquillaje y peluquería, vigilancia y limpieza, construcción de decorados, la gestión de la publicidad y, lo más relevante se contrató de forma externa parte de la producción de programas de entretenimiento y divulgativos.

La programación inicial de *Canal Sur Televisión* se basó en los programas informativos de producción propia pero también en la contratación externa de

algunos programas de entretenimiento. Es a raíz de este tipo de programas, cuando la televisión pública autonómica cierra contratos con la industria audiovisual que se crea de las empresas productoras independientes.

Es más, Fernández Soriano (1999) mantiene que:

Del análisis pormenorizado de las decisiones tomadas a lo largo del primer año se puede extraer la conclusión de que la televisión pública andaluza se configura de hecho atendiendo a un pretendido 'modelo de televisión ligero y descentralizado' como consecuencia del aligeramiento de la tecnología, por un lado, y de la necesidad imperiosa de abandonar los modelos burocráticos y esclerotizantes de gestión televisiva más frecuentes en la historia de las televisiones públicas en Europa, y que podríamos caracterizar –como postuló en su día el informe de las Naciones Unidas sobre Comunicación, denominado McBride- que 'la democratización de las comunicaciones pasa forzosamente por la participación ciudadana en las mismas'. Así pues, la opción del modelo ligero supone claramente que los entes televisivos no inflan sus estructuras, sino que se dotan de estructuras mínimas especialmente en la dirección de la programación y en informativos, mientras que confían gran parte de la producción a estructuras externas. (p.103)

Según Fernández Soriano tiene unos objetivos muy claros con dos frentes tendentes a agilizar la programación pero sin tender de un gran aparato que puede 'tiranizar' y asimismo dando cabida a la participación social -en forma de sociedades privadas, organismos públicos y colectivos ciudadanos-en la creación del mensaje televisivo, aquí por tanto incluye a las empresas productoras. (Fernández Soriano, 1999)

Aquí podemos ver esos principios que desde sus inicios la televisión autonómica incluye de desarrollo del tejido audiovisual andaluz. Esta motivación será recogida posteriormente en la ley de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la agencia pública empresarial de la radio y televisión de Andalucía (Rtva), aprobada por el Parlamento de Andalucía el 17 de diciembre de 2007 (Ley 18/2007) señala los principios que debe seguir *Canal Sur Televisión*. Dentro de estos elementos, en concreto en el artículo 4 de esta

ley, donde se exponen los Principios inspiradores y función del servicio público de radio y televisión se indica que la actividad de la Rtva (Radio Televisión de Andalucía y la de sus sociedades filiales es decir, *Canal Sur TV* y *Canal Sur Radio*) perseguirá “Fomentar la producción audiovisual andaluza, facilitando el desarrollo de la industria audiovisual.”¹³³ (Boja, 2007)

Es decir, que la ley fundacional incluye esa externalización que actualmente se critica tanto por considerarse que se infrautilizan los recursos propios de la Rtva, cuando a la vez se está invirtiendo en pagar productos hechos por productoras ajenas algo que podría hacerse con recursos propios. No obstante, es un tema en debate actualmente donde se podría entrar a evaluar si quizás con los recursos propios de *Canal Sur Televisión* el producto final sería más caro de lo que es haciéndolo con una empresa subcontratada ya que las condiciones laborales y económicas del personal de *Canal Sur* no son las mismas que las del personal ajeno que trabaja para *Canal Sur* a través de las productoras.

No obstante, este es un debate actual, que no es objeto de este epígrafe, pero que viene a señalar que con *Canal Sur Televisión* también nació un tejido empresarial audiovisual andaluz que según sus principios inspiradores la Rtva debe propiciar para cumplir con ese fomento del desarrollo audiovisual andaluz. Algo que hemos convertido en una de nuestras hipótesis de partida, “*Canal Sur Televisión* ha cumplido con la obligación que recoge su normativa, la ley 18/2007 de 17 de diciembre, de fomentar el desarrollo del tejido audiovisual andaluz, y en concreto en el caso de la productora audiovisual *Indaloymedia*,” para comprobar si la televisión autonómica andaluza está cumpliendo o no. Es decir, si *Canal Sur Televisión* ha sido o no motor de la industria audiovisual andaluza.

Las empresas privadas ofrecían servicios a la cadena autonómica, así los platós de *Caligari Films*, *Savitel* y *Videoplannig*, y se crearon también empresas destinadas a la producción, postproducción y servicios. Y no solo en Sevilla, en

¹³³Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) que aparece publicada en BOJA núm. 252 Sevilla, 26 de diciembre 2007, en las páginas 36-44. Ver <http://www.juntadeandalucia.es/boja/boletines/2007/252/d/updf/d2.pdf> [Consultada en abril de 2019.]

Málaga también hubo un auge de la creación de empresas para nutrir a la televisión pública andaluza. Así la productora *Savitel* abrió en Málaga y también allí aparecieron empresas de servicios. ¿Y qué había en estos primeros años en la parrilla de *Canal Sur Televisión*? Según el testimonio del catedrático Manuel Ángel Vázquez Medel, las 63 horas semanales de emisión que ofrecía *Canal Sur Televisión*, incluían la producción propia y la adquisición masiva de programas y películas de producción ajena (especialmente americanas) a través de la FORTA. La tendencia los primeros años fue disminuir la producción propia y aumentar llamativamente la ajena. Entre 1989 y 1994 la producción ajena sube hasta 10 puntos, y la producción ajena hecha por productoras independientes se mantuvo en estos años, llegando a su mínimo histórico en 1990, con un 9 por ciento. No obstante, también la producción propia disminuye situándose en 1994 en torno al 30 por ciento del total. (Vázquez-Medel, M. Á., 1998, p.153.)

No era fácil llenar una parrilla completa de contenidos casi de la nada, ya que con los recursos materiales y humanos no se podía hacer. Aunque sobre el papel la idea era potenciar la producción propia, la realidad fue comprar:

Mi papel era comprar programas extranjeros. Esa era la idea. Paco Cervantes me pintó en una servilleta un dibujo y me dijo: “Fíjate en todos estos huecos,” de la parrilla, claro. Eran huecos de contenidos que en Andalucía no había la posibilidad de hacer. No había dibujos animados para los niños, no había un *stock* de películas españolas o hispanoamericanas fundamentalmente, porque sonaban mejor, etc. Y me hizo una serie de observaciones de este tipo y me encargó también que averiguara si se podían comprar formatos. (...) Yo compré programas con un criterio relativamente sencillo de entender por lo menos en aquel momento. Yo compraba muchos programas de la *BBC* y la televisión pública francesa. De esta forma compraba entre iguales, por así decirlo. Aunque me daba cuenta de que los vascos, los gallegos y los catalanes no compraban con esa filosofía, compraban para contraprogramar a *TVE*. Compraban con otro criterio que no tenía nada que ver con el nuestro. Nuestro criterio era bueno hagamos que se vea cómo hacen otras televisiones públicas. El suyo era contraprogramar. Los programas de la *BBC* y la *RTF* eran impecables, eran

correctísimos y los personajes había blancos, negros, de derechas, de izquierda. Eso es muy británico... (Manfredi, J. L., 2019)

Pero en el principio, los protagonistas directos señalan que se hicieron muchas cosas mal:

Se hizo mal que, desde el inicio, fue una radio y televisión de Partido y de Gobierno andaluz, no solo en los contenidos de la misma, sino que también de beneficio económico del entorno del PSOE y del gobierno andaluz. No había claridad en la contratación pública ni del personal ni de las productoras, contribuyó a la creación de un sector audiovisual parasitario de un sector público que solo vive cuando hay época de expansión del presupuesto público y no por la capacidad de producir contenidos creativos e interesantes que tuvieran buena recepción. Desde el inicio se adoptó una programación que no contribuía a los objetivos establecidos en la Ley de creación de la Rtva, ni, con posterioridad, a la reforma estatutaria de 2007 ni a las Cartas de Servicios aprobadas en el Parlamento de Andalucía: se favorecieron los tópicos, las mal llamadas tradiciones, lo chabacano y todo aquello que continúa siendo lo habitual en la programación de la televisión. (Romero, J., 2019)

Para entender esta primera década de la televisión autonómica andaluza es importante pararse a analizar quién estaba en su dirección, como ya hemos indicado en el apartado previo "las diferentes etapas." En este momento en la dirección estaban Salvador Domínguez, Manuel Melero, Joaquín Marín y Eduardo Abellán. Pero, sobre todo, para hacer un análisis de la Estructura Audiovisual de Andalucía en estos diez primeros años, es fundamental fijarse en su parrilla.

Entre 1989 y 1992 la producción ajena fue aumentando en importancia, pasando del 36,15 por ciento al 47,58 por ciento. Posteriormente estuvo variando en torno al 40% hasta 1996. Año en el que alcanzó un pico de audiencia, con un 44,8 por ciento para descender bruscamente en los años 1997 y 1998, cuando se situó en un 30,4 por ciento. Cifra más baja de sus diez primeros años de historia. Por el contrario, la producción financiada, cuya realización ha sido encargada a compañías productoras independientes, experimentó una oscilación desde 1989

con un 29,70 por ciento, hasta su mínimo en 1990 con un 8,54 por ciento para ir subiendo situándose en un 29,53 por ciento en 1994 y en un 15,3 por ciento en 1997. (Fernández-Soriano, E., 1999). En el 1999 según datos de la cadena los gastos de producción propia doblan a los de la producción ajena. No obstante, fue 1996 el peor año para la cadena. Sufrió una gran bajada de la audiencia provocada por el fracaso de algunos de los programas por los que había apostado fuertemente. Así *“El Séneca”*, *“Noche Flamenca”* o *“Con otro aire.”* Desde el punto de vista económico, la situación fue peor que la de los dos primeros años de emisión 1988 y 1990. De aquella época son los programas *“Pensión el patio”*, *“Adivina quién viene esta noche”*, *“Con la misma pasión”* y, sobre todo, de *“Saque Bola.”* Mención especial al programa *“Tal como somos,”* emitido durante seis años seguidos desde la primavera de 1991. Aunque siempre tuvo críticas por ser el reflejo de la Andalucía de *“charanga y pandereta.”* También de esa época, *“Aquí se discute”* y *“Contraportada.”* Referentes de la casa los programas de información no diaria *“Tierra y Mar”* y *“Los Reporteros.”* Y también de esa época son las producciones procedentes de América a través de la FORTA, *“El Chavo del Ocho”* y *“El Chapulín Colorado.”* Desde que nació *Canal Sur*, la oferta se ha ido ampliando y en 1999 los andaluces podrían escoger entre nueve o diez canales de televisión distintos, esto –unido a otras variables. Ha hecho que la audiencia se fragmente.

No obstante, Fernández Soriano señala que en 1998 solo existían cuatro empresas andaluzas con capacidad para elaborar un producto audiovisual completo:

PRODUCTORA

Videoplanning, SL

Savitel, SA

DIRECCIÓN

Manuel Melero y Alberto Mont Feliu
(Inicialmente José Luis Vázquez y
Antonio Pérez)

Carlos Molina Lamothe

CaligariFilms, SA

José Leopoldo Flores Caballero

ZZJ, SA

José María Zafra

*Elaboración propia datos extraídos de Fernández Soriano, E, 1999, p. 179.

Pero en mayo 1989 todas estas empresas audiovisuales realizaban contenidos para *Canal Sur Televisión*:

Productora	Representante	Programa	Nº de progr.	Minutaje programa	Coste total (sin IVA)	Anticipo	Coste Prog. piloto	Material Rtva
Savitel	Carlos Medina Lamothe.	Catedrales andaluzas	13	30'	55.900.000	-	-	No
Savitel	Carlos Medina Lamothe.	Animales en extinción	13	25'	25.999.987	5.999.997	-	No
Silver Pro.	Pío Núñez Rodríguez.	Las Coplas	13	60'	216.534.446	54.633.611	-	No
Silver Pro.	Pío Núñez Rodríguez.	Especial Rocío Jurado	1	-	17.573.316	-	-	No
Omeya Films	Antonio Pérez	Viento Sur (Guiones)	6	55'	9.390.000	-	4.347.000	No
Video Planing	J.L. Vázquez Moriana	Temas andaluces	39	25'	72.191.730	9.040.080	-	No
Video Planing	J.L. Vázquez Moriana	El Caballo hecho a mano	26	25'	58.524.011	12.025.000	-	No
Video Spots	J. Nolla Fdez.	Saque Bola	26	55'	764.788.050	31.313.000	11.000.000	Si
Haca	Joaquín Petit Fdez.	Adivina quien viene esta noche	13	105'	172.632.000	25.894.000	13.504.800	Si
Coral Europa	Juan J. Baena Álvarez	Rapsodia andaluza (guiones)	8	30'	13.271.000	5.308.400	-	No
Coral Europa	Juan J. Baena Álvarez	Moravagines (coproduc.)	4	55'	-	5.418.240	-	No
Hacia el Sur	Gonzalo García Pelayo	Pensión el patio	13	30'	124.473.300	(Renuncio)	12.790.482	No
Hacia el Sur	Gonzalo García Pelayo	Fiestas andaluzas	8	30'-60'	14.000.000	3.136.000	-	No
Hacia el Sur	Gonzalo García Pelayo	Pueblos andaluces	150	15'	63.579.350	-	-	No
Caligari Films	Antonio Abad Cuadri	Fanzine	25	45'	115.327.750	13.839.330	4.960.965	No
Caligari Films	Antonio Abad Cuadri	Conventos andaluces	26	25'	46.280.000	9.968.000	-	No
Caligari Films	Antonio Abad Cuadri	Ciencias Ocultas	1	25'	-	-	1.950.000	No
Tesauero	Ramón Colom y José P. Felis	Por fin, viernes	15	120'	329.000.000	55.273.000	-	Si
Tesauero	Ramón Colom y José P. Felis	Rutas andaluzas	13	27'	30.728.581	7.942.156	-	No
Tesauero	Ramón Colom y José P. Felis	El Río Guadalquivir	13	27'	30.999.329	8.012.152	-	No
Tesauero	Ramón Colom y José P. Felis	Zao Zao	13	60'	64.569.622	-	-	No
Tesauero	Ramón Colom y José P. Felis	Rueda de la Fortuna	1	60'	-	-	9.209.027	No

*Elaboración propia con datos extraído del periódico ABC del 11 de mayo de 1989

El desarrollo de la Estructura Audiovisual andaluza solo acababa de comenzar. En la temporada 2004-2005 ya se podía contabilizar hasta 23 productoras andaluzas en la lista de proveedores de las cadenas de ámbito estatal y autonómico.

3.3.2 Las productoras 'élites' (1999-2009)

Una década después de esa primera emisión de *Canal Sur Televisión*, en 1999, tres estudiosos del audiovisual se unen para analizar la situación en la que se encuentra la Rtva cuando han pasado diez años de su puesta en marcha. Hasta la época, aunque en la prensa se publicaban muchos datos sobre *Canal Sur Televisión*, no se había hecho ningún trabajo académico monográfico sobre la televisión andaluza. Los primeros en hacerlo son Benito Castro Galiana¹³⁴, Juan Luis Manfredi Mayoral y José Antonio Navarro Moreno en la obra *RTVA: Diez años con Andalucía* (1999). Una publicación donde ya se menciona a las productoras más relevantes, relacionándolas con el papel de la Rtva en el avance del tejido audiovisual.

El nacimiento de Rtva supuso la inmediata aparición de empresas privadas que ofrecían servicios a una televisión que nació con un único y pequeño plató y medios humanos y materiales muy limitados. En Sevilla se construyeron los plató de *Caligari Films*, *Savitel* y *Videoplanning*, además de ponerse en marcha varias empresas dedicadas a la producción, postproducción y servicios. En Málaga, RTVA inauguró un segundo plató y ello significó la aparición allí de varias empresas de producción, postproducción y servicios. En otras provincias surgieron poco a poco nuevas empresas para atender las demandas de un *Canal Sur Televisión* en expansión, obligado por la necesidad de dar cobertura informativa a cada rincón de nuestra Comunidad Autónoma. (Castro, B., Manfredi, J. L. y Navarro, J. A. 1999, p.152)

Esa unión causa efecto es lógica teniendo en cuenta que este trabajo fue publicado por el servicio de publicaciones de la Rtva. Asimismo, en la obra aparecen estimaciones del propio sector:

¹³⁴ Los tres han trabajado en *Canal Sur* y posteriormente han realizado diversos trabajos de investigación sobre la televisión autonómica andaluza

Hay en Andalucía cerca de quinientas empresas audiovisuales, que mueven al año 40.000 millones de pesetas y dan empleo directo a más de 5.000 personas. Entre ellas, las hay de producción de imagen y sonido, postproducción analógica y digital, escritura de guiones, animación, documentales, cine, producción fonográfica, etc. (Castro, B., Manfredi, J. L. y Navarro, J. A., 1999, p.152)

A pesar de todo el desarrollo que presentan los datos de la Rtv, el investigador Juan Luis Manfredi llega a afirmar en esta fecha que:

La Rtv ha dejado de ser el motor de la industria audiovisual andaluza no solo por falta de medios, sino sobre todo por falta de criterios, por otro lado, la idea misma de que el sector público audiovisual pueda hacer ese papel está en revisión en Europa y Andalucía no iba a ser una excepción. (Castro, B., Manfredi, J. L. y Navarro, J. A., 1999, p.76)

Hubo otros investigadores en esta fecha que notaron el interés del momento histórico que vivía la televisión andaluza, su décimo aniversario, y decidieron publicar otros contenidos científicos. Así el realizado por Antonio Manfredi Díaz y Gabriel García Hernández. Además de trabajadores de la “casa” eran investigadores escribieron un artículo para la revista ámbitos “*Canal Sur: 1989-1999 10 años RTVA,*” (1999) En este artículo ambos autores confirman el crecimiento que las productoras audiovisuales comienzan a tener en Andalucía:

Nadie parece negar que al impulso de la televisión pública en Andalucía se ha creado una industria audiovisual que ha preparado y cualificado una mano de obra competitiva, y ha generado un todavía débil tejido productivo, capaz de absorber la demanda de productos televisivos de inequívoca identidad andaluza y que ha producido muchos de los programas de servicio público y de difusión cultural de Andalucía, así como de entretenimiento. (Manfredi, A. y García-Hernández, G., 1999, p.172)

Diez años después del inicio de la televisión autonómica andaluza, el debate sobre la producción propia y ajena se mantiene incluso se agudiza. Es más, la

programación en general de *Canal Sur Televisión* siempre ha sido objeto de debate tanto por su calidad y cumplimiento de sus objetivos como por su coste¹³⁵.

Sin embargo, los programas de producción propia son los que más presupuesto se han llevado por parte de la cadena. En estos primeros diez años quizás los programas más representativos y de mayor inversión han sido “*Números Rojos*” o “*Gente con chispa*.” Mayor inversión, pero también mayor audiencia. Asimismo, son reseñables “*Plaza Alta*,” “*De Tarde en Tarde*” y “*Andalucía Directo*.” Entre 1989 y 1992 la producción ajena fue aumentando en importancia, y ganando en audiencia, pasando del 36,15 por ciento al 47,58 por ciento. Posteriormente estuvo variando en torno al 40% hasta 1996. Año en el que alcanzó un pico de audiencia, con un 44,8 por ciento para descender bruscamente en los años 1997 y 1998, cuando se situó en un 30,4 por ciento. Cifra más baja de sus diez primeros años de historia. Por el contrario, la producción financiada, cuya realización ha sido encargada a compañías productoras independientes, experimentó una oscilación desde 1989 con un 29,70 por ciento de audiencia, hasta su mínimo en 1990 con un 8,54 por ciento para ir subiendo situándose en un 29,53 por ciento en 1994 y en un 15,3 por ciento en 1997¹³⁶. (Fernández-Soriano, E., 1999, p.114)

En el 1999, diez años después de su creación, según datos de la cadena, los gastos de producción propia doblan a los de la producción ajena.

No obstante, fue 1996 el peor año para la cadena. Sufrió una gran bajada de la audiencia provocada por el fracaso de algunos de los programas por los que había apostado fuertemente. Entre estos “*El Séneca*”, “*Noche Flamenca*”, “*Con otro aire*”, etc. Desde el punto de vista económico, la situación fue peor que la de los dos primeros años de emisión 1988 y 1990. De aquella época son los programas “*Pensión el patio*”, “*Adivina quién viene esta noche*”, “*Con la misma pasión*” y, sobre todo, de “*Saque Bola*.” Mención especial al programa “*Tal como*

¹³⁵ Es un debate que se mantiene hasta finalizar esta tesis doctoral. Entre los entrevistados hay posturas enfrentadas sobre el motivo de este debate; ¿por qué a la televisión pública hay que exigirle más o porque hay determinados grupos, ya sean políticos o de comunicación, a los que les interesa poner siempre en duda la existencia para debilitar a este medio de comunicación. A lo largo de este trabajo de investigación se expondrán testimonios de defensores de sendas opiniones.

¹³⁶ Datos extraídos de un cuadro incluido en Fernández Soriano, E., (1999) en el que se expone la producción propia, la producción financiada y la producción ajena en porcentajes desde 1989 hasta 1998.

somos,” emitido durante seis años seguidos desde la primavera de 1991. Aunque siempre tuvo críticas por ser el reflejo de la Andalucía de “charanga y pandereta. También de esa época, “*Aquí se discute*” y “*Contraportada*.” Referentes de la casa los programas de información no diaria “*Tierra y Mar*” y “*Los Reporteros*.” Y también de esa época son las producciones procedentes de América a través de la Forta, “*El Chavo del Ocho*” y “*El Chapulín Colorado*.”

Desde que nació *Canal Sur Televisión*, la oferta televisiva ha ido aumentando. Es más, el 5 de junio de 1998 nace *Canal Sur 2*¹³⁷, segundo canal de *Canal Sur Televisión*, y se une al mercado. En 1999 los andaluces podrían escoger entre nueve o diez canales distintos. Sin embargo, en la temporada 2004-2005 se podían contabilizar hasta 23 productoras andaluzas en la lista de proveedores de las cadenas de ámbito estatal y autonómico. Entre estas:

PRODUCTORA

ADM

Al Andalus Al Andalus

Atrium Digital

Caligari Films

Digit Y Suit

División XL

Estarciera

Imago y Zigzag

Jondo

Linze

Lula

Media Sur

¹³⁷ Aunque algunas de las productoras mencionadas en esta tesis doctoral han realizado trabajos para el segundo canal autonómico, este canal no es objeto de nuestra investigación dado que nos hemos centrado en el canal más visto por los andaluces y porque la productora que es nuestro objeto de estudio no ha realizado trabajos para *Canal Sur 2*.

Mettre

PC 29

Producciones 52

REDacción 7 And.

SANDETE

Savitel

Silencio

Tarea Sur

Videoplaning

ZZJ

La temporada siguiente -2005-2006- desaparecen algunas productoras como suministradoras de la televisión autonómica, pero aparecen otras, como *Euro Programmes* y *Diputación de Cádiz*. En ese momento no era fácil acceder a un listado de productoras que realizasen trabajos para *Canal Sur Televisión*. Gracias al trabajo de investigación de David Fernández-Quijada en el artículo “Producción independiente de Televisión en Andalucía. Aproximación a la Estructura de un sector desconocido”, publicado en la revista *Ámbitos* nº 18, año 2009 (pp. 191-209) poseemos una enumeración realizada a través de los datos extraídos del Anuario de la televisión del Gabinete de estudios de la comunicación audiovisual, GECA (2006 y 2007)¹³⁸ y del Sistema de Análisis de Balances Ibéricos, SABI¹³⁹.

No obstante, el propio autor señala la dificultad para identificar a las productoras, por las diferencias entre las marcas comerciales de las mismas y sus denominaciones fiscales. La situación de los 25 actores, según Fernández-Quijada, era bastante estable y, de hecho, las primeras cuatro empresas

¹³⁸ El anuario dejó de publicarse en 2007 y se perdió una gran base de datos.

¹³⁹ SABI, es el Sistema de Análisis de Balances Ibéricos de la empresa Bureau Van Dijk (datos disponibles, según el autor, a fecha 14 de marzo de 2009.)

(*Producciones 52, Atrium Digital, ZZJ y Caligari Films*) repetían liderazgo regional por volumen de horas en ambas temporadas. Es más, ya se observaba un alto grado de concentración de las horas producidas en un pequeño número de empresas¹⁴⁰.

Un dato relevante que ya se debe señalar es que algunas de estas empresas pertenecen a grandes grupos de comunicación. Estos grupos también reaccionaron al ver que se gestaba la televisión pública andaluza y vieron su hueco. La Estructura de Información y Poder nunca ha estado al margen del audiovisual andaluz. Fernández-Quijada apunta en concreto la pertenencia de dos de ellas a grandes grupos de comunicación. En primer lugar, *Linze*, la única con sede en Granada, filial del conglomerado holandés Endemol, que también operaba en España con dos de las productoras más grandes del país, *Gestmusic-Endemol* y *Zeppelin Television*, además de *Diagonal Televisio*. *Linze* era la productora de “*Arrayán*” y “*La noche de Arrayán*” para *Canal Sur Televisión*. En segundo término, el grupo Mediapro tenía presencia a través de su filial *Media Sur*, que produjo “*Almería olímpica*” en 2004 y 2005 y “*Bienvenidos*” en las dos temporadas, ambas para *Canal Sur Televisión*. Ello no era óbice para observar también en Andalucía la presencia directa de su matriz, tal y como se verá al analizar a los proveedores de *Canal Sur Televisión*. Es importante este dato que señalamos en vinculación con una de las hipótesis de partida que nos hemos marcado; “La Estructura Audiovisual andaluza, y la productora *Indaloymedia*, no está al margen de los distintos conglomerados mediáticos mundiales que determinan los contenidos que hoy en día llega a los ciudadanos y todo está interrelacionado.” Aquí vamos comprobando que audiovisualmente hay conexiones. No obstante, en el conjunto del sector andaluz las empresas nacionales con peso en la programación de *Canal Sur Televisión* existían, pero eran poco representativas. Realmente destaca la presencia de las productoras realmente independientes respecto de los grupos de comunicación, algunas de ellas ligadas a personajes del mundo del periodismo y el espectáculo, como Jesús Quintero (*Silencio*) o el dúo cómico Los Morancos (*Estarciera*.) Una de ellas, *REDacción 7 Andalucía*, estaba controlada por la productora madrileña REDacción 7, cuyo director ejecutivo y administrador

¹⁴⁰ Esto ha seguido ocurriendo hasta la fecha de cierre de este trabajo de investigación.

único era el periodista andaluz Paco Lobatón, primera imagen que apareció en *Canal Sur Televisión* y primer director de sus servicios informativos. Igualmente, en 2004/05 era el presentador de “Sietelunas” y, en la temporada 2005-06, de “La vida en tiempo real.” A pesar de que las marcas de los programas que producía para *Canal Sur Televisión* estaban registradas por la sociedad matriz, la mayor parte de la producción se realizaba en las instalaciones de la filial sevillana.

No obstante, hay otra especialidad en el caso andaluz, también detectado por Fernández-Quijada. En el caso andaluz se daba la particularidad, respecto a las productoras de otras comunidades autónomas, de la presencia del sector público dentro de este conjunto de empresas audiovisuales. El sector público aparecía a través de SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A.), controlada por la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, un organismo dependiente de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía. En SANDETEL, además participaba la Radio Televisión de Andalucía (Rtva) a través del 49 por ciento que poseía de las acciones. A la vez, SANDETEL era el accionista mayoritario de ADM (Andalucía Digital Multimedia), en la que participaba junto a diversas cajas de ahorro andaluzas, la Universidad de Málaga y el operador de telecomunicaciones Axión. En el accionariado de Axión, controlado por France Télécom, estaba también presente SANDETEL con un 23,4 por ciento de las acciones, ya que esta sociedad era la mayoritaria dentro de Red de Banda Ancha de Andalucía, sociedad que fusionada con *Medialatina* dio origen a *Axión*. Igualmente, SANDETEL figuraba como socio minoritario de la productora ZZJ en la empresa de subtítulo *Mundovisión* MGI 2000¹⁴¹. También la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) había invertido más de siete millones y medio de euros en *Videoplaning* a través de SEPI Desarrollo Empresarial. Finalmente, en la temporada 2005-06 aparecía en la lista de productoras la Diputación de Cádiz, que figuraba como responsable de “El mar de la libertad” para *Canal Sur Televisión*. (Fernández-Quijada, D., 2009, p.198)

¹⁴¹ Dato por el que se le preguntó al productor ejecutivo de ZZJ, José María Zafra Bermúdez, que nos aseguró que solo se incluyó a esta empresa pública para la rama de audodescripción por el interés que tenía esta entidad debido a la utilidad social del proyecto.

Pero surge una cuestión más. Veinte años después del nacimiento de *Canal Sur Televisión* hay constituido un sector audiovisual y por tanto una Estructura Audiovisual en Andalucía, pero ¿quién les compra el producto? La respuesta es clara; *Canal Sur Televisión*.

Toda producción televisiva independiente precisa de un canal que se encargue de su difusión. Para el conjunto de la industria andaluza, ese destino tenía un nombre claro: *Canal Sur Televisión*. En la temporada 2004/05, la televisión del ente público Rtvva absorbió 1.962,28 horas producidas por empresas de la región, lo que representó el 87,30% de todas las horas de estas productoras. En la siguiente temporada, esta cifra ya de por sí elevada ascendió todavía más hasta alcanzar las 2.009,72 horas, un 92,16% del total de las producidas en Andalucía. Más allá de los contenidos absorbidos por *Canal Sur Televisión*, el resto de producciones se repartió entre las televisiones autonómicas de las Islas Canarias, Castilla-La Mancha, la Comunidad Valenciana y un simbólico 0,83% con destino a *Televisión Española (TVE)*, la única cadena de ámbito estatal en la que se estrenó producción independiente andaluza, “*Ankawa*” de *Videoplaning* y “*Gente de primera*” de *ZZJ*. Ni un solo minuto de producción a lo largo de 2004/05 fue aparar a las televisiones privadas, de manera que la dependencia del sector público era total. En la temporada 2005/06 hubo un mayor volumen de horas con destino a las televisiones de ámbito estatal: 135,68 frente a las 18,62 de la temporada previa. Además, también aumentó el número de programas y de productoras que vendían a estas televisiones: repetían para *TVE1 Videoplaning* (“*Ankawa*”) y *ZZJ* (“*Gente de primera*”, “*Objetivo: gente de primera*” y “*Eurovisión junior*”) y se añadían *Silencio* (“*El loco de la colina*”) y *Estarciera* para *Telecinco* (“*Los Morancos channel nº 5*”). En total, un 6,22% de la producción independiente andaluza. A pesar de la ligera diversificación de la última temporada analizada, se observaba una fuerte dependencia de un único operador, *Canal Sur Televisión*, lo que se veía confirmado por la estructura extremadamente centralizada. (Fernández Quijada, 2009, p.201 y 202)

Tabla 2. Facturación de las productoras andaluzas.

Nº	PRODUCTORA	2003	2004	2005	2006
1	Linze Televisión S.A.	7.731.541	8.354.708	9.450.764	14.338.908
2	ZZJ S.A.	4.426.195	4.046.993	11.392.817	9.542.294
3	Producciones 52 Andalucía S.L	8.335.019	7.424.660	7.659.301	8.286.331
4	Andalucía Digital Multimedia S.A.	4.386.279	4.070.592	3.452.439	4.809.147
5	Videoplaning S.L.	3.003.800	3.448.993	4.033.783	3.830.229
6	Mettre S.A.	3.309.545	3.048.706	3.767.692	3.453.977
7	Red Acción 7 Andalucía S.L.	607.854	3.256.801	-	-
8	Silencio Productora de Radio y Televisión S.L.	2.064.821	2.038.401	2.081.760	2.872.231
9	Sociedad para el Desarrollo de las Telecomunicaciones en Andalucía S.A.	4.955.792	5.364.467	1.940.882	2.516.081
10	Estarciera S.L.	2.202.041	3.804.475	2.873.216	2.246.206
11	Atrium Digital S.A.	2.103.489	-	-	-
12	Caligari Films S.A.	1.967.083	1.865.458	1.639.804	1.443.053
13	Jondo S.L.	1.138.442	-	-	-
14	Mediasur Producciones Audiovisuales S.L.	-	-	1.517.341	859.593
15	Agencia Europea de Noticias y Programas TV Euro Programmes S.L.	494.664	230.429	843.290	619.746
16	Tarea Sur S.A.	842.047	774.668	662.961	533.478
17	Imago Vídeo S.L.	274.670	-	273.200	406.560
18	Producciones Zig Zag S.L.	-	-	321.166	374.800
19	Savitel Productions S.A.	616.041	559.998	393.692	315.106
20	Videoproducciones Al Andalus S.L.	194.626	189.975	196.231	209.808
21	Digit Y Suit S.L.	782.744	629.324	376.297	158.358
22	PC 29 Televisión S.A.	-	-	-	8.166
-	División XL Producciones S.L.	-	-	-	-
-	Producciones Lula S.L.	-	-	-	-
-	Diputación de Cádiz	-	-	-	-
	Media	2.601.931	3.069.292	2.937.591	2.990.741
	TOTAL	49.436.693	49.108.668	52.876.636	56.824.072

* Elaboración propia a partir de SABI.

El papel de la *Canal Sur Televisión* en el desarrollo del tejido audiovisual andaluz queda reflejado en estos datos. Un papel de fomentar la producción audiovisual como aparece tanto en la Ley 8/1987 como en su modificación con la ley 10/2002, de 21 de diciembre “fomentar la producción audiovisual andaluza facilitando el desarrollo de la industria audiovisual.¹⁴²” (Boja, 2007) No obstante a lo largo de esta investigación encontraremos que diversos expertos presentan dudas de si la función de la televisión autonómica se puede considerar suficiente

¹⁴² Cfr. Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) que aparece publicada en BOJA núm. 252 Sevilla, 26 de diciembre 2007, en las páginas 36-44. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2007/252/2> [Consultada en mayo de 2019.]

o no. Iremos comprobando los diferentes aspectos presentados y veremos si la hipótesis de partida, “*Canal Sur Televisión* ha cumplido con la obligación que recoge su normativa de fomentar el desarrollo del tejido audiovisual andaluz,” es o no refutada.

En *Canal Sur Televisión* destaca en este periodo –los veinte primeros años- por el alto volumen de contratación de producción externa. Pero, en 2004-2005, además detectamos una presencia relativamente importante de productoras cuya sede social estaba en Cataluña, como *Mediapro* (responsable de casi 300 horas en *Canal Sur Televisión* con “*Andalucía Directo*”), *Lua* (“*Generación XXI*”) y *El Terrat* (“*Me lo dices o me los cuentas*”), o en Madrid, así *Cruz Delgado* (“*Don Quijote de la Mancha*”), *Tesouro* (“*Guadalquivir*”) o *BRB* (“*Ruy el pequeño Cid*”), la vasca *Pausoka* (“*La vida en un día.*”) Esta fuerte externalización, sin embargo, no es algo inconsciente. Así Fernández Soriano (1999) explica que en sus inicios no se dota (se refiere a *Canal Sur Televisión*) de una maquinaria pesada basada en los modelos mastodónticos de las televisiones públicas europeas que ya habían demostrado su inoperancia en los últimos años¹⁴³. De manera que, en opinión de la misma autora, al impulso de la televisión pública, en Andalucía se ha creado una industria audiovisual que ha preparado y cualificado una mano de obra competitiva, y que ha generado un todavía débil tejido productivo, a pesar de lo cual en poco tiempo la televisión incrementó su apuesta por la producción orgánica. De esta manera, se observa que el elemento central de la estructura productiva andaluza lo constituye en este periodo la televisión pública autonómica.

Es en este panorama donde se empieza a consolidar la existencia de unas productoras, pocas, en cuyas manos se concentra los mayores contratos en lo que se refiere a facturación, lo que implica tiempo de emisión y duración en la parrilla. A lo largo de los años estas empresas productoras han recibido diversos nombres. Nosotros las hemos denominado como ‘productoras élites’. Se trata de un grupo de empresas audiovisuales que realizan trabajos para televisión y que su principal, o único cliente, es la televisión pública andaluza y que realizan para

¹⁴³ Varios de los entrevistados, entre ellos el catedrático Juan Luis Manfredi no coincide con esta versión. Asegura que el empezar con “modelos mastodónticos” copiados de la Rtve ha sido el mayor fallo y defecto de *Canal Sur Televisión* y que se sigue arrastrando hasta el momento en que se realiza esta tesis doctoral.

ella un gran volumen de trabajo. Otros nombres que han recibido y que aparecerán -por ser utilizados por las distintas personas que han sido entrevistadas como informantes para esta tesis doctoral- son productoras 'pata negra', 'productoras amigas' o 'productoras beneficiadas.'

En estos veinte años la dirección de la Rtva estuvo en manos de dos directores generales distintos. Primero estaría en manos de Rafael Camacho Ordóñez, entre 2000 y 2008, y después dirigiría Pablo Carrasco García que llegó en 2008 y estaría hasta 2013.

Antes de terminar este epígrafe es destacable para entender la situación que vive la televisión autonómica el hecho de que, en el año 2005, en el epicentro de este periodo, *Canal Sur Televisión* lideraba en España a las cadenas autonómicas y era el operador con mayor cuota de pantalla en Andalucía y esto se consiguió con Camacho. *Canal Sur Televisión* llegó a tener un 20,2% de share, y *Canal 2 Andalucía*, con un 5,5%. La aceptación por los andaluces de Rtva es altísima: el 91,4% considera necesaria la existencia de la empresa pública, según una encuesta realizada en abril de 2005. Y, además, la inmensa mayoría muestra un alto grado de satisfacción con el servicio que presta Rtva: con su programación (considerada más cercana y educativa), sus informativos (calificados como buenos o muy buenos por el 76,5%, y que ofrecen mucha o bastante confianza al 79,5%) y sus canales de televisión, otorgando la máxima calificación, entre las cadenas que se ven en Andalucía, a *Canal Sur Televisión* (6,47 puntos), seguida de *Canal 2*, con un 6,14. La valoración es más alta aún en el caso de *Canal Sur Radio* (7,91), *Canal Fiesta Radio* (8,18) y *Radio Andalucía Información* (7,32). (Anuario Rtva, 2005, p.8 y 9)

También es un momento en el que la imagen que los andaluces tienen de la televisión autónoma es muy buena:

La aceptación por los andaluces de Rtva es altísima: el 91,4% considera necesaria la existencia de la empresa pública, según una encuesta realizada en abril de 2005. Y, además, la inmensa mayoría muestra un alto grado de satisfacción con el servicio que presta Rtva: con su programación (considerada más cercana y educativa), sus informativos (calificados como buenos o muy buenos por el 76,5%, y que ofrecen mucha o bastante

confianza al 79,5%) y sus canales de televisión, otorgando la máxima calificación, entre las cadenas que se ven en Andalucía, a *Canal Sur Televisión* (6,47 puntos), seguida de *Canal 2*, con un 6,14. La valoración es más alta aún en el caso de *Canal Sur Radio* (7,91), *Canal Fiesta Radio* (8,18) y *Radio Andalucía Información* (7,32). (Anuario Rtv, 2005, p.9)

Es una situación que no volverá a darse en la televisión autonómica andaluza. Ni por el respaldo de la audiencia ni por el momento de expansión en el sector audiovisual y su industria auxiliar de servicios a la producción. Un momento en el que este sector agrupa a más de 300 empresas en Andalucía y da trabajo a más de 5.000 profesionales, según cifras de la memoria anual de la Rtv. “Hace 20 años, cuando Rtv no existía, este sector no contaba ni con una decena de pequeñas empresas que merecieran esa adscripción.” (Anuario Rtv, 2005, p.12)

A pesar de este supuesto desarrollo del audiovisual, es en este momento cuando se pone más en entredicho la equidad de la televisión pública andaluza en su papel de potenciación del tejido audiovisual. Una investigación realizada por la periodista de el periódico *El Mundo*, Silva Moreno, daba datos concretos sobre las empresas suministradoras de *Canal Sur Televisión* que acrecienta esa imagen de la existencia de ‘productoras élite’ que se estaban viendo beneficiadas. Según los datos hechos públicos, doce productoras habían recibido adjudicaciones de Canal Sur por valor de algo más de 53 millones de euros, entre los años 1999 y 2004. Esta cantidad representaba el 43% del presupuesto destinado por la televisión pública andaluza a las productoras. Los datos habían sido extraídos de las fichas oficiales aportadas por la propia RTVA al Consejo de Administración. La mayoría de los periodistas entrevistados coinciden en que las informaciones que se hacían públicas en ese momento a través de los medios de comunicación solían ser proporcionadas por personas de la oposición política. En dichos documentos se señala que doce productoras habían recibido algo más 53 millones de euros en seis años, aunque en estos años *Canal Sur Televisión* hizo contratos con hasta 42 productoras que recibieron 125 millones de euros. Aunque el análisis de *El Mundo* iba dirigido a señalar que había empresas que eran favorecidas frente a otras, “Frente a los más de 53 millones de euros que le facturaron las 12 productoras pata negra a

Canal Sur, las otras 30 empresas se tuvieron que conformar con algo más de 71 millones de euros, que representan el 57% del total,” en este trabajo de investigación tomaremos estos datos como una radiografía del sector. Aunque no podemos obviar las personas que estaban al frente de dichas empresas. “Las productoras pata negra están controladas por 10 ex directivos de la cadena autonómica, entre los que destacan dos ex directores generales de la RTVA, Salvador Domínguez, que fue el primero, y Manuel Melero, que ocupó este puesto entre 1990 y 1994,” (Moreno, S. 2005)

Productora	En el organigrama
Cinematográfica Veintinueve Productora PC29 Televisión	Francisco Cervantes
Mundovisión MGI 2.000 S.A.	José María Zafra
Ficciones del Sur	José María Zafra
Productora ZZJ	José María Zafra
Media Planet Internacional	Melero Muñoz
Productora Red Acción 7 Andalucía	Francisco Lobatón
Atrium Digital	José María Durán Ayo Juan Luis Manfredi
Ikono Consultores de Imagen	Juan Luis Manfredi
Almotacen S.L.	José María Durán Ayo
ADM	Ricardo Llorca
Caligari	José Leopoldo Flores Caballero
Videoplanning	Manuel Melero y Alberto Feliu (Inicialmente José Luis Vázquez y Antonio Pérez, antes de <i>Canal Sur</i>)

- Elaboración propia con datos de *El Mundo*.

Hay que señalar que en este cuadro aparecen los nombres de dos de los informantes claves de esta tesis doctoral; Juan Luis Manfredi Mayoral y José María Zafra Benjumeda. Ambos explican las relaciones empresariales entre sus productoras y aseguran que no hay nada oscuro, sino el normal desarrollo de un mercado emergente que se consolidó con los profesionales que más sabían en el mercado.

Así Manfredi da esta explicación a la creación de una productora y la supuesta existencia de puertas giratorias, entendiendo estas como profesionales que

dejaban la televisión pública autonómica y se beneficiaban de los conocimientos adquiridos en sus años dentro para ofrecer productos a esta y beneficiarse en el ámbito privado.

A ver si tú sabes editar videos en un formato profesional ¿Dónde vas a trabajar como no sea o en la empresa o para la empresa? ¿Lo otro qué es? como no puedo trabajar con usted me voy y hago esto en Toledo. Esa es una de las idioteces más grandes del mundo. Yo me marché de *Canal Sur* y monté una distribuidora y le vendía los programas a *Canal Sur* ¿Por qué? Era el único que sabía y el que tenía la agenda de contactos para poder vender. Cuando yo me volví a la universidad y lo dejé, dejaron de vender. (Manfredi, J. L, 2019)

Asimismo, explica -que no desmiente- la relación entre su empresa y la de José María Durán, sobrino de Joaquín Durán.

Les dimos, yo personalmente les di todo el material que querían y se dieron cuenta que yo no participaba en esto. Pero tampoco participaban otros eh, o sea que José María Durán por ejemplo de *Atrium* televisión del que yo era socio y él era de mi compañía. Teníamos cada uno el dos por ciento de la compañía contraria, pero era porque nos interesaba a los dos. Yo no podía vender nada si no lo pasaba antes por la maquinaria que él tenía. Él tenía un aparato de conversión del *Betamax* que era lo que se utilizaba en aquellos momentos a la nueva versión digital. No había nada más que uno en Sevilla, y lo había comprado José María Durán. Entonces yo todo lo hacía y él cada vez que había que hacer algo de distribución se lo hacía yo. ¿Por qué José María Duran montó esa maquinaria? Porque siendo director se dio cuenta de que había que cambiar las de Canal Sur y no había dinero. Así que si yo me compro una cuando me cesen me pongo a trabajar porque aquí nadie puede. ¿Información privilegiada? Claro. (Manfredi, J. L, 2019)

A pesar de que Juan Luis Manfredi Mayoral mandó toda la información que considero necesaria a *El Mundo* para según explica desmentir los datos dados concluye con esta afirmación:

Informante: Lo que sí es verdad es que las famosas patas negras tienen un *lobby*, y se concurse lo que se concurse siempre gana uno de ellos. Porque

ellos lo hacen mejor que Investigadora: Claro, pero, ¿bloquean profesionalmente? Lo que pasa que saben más de Canal Sur que los demás.

Investigadora: Claro, entonces es cierto, existen...

Informante: Eso ponlo, al contrario, ¿podría una empresa de Sevilla concursar en Valencia o en Cataluña? Ya te digo yo que no, ¿por qué? porque también existe ese *lobby*. Los andaluces lo han aprendido de otros

Investigadora: Que eso es algo recurrente. Y sin embargo por qué... En los medios de comunicación... Porque por ejemplo en el Mundo se habla de pata negra pero no se habla de pata negra en Galicia, por ejemplo

Informante: Han sido más listos diría yo. Aquí ha habido muchos bocazas y un gran enemigo que es el *ABC*...

Menciona al periódico *ABC*. Vuelve a salir la Estructura de Poder existente tras la Estructura Audiovisual andaluza, los intereses que hay detrás de *Canal Sur Televisión* y de sus productoras audiovisuales.

Por su parte el productor ejecutivo de *ZZJ*, José María Zafra¹⁴⁴, también da su opinión sobre la situación de las productoras en estos años. Lo primero que hace es señalar que no hay nada irregular en que un porcentaje pequeño de productoras se lleven la mayor parte del presupuesto de *Canal Sur Televisión*. Explica que realmente la parte de la parrilla que queda si se quita el tiempo destinado a los servicios informativos, a las películas y otros contenidos fijos, no es muy grande. Por ello al final quien se lleva determinados huecos, por ejemplo, en el caso de su productora *ZZJ* cuando así ha sido o de *Indaloymedia*, la productora objeto de nuestro estudio, en el momento de esta investigación, son las empresas que más facturan a *Canal Sur Televisión*. No es porque le hayan dado más o menos programas, sino los que ocupan más tiempo y también los que tienen una facturación mayor por el lugar que ocupan en la parrilla.

Todo esto que viene aquí de los 153 proveedores (se refiere al listado de empresas productoras que realizan trabajos para *Canal Sur Televisión*) es

¹⁴⁴ Las declaraciones de José María Zafra Benjumeda han sido extraídas de la entrevista realizada por esta investigadora para esta tesis doctoral el 2 de mayo de 2019.

todo muy cuantitativo, no cualitativo. Y me explico, si toda la franja de la tarde, de lunes a viernes, se la adjudican a la productora X, esa va a acumular un presupuesto muchísimo más gordo sobre el total. Pero no es por la cualificación, por la cuantificación. Por eso en el *pool* de ciento veintitantos y siempre aparecen seis o siete que son siempre los mismos. (Zafra, J. M., 2019)

En relación a las uniones que algunos han calificado de oscuras entre su empresa y *Canal Sur Televisión*, José María Zafra Benjumeda asegura que a pesar de aparecer en muchos medios de comunicación repetidamente como productora ‘pata negra’, en su caso fue todo lo contrario. Inicialmente *ZZJ* fue considerada afín al Partido Popular porque le realizaba sus campañas y Zafra afirma que esto le perjudicó para poder conseguir contratos con *Canal Sur Televisión*. Narra que sus primeros contratos importantes tras convertirse en una productora con solvencia sabiendo aprovechar la Expo92 periodo en el que ofreció vídeos de seguimiento a cada país que venía invitado, y que le hizo ganar mucho dinero y poder establecerse como una productora audiovisual incluso absorbiendo a la que en el periodo de la exposición universal le alquilaba los equipo, fue para *Antena 3 Televisión* y no para *Canal Sur Televisión*. Quizás un caso excepcional en el audiovisual andaluz pero que sirve para desmontar algunos de los mitos sobre las “productoras beneficiadas” en el sentido que, si para considerarse “pata negra” había que cumplir las dos condiciones de ser cercano al partido socialista y tener entre sus directivos a algún ex directivo de la RTVA, Zafra lo niega, y explica así el hecho de que algunos nombres aparezcan en sus productoras en esos años:

Informante: Mi compañía *Mundovisión* es lo que me ha generado el famoso *fake news* con tres directivos de la cadena: Francisco Romacho, Pedro Recuenco y Julián Fuentes. (Enseña la escritura) Esto es una escritura del acuerdo social de consejeros de *Mundovisión S.A.*: Pedro Recuenco, Julián Pavón y Francis Romacho. Julián Pavón es otro que luego te hablo; el correcto es Pepe Mesa, Director técnico de *Canal Sur*, Francisco Romacho, que era subdirector general de *Canal Sur* y Pedro Recuenco, director comercial. La sociedad estaba formada 51% por la Agencia IDEA y 49% de RTVA, estábamos por y De Telefónica estaba su presidente, Pedro

Blázquez. Sandetel tenía derecho a tres puestos de consejo de administración, entonces dijo Eduardo Abellán de nombrar al Subdirector General, a su segundo porque estaba muy liado (que era Francisco Romacho), al Director Comercial Pedro Recuenco y el director técnico y con esos tres puestos está perfecto.

Yo celebro el Consejo...

Investigadora: La relación es porque entran en una empresa en Mundovisión

Informante: No, porque estaban en el accionariado de Mundovisión y la Caja San Fernando nombró al director auditoria, yo por ZZJ nombré a mi socio, Guillermo Gimeno y mi madre Amparo Benjumea y mi hermano tuvieron que soltar las plazas renunciando los servicios prestados renunciando. Esta es la historia empresarial, todo tiene su explicación y yo estoy tranquilo y no tengo ninguna responsabilidad es algo histórico. Y esto es muy antiguo y aún sale en redes sociales, pero en su momento se tuvo derecho de rectificación. (...) Después está *ADM, Andalucía Digital Multimedia*. Yo fui fundador de *ADM*. Y además gracias a Dios tuvo un cambio en los últimos cuatro años porque yo recuerdo... Esto fue con Eduardo Abellán, que yo tenía *Mundovisión* y metí a Sandetel... pero Sandetel se crea al calor de mi relación con Telefónica y Antena 3. Creé una sociedad que se llamaba ATZ: A de *Antena 3*, T de *Telefónica* y Z de *ZZJ*. Fuimos los que ganamos el *Supercable* cuando llegó a Andalucía. Sacamos también la cobertura de cuatro canales de *Supercable* con retransmisión en directo de Semana Santa de Sevilla, el canal del Sevilla FC que lo monté para emitir por *Supercable*...Telefónica tenía un 33%, Antena 3 un 33% y yo en 33% también y montamos el canal Superdeporte de deportes locales de toda Andalucía. Entonces Eduardo Abellán tenía la señal de *Canal Sur Televisión* a todas las profesoras que siempre trabajan con ellos, pero el único que creaba empresas en Andalucía era y en un momento me pidió de qué manera podría acceder a todos esos mercados RTVA. (Zafra, J. M., 2019)

De todas estas explicaciones se extrae que no era *Canal Sur Televisión* el que estaba beneficiando a la productora de Zafra. La empresa de Zafra tiene sus orígenes en la empresa de publicidad de su padre, antes de que existiera *Canal Sur Televisión*. Gracias a esta empresa y al olfato que tuvieron los Zafra dieron el salto da la publicidad audiovisual cuando empezaron a existir las desconexiones en Andalucía. De ahí que sus primeros contratos fueran con *Antena 3 Televisión*. Esto unido a los grandes beneficios económicos que consiguieron en la Expo92, crearon una productora con capacidad para hacer un producto audiovisual completo y competitivo. Si a esto unimos que esta empresa se metió en el mercado de las audiodescripciones a nivel nacional y convirtiéndose en el momento de esta tesis doctoral en referente a nivel internacional, cumplía todos los parámetros para no haber nacido al amparo de la televisión pública andaluza. No obstante, ofreció programas a *Canal Sur Televisión*. Presentó la serie “*Forjadores de Andalucía*” cuando estaba en la dirección Marín, pero mientras producía casi para la totalidad de las televisiones autonómicas. Sobre todo, para aquellas donde gobernaba el Partido Popular por su relación anterior por las campañas que le había realizado. No fue hasta a creación de “*Números Rojos*” cuando esta productora entró en *Canal Sur Televisión* como una de las que más facturaban y por tanto a ganarse el apelativo de ‘pata negra.’

En este punto habría que señalar que se hace referencia de nuevo a la Estructura de Poder dado que toma como lógico y asumido que por ser cercano al Partido Popular hará trabajos para ellos y que eso le cerrará las puertas en las comunidades donde gobierne el partido contrario.

Mi padre ha sido responsable de la campaña de UCD y del Partido Popular. Yo también hacía las campañas del Partido Popular en Andalucía. Aparte de productora de contenidos, yo llevaba también las campañas del Partido Popular. Entonces cuando diseño “*Números Rojos*”, el programa, hago un presupuesto para hacer un piloto. (Zafra, J. M., 2019)

Algo más allá del valor profesional de los contenidos que quizás en el caso concreto de *ZZJ* haya podido ser excepcional en el panorama audiovisual andaluz según los testimonios con los que contamos. Después de hacer la

producción de *“Forjadores de Andalucía”* Zafra considera que tiene ya el grado de madurez suficiente ya para saltar al mundo de la producción de entretenimiento e idea *“Números Rojos”*, que él lo define como su primer éxito y el que le pone en el mapa audiovisual. Se trataba de un programa que cancelaba las deudas a la gente. Pero el contenido del programa y el seguimiento por parte de la audiencia fueron los más novedoso sino cómo se produjo. Zafra consiguió un presupuesto nacional negociando con varias cadenas regionales, cada una pagaba su parte per estaba emitiendo un programa con el presupuesto de uno nacional. Con las televisiones de comunidades gobernadas no hubo ningún problema, el problema surgió con *Canal Sur Televisión*. Después de muchas negociaciones, el programa se emitió sin tener el contrato firmado por parte de Canal Sur Televisión. Algo que se solucionó al día siguiente cuando se comprobó que había conseguido un 47,5 por ciento de audiencia, el máximo ranquin de un programa de *Canal Sur Televisión*. Fue en ese momento cuando Zafra se hizo con un hueco en la televisión autonómica andaluza. Podría considerarse que lejos de algo que se pueda valorar como “beneficiado” por *Canal Sur Televisión*. Es más, Zafra considera que seguían viéndolo dentro del ente andaluz como el de la productora del PP y no fue hasta que dio una gran muestra de fidelidad rechazando un contrato millonario de *Antena 3 Televisión*, cuando pudo trabajar con tranquilidad.

Eduardo Abellán me preguntó si había recibido una oferta y que si la había rechazado y por qué. Le dije que porque me había comprometido con él. Me preguntó si tenía la oferta por escrito y si se la podía enseñar. Y simplemente utilizó esa documentación para decir: “Señores del comité, que estabais en contra de que *ZZJ* entrase a producir en *Canal Sur Televisión* porque es productora del PP... Ahí tenéis un ejemplo de empresario que nos comprometimos a tres millones entre todos, apostó y puso veintiséis. No queríamos emitir, lo consiguió con todos los demás, ha traído riqueza a Andalucía, lo hemos emitido y nos está dando éxitos máximos y cuando ha recibido esta oferta, ha sabido decir que no porque se había comprometido conmigo...gente así, es la que yo quiero como proveedores de *Canal Sur*”. Eso fue un punto de inflexión para *Canal Sur*

para el encerramiento que tenía en aquella época con los proveedores que eran sota, caballo y rey. (Zafra, J. M., 2019)

Un mercado que según mantiene Zafra estaba cerrado y que ya había unas productoras que se habían hecho con el mercado.

Eduardo Abellán se encuentra con un *pool* que es *PC29*, *Caligari*, *Videoplanning*... (anterior a *Canal Sur* junto a Molina en *Savitel*). Estas tres, las características que tenían era que tenían dotación de plató. Después, más adelante, surgió *Itaca*, que no sería 'pata negra' porque Petit no ha sido directivo de *Canal Sur*, pero remarcó el concepto de que eras directivo o muy vinculado al PSOE. *Itaca* y Petit se metieron en una inversión gorda que era el plató de *Itaca* y para alimentar a ese monstruo necesitaba de *Canal Sur*. Si no le contrataba *Canal Sur*, estaba muerto. Él históricamente tenía programas, pero tuvo "Mil y una noches," que lo migraron a la 2 y este programa le llamábamos el San Miguel. 0,0¹⁴⁵... Estaba claro que en el caso de Petit, tenía una vinculación íntima con Chaves porque la mujer de Petit, era Esperanza Sánchez, de la *Ser*, PRISA, que entonces mandaban en todo y tenía un blindaje de cojones. Eso fortaleció el contacto 'pata negra,' estos ex directivos y lo de Petit, *Itaca*, con la parte política. (Zafra, J. M., 2019)

Volvemos a menciones a las relaciones de Estructura de Poder. Además, Zafra no niega la existencia de puertas giratorias, asegura que en ese momento existían, pero hace una lectura distinta, más parecida a la dada por el estudioso Juan Luis Manfredi que a la de los medios de comunicación de la época.

Salvador Domínguez, como sale del cargo, tiene que montar una compañía nueva, ¿de dónde tira? de *TVE*, que era de donde había tirado *Telemadrid* y todos. Entonces se trae de director de la tele a Paco Cervantes, se trae de productor a Lepo, Pepe Flores... esto un poco como directivos de la cadena. Cuando se va, monta una productora que se llama *PC29*. Tres socios: Salvador, Paco y Carlos Herrera. Este pasó de delegado de Málaga, le hacen directivo y cuando acaba su mandato, se monta una productora

¹⁴⁵ En referencia a los bajos datos de audiencia que llegó a tener el programa "Las mil y una noches."

audiovisual... Ha descubierto ese nuevo mundo y para ellos se rodea de un tío que sabe mucho que es Paco Cervantes y de un talento de valor añadido en aquella época que era Carlos Herrera. Hasta aquí ¿esto es puerta giratoria? No. No sé, está mal dibujado el régimen de compatibilidad de altos cargos. No me lo sé en esa época, lo que sí sé es que cuando una persona sale de un sitio, no se le puede mermar que continúe con una trayectoria profesional en su hábitat, lo que conoce. Pero tuvo poca ética que esta productora firmase la serie “Retratos” con *Canal Sur* y ya se sabía que siempre iba a estar. (...) Lo feo está en que este pool ofrece el programa sobre personajes andaluces y Melero lo que hizo, por simpatía o lo que fuese, contratarle durante muchísimos años. Esto es lo que fragua el germen del concepto “productoras pata negra”, que es: dicese de aquella productora constituida a nivel accionarial por ex directivos de la cadena. (...) Yo creo que realmente se crea una televisión autonómica, con un presupuesto, que va a necesitar de aprovisionamientos de todo tipo. Esa empresa obviamente, genera el desarrollo de la empresa auxiliar. (Zafra, J. M., 2019)

Esta es la situación de las productoras audiovisuales andaluzas en la segunda década de vida de *Canal Sur Televisión*; cuarenta y tres empresas productoras que realizan trabajos para *Canal Sur Televisión* y de ellas doce productoras que son las que más facturan. Dentro de estas últimas ninguna que no lleve años realizando trabajos para la televisión autonómica andaluzas y en casi todas hay un ex trabajador de *Canal Sur Televisión* o relaciones estables o puntuales con alguno de ellos. Situación que algunos informantes denuncian como negativo:

Eso de hacer negocio desde fuera de *Canal Sur* con el apoyo de los colegas de dentro de *Canal Sur*, no es ilegal, es amoral, una forma de corrupción suave, enchufismo, clientelismo... Este fenómeno explica muy bien la baja calidad de la programación de *Canal Sur*. Durante mucho tiempo los dueños de las productoras (ex altos cargos de *Canal Sur*) no colocaron sus programas en la cadena por la calidad de los mismos, sino por sus contactos personales. (Cañibano, B., 2019)

Postura semejante otro de los profesionales de los inicios de *Canal Sur Televisión*:

Cuando me marché de *Canal Sur*, decepcionado por la obsesión manipuladora de Manuel Melero y el intervencionismo de la Junta, aún no existían. Poco tiempo después, ya en Madrid, supe que buena parte de los directivos que abandonaban sus cargos en *Canal Sur* iban montando productoras para elaborar programas cuyo cliente único en muchos casos era Canal Sur Televisión. Lo que significaba la disminución de la producción propia y la discriminación salarial entre los trabajadores de esas productoras y los que pertenecían a la plantilla de la Rtva. (...) Me parece una vergüenza, denunciable, y es necesario acabar con este tipo de prácticas cuanto antes. (Tortosa, J. 2019.)

Mientras otros -como hemos visto en los testimonios de Juan Luis Manfredi Mayoral y José María Zafra Benjumeda- consideran que es el lógico desarrollo del sector audiovisual.

Hemos querido alejarnos para encontrar una versión exterior. Es esclarecedor el testimonio de un estudioso de la industria audiovisual pero distante de la cuestión andaluza. Fernández Quijada se manifiesta así sobre este asunto:

Esas personas seguramente tienen un conocimiento del mercado y una capacidad de atraer a profesionales de la industria y a inversores que les pone en una muy buena posición para seguir participando en la industria de manera activa. Si establecen su negocio en la comunidad en la que residen y en esa comunidad la televisión pública es el principal comprador, parece lógico que acaben facturando para la televisión pública que antes les empleaba. ¿Se podrían establecer limitaciones temporales o de volumen de negocio? Podría hacerse, pero me temo que eso significaría que esas empresas no se crearían, y que sería mucho más difícil o costoso para *Canal Sur* atraer directivos por las limitaciones para continuar su carrera profesional. Quizás habría que buscar mecanismos intermedios de rendición de cuentas de los resultados de esos programas producidos por esas empresas. Por otra parte, este fenómeno no es estrictamente andaluz ni estrictamente español. Es la gente que ya está en la industria la que tiene

el *know-how* y la capacidad de atraer talento para generar esa industria. La mayor parte de la industria de producción independiente europea surgió originalmente de profesionales procedentes de las televisiones públicas que tenían un monopolio en el mercado. En el caso de las televisiones autonómicas, ese monopolio era de ámbito autonómico, pero no había algo equivalente en el sector comercial. (Fernández-Quijada, D., 2019)

Este es el escenario que se da en la primera década de la televisión autonómica andaluza.

3.3.3 Las productoras en Andalucía y la llegada de *Indaloymedia* al panorama audiovisual (2009-2018)

En este periodo se asiste a una crisis económica generalizada a nivel mundial y que también afectó a España y, por tanto, a Andalucía. El sector audiovisual no escapó de esta situación y se vio gravemente afectado.

Entre 2009 y 2012, la Rtvva pierde 58,8 millones de euros en concepto de ingresos por parte del sector público (Fernández Alonso, 2013, p.20). A partir del Contrato-Programa firmado en 2012, la reducción del presupuesto respecto a 2008 se situó en -36,1% en 2013, -34,6% en 2014 y -33,8% para 2015 (Boja, 2012, p.213). En verano de 2015, el vicepresidente Manuel Jiménez Barrios anunció el proyecto de fusionar radio y televisión con el fin de ahorrar costes y reducir gastos directivos. En 2016, la Junta prorrogó dicho Contrato-Programa, aportando 138 millones, cantidad exacta a la asignación anual de años anteriores, A finales de año, el Consejo de Gobierno aumentó levemente a 139,5 millones anual el nuevo Contrato-Programa para el trienio 2017-2019. (Labio, A. et al., 2017).

El presupuesto de la Rtvva para 2018 ha sido de 162.754,420 euros. A esto sumamos que en este periodo la publicidad ha caído, las cadenas cuentan con menos presupuesto para gastar y esto afecta a la parrilla. A su vez esta situación provoca que se recurra a la producción más barata o incluso en ocasiones eliminando contratos con productoras ajenas y cubriendo ese trabajo con producción propia. Esta última opción la mayor parte de las veces no es la solución para *Canal Sur Televisión* porque en ocasiones subcontratar a una empresa o encargar un producto ya acabado es más rentable que acudir a la

producción propia. Es un periodo donde en cada negociación para las renovaciones de contrato -entre las productoras que dan servicios a *Canal Sur Televisión* y los directivos de la televisión autonómica- las cantidades se reduce. Con este panorama hay productoras que optaron por reducir el sueldo de sus trabajadores en cada reducción de la empresa contratante. Así si *Canal Sur Televisión* reducía un 10 por ciento, pues la productora reducía ese porcentaje a sus trabajadores. En otras productoras se optó por reducir los márgenes de beneficio, cambiando –por ejemplo- contenidos para abaratar los costes. Sea como fuere las productoras que trabajaban para *Canal Sur Televisión* lo hicieron por una cantidad económica inferior a la que inicialmente pedían. Se creó un periodo de constante negociación entre las productoras y *Canal Sur Televisión* para conseguir mantenerse en emisión. En un momento así, las productoras que ofrecían más por menos eran las que tenían más posibilidad de conseguir contratos con el ente público. Solo las productoras con solvencia económica pudieron hacer frente a todos estos recortes. Algo que hizo que se redujera más el número de productoras que trabajaban para la televisión autonómica andaluza.

El que era en ese momento director de Antena de *Canal Sur Televisión*, Mario López Gómez, describía la situación como muy mala en una respuesta dada en un encuentro digital en la página web de la *Rtva*.

La crisis nos afecta a todos, eso es evidente, pero las pequeñas productoras lo estamos sufriendo. No hay mercado, no hay contratos... ¿Hasta cuándo cree que durará esta situación? ¿Qué tiene previsto hacer Canal Sur para fortalecer el tejido audiovisual andaluz?

Estimado Roberto, gracias por su pregunta... y por su paciencia. Como bien dice, la situación es muy complicada. A la crisis económica, se unen otros aspectos que hacen que el actual mercado de la televisión esté viviendo una “tormenta perfecta”: menos financiación pública, fusiones entre cadenas, nueva Ley general audiovisual, crisis publicitaria, multiplicación de la oferta de canales... Es evidente que tenemos un menor nivel de contratación, y un ahorro de costes que no hubiera sido posible gracias a la colaboración del sector audiovisual andaluz. Espero que la cosa mejore...

pero, como imagina, las previsiones no son las mejores.¹⁴⁶ (Canal Sur, 2011)

Es un momento en el que se pone en cuestión hasta qué punto se pueden llevar a cabo estas reducciones sin que afecten al producto final y por tanto a la calidad del producto que llega a los espectadores. El concepto de calidad televisiva no es fácilmente definible. Es más, hay autores que aseguran que es un gran error dar una definición ya que dicha definición no existe. Así lo asegura Pujada (2011):

Y no existe porque tratándose de la categoría central del campo, no tolera que se reduzca a una fórmula elaborado por expertos desde la academia. (...) La aptación fundamental de la autora estriba en el diseño de una cartilla de navegación entre los ejes de los discursos sobre la televisión de calidad y la confección de una cartografía de los lugares del discurso. El mapa se estructura en un doble nivel. Primero, al nivel de cuatro puntos de vistas preferentes: el modo de producción o dimensión normativa; los objetivos sociales y/o económicos o dimensión funcional; el texto desde su dimensión estética; y la recepción de la televisión o dimensión estética. Segundo: al nivel de cuatro áreas temáticas: la calidad predicada del sistema televisivo, de las cadenas, de la programación o de los programas. (p. 12)

En esta situación pasa a primer plano una crítica que se le hace desde sus inicios a la Rtvva, ¿por qué se gasta dinero en comprar productos a productoras externas cuando posee recursos materiales y humanos para muchos infrautilizados? Es más, es un periodo en el que a nivel nacional se produjo una reducción del presupuesto destinado a la televisión pública nacional, Rtve. Entre las reducciones, la desaparición del personal externo que tenía contratado, entre ellos reporteros, productores y operadores de cámara ENG, que en los últimos tiempos habían sido contratados por *Mediapro* o *Telefónica*, y dichos trabajos los pasaron a desempeñar trabajadores contratados directamente por la Rtvva.

¹⁴⁶ Ver <http://blogs.canalsur.es/encuentros/2011/10/11/encuentro-digital-con-mario-lopez-director-de-antena/> Este blog fue consultado en abril de 2012 por la investigadora que realiza esta tesis doctoral para la realización de su tesina.

A pesar de tratarse de un tema conflictivo para la realización de su tesina la investigadora que realiza esta tesis doctoral entrevistó tanto al Director General de la Rtvva en ese momento, Pablo Carrasco García, y al ya mencionado director de Antena de *Canal Sur Televisión* del periodo, Mario López Gómez, y a ambos les preguntó por esta cuestión. Ante la pregunta, ¿por qué *Canal Sur* potencia la existencia de las productoras audiovisuales? ¿Y cómo se escogen estas productoras con las que va a trabajar con *Canal Sur TV*? Pablo Carrasco¹⁴⁷ explica:

Es una de nuestras obligaciones, debemos ser el motor de un sector audiovisual potente. En los casos de productoras de contenidos son decisiones de un órgano colegiado, el comité de antena, basadas en los formatos que presentan las productoras y en su adecuación a nuestras parrillas. (Carrasco, P. 2012)

Mientras que Mario López¹⁴⁸, director de antena de *Canal Sur Televisión* en este periodo, argumenta:

Porque es una de nuestras obligaciones, la del fomento de un sector audiovisual local. La elección de las productoras responde a un criterio exclusivamente profesional: contratamos lo que creemos que es positivo para la cadena, en función de las necesidades de programación, del presupuesto disponible por franja, de nuestras obligaciones de servicio público. (López-Gómez, Mario, 2012)

Cuestionado sobre qué les diría a esas personas que dicen que no es necesario contratar tantos productos a las productoras porque se podrían realizar por el personal contratado de *Canal Sur Televisión*, Carrasco especifica: “Es muy difícil que una cadena produzca todos sus contenidos, hay que mantener un equilibrio y en *Canal Sur* lo hacemos. Además, insisto, tenemos que ser el motor de la industria audiovisual andaluza.” El director de Antena añade:

En *Canal Sur* fomentamos la producción propia de manera indiscutible: los datos son irrefutables. Estamos orgullosísimos de ello y el resultado del trabajo realizado dentro es indiscutiblemente bueno. Eso no debe ser

¹⁴⁷ Las declaraciones de Pablo Carrasco están extraídas de la entrevista que la investigadora le realizó el 30 de abril de 2012 para su tesina.

¹⁴⁸ Las declaraciones de Mario López están extraídas de la entrevista que la investigadora le realizó el 26 de abril de 2012 para su tesina.

incompatible con el fomento al sector antes apuntado: porque en el sector existen grandes empresas y profesionales, porque son también fábrica de talento, y porque nos ayudan en la producción de contenidos que, en determinadas ocasiones, son muy complicados de armar desde dentro. (López-Gómez, Mario, 2012)

Sobre la crítica de los que piensan que no es necesaria una televisión pública y que su presupuesto en tiempos de crisis se debería invertir en otras cosas Mario López expone:

Una televisión pública es a mi juicio imprescindible en un Estado de bienestar, porque garantiza contenidos que, nos pongamos como nos pongamos, no se encuentran en otras órbitas televisivas. Si no existiera *Canal Sur* o *Tve*, el espectador andaluz no disfrutaría de 50 horas de información andaluza a la semana, ni de informativos provincializados, ni de la cobertura a los grandes eventos de nuestra tierra, ni a nuestro deporte, ni a programas culturales o divulgativos como los que emitimos...ni a infinidad de contenidos que sería imposible enumerar aquí. Con respecto al presupuesto, es necesario subrayar que, además del servicio que una televisión como *Canal Sur* presta en pantalla, se fomenta un amplio sector audiovisual y el desarrollo de otras industrias como, por ejemplo, la cultural. (López-Gómez, Mario, 2012)

Mientras que Pablo Carrasco mantiene:

No me gusta defenderme de las críticas, a quién lo piense le pediría los datos sobre los que apoya su reflexión y le daría otros tantos para que entendiera lo que aporta la Rtvva a la sociedad, bastante más de lo que cuesta. En este debate se está partiendo de demasiados prejuicios y datos erróneos y lo que hay que hacer es manejar la información adecuada, argumentos y después cada cual que piense lo que considere oportuno¹⁴⁹.(Carrasco, P. 2012)

En este momento eran muchos los defensores de los medios de comunicación públicos que creían que se estaba viviendo uno de los mayores boicots a la televisión pública. Un ejemplo de eso el hecho de que el político del Partido Popular, Javier Arenas, incluso se negó a acudir a un debate entre los tres

¹⁴⁹ Sobre estas cuestiones también se le preguntó a la máxima autoridad de la televisión pública andaluza del momento en el que se realiza este trabajo de investigación, Joaquín Durán Ayo.

candidatos ante las elecciones que tuvieron lugar el 25 de marzo de 2012 en Andalucía, argumentando la “falta de neutralidad” de *Canal Sur*¹⁵⁰. Además a esta imagen de falta de neutralidad se sumaba el hecho de que a menudo se publicaban datos en determinados medios de comunicación señalando cuánto cuesta *Canal Sur* a cada andaluz¹⁵¹. Algo que puede leerse como una información contra el ente público autonómico en un momento como el que se estaba viviendo, en el que la situación económica era difícil¹⁵². No obstante, el dar una información u otra puede ser subjetivo, pero los datos concretos son objetivos.

- El presupuesto de la Rtv a es 0,38 por ciento de todo el presupuesto de la Junta de Andalucía. Quitando el presupuesto destinado a Sanidad y Educación, que es un 70 por ciento, del resto, la Rtv a solo suponía un uno por ciento.
- El gasto que supone la Rtv a por hogar es de 51 euros al año aproximadamente, y por persona un poco más de 12 euros.
- Es la más barata en relación con otras televisiones autonómicas en España. Así, las televisiones públicas más caras están en País Vasco, donde a cada hogar le cuesta 253 euros al año mantener el sistema público de televisión (*TVE* y *ETB*). La televisión autonómica por sí sola supone un coste de 140 euros por hogar y año. Al País Vasco, le siguen Cataluña (209 euros cuesta el conjunto de la televisión pública por hogar y año), Valencia (202 euros) y Murcia (192 euros.)

En este panorama económico y social es suficiente ver la parrilla de *Canal Sur Televisión* para ver qué productoras realizan contenidos para el canal autonómico -durante los años que abarcan de 2009 a 2018- y además notar que en este periodo desaparecieron programas en la parrilla de *Canal Sur Televisión*

¹⁵⁰ Estos datos han sido extraídos de publicaciones de distintos medios de comunicación. Así el periódico *La Opinión de Málaga*. Ver <http://www.laopiniondemalaga.es/elecciones/2012/03/12/javier-arenas-ira-noche-debate-canal-sur/492143.html> [Consultado en mayo de 2019.]

¹⁵¹ En este caso hemos cogido una información del diario *El País* y en concreto una noticia con tono a favor ya que, aunque titula con lo que le cuesta a cada andaluz, en el subtítulo incluye “El director de la Rtv a considera la agencia un ‘instrumento imprescindible y estratégico’.” Ver http://sociedad.elpais.com/sociedad/2010/12/02/actualidad/1291244405_850215.html [Consultada en mayo de 2019.]

¹⁵² Incluso los medios económicos sacaban cifras sobre la Rtv a. Ver <http://www.expansion.com/2012/05/04/opinion/editorialllylaves/1336162683.html?a=3b0ec98442bd89b11495f60da8e9f5f2&t=1336812471> [Consultada en mayo de 2019.]

que llevaban muchos años en antena y esto ocasionó el debilitamiento de productoras tradicionales. Dichas productoras vieron disminuidos sus encargos o simplemente no tuvieron contratos o tuvieron que buscarlos lejos de *Canal Sur Televisión*, esto último las mínimas.

Entre los primeros buques insignia que desaparecieron destacaba la ausencia en la parrilla del programa “*Mira la Vida*”, un programa que llevaba en antena nueve temporadas. Estuvo en emisión en *Canal Sur Televisión* desde septiembre de 2002 hasta junio de 2011 y estaba producido por la empresa *Atrium Digital* y se grababa en los estudios de *Canal Sur Televisión* en Málaga. El hueco dejado por este programa en la mañana lo toma el programa “*Tiene Arreglo*” que produce *Andalucía Digital Multimedia (ADM)*¹⁵³. Esta productora también producía otro de los programas referentes de la televisión autonómica “*Andalucía Directo*”, programa que llevaba en la parrilla desde 1998. También de esta misma productora el programa “*La respuesta está en la Historia*”, en ese momento en emisión.

Otras de las desapariciones más reseñables de estos tiempos es la de “*Andaluces por el mundo*.” Un programa producido por la productora *Medina Media*. Esta productora había producido muchos programas para *Canal Sur Televisión*, pero en ese momento se quedó sin ninguno en la parrilla. Un ejemplo de las complicaciones vividas por las productoras audiovisuales en este periodo de crisis económicas lo encontramos en dicha productora. *Medina Media* realizó para *Canal Sur Televisión* durante la misma temporada el programa “*La clase*,” que no duró en antena, y posteriormente se le encargó un programa especial sobre presuntos bebés robados a sus madres al nacer. Después de estos dos encargos no tuvo nada más en la parrilla. Asimismo, también los trabajos que esta productora hacía para otras cadenas nacionales como “*España Directo*” o “*3D*” no permanecieron en antena. Solo se quedó con un programa encargado por *Vodafone* y *Movistar* que se emitía en *TVE* y que trataba de explicar los beneficios de la introducción de las Nuevas Tecnologías. Todo esto porque los

¹⁵³ Hay que tener en cuenta y quién está detrás de la composición y contenidos de productora *ADM*.

canales de televisión decidieron contratar solo lo indispensable y con presupuestos mucho más bajos que en periodos anteriores.

Siguiendo con la revisión de la parrilla “Cómetelo” era otro de los programas que llegó nuevo a la parrilla de *Canal Sur TV*. Un producto de *Producciones La Séptima Estación*, la misma productora que hacía “*El club de las Ideas*” y “*Destino Andalucía.*”

Otro de los programas de referencia en *Canal Sur Televisión* en este periodo era “*75 minutos.*” Un programa de reportajes de *Producciones Cibeles*. A esta última se le encargó también un programa que estuvo muy poco en antena “*Nacidas para cantar.*”

Podemos señalar además como nuevas introducciones en la parrilla en este momento, el programa de reportajes “*Diez Razones*”, producido por una productora veterana en contratos con *Canal Sur Televisión*, la productora Grupo ZZJ¹⁵⁴. Productora que además también producía el programa “*Menuda Noche*” en antena desde el año 2004.

“*Salud al Día*” y “*Tecnópolis*” son otros de los baluartes de la programación de *Canal Sur Televisión*, ambos de la productora sevillana *Mettre*.

Otro estreno señero del canal es el programa “*Yo, Médico*” de *Pulso TV*, productora de contenidos del Grupo *Secuoya*¹⁵⁵. Si señalamos el programa que más peso tiene en la parrilla según su audiencia hay que nombrar al programa “*Se llama copla*”, del Grupo *Europroducciones TV*, y grabado en el plató de *Caligari Films*.

Por último, el programa que llena las tardes de *Canal Sur Televisión* y que es el objeto de estudio de esta tesis doctoral, “*La Tarde, aquí y ahora*”, producido por la productora *Indaloymedia*, y grabado inicialmente en el plató de la productora *Itaca* y posteriormente en su propio plató (que antiguamente era el de *Videoplanning*.) Hacer mención a la productora *Itaca* que ya ha aparecido en este trabajo de investigación. Se trata de una de las empresas que ha estado

¹⁵⁴ Productora que ha producido programas que han estado en Canal Sur Televisión durante muchas temporadas como “*La Tarde con María*,” “*Números Rojos*,” “*Bienaventurados*”, etc. y que han sido referente de la programación. El dueño de la productora que ha realizado estos programas también ha participado como experto en esta tesis doctoral.

¹⁵⁵Dentro del Grupo Secuoya se encuentra CBM, Central Broadcaster Media.

más años en la parrilla de *Canal Sur Televisión* desde sus orígenes. Su dueño es Joaquín Petit Fernández. En este periodo es la primera vez que no tiene un programa dentro de la parrilla de *Canal Sur Televisión*, al no renovarse el contrato para la producción del programa “*Las 1001 noches*”¹⁵⁶, también mencionada anteriormente.

Otro de los grandes ausentes, en la estructura audiovisual de este momento, era la productora *Videoplanning Multimedia* y su plató. Una infraestructura que en ese momento se quedó sin uso y que venía siendo utilizado por la televisión autonómica ininterrumpidamente desde sus inicios. Para ver las cifras del negocio que surge entre estas productoras es clarificadora la lectura de un artículo aparecido en los periódicos del Grupo Joly, bajo el título “La producción externa rebasará los 72 millones en el presente año”¹⁵⁷ (*Granada Hoy*, 2010)

Tras este repaso vamos a recapitular. Las productoras audiovisuales que en estos años trabajaban para el canal autonómico son:

1. *Linze televisión.*
2. *Andalucía Digital Multimedia*
3. *Grupo ZZJ*
4. *Mettre*
5. *Europroducciones*
6. *Caligari Films*
7. *Indaloymedia*
8. *Productora Itaca*
9. *Producciones Cibeles*
10. *Pulso TV (Grupo Secuoya)*
11. *Producciones La Séptima*

Este es el panorama que ya mostró esta investigadora en su tesina que cerraba su periodo de análisis en el año 2012. Metodológicamente se hizo haciendo un vaciado de las parrillas aparecidas en la programación diaria de *Canal Sur Televisión* y a eso se unió el empirismo profesional de la investigadora que ese

¹⁵⁶ Es un programa que estuvo en emisión y llegó a tener unas cuotas de audiencia muy bajas.

¹⁵⁷ En esta noticia se puede apreciar las relaciones de las distintas productoras andaluzas que copan el audiovisual. Ver <http://www.granadahoy.com/article/andalucia/835996/la/produccion/externa/rebasara/los/millon/es/presente/ano.html> [Consultada en junio de 2019.]

momento ejercía como periodista en una productora que trabajaba para el canal público autonómico.

Desde 2012 hasta el año 2018 se han publicado nuevos datos y han cambiado algunos nombres, pero lo esencial ha permanecido.

Según recoge Reig, R; Mancinas-Chávez, R. y Nogales-Bocio, A. I (2014) el subdirector general de Radio Televisión de Andalucía, Joaquín Durán, dio a conocer la nueva parrilla de *Canal Sur Televisión*, explicando que el 90% era de producción propia. En concreto, la oferta para la nueva temporada se resumía así:

Entre las principales novedades de la parrilla de temporada figuran la renovación del emblemático “Tiene Arreglo”, ahora presentado por el periodista Fernando Díaz de la Guardia; “Cerca de Ti en Andalucía”, programa basado en la emoción y la sorpresa que estará conducido por la conocida cantante Merche; el rediseño de la noche de los martes que se convierte en “Noche 360º”, que surge de la unión de los formatos periodísticos “75 Minutos” y el nuevo “@Debate”, interactivo y muy participativo, conducido por el periodista Rafael Fernández; la nueva serie de ficción “El Faro” realizada en coproducción con el resto de cadenas de FORTA¹⁵⁸, en un esfuerzo sindicado por mantener la producción del género en las televisiones autonómicas; y el nuevo programa “Lo Flamenco”, que abundará en las claves del género artístico andaluz más universalmente conocido. (Reig, R; Mancinas-Chávez, R.; Nogales-Bocio, A. I, 2014, p.610)

Si repasamos las productoras de los programas destacados por el director general vemos una vez más a ADM, Europroducciones (rama audiovisual del grupo Veralia, del Grupo Vocento y participada tras su unión con la productora Zebra, por uno de los fundadores Indaloymedia, José Velasco, como veremos en el epígrafe dedicado a la dicha productora), Producciones Cibeles (cuyo productor ejecutivo es José Flores que en los años 90 trabajó en Canal Sur Televisión) y los dos programas que quedan “@Debate” y “Lo Flamenco,”

¹⁵⁸ La Forta decidió unirse para producir determinados formatos y que fueran más rentables y así hacer frete a la competencia de las televisiones privadas. El primer proyecto de programa de entretenimiento producido entre los miembros de la Forta fue realizado por una productora andaluza, ZZJ, lo detallaremos en la tercera parte de esta investigación.

realizados con personal propio de la Rtva y el segundo en concreto para el canal ATV.

Sobre el hecho de las productoras que se contratan y si hay algún tipo de beneficio hacia algunas empresas concretas, hay que señalar que en esta época aun no existía el Portal de la Transparencia, órgano que como indica su página web se creó en 2014,

Con este portal, Rtva da cumplimiento a las disposiciones de la Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía, publicada en el BOJA el día 30 de Junio de 2014, que profundizan en la transparencia de la actuación de los poderes públicos, haciendo efectivo el derecho de acceso a la información pública, facilitando el conocimiento por la ciudadanía de la actividad de los poderes públicos y de las entidades con financiación pública, y promoviendo el ejercicio responsable de dicha actividad. (*Canal Sur*)

Por ello, la mayor parte de las informaciones que sobre contratación de las empresas productoras por parte de *Canal Sur Televisión* se hacían públicas nuevamente era por los datos aportados por la entidad pública en respuestas iniciativas parlamentarias. Así por proposiciones de Ley de la Rtva, en el debate y las enmiendas de la Carta de Servicios de la Rtva, en la Comisión de Control de la Rtva, etc.

En la misma línea, Miguel Ángel Vázquez Bermúdez, que fue miembro de la Comisión de Control de la RTVA entre los años 2008 a 2012. “Creo que sí hay transparencia. Los únicos límites están en la ley de protección de datos y en la salvaguarda de la propiedad intelectual.” (Vázquez, M. Á., 2019)

Ante esta cuestión hay una discordancia de opiniones, hay quien asegura que la Rtva, y por tanto *Canal Sur Televisión*, es una de las entidades más controladas, mientras que otros aseguran que no hay transparencia en los datos. Así, Mateo Rísquez Madrudejos¹⁵⁹ en el momento que se realiza esta investigación vicepresidente del Consejo de Administración de la Rtva:

¹⁵⁹ Los datos aportados por Mateo Rísquez Madrudejos ha sido extraídos de la entrevista hecha por la investigadora que realiza esta tesis doctoral el 5 de junio de 2019.

Está la Comisión Parlamentaria, está el Consejo de Administración, está el portal de transparencia donde cualquier ciudadano puede preguntar. Hay toneladas de información sobre las productoras y gastos de las productoras... Pero yo la sensación que tengo es que determinada gente va aprendiendo día a día a culebrear alrededor de esos mecanismos de control. De manera que siempre se hacen programación es en las que siempre van apareciendo las mismas productoras o los mismos personajes bailan en las productoras. (...) A pesar de todo el mecanismo porque estamos ante un intangible, que es la creatividad. Y ante ese intangible es la creatividad. Uno de los principales problemas es cómo se mide la creatividad. ¿Cómo se paga eso? Hay otras muchas cosas intangibles que se miden, como la audiencia. ¿Cuál es el éxito de Juan Y Medio? Su personalidad arrolladora hace que atraiga a una audiencia, eso está medido. Pero la persona que acude al registro con la idea de un programa para hacer un Master Chef de no sé qué... ¿eso cómo lo medimos? ¿Y si casualmente dentro de un mes aparece en el registro otra idea que es muy parecida pero no exactamente igual y ese primero no tiene éxito en el Comité de Análisis, pero ese sí cómo se mide? Eso pasa, claro que pasa. Pero sin intangibles. ¿Qué se hace con eso? Porque luego también es verdad que hay empresas con determinada solvencia y otras que no y todo hay que medirlo. Los costes de producción... Pero claro si miras la historia de Canal Sur te das cuenta de que hay gente que siempre ha estado ahí. (Rísquez, M., 2019)

Mientras la Presidenta del Comité de Intercentros y trabajadora en *Canal Sur* desde el año 1992, denuncia que “deberíamos tener presencia a la hora de decidir qué programación hacemos y qué empresa lo realiza. Una mesa de la Producción que ya existía en nuestro convenio y desapareció.” (Mingorance, R., 2019)

La misma postura mantiene Jesús Romero Sánchez, trabajador de *Canal Sur* también desde 1992, durante diez años delegado de personal por la sección sindical de CCOO-RTVA y en el momento de esta investigación miembro de la comisión de seguimiento de la RtvA en el Parlamento de Andalucía del grupo Podemos, asegura que no hay transparencia.

No se informa, a no ser que se haga a través de vía parlamentaria, de las contrataciones a empresas externas y, aun así, tuve que pedir amparo a la presidencia del parlamento, porque no respondían en el tiempo establecido a las iniciativas parlamentarias: muchas de las que planteé durante esos años no fueron contestadas. (Romero-Sánchez, J., 2019)

A pesar de esta denuncia, los últimos datos oficiales que se hicieron públicos a través de los medios de comunicación provienen de una respuesta parlamentaria a Jesús Romero. Es más, del año 2016 es uno de los primeros y pocos desgloses oficiales y públicos que existen sobre el gasto en productoras audiovisuales realizado por la Rtvva indicando concepto, cantidad y productora. Son los datos aportados por la propia Rtvva tras una pregunta realizada al propio Joaquín Durán Ayo por dicho parlamentario¹⁶⁰ en la comisión del control de la Rtvva del Parlamento de Andalucía. Con estos datos se puede concluir que *Canal Sur Televisión* destinó 23,4 millones de euros a contenidos que no son de producción propia, entre enero y agosto de 2016. En concreto, 18,2 millones fueron de producción financiada y cinco millones derecho de cine, documentales o series (estos últimos no se incluyen en el presente trabajo.)

PRODUCTORA	FACTURACIÓN
EUROSPORTS S.A.	10.000,00
CETURSA SIERRA NEVADA, S.A.	21.944,805
METTRE, S.A.	1.299.953,40
FEDERACIÓN ANDALUZA DE FUTBOL	30.232,00
CENTRO DESARROLLO COMÚN IMAGEN, S.L.	157.250,00
BALONCESTO MÁLAGA, S.A.D.	11.232,00
ANDALUCÍA DIGITAL MULTIMEDIA S.A.	4.664.864,13
PRODUCCIONES CIBELES, S.L.	764.449,25
ASOC. ANDA.ESC.TAUR.PEDRO ROMERO	92.250,00
MEDIASUR PRODUCCIONES AUDIOVISUALES	1.235.962,92
VIDEOPRODUCCIONES AL ANDALUS, S.L.	156.000,00
COMUNICACIONES Y PRODUCCIONES DEL SUR	171.000,00
PROMICO IMAGEN , S.L.	171.000,00
TÉCINCA AUDIOVISUAL DIGITSUIT, S.L.	173.501,90

¹⁶⁰ Este parlamentario ha sido seleccionado para participar en esta tesis doctoral por su amplio conocimiento de *Canal Sur Televisión* ya que además de formar parte de la comisión de seguimiento del Parlamento de Andalucía trabaja además en la RTVA. No ha sido la única vez que ha pedido estos datos, también tenemos las cifras que cierran este trabajo de investigación que fueron las aportadas tras pregunta parlamentaria el 3 de mayo de 2018, que incluiremos en el epígrafe posterior de esta tesis doctoral.

GYSE PRODUCCIONES, S.L.	58.598,30
PATRONATO C.O.A.C. FIESTAS CARNAVAL	249.000,00
ÁREA DE TELEVISIÓN Y NOTICIAS, S.L.	502.987,00
MEDINA MEDIA, S.L.	33.000,00
INDALOYMEDIA, S.L.	5.402.534,91
MEDINA MEDIA ANDALUCÍA, S.L.	740.449,17
SUMMERS PRODUCCIONES, S.L.	948.485,44
SECUOYA CONTENIDOS, S.L.U.	306.903,86
VERALIA CONTENIDOS AUDIOVISUALES S.L.	3.277.699,29
HAPPY ENDING TV, S.L.	2.245.514,96
SAVITEL MEDIA, S.L.	325.260,00
ANDALUCÍA DIGITAL AUDIOVISUAL, S.L.	81.665,06
R.P.M. RACING, S.L.	9.000,00
DELORENZO PRODUCCIONES, S.L.	341.867,50
GALDO MEDIA S.L.	108.000,00
UNCIA PRODUCCIONES, S.L.	204.750,00
TOTAL	23.795.355,94

*Elaboración propia con datos aportados por el Parlamento de Andalucía

De las productoras que proveen de contenidos a *Canal Sur Televisión*, teniendo en cuenta el listado aportado, *Andalucía Digital Multimedia* es la que recibe mayor parte del presupuesto, en concreto, 3,9 millones de euros en el periodo indicado, sin que se hubiera cerrado el ejercicio 2016. Esta es una productora especial ya que es una empresa privada, pero está participada por la RTVA a través de la empresa pública SANDETEL, de la que ya hemos hablado en anteriores epígrafes. ADM produce el programa “Andalucía Directo”, uno de los más señeros de la televisión autonómica andaluza, y está participada por la propia Rtv a y su consejero-director general es Ricardo Llorca González, que fue director de contenidos en la Rtv a y también ha trabajado en el Grupo Europroducciones

En segunda posición estaría la productora objeto de estudio en este trabajo de investigación, *Indaloymedia*, con 2,9 millones de euros en los primeros ocho meses del año. Empresa productora que es objeto de nuestro estudio.

La siguiente productora en el ranking es la que realiza el programa “Gente maravillosa”, *Happy Ending Producciones* en la que encontramos a José Francisco Romacho, José Fernández Cuadrado y José Leopoldo Flores

Caballero. Todos son ex trabajadores de *Canal Sur*. Asimismo, señalar que el nombre *Happy Ending Producciones* aparece por primera vez en este trabajo, pero es una productora que se encuentra en la misma dirección postal que la productora Cibeles de la que es productor ejecutivo José Flores. Se trata de una nueva empresa donde se unen productores que llevan años trabajando para *Canal Sur Televisión*. *Happy Ending Producciones* creó el formato de un programa que se convirtió en referencia de la cadena “La Báscula” y que incluso se importó a otras comunidades autónomas como la madrileña (aunque finalmente en esta no tuviera el éxito esperado.) Se trataba de un programa en el que distintos grupos intentaban llevar una vida saludable y conseguir adelgazar. En este programa también participó otra productora habitual de la televisión autonómica andaluza, *Mediasur*, rama andaluza de *Mediapro*. Dicho programa ha estado siete temporadas en emisión y ha conseguido buenas cifras de audiencia. No obstante, también ha despertado críticas entre ellas la de la asociación de consumidores Facua que llegó a indicar que se estaba utilizando la marca Rtvva como reclamo para otros negocios que no eran televisivos.

Se trata del programa “*La Báscula*,” cuya productora, administrada de forma mancomunada por tres ex altos directivos de *Canal Sur*, es la propietaria de los Centros Integrales La Báscula, unas clínicas de adelgazamiento ubicadas en las instalaciones de los Hospitales Nisa en las provincias de Sevilla, Huelva y Córdoba. FACUA Andalucía entiende que la utilización de una marca propia de la televisión pública como reclamo para negocios del ámbito privado que nada tienen que ver con aquélla es una cuestión grave que requiere una explicación por parte del Gobierno autonómico. Y especialmente, si esos negocios pertenecen al ámbito de la sanidad privada, que la Junta de Andalucía, de la que depende el sistema sanitario público, y *Canal Sur*, como empresa de carácter autonómico, no deberían en ningún caso promocionar¹⁶¹. (Facua, 2017)

La cuarta productora según inversión destinada desde la Rtvva es *Veralia Contenidos Audiovisuales*, del grupo Vocento¹⁶², con 1,2 millones de euros.

¹⁶¹ Noticia publicada en la página de Facua en junio de 2017. Ver <https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=11631> [Consultada en junio de 2019.]

¹⁶² Vocento es un grupo de comunicación que nace en 2002 de la fusión de Grupo Correo y Prensa Española, Aunque pueda parecer un grupo joven sus inicios se remontan en el caso de ABC una de sus cabeceras más representativa a 1891. En su rama audiovisual encontramos en

Veralia y participa actualmente en 'Yo soy del Sur', programa que “quiere ser un homenaje a los compositores y cantantes de sevillanas más famosos de todos los tiempos,¹⁶³” según indica la página web de la productora *Indaloymedia*, en cuyo plató se realiza este formato. *Veralia* a su vez está relacionada con *Europroducciones* y por tanto con José Velasco, miembro fundador de *Indaloymedia*. Volvemos a encontrar relaciones de la Estructura Audiovisual de Poder. Las de la productora *Indaloymedia* las detallaremos en la cuarta parte de esta tesis doctoral.

Le sigue *ZZJ Producciones*, empresa que producía el programa “*Menuda Noche*”. Un programa presentado por Juan y Medio, descrito en la página web de la productora como “un espectáculo infantil a la altura de los mayores. Una parodia de los géneros televisivos perpetrada por los más desvergonzados y desinhibidos de cada casa. ¡Actuaciones, cara a cara, *talk show*, entrevistas, seriales, sorpresas!” Desde 2004 hasta 2016 ha sido producido por *ZZJ* y presentado por Juan y Medio. En 2016 al tener problemas económicos, la compañía no podía seguir siendo contratada por *Canal Sur Televisión*. En ese momento *ZZJ* e *Indaloymedia* llegaron a un acuerdo de cesión temporal de formato. Posteriormente han acordado su venta, por lo que ya se trata de un programa producido por *Indaloymedia*.

De 2004 hasta 2014 *Canal Sur Televisión* emite “*Menuda Noche*” ininterrumpidamente, pero hubo un momento en el que *ZZJ* tiene que parar la producción del formato por estos problemas económicos. Uno de estos problemas económicos de la empresa es recogido posteriormente por los medios locales. Se trata de una apuesta profesional que hicieron invirtiendo en las librerías Beta y que posteriormente no dio los beneficios esperados. Según publica el periódico *ABC*¹⁶⁴

La productora de televisión *ZZJ* es la matriz de este grupo sevillano, propiedad de la familia Zafra Benjumea, que en los últimos años ha

televisión a Net TV, en producción y distribución a *Veralia* y en radio a *COPE*. Ver la página del grupo <https://www.vocento.com/> [Consultada en mayo de 2019.]

¹⁶³ Lo mismo explica la página de Canal Sur. Ver <http://www.canalsur.es/television/programas/yo-soy-del-sur/detalle/108519.html> [Consultada en junio de 2019.]

¹⁶⁴ La situación económica llegó a ser recogida por los periódicos locales. Así el periódico *ABC*. Ver https://sevilla.abc.es/economia/sevi-concurso-acreedores-impacto-cierre-librerias-beta-201711022327_noticia.html [Consultada en junio de 2019.]

diversificado su negocio con inversiones en otras firmas del mundo editorial. La más significativa fue la compra de Beta en 2012 y el ambicioso plan de expansión de la cadena de librerías, una de las más representativas del sector en Sevilla. Las expectativas de negocio no se colmaron y, a la postre, el grupo tuvo que ir cerrando las tiendas de libros y aplicar un ERE a la plantilla, hasta que finalmente Beta fue a liquidación tras un proceso concursal. (ABC, 2017)

Algo que no confirma Guillermo Garrigós:

Estando en concurso de acreedores *ZZJ* no podía cerrar ningún contrato con *Canal Sur Televisión* porque como empresa pública no está permitido. A *Canal Sur Televisión* le interesa el formato de “*Menuda Noche*” porque funciona en la parrilla y aporta buenos resultados de audiencia, con mucha fidelización la noche de los viernes. *Indaloymedia* decide hacerle una oferta a *ZZJ* y contratar la licencia del formato durante 2 años. Este contrato finalizaba en junio de 2019 y en enero se llegó a un acuerdo entre *Indaloymedia* y *ZZJ* y hemos adquirido los derechos del formato “*Menuda Noche*.”

Le preguntamos a José María Zafra Benjumea por la venta de “*Menuda Noche*” ero él no la relaciona con problemas económicos sino con el hecho de que, sin plantilla estable ni plató, ya no les he rentable en formato.

“*Menuda Noche*”, sintetizando mucho, tiene y tenía clave, un presentador que es Juan. Clave, presupuesto artística: al que entrevistamos y alguna actuación. Y después los costes de producción: medios técnicos, plató, cámaras y personal de contenido. Tú con el total de presupuesto tenías que pagar todo esto.

Yo en mi presupuesto total tenía sí o sí, el sueldo de Juan (...) En lo artístico yo tenía un presupuesto estimado de imagina, 6000 euros por programa. Con esto, yo decía pues se entrevista a no sé quién. eso lo hacía yo. Y Concha me cobra 3000 euros. Como por agenda de famosos, tú no sabes qué famosos vas a tener en la serie de trece programas, no sabes ese dinero exacto cual es. Si en el primero tengo a Concha y cuesta 3000 y después tengo al grupo que me cuesta 1000. Una vez producido este

programa me gasto 4000 de los 6000. Me quedan 2000. En el programa dos, dice la cadena que tiene que ser Bisbal. Y vas jugando con las facturas... Y por ejemplo se facturaba, 46.000 euros. De esto 46.000, si le quitas los catorce de presentador más la artística, te quedaban unos 16.000 y pico para todo lo demás. Pero con la crisis económica de *Canal Sur*, deciden cambiar las reglas del juego en mitad de partido, y es que: Primero llega Hacienda y todos los artistas que facturaban por empresa, les obligan a darse de alta en Seguridad Social. Esto suponía que, hasta la fecha, yo hacía el contrato a la empresa por la que facturaban, con fecha de pago a 60 días de vencimiento de la factura porque *Canal Sur* pagaba a 90, y *Canal Sur* decidió que estas partidas, en vez de fijas, eran a justificar y como no se sabía en cada programa quién iba a venir, yo tuve que pasar a posición de financiar. Así que yo financiaba a 30 días, lo que la cadena me pagaba teóricamente a 90 días y que con la crisis fueron a 180 días. Me dispararon los gastos. (...) Así que “*Menuda Noche*” ha sido un producto troncal, del ADN de *Canal Sur Televisión*, que nos inventamos nosotros y que lleva más de siete años en pantalla, que se ha enfrentado a la administración por el tema de los menores que era otra infraestructura paralela. Y ya para mí no era rentable.” (Zafra, J. M., 2019)

Última en el ranquin la productora *Seahope* que produce la serie “Entre olivos” cuyo productor ejecutivo es Antonio Jiménez Cuadri, hijo del productor de la productora *Caligari*, Antonio Jiménez Filpo, empresa productora de “Se llama copla”, entre otros, y de las productoras habituales en *Canal Sur Televisión* desde sus inicios.

Es decir, que en resumen son seis productoras -de un total de 25- las que acumulan el 62% del dinero gastado por la televisión pública en los primeros ocho meses del año.

Productora	Programa	Dirección
ADM	<i>“Andalucía Directo”</i>	RTVA y Ricardo Llorca González
Indaloymedia	<i>“La Tarde, aquí y ahora”</i>	Juan Bautista David Bautista Guillermo Garrigós José Velasco
Happy Ending Producciones	<i>“La Báscula”</i> <i>“Gente maravillosa”</i>	José Francisco Romacho, José Fernández Cuadrado José Leopoldo Flores Caballero
Veralia Audiovisuales Indaloymedia	Contenidos <i>“Yo soy del sur”</i>	Manuel Garcia Paino Carlo Boserman
ZZJ Producciones	<i>“Menuda Noche”</i>	José María Zafra Benjumeda
Seahope	<i>“Entre olivos”</i>	Antonio Jiménez Cuadri

* Elaboración propia propia con datos aportados por el Parlamento de Andalucía

No obstante, volvemos a señalar el porqué de esta concentración según un experto en el sector audiovisual como es nuestro informante clave, José María Zafra. Este asegura que el hecho de que un porcentaje pequeño de productoras se lleven la mayor parte del presupuesto de *Canal Sur Televisión* es lógico por el tipo de programación. Explica que realmente la parte de la parrilla que queda si se quita el tiempo destinado a los servicios informativos, a las películas y otros contenidos fijos, no es muy grande. Por ello al final quien se lleva determinados huecos, por ejemplo, en el caso de su productora *ZZJ* cuando así ha sido o de

Indaloymedia, la productora objeto de nuestro estudio, en el momento de esta investigación, son las empresas que más facturan a *Canal Sur Televisión*. No es porque le hayan dado más o menos programas, sino que tienen los espacios que ocupan más tiempo y también los que tienen una facturación mayor por el lugar que ocupan en la parrilla.

Todo esto que viene aquí de los 153 proveedores... es todo muy cuantitativo, no cualitativo. Y me explico, si toda la franja de la tarde, de lunes a viernes, se la adjudican a la productora X, esa va a acumular un presupuesto muchísimo más gordo sobre el total. Pero no es por la cualificación, por la cuantificación. Por eso en el *pool* de ciento veintitantos y siempre aparecen seis o siete que son siempre los mismos. (Zafra, J. M., 2019)

Dentro del periodo descrito es cuando se crea la productora objeto de nuestro estudio, *Indaloymedia*, en septiembre de 2009 empiezan sus emisiones. Dicha empresa se encuentra con un panorama audiovisual donde han desaparecido algunas de las productoras que surgieron al amparo de la televisión autonómica y de las surgidas en aquella época quedan tres que sigan haciendo productos para *Canal Sur Televisión*. Así lo explica Joaquín Durán,

En estos momentos hay tres directivos que tienen una empresa productora que son ex directivos, que nos están sirviendo algunos programas, que nos están sirviendo esos programas porque cumplen con el cometido que tienen. Es decir, su contenido se corresponde a nuestras necesidades y nos dan la audiencia que es razonable teniendo en cuenta la competencia que tenemos y aquí estamos hartos de tirar programas de gente que ha sido directivos y que no han funcionado, los hemos quitado. Nosotros no tenemos absolutamente ningún interés. Por cierto, estos tres ex directivos porque se refiere a la historia, uno de ellos fue directivo hasta que se fue Camacho hasta ahora pues Camacho estuvo cuatro años, cuatro y diez.... Hace quince años que se fue, ¡Quince años! La incompatibilidad de trabajar en esta casa consecutivos es de dos años, 2 años para el director general y estos señores que no han sido directores generales, pues hace 15 años, es que hace 15 años... Pero es que otro de ellos estuvo al principio del

Canal Sur y se fue al año, a los dos años, debe llevar más de 25 años fuera de la casa. Pero son ciudadanos como los demás que tiene el mismo derecho a tener una empresa a presentar un programa y el tratamiento que le damos es exactamente el mismo que cualquier otra empresa. (Durán, J., 2019)

Un escenario de crisis económica, de bajada del presupuesto que desde el gobierno central se destina a la televisión autonómica andaluza, de bajada de la inversión publicitaria y una disminución de las productoras andaluzas que siguen trabajando en televisión. Es ese panorama empieza su andadura *Indaloymedia* y a su vez señalada por acusaciones de favoritismo en su entrada en la parrilla de *Canal Sur Televisión* –como veremos la cuarta parte de esta tesis doctoral-. Mientras, la empresa busca, como explica una de sus fundadores Juan Bautista, Juan y Medio, que “la experiencia no quedase en un sueño, pensábamos que teníamos opciones y por eso nos arriesgamos.”

3.3.4. La configuración audiovisual en Andalucía hoy

Los últimos datos que se han hecho públicos desde la Rtvva sobre la inversión en productoras audiovisuales son del periodo de 2013-2017. A pesar de la creación del portal de transparencia y de que a través de la página web del Parlamento de Andalucía se puede consultar las iniciativas sobre la Rtvva, sigue siendo complicado acceder a los datos. Se necesita mucho tiempo y sobre todo un conocimiento directo del proceso. No obstante, cada vez es más frecuente que a través de los grupos parlamentarios por su labor de control y fiscalización de los gastos, se conozcan los datos de contratación de las productoras audiovisuales. Así hemos podido acceder a los gastos y por tanto a las empresas productoras que en el periodo en que se ejecuta esta investigación realizan trabajos para *Canal Sur Televisión*.

Del uno de enero al 31 de diciembre de 2017 las compañías audiovisuales que más dinero han recibido de *Canal Sur* son estas 5:

PRODUCTORA	IMPORTE GASTO
Indaloymedia S.L.	5.402.534,91
Andalucía Digital Media, S.A.	4.664.864,13
Veralia Contenidos Audiovisuales	3.277.699,29
Happy Ending TV, S.L.	2.245.514,96
Mettre, S.A.	1.299.953,40

*Elaboración propia con datos del Parlamento de Andalucía

De estos datos extraemos que, en 2017, cinco empresas recibieron más del 50% del total. *Indaloymedia*, *Andalucía Digital Multimedia (ADM)*, *Veralia Contenidos Audiovisuales*, *Happy Ending* y *Mettre* fueron las que recibieron contenidos de mayor facturación.

Aunque destaquen estas cinco, se han contratado en total los servicios de 30 empresas productoras a través de producción financiada. Las veinticinco productoras restante son:

- *Eurosport SAS*
- *Cetursa Sierra Nevada, S. A.*
- *Federación Andaluza de Fútbol*
- *Centro Desarrollo Común, Imagen, S. L.*
- *Baloncesto Málaga, S. A. D.*
- *Asociación Andaluza Escuela Tauromaquia Pedro Romero*
- *Videoproducciones Al Andalus, S. L.*
- *Comunicaciones y Producciones del Sur*
- *Patronato C.O.A.C. Fiestas del Carnaval*
- *Área de Televisión y Noticias, S. L.*
- *R. P. M. Racing, S. L.*

- *De Lorenzo Producciones S. L.*
- *Galdo Producciones, S. L.*
- *Uncía Producciones, S. L.*
- *Andalucía Digital Audiovisual, S. L.*
- *Producciones Cibeles*
- *Promico Imagen, S. L.:*
- *Medina Media S. L.*
- *Medina Media Andalucía S. L.*
- *Summers Producciones, S. L.*
- *Secuoya Contenidos, S. L. U.*
- *Savitel Media, S. L.*
- *Mediasur Producciones Audiovisuales*

Entre las nueve últimas vemos empresas que son asiduas en las parrillas de *Canal Sur Televisión*.

Realizando el mismo análisis con los datos del año anterior, 2016, vuelven a repetir las que facturaron mayores cuantías; *ADM, Happy Ending. Indaloymedia* y *Veralía Contenidos Audiovisuales*.

Se comprueba que existe poca renovación en las empresas que suministran contenidos a la televisión autonómica y por otra parte se mantienen treinta años después las que fueron más representativas, por facturación y por relevancia de sus programas, en sus orígenes.

El director de *Canal Sur Televisión*, Joaquín Durán, en comisión parlamentaria ha asegurado que para llevar a cabo estas contrataciones “hay un proceso de selección y no hay una contratación a dedo,” ha asegurado que el criterio de contratación de productoras es “por sus ideas.¹⁶⁵”(Durán, J., 2017)

Para la realización de este trabajo de investigación le preguntamos sobre dicha cuestión:

¹⁶⁵ Comparecencia de Joaquín Durán en la Comisión de Control de la RTVA informando sobre la programación de otoño de 2017, incluidas en el Trabajo Fin de Máster realizado por la periodista Ana Ordaz (2019)

Investigadora: ¿Cómo se escogen esas productoras?

Informante: Nosotros tenemos dos tipos de contratos con las productoras audiovisuales. Una, cuando se contratan contenidos o bien digamos “llave en mano” que te dan el programa hecho, o bien porque nosotros aportamos una parte de los recursos necesarios y ellos otra ¿vale? (...) En esta empresa hay desde que yo fui director de Antena, hace ya también 16 o 17 años... Pusimos en marcha, con Camacho de Director General, un sistema de registro públicos de programas. Entonces hay un registro de programas en el que cualquier productora, incluso cualquier ciudadano, que tenga una idea, que nos quiera ofrecer una idea de hacer un programa, lo puede inscribir. Ese registro te garantiza que si mañana viene otro con la misma idea no te la roba, que esa idea es tuya ¿vale? Pero además te garantiza que todas las ideas que están en ese en ese registro pasan por dos órganos colegiados que hay en esta empresa, órganos colegiados donde naturalmente están profesionales, no están los miembros de administración ni del Parlamento, son profesionales, ¿vale? Son el Comité de Valoración, que es un comité de profesionales que valora los programas que llegan, y después el Comité de Antena al que pasan las valoraciones del órgano de valoración y el Comité de Antena es el que aprueba o no la compra de esos programas. ¿Y ahí qué se tiene en cuenta? Pues se tienen en cuenta la originalidad, que el programa sea adecuado a nuestra manera de ser. (...) Por supuesto el tema económico que es importante y luego nuestra parrilla, cómo están nuestras parrillas porque nosotros no podemos meter más programas de los que caben en la parrilla ni podemos tener menos programas de los que hay en las parrillas. Todo esto son elementos que se tienen en cuenta a la hora de contratar los programas. (Durán, J., 2019)

Todo esto sucede en un momento en el que se produce un cambio del partido político en el gobierno de la Junta de Andalucía y dónde se han introducido en la campaña electoral datos sobre la necesidad o no de la televisión pública autonómica. Ante esto las productoras andaluzas, en concreto la Asociación de Empresas de Producción Audiovisual y Productores Independientes de

Andalucía (Aepaa-Apria)¹⁶⁶, salieron en defensa de *Canal Sur Televisión* incluso señalando que el descenso de la calidad de la programación se debe a los recortes presupuestarios que no dependen de la televisión andaluza.

El ataque sistemático a la calidad de la televisión andaluza, cuando el presupuesto que tiene para la parrilla se ha visto reducido en los últimos años en dos tercios", lo que, a su juicio, es insuficiente "para hacer frente a las exigencias de la programación y la competencia en cuanto a calidad y audiencia". Precisamente, esa escasez presupuestaria frena también la renovación tecnológica que necesita *Canal Sur*, cuyos equipos están prácticamente obsoletos, muy alejados de la línea de trabajo del sector, según esta asociación profesionales. En este sentido, ha advertido de que ante la crisis de la publicidad que afecta a las televisiones autonómicas, agravada por el abuso de posición dominante del duopolio televisivo, la congelación de la cuantía de las aportaciones de la Junta de Andalucía al presupuesto de la Rtva "solo puede garantizar más restricciones en calidad tecnológica y de contenidos, llevándose la parte del león los gastos generales, incluidos los de personal". Asimismo, reafirman que *Canal Sur Radio y Televisión* es una "pieza fundamental en la estructura de la producción audiovisual de Andalucía, al igual que el resto de las televisiones autonómicas lo son de sus respectivos sectores". En 2018 *Canal Sur Televisión* ha contratado con 52 productoras audiovisuales de Andalucía para realización de programas, documentales y películas de ficción, y con otras 130 empresas de servicios técnicos audiovisuales. Esta actividad ha permitido la creación y mantenimiento de cientos de puestos de trabajo y ha generado una actividad económica valorada en decenas de millones de euros, según esta asociación. (El Mundo, 2019.)

En este escenario es cuando la productora *Indaloymedia* llega a *Canal Sur Televisión* y a la Estructura audiovisual de Andalucía.

Indaloymedia es una productora pues que está cumpliendo un papel muy importante en esta empresa porque no solo ofrece productos que dan

¹⁶⁶ El periódico *El Mundo* recogió la defensa de la televisión pública andaluza por parte de este colectivo. Ver <https://www.elmundo.es/andalucia/2018/12/13/5c129003fc6c839c3e8b465f.html>. [Consultada en junio de 2019.]

resultado si no que ofrece productos que están prestando servicio público que, aunque no se reconozca el servicio público es importante Investigadora: ¿Cuál? ¿Qué ofrece la tarde que no ofrecen otros programas? Informante: Pues ayudar a los ciudadanos que quieren dejar de estar solos. Es decir, estamos ayudando a los ciudadanos a superar un problema personal que, en algunos casos, en muchos casos puede ser muy grave. Eso es lo que nosotros estamos haciendo. (Durán, J., 2019)

No podemos dejar de tener en cuenta que esta productora nace en el contexto de la ley que rige la creación de la RTVA. Un entorno que coincide con lo expuesto por Marzal, J., López-Rabadán, P., e Izquierdo, J. (2017):

Las tareas para afrontar exigen interiorizar un proyecto común con múltiples objetivos como el estímulo a la producción audiovisual de calidad e independiente que genere una industria estable y sólida capaz de mantener en el tiempo. (p. 182)

El siguiente epígrafe lo vamos a dedicar a la productora que es el estudio de caso de esta tesis doctoral. La productora *Indaloymedia*.

Como podemos observar en los datos. “*La Tarde*” ha ido aumentando su aportación llegando a ser el programa que más audiencia aporta a la cadena. El diferencial de audiencia aportada por el programa a *Canal Sur Televisión* ha ido subiendo hasta llegar a portar en diciembre de 2018, 5,3%, en junio, julio y agosto de 2019, donde se cierra el periodo analizado en esta tesis doctoral, la aportación del programa a la audiencia de la televisión pública andaluza llega a +8,3%, +6,4% y +8,0%. Por tanto, cuantitativamente quedaría corroborada la audiencia que aporta. Vamos a cuantificar la segunda premisa.

La segunda premisa es si *Indaloymedia* y “*La Tarde, aquí y ahora*” ayudan a cumplir con la función social que como medio público se le encomienda a *Canal Sur Televisión*. Esta función social queda recogida en la ley que regula a la Rtvva. Así en el artículo 4 que señala los Principios inspiradores y función del servicio público de radio y televisión se concreta:

1. La actividad de la RTVA y la de sus sociedades filiales se inspirará en los principios siguientes: a) El respeto y defensa de los principios que informan la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía para Andalucía y de los derechos y libertades que en ellos se reconocen y garantizan. b) El respeto al pluralismo político, social, cultural y religioso, y el fomento de los valores de igualdad y no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo u orientación sexual, o cualquier otra circunstancia personal o social. c) La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas y la libre expresión de las mismas. d) El derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. e) La protección de la juventud y de la infancia. f) La promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. g) La objetividad, veracidad, imparcialidad, independencia, pluralidad y neutralidad informativas. h) La promoción de los valores históricos, culturales, educativos y lingüísticos del pueblo andaluz en toda su riqueza y variedad. i) La promoción de los valores ecológicos y de la sostenibilidad medioambiental.
2. Se define la función de

servicio público como el servicio esencial para la sociedad consistente en la producción, edición y difusión de un conjunto equilibrado de programaciones audiovisuales y canales, generalistas y temáticos, en abierto o codificados, de radio, televisión y nuevos soportes tecnológicos, así como contenidos y servicios conexos e interactivos, que integren programas audiovisuales y servicios digitales diversificados, de todo tipo de géneros y para todo tipo de públicos, con el fin de atender a las necesidades democráticas, sociales y culturales del conjunto de la población andaluza, garantizando el acceso a la información, cultura, educación y entretenimiento de calidad.¹⁶⁷ (Boja, 2007)

Aunque no es fácil medir todos estos parámetros, sí hemos ido viendo en los programas seleccionados como nuestro cuerpo de estudio, si aparecen reflejado algunos de ellos. Si alguno de estos parámetros no aparece en los programas seleccionados para la muestra, pero la investigadora tiene conocimiento de casos concretos en los que han aparecido estos principios se han incluido también precisando que los datos no se han extraído de los programas concretos sino de la observación directa por parte de la investigadora y la cercanía con el campo de estudio. Así, por ejemplo, el concepto “acabar con la soledad” que el objetivo de la sección prioritaria de *“La Tarde”* estaría dentro de esta función social.

Sí queremos señalar que hay algunos de estos parámetros que donde más se pueden observar es en la sección de Actualidad. Es más, ya en la tesina realizada por esta investigadora se analizó el periodo que va desde el estreno del programa el 7 de septiembre de 2009 hasta el 25 de junio de 2010, excluyendo el periodo de verano por las variaciones que en el periodo estival se producen, e incluyendo datos de programas posteriores, y que el 6 de julio de 2012 fue el último programa que se emitió antes del cierre de este trabajo de investigación, se llegó a la conclusión de que a través del análisis cuantitativo y cualitativo se podía comprobar que en los distintos reportajes y noticias se cumplían las variables cuantitativas de transmitir información veraz necesaria

¹⁶⁷ Extracto extraído de la Ley 18/2007, de 17 de diciembre de 2007, publicada en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA). Ver <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2007/252/2> [Consultada en mayo de 2019.]

para que se cumple la función social¹⁶⁸ que la Constitución Española encomienda a los medios de comunicación.

En el presente trabajo de investigación hemos introducido este concepto analizado minuciosamente en la sección de “Actualidad” -y que consideramos probado ya que se analizó en el momento álgido de dicha sección ya que posteriormente fue en disminución para su desaparición como ya hemos contado anteriormente- pero lo hemos ampliado a la función social de la sección central del programa “En Compañía se vive mejor”. En esta sección hemos visto otros parámetros el resto de los parámetros que recoge la Ley de la Rtva para la defensa de esa función social. Sí es cierto que en ese trabajo previo se hizo un estudio más detallado de la sección de “Actualidad” ya que tenía un papel más relevante en el estudio dado que además de analizar la Estructura también se analizaba el Reportero en “*La Tarde, aquí y hora*”, algo que ha descartado como objeto de estudio de esta tesis doctoral.

Para cuantificar esta función social hemos utilizado diferentes parámetros. Si en el programa hay pluralidad, igualdad, y en concreto entre el hombre y la mujer, si se separa la información de la opinión y se dan los datos con objetividad y veracidad, si se respeta el derecho al honor y a la intimidad, se defiende la juventud y la infancia, si se da oportunidades a personas o colectivos que no suelen tenerla, si se respetan y fomentan los valores históricos, culturales y lingüísticas y a su vez la ecología y los valores medioambientales. Además de estos hemos incluido el parámetro “acabar con la soledad,” ya que según los creadores de este programa y las personas que han decidido que esté en antena, es su objetivo principal, y también este otro “apoyo a los mayores,” por el mismo motivo señalado.

PROGRAMA 6 de Octubre de 2009	
Acabar con la soledad	“Estoy más solo que un espárrago,” “me siento muerto en vida,” “no sabes lo que estoy pasando, Juan”...

¹⁶⁸ Al hablar de función social no solo nos referimos a la parcela deontológica sino al derecho que se reconoce en el artículo 20 de la Constitución Española de 1978, en concreto el punto d) que señala directamente el derecho de comunicar y recibir también información veraz por cualquier medio de comunicación.

Apoyo a los mayores	Uno de los invitados tiene 83 años
Pluralidad	En los temas de "Actualidad" se han utilizado distintas fuentes. En la sección de "En compañía" hay diversidad de testimonios.
Igualdad	Hombres y mujeres han contado sus testimonios sin diferencia.
Información/opinión Objetividad y veracidad	En los casos de Actualidad no se dan opiniones solo informaciones apoyadas en fuentes. En los distintos casos se dan las distintas versiones. Se dan los datos y se contrastan con las fuentes. Así se han dado los datos contrastados sobre el caso Marta del Castillo. Incluyendo la versión de la policía. En un momento del directo incluso se resaltar "recordar que no está imputado ni por la policía ni por el juez"). También en el caso del toro de Marbella, del hospital donde se encontraba la herida, en la agresión la fuente es la Guardia Civil y en el caso de Posadas de Consejería de Justicia. Asimismo, en el plató hay dos expertos Javier Ronda, periodista y especialista en tribunales, y Juan Antonio O'Donnell que es policía retirado.
Honor / intimidad	ACTUALIDAD. En el caso de Marta del Castillo el condenado señala a otra persona y no se dicen ni iniciales ni datos que ayude a su identificación. Sí se aclara que ha sido llamado pero que no ha sido imputado ni por la policía ni por el juez.
Juventud / Infancia	ACTUALIDAD. Hay un apunte de última hora sobre una agresión en la que hay implicados dos menores y un joven. No se dan datos puedan ser referencia de localización de los menores y el joven.
Hombre-mujer	En las historias de los invitados vemos la diferencia entre cómo cuenta una historia un hombre y una mujer, y lo diferente que fueron sus vivencias.
Oportunidades	El invitado tiene 83 años y quiere acabar con su soledad. Además de mayor tiene problemas grandes de audición.

<p>Valores históricos, culturales, lingüísticos</p>	<p>En cultura podemos meter las actuaciones de Rocío Cortés y Erika Leiva. Más la aportación de Jesús Corbacho y explican un premio de fandangos. También la parte final que es sobre el programa “Se llama Copla”. En los testimonios de los invitados se ha hablado de cómo era antes el cortejo de hombres a mujeres, como antes los hombres con dinero contrataban a sus amantes para trabajar en la casa y la desigualdad cuando estas se quedaban embarazadas, se ha hablado de los internados, madres que dejaban a sus hijos toda la infancia en un colegio y solo se veían una vez al mes y en vacaciones, que uno de los invitados mamó hasta los siete años de edad... Asimismo, en un momento de una información uno de los colaboradores ha mencionado la “velá de Santa Ana” y Juan ha apuntado, “se trata de una celebración típica de Sevilla, que quizás fuera no se conozca.”</p>
<p>Ecología y medioambiente</p>	<p>En uno de los casos de actualidad Juan y Medio ha aprovechado que se trató el caso de dos muertes por inhalar un producto tóxico, que se había arrojado por el retrete, para llamar la atención no solo sobre los productos tóxicos que requieren de permisos para compararlos y para usarlos, sino de tantas cosas que se tiran al váter y que es perjudicial para el medio ambiente.</p>

<p>PROGRAMA 5 de Octubre de 2010</p>	
<p>Acabar con la soledad</p>	<p>Florentina. “No me merezco con lo bien que yo me he portado en mi vida estar ahora sola”, “no quiero morirme sola”, “el aburrimiento está consumiendo mi vida.” Cuando la ha llamado la redactora, “si tú no me</p>

	<p>hubieras llamado hoy yo no hubiera hablado con nadie,” “muchos días en todo el día no hablo con nadie, tengo vecinos mayores de vida íntima.” “Llegué hace diez años a Llerena, pero en su pueblo se reúnen una vez al mes” “Hermana enferma”.</p> <p>Manuel. “Busco a una mujer que necesite dejar de estar sola como yo”. “Estoy más solo que una.”</p>
Apoyo a los mayores	A Juan y Medio: “Yo a ti te tengo confianza, me inspiras, porque te veo todos los días y te tengo mucha confianza.”
Pluralidad	En los temas de “Actualidad” se han utilizado distintas fuentes. En la sección de “ <i>En compañía</i> ” hay diversidad de testimonios.
Igualdad	Hombres y mujeres han contado sus testimonios sin diferencia.
Información/opinión Objetividad y veracidad	<p>En los casos de la sección de ACTUALIDAD no se dan opiniones solo informaciones apoyadas en fuentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historia de una mujer Mari Carmen de Coria del Río que iba a ser desahuciada. Mucha gente llamó a ofrecerle casas, o que la acogían en su casa... pero lejos de Coria. La casa en Mairena. No hay ninguna versión municipal • Segundo tema. 240.000 euros de factura de la luz. Portavoz de Facua, Rubén Sánchez. Creían que era un error de la empresa. Versión de Iberdrola. Málaga. • Desaparecida una mujer en Sevilla. Barrio de Los pajaritos, Sevilla. 51 años. Esta mujer tiene una discapacidad psíquica y necesita medicamentos. Descarta que se haya ido sola. Versión policía y familia.
Honor / intimidad	
Juventud / Infancia	

Hombre-mujer	En las historias de los invitados vemos la diferencia entre cómo cuenta una historia un hombre y una mujer y lo diferente que fueron sus vivencias.
Oportunidades	Una de las invitadas tiene 86 años y un pequeño tembleque continuo. Perfil que no se encuentra en otros programas de televisión. En uno de los casos de Actualidad. Desaparecida una mujer en un barrio de Sevilla de clase social baja y la mujer tiene una discapacidad psíquica. Es un perfil de persona que no suele aparecer en otros canales de televisión.
Valores históricos, culturales, lingüísticos	Los invitados narran un momento histórico y social de España; la de su generación, muy distinta a la actual. Son historia viva. Colegio de curas mientras hubo dinero, estuvo en la guerra, en el frente y controlaba el número de personas que fallecían... Fue enamorándose poco a poco una vez casados. 40 años casados. Su mujer enfermó. Me acuerdo de todo hasta de cuando estaba en el colegio y me pegaba el maestro. Cuidó a su mujer enferma. En la parte musical está la actriz Dolores Abril y canta Alejandra Rodríguez ganadora de un concurso musical de copla.
Ecología y medioambiente	“Para llegara a mi edad hay que andar por el campo, no sexo en exceso, comer poco, no fijarse en lo que hace la vecina de enfrente (envidia), no alterarse en los juegos recreativos (infartos)...”

PROGRAMA 4 de Octubre de 2011	
Acabar con la soledad	Declaración de la consejera Evangelina Naranjo: “Hasta qué punto es importante este programa de que las llamadas al servicio de teleasistencia caen durante la emisión, muchas llamadas son por un

	<p>motivo de soledad, las llamadas de emergencia son pocas.”</p> <p>La actriz María Galiana recibe el Premio a las personas mayores a toda una vida. “Que no se dejen, que da una nostalgia de tiempos mejores, pero no se puede uno abandonar, hay que seguir para adelante hasta que a uno le digan, hasta aquí llegó el agua...”</p>
Apoyo a los mayores	<p><i>Canal Sur Televisión</i> como cadena televisiva Premio a “Las personas mayores y los medios de comunicación” que concede por primera vez la Junta de Andalucía.</p> <p>La Rtva ha sido galardonada sale hablando el director general, Pablo Carrasco: “Nos limitamos a enseñar a los mayores cómo son. Atendemos a todos los públicos, pero con mayor atención a los mayores. Lo hacemos a lo largo de todos los programas, la radio y la web. No es ni un programa ni un presentador, pero tenemos uno que es emblemático en la presencia y es nuestro magazín de tarde, que presenta Juan y Medio. Representa la normalidad. Una persona mayor y decía en lugar de programa, programa, y Juan y Medio hizo una gran reflexión gracias al sacrificio y al esfuerzo de muchas personas mayores algunas de ellas que dicen programas casi todos decimos programas. Muchísimas gracias a todos y a la consejería.”</p>
Pluralidad	<p>En los temas de “Actualidad” se han utilizado distintas fuentes.</p> <p>En la sección de “En compañía” hay diversidad de testimonios.</p>
Igualdad	<p>Hombres y mujeres han contado sus testimonios sin diferencia.</p>
Información/opinión Objetividad y veracidad	<p>ACTUALIDAD. Murió por operación aumento de pecho. Padres en plató. Piden justicia. Versión de la fiscalía. La versión de la otra parte, de la clínica Salud de Benalmádena, y de los médicos. Estas clínicas han ido cerrando por problemas económicos. Nos hemos puesto en contacto con la</p>

	clínica Dorsia. Y la anestesista es una persona autónoma que trabaja para otras clínicas y no de la plantilla de la clínica. SE BUSCAN LAS DIVERSAS VERSIONES.
Honor / intimidad	ACTUALIDAD. La policía nacional busca al autor de un atropello. Padres que quieren hacer justicia por su hija. Es menor pero los padres dan la cara porque no es algo delictivo respecto a ella. Se buscan testigos. Se dan datos del vehículo.
Juventud / Infancia	Idem del anterior. No se dan datos escabrosos ni detalles que puedan determinar su localización. Si fuera un tema delictivo se sacaría a los padres, pero sin que se les pudiera identificar para que no se les relacione con su hija. En la parte musical: "Un joven de 25 años que ya es todo un portento."
Hombre-mujer	
Oportunidades	Uno de los invitados tiene 81 años. Una generación que no se suelen ver representados en la televisión actual
Valores históricos, culturales, lingüísticos	Cantan los dos fandangos de Huelva
Ecología y medioambiente	

PROGRAMA 9 de Octubre de 2012	
Acabar con la soledad	Merchi. Viene por desesperación. No quiere seguir viviendo así. Llamó a las dos de la mañana. Llamó desesperada, me encontraba sola porque había perdido a mi familia. Pensé que no me iban a llamar. Nunca ha hablado con ningún hombre. Siempre ha cuidado a sus padres. Lllaman al programa para decir que su madre de 62 años que fue al programa ha fallecido. Llevaba 35 años sola y llamaron sus hijas. Tenía pánico de estar sola. Recibió 65 llamadas. Estuvo conociendo a algunos y en ese espacio de tiempo falleció
Apoyo a los mayores	Consejos. Permanecer activos, que las personas mayores no se encierren y no se queden atrás, pero entre eso y ...vídeos de mayores haciendo cosas

	de jóvenes... la gente de Andalucía no hace eso, por lo menos los de Almería... el baile, por ejemplo, no podemos cometer imprudencias, subido en la mesa.
Pluralidad	En los temas de "Actualidad" se han utilizado distintas fuentes. En la sección de "En compañía" hay diversidad de testimonios.
Igualdad	Hombres y mujeres han contado sus testimonios sin diferencia.
Información/opinión Objetividad y veracidad	<ul style="list-style-type: none"> • Niños desaparecidos en Córdoba José y Ruth Bretón. Javier Ronda como experto. "Que los restos que se han analizado no son los que la policía cogió de la finca," José Bretón. Total del abogado. Explica Ronda lo que es perder la cadena de custodia. Fin didáctico. Repuesta de la familia materna. La abogada, maría del reposo carrero: que es un auténtico disparate. Córdoba/ Huelva • Viven entre puntales. Barriada de La Asunción, Jerez, Cádiz. Los vecinos y versiones del ayuntamiento y de la Junta de Andalucía, consejería de Fomento y Vivienda.
Honor / intimidad	
Juventud / Infancia	
Hombre-mujer	
Oportunidades	Personas que no suelen salir en la televisión actual. Con una discapacidad. Por mi minusvalía. Por la polio. Le quedó secuelas en la pierna, y cojea un poco. Palabra de Juan y Medio: "Hay gente con minusvalía sin la que esta sociedad seríamos desgraciados, hay muchas personas con discapacidad que ha aportado mucho a una sociedad, hay gente con diversas minusvalías, hay que trabajar eso, aquí no se arregla, pero has dado un gran paso... Luchar contra tu miedo y

	<p>marcar el teléfono, hablar con las compañeras...” Dice “programa” Al cantaor ‘El Mani’ le tuvieron que amputar las piernas por problemas de diabetes y hasta que pudo recuperarse y le pusieron sus prótesis tuvo una sección en el programa. Cantaba en silla de ruedas.</p>
Valores históricos, culturales, lingüísticos	<p>Describen cómo era una generación y un momento histórico. Hombre de una sola mujer. Era prima hermana y vivían cerca. Empezó a pretender a su novia con 15 años. Iba al pozo a verla. Pelar la pava ‘El Mani’ canta un fandango</p>
Ecología y medioambiente	<p>Habla de huertos, de ganadería</p>

PROGRAMA 8 de Octubre de 2013	
Acabar con la soledad	<p>ANI: Se levanta a las 3 de la mañana y se queda en un sofá hasta que amanece. 23 años sin tener pareja. Nunca se sintió querida por su marido. Su hijo es el primero que le anima a buscar pareja. Su cuñada la ha apuntado. Juan y Medio: ¿Pero qué crees que estás haciendo mal? Si es el paso que tienes que dar para dejar de estar sola, lo que piensen ellos no te debe importar. No tienes de qué avergonzarte.</p> <p>LUIS: Es muy triste verse solo. Le acompaña su hermano Emilio. Por la mañana la soledad la sobrelleva, el hogar del jubilado abre a las 8 y ya está él ahí, y ya me voy a casa y ya empieza el terror, me quedo ya solo, a veces me voy porque no me puedo quedar allí solo, no aguanto más y me doy una vuelta. Toda la vida luchando para verme solo así hasta que me muera “Juan no es justo, hay que revelarse ante eso, no es justo. Las personas que se relacionan poco tienen que aprovechar las oportunidades cuando se la encuentran, fue en el cementerio”.</p>

	<p>Ahora que no duermes, que las pastillas, y le das vueltas a la vida... Toda la vida con gente 10 hermanos. Cinco años cuando estalló la guerra. Cuando llego a Barcelona vio todo un mundo. La suegra cuatro o cinco meses sin hablarle porque se quedó embarazada. Se echa a llorar recordando a su mujer. Se encontró a su suegra llorando y le dijo. "estate tranquila que yo quiero mucho a su hija y ella va a ser muy feliz conmigo" MIGUEL. Tiene una cita: Nunca ha tenido novia, nunca ha tenido una cita. Estoy mejor que cuando vine al programa. Desde que he comenzado a hablar estoy menos hundido, me ha cambiado la vida, estoy más alegre... La gente le reconoce de haber ido al programa.</p>
Apoyo a los mayores	Luis tiene 81 años y vive en un tercero sin ascensor.
Pluralidad	<p>En los temas de "Actualidad" se han utilizado distintas fuentes.</p> <p>En la sección de "En compañía" hay diversidad de testimonios.</p>
Igualdad	Hombres y mujeres han contado sus testimonios sin diferencia.
Información/opinión Objetividad y veracidad	<ul style="list-style-type: none"> • Sevilla. Marta del Castillo. Se ha comenzado la búsqueda en la Majaloba. Georradar dice que ha habido movimientos de terreno. Señalado en lugar por Miguel Carcaño. Informe del georradar. Directo. Está el abuelo de Marta en directo. • Crimen del Gérgal en Almería. Versión Guardia Civil. Están buscando pistas sobre lo sucedido. Versión hospital. Búsqueda en el cortijo donde trabajaba él como agricultor. Evolución de los heridos. • Jaén. Víctor Araque murió en Marrueco, Senegal, en un accidente de tráfico era de Jaén. La familia (mujer y padre) pide que se aclaren las circunstancias. Directo con la familia. Recogida de firmas.

	45.000 firmas en change.org y dos mil en papel. Piden un juicio justo en el extranjero.
Honor / intimidad	
Juventud / Infancia	
Hombre-mujer	
Oportunidades	Invitado con problema de depresión por la soledad.
Valores históricos, culturales, lingüísticos	Cuenta un momento histórico concreto; “yo nací en una época muy mala. Nací en el campo y en el 31 viví la guerra.” Historia viva. Ani cuenta cómo es la vida de los feriantes. Sus padres solo se veían de feria en feria y en los inviernos. Se asomaba a la azotea para ver llegar el camión. Iba con la abuela en las ferias. El colegio de los niños que iban en la feria. Si estaba un mes en un sitio pues íbamos allí en el colegio y si no había plaza en su edad pues se metía en otro. En colegios de pueblo en pueblo. Infancia. A la boda de blanco y te lo tienes que merecer.
Ecología y medioambiente	

PROGRAMA 7 de Octubre de 2014	
Acabar con la soledad	Antonio. “Yo solo veo como solución para acabar con esta ruina que es mi situación actual ir al programa” “No soporto estar solo” “Una vez que llego a la casa se me cae encima”. Su ex le dijo que llamara a Juan y Medio. “Cuando llego a mi casa me pregunto qué hago aquí y me voy al campo. El psicólogo le dice que busque compañía, que no se encierre, me tomo unas pastillas y por la noche me tomo dos también porque no puedo dormir...Me acompañe a las 3 o las 4 estaba viendo el televisor, qué hago yo aquí, y me quedo hasta que el sueño me hace el efecto me tapo la cabeza y hasta la mañana siguiente, duermo dos o tres horas nada más, y

	<p>trabajando. En el pueblo no hay. Solo una vecina. No me atrevo.</p> <p>Juana. No he disfrutado nada. Quiero vivir una vida diferente de lo que he vivido hasta ahora. He tenido que cerrar mi casa e irme con mi hijo porque se me cae la casa encima. Yo siempre he estado rodeado de hijos y por eso he aguantado este calvario, he aguantado lo inaguantable. La soledad es muy dura y muy triste. Me moría de tristeza y pena estando al lado de él. LLORA. Estás en tu casa, tú tranquila, cuenta lo que quieras, con tranquilidad... Mis hijos están conforme con todo menos que regrese con su padre.</p>
Apoyo a los mayores	Invitados con edades por encima de la media de los invitados en programas de otras cadenas
Pluralidad	<p>En los temas de "Actualidad" se han utilizado distintas fuentes.</p> <p>En la sección de "En compañía" hay diversidad de testimonios.</p>
Igualdad	Hombres y mujeres han contado sus testimonios sin diferencia.
Información/opinión Objetividad y veracidad	<ul style="list-style-type: none"> • ACTUALIDAD: UBRIQUE. CÁDIZ. Doble crimen de Ubrique. El padre ha sido detenido. Versión según la investigación judicial. Y la declaración en los juzgados, habla como portavoz conexión telefónica con el abogado del acusado. Imágenes concentración en el pueblo de repulsa y apoyo a los familiares. No se dan datos hasta que esté la autopsia. • Málaga. Joven del sindicato de estudiantes agredido por otros de extrema derecha. Tras una reunión de Podemos al quedarse solo. Reprochable venga del grupo de donde venga. "Presuntamente a manos de personas que tiene relación con la extrema derecha". Orden de alejamiento. Están fichados.

	Denuncia policial. Reunión de subdelegado del gobierno. Cuenta la versión él.
Honor / intimidad	
Juventud / Infancia	
Hombre-mujer	
Oportunidades	Problemas con la vista. Una operación de cataratas y se ha complicado. Un ojo con el que prácticamente no ve. Tiene problemas de azúcar. Es analfabeta
Valores históricos, culturales, lingüísticos	“Mi abuela la Guachi fue la única mujer que vendía marisco en el Puerto de Santa María y después mi padre.” Tradición familiar y cultural.
Ecología y medioambiente	

PROGRAMA 6 de Octubre de 2015	
Acabar con la soledad	Antonio 62 años de soltería. “¿Notas diferencia de cómo estabas?” -“Estoy más contento”, “estoy deseando llegar a casa” (porque ella está en casa.) Su pareja: Me ha cambiado al cien por cien. Ahora tengo mucha vida. La que no tenía. Estoy enamorada y muchísimo. Hace mucho tiempo que no quería a nadie como quiero a este hombre. Josefa: A raíz de la muerte de su madre hace un año cuando vio el peso real de su soledad. Casi 10 años viuda. José: No aguanta la soledad.
Apoyo a los mayores	José. Vive con un hijo de 45 años discapacitado. Por una meningitis al mes de nacer.
Pluralidad	En los temas de “Actualidad” se han utilizado distintas fuentes. En la sección de “En compañía” hay diversidad de testimonios.
Igualdad	Hombres y mujeres han contado sus testimonios sin diferencia.
Información/opinión Objetividad y veracidad	<ul style="list-style-type: none"> MÁLAGA. Hombre de prisión por haber abusado de al menos tres mujeres en Málaga. Versión de prensa y de Interviú

	<ul style="list-style-type: none"> • SEVILLA. Mujeres de Sevilla que han montado una tienda tras haber pasado tumores. Curadas de espanto. Directo. Función social. Lúdica y charlas de apoyo a otras mujeres. FUNCIÓN SOCIAL
Honor / intimidad	Del primer tema de Actualidad. No se dan datos para que ni se pueda reconocer ni al detenido ni a sus víctimas
Juventud / Infancia	
Hombre-mujer	
Oportunidades	Personas con cáncer y otras enfermedades graves y crónicas.
Valores históricos, culturales, lingüísticos	
Ecología y medioambiente	

PROGRAMA 4 de Octubre de 2016	
Acabar con la soledad	<p>Carmen: De estar siempre triste a estar siempre risueña y feliz.</p> <p>Su pareja: "Me ha tocado la lotería." "Me quedaba todo el tiempo en casa." "Me encanta todo de ella." "Me quedaba más solo que la una." "Los días eran eternos y todos iguales uno de otros."</p> <p>Francisco: 54 años con su mujer. Ha pasado el peor año de su vida. Dos veces en el cementerio y le han tenido que sacar en ambulancia. Ha perdido 30 kilos.</p> <p>Mariló: Quiere encontrar a alguien que le devuelva la alegría. Se jubila hace tres años. Se acuesta a las 20 para que amanezca antes, incluso con luz.</p>
Apoyo a los mayores	<p>Por el día del Mayor. "Siempre llamamos la atención sobre el papel de los mayores, por su trabajo o por lo que sea. Entregamos un premio a la Once y hoy a un segoviano que lleva 40 años en Jerez. Lleva la solidaridad y la cooperación en su sangre. Su lema es: "El que quiere puede." En una época donde no había conciencia.</p>

	Se fue a Perú, a Lima, y viajó por el mundo en diversos proyectos solidarios. 1400 personas reúnen ahora para ayudar a los demás. La Asociación Madre coraje. El reconocimiento de “La Tarde” a la persona ejemplar es a Antonio Gómez. Fundador de Madre Coraje. Una mano de una persona mayor que ayuda y guía a otra de otro más joven. Cuenta la historia de su vida y de la asociación. Con 81 años.
Pluralidad	En los temas de “Actualidad” se han utilizado distintas fuentes. En la sección de “En compañía” hay diversidad de testimonios.
Igualdad	Hombres y mujeres han contado sus testimonios sin diferencia.
Información/opinión Objetividad y veracidad	<ul style="list-style-type: none"> • Ha explotado en Benalmádena, Málaga, una tubería de agua, afectando a un hotel. Javier Ronda. Información de última hora. Cortes de suministro de agua en unos días. • Cinco acusados de la presunta violación de San Fermín. Y podrían estar relacionados en otra violación en Pozoblanco, Córdoba • Dos Hermanas. Sevilla. Sus padres de acogida en plató. A la espera de un trasplante de riñón en España.
Honor / intimidad	
Juventud / Infancia	
Hombre-mujer	
Oportunidades	Un hombre de 81 años ayudando. Cuando llego a casa muy cansado pienso: ¿merece la pena? Y sí, merece la pena. Ingeniero y doctor en física. Me di cuenta de la injusticia y qué responsabilidad tenía yo en la muerte de esos niños. En el tiempo muerto que no se hace nada ese consumo absurdo y desproporcionado podía invertirlo en salvar a alguien. Estamos ayudando a 145mil niños
Valores históricos, culturales, lingüísticos	Juan aprovecha la mención de su pueblo para explicar que hay la

	<p>posibilidad de conocer uno de los archivos fotográficos más interesantes de la historia. Un médico valenciano que fue al pueblo a visitar a su hermano y se enamoró de una chica de allí. Y dejó la medicina y fue uno de los pioneros del color de la fotografía. Y se pueden estudiar las ropas, las costumbres, los colores... el legado de este hombre. Mi madre iba al lavadero, al río a lavar... Y Juan lo va contando. Las procesiones, las celebraciones, gracias a la curiosidad de ese hombre. Las calles no estaban asfaltadas, ni interruptores, el párroco...</p> <p>Mariló narra cómo fue su infancia. Pasó necesidad como muchas de las personas de su época. Su madre enfermó y necesitaba Penicilina en España no había, venía de Alemania, cuando venía la medicina mi madre vendía los muebles para pagarla. Nos quedamos sin nada. Mis padres creían que iba al colegio y yo en lugar de eso iba a limpiar. Mi padre llorando cuando se enteró. Después limpiaba en el colegio para llevar la comida que sobraba en el colegio a casa. Los babys de las niñas ricas para mí y mis hermanas a cambio del trabajo.</p> <p>En Actualidad se cuenta la situación del pueblo saharauí.</p>
Ecología y medioambiente	

PROGRAMA 10 de Octubre de 2017	
Acabar con la soledad	Toñi estuvo hace cuatro meses y ya no está sola. Viene muy contenta. Su vida ha cambiado de estar viviendo al límite de la depresión a levantarse con una sonrisa y con ganas de vivir. Ilusión loca porque llegue el fin de semana.
Apoyo a los mayores	Uno de los invitados tiene 85 años.
Pluralidad	En los temas de "Actualidad" se han utilizado distintas fuentes. En la sección de "En compañía" hay diversidad de testimonios.
Igualdad	Hombres y mujeres han contado sus

	testimonios sin diferencia.
Información/opinión Objetividad y veracidad	<ul style="list-style-type: none"> • Detenido por apuñalar a su madre de 80 años en Aznalcollar, Sevilla. Con Javier Ronda. No se dan datos de reconocer y solo se dan datos superficiales, no de su intimidad. no en el cuartel de La Rinconada detenido. • Cortes de la frontera, Málaga. Llevan meses sin cobrar sus nóminas. Piden una solución. En directo. Maribel Núñez en directo Unas 60 familias. Trabajadores municipales. Versión del ayuntamiento. Dice que no tiene dinero. Problemas de liquidez. Problema heredado de anteriores corporaciones. A espera de una ayuda de la Diputación de Málaga. Ronda da consejos de dónde hay que acudir.
Honor / intimidad	En el primer tema de Actualidad: No se dan datos de reconocer y solo se dan datos superficiales, no de su intimidad. no en el cuartel de La Rinconada detenido.
Juventud / Infancia	
Hombre-mujer	
Oportunidades	Un hombre de 85 años.
Valores históricos, culturales, lingüísticos	<p>Cultura: Juan le dice al público que el invitado no conocía la ciudad de Ronda: "No conocía Ronda, Málaga. Igual que se peregrina a la Meca hay que ir a Ronda."</p> <p>En la cabecera de inicio. La mejor paella el mundo. Le han dado un premio. Son de Córdoba y han conseguido el primer premio El concurso internacional 56 años de certamen de Sueca en Valencia, padre e hijo, José Miguel y Pepe. Generosos y abiertos viene uno de fuera y lo hace mejor y se le reconoce. Muy importante ante los nacionalistas. A parte de que tiene muchos premios más.</p>

	Uno de los invitados, con 85 años, narra cómo fue la época de su infancia y juventud: “Llevaban a la niña al pueblo para que le saliera novio. Me gustó, estaba a la moda era guapita y finita.”
Ecología y medioambiente	

PROGRAMA 9 de Octubre de 2018	
Acabar con la soledad	Tiene una cita. La soledad lo estaba consumiendo, no dormía. José sigue sin dormir, pero por otro motivo totalmente diferente. Está contento y con mucha ilusión. Ahora va a alegre a todos sitios, “voy cantando y bailando.” Ella: “La alegría que yo tengo. No me imaginaba que iba a ser así. Ni salía ni nada de nada.” Viene muy ilusionada, muy contenta. “Ya no tomo las pastillas para dormir.” Toñi: “Estoy en un pozo sin fondo.” Francisco. Dice que va a perder la cabeza.
Apoyo a los mayores	Los invitados tienen una edad por encima de los que aparecen en otros programas de televisión.
Pluralidad	En los temas de “Actualidad” se han utilizado distintas fuentes. En la sección de “En compañía” hay diversidad de testimonios.
Igualdad	Hombres y mujeres han contado sus testimonios sin diferencia.
Información/opinión Objetividad y veracidad	YA NO HAY SECCIÓN DE ACTUALIDAD
Honor / intimidad	
Juventud / Infancia	Asociación Integra: Escuela de fútbol de Sevilla con niños con problemas físicos, trastornos del desarrollo y de la evolución. Integra. Portavoz y otra madre. Síndrome de Asperger, TDH, autismo, Síndrome de Down... Tres objetivos: que hagan deporte en un lugar seguro. 2) Psicomotricidad habilidades sociales 3) el futbol como integrador.

	<p>La iniciativa surge d sus propios hijos. Soy entrenador de fútbol. Uno de los chavales hace de portavoz y hace sus actividades de fútbol. “Iniciativa de personas que participen, compartan y el fútbol que tiene cosas negativas, pero también muy positivas como esta.”</p>
Hombre-mujer	<p>Testimonio de la desigualdad que existía entre hombres y mujeres.</p>
Oportunidades	<p>Fútbol integración. Habla un joven como portavoz.</p>
Valores históricos, culturales, lingüísticos	<p>Toñi narra cómo era su vida y cómo eran la de muchas mujeres: “En luto no podía salir a ningún sitio, en aquella época la gente hablaba, ni aunque tuvieras novio, mi madre vivía pendiente de lo que dijera la gente. Después de casarme me di cuenta de cómo iba a ser mi vida: Yo en la casa y él en la calle, esa iba a ser mi vida. Y no me podía quejar.” Su madre le dijo: “Cuchara que cojas con esa tienes que comer.” Denominador común de esa época. Con 26 años y tres hijos y fue cada vez peor. Me fui a vivir de nuevo con mi madre. Nada fácil. La mentalidad es que me quedara con mi marido y mis hijos, aunque me fuera mal y cogí y me fui a Granada, de ser una mujer casada y con buena posición a irme de interna. Nunca me pasó nada. Dejé a los niños con mi madre. Me vine a Granada con mi maleta y a trabajar. Cogí un piso y empezó la lucha. Y estoy orgullosa de haberlas sacado adelante. Nadie me ha ayudado. Francisco cuenta cómo era la época en la que creció. Su época de mili. “Me comí el pollo que mi madre tenía guardado para el padre... la que se lio.” Viajes en el campo. Él era matarife. Los médicos aconsejaron a su novia que para curarse tenía que casarse. Del disgusto de pensar que nos se casaba con ella había enfermado así que él le dijo que se casaron.</p>

	Cultura. Una parte musical. El grupo "Somos del Sur." Han participado en "Yo soy del Sur." En busca de la nueva sevillana, de nuevo ritmo. Cantan algo más que sevillanas. Preparando presentación oficial de nuestro disco en Alcalá de Guadaíra. 3 de noviembre. Nos acompañan Las Carlotas, Amigos de Gines, Pitu, Sal Marina, María de la Colina...
Ecología y medioambiente	Viajes en el campo. Él era matarife.

Pero además para ello también vamos a recopilar la respuesta dada por nuestros 23 informantes claves en relación de si la productora *Indaloymedia* tiene un papel fundamental en el desarrollo de *Canal Sur Televisión* y de la Estructura Audiovisual en Andalucía:

Informante	Sí o No	Explicación
Joaquín Durán Ayo	Sí	Sí, pero como otras.
Guillermo Garrigós González	Sí	
Juan y Medio, Juan Bautista Martín	Sí	
Pedro Collado Gómez	Sí	En el desarrollo de <i>Canal Sur</i> no como tal, pero sí en su programación puesto que es una de las productoras con más peso en la misma y es la que más aporta a la audiencia. Y respecto a la estructura audiovisual creo que sí pues, aunque no tengo datos exactos puede que sea una de las mayores productoras andaluzas en la actualidad. Bien es cierto que tampoco tengo datos sobre la producción audiovisual no ligada a la tv, sino enfocada al cine o la publicidad.
Noelia Alcántara Rueda	Sí	Sí, en 2018 ha sido la cuarta productora de televisión a nivel

		nacional en horas de emisión y una gran parte son en Andalucía.
Paz García Santana	Sí	Sí, genera empleo y realiza un programa de éxito en la Rtv.
Antonio Manfredi Díaz	Sí	Sí, en términos de audiencia y en términos de capacidad de producción audiovisual.
Emelina Fernández Soriano	No contesta	No contesta
Miguel de Aguilera Moyano	No	Debo decir que no porque esencialmente lo que hace es ocupar un segmento muy importante de la programación de Canal Sur pero no creo que esté contribuyendo a su desarrollo. Sin embargo, sí creo que tiene cierta repercusión positiva en el caso de la industria audiovisual de Andalucía: es una empresa ubicada en Andalucía y está contratando profesionales andaluces.
Rut Mingorance Villalba	No	No considero que <i>IndaloyMedia</i> tenga un papel relevante en el desarrollo de Canal Sur, la productora nació durante la Crisis económica y ha sido un periodo de decrecimiento en Canal Sur, de perder presencia en los territorios (dejar de hacer grandes retransmisiones) adelgazamiento de los centros territoriales, disminución de programación en RAI.

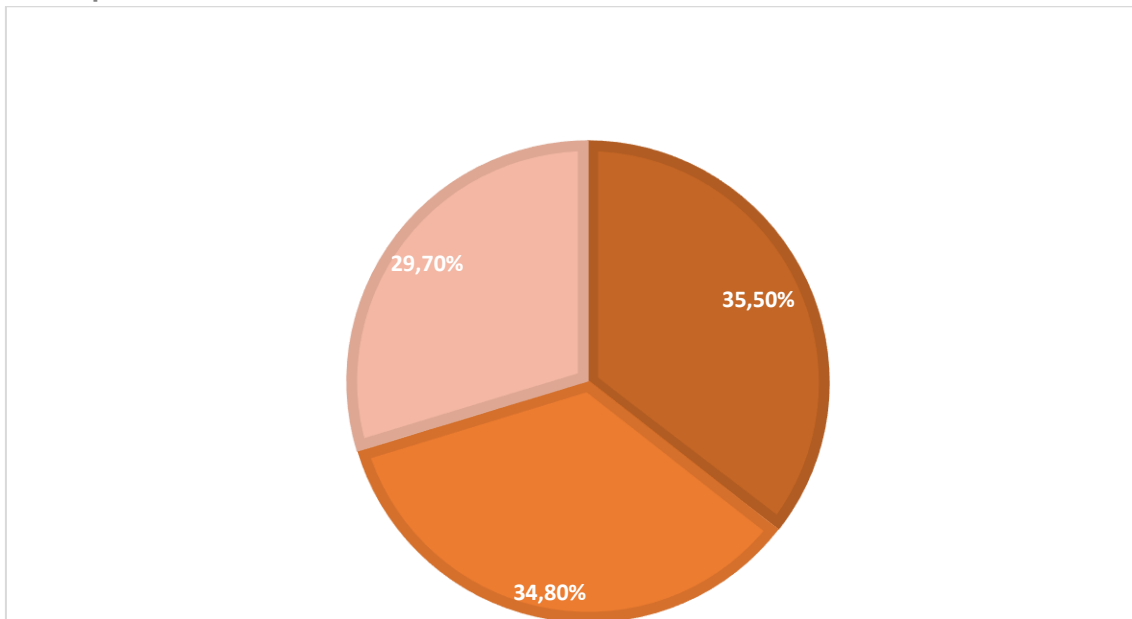
Juan Luis Manfredi Mayoral	Sí	No en todo el tiempo, pero en los últimos diez años sí.
Manuel Gómez Cardeña	Sí	Esta empresa es importante en la programación de <i>Canal Sur Televisión</i> .
José María Zafra Benjumeda	No	No, porque piensa que son roles coyunturales. Ahora porque tienen el programa más importante de tira diaria, salen con ese peso específico, pero para mí es uno más. Para mí un <i>player</i> importante es <i>Boomerang TV</i> .
Rodrigo Elías Zambrano	Sí	Sí, ya que es de las más importantes en facturación y audiencias.
David Fernández Quijada	No preguntada	No preguntada
Bonifacio Rodríguez Cañibano	No	No. Solo es una empresa privada. Y como tal su principal interés es ganar dinero y nadie la ha elegido ni para desarrollar <i>Canal Sur</i> ni para conformar la estructura audiovisual de Andalucía. Esas funciones pertenecen al Gobierno andaluz.
Juan Tortosa Marín	No	NO. En todo caso tiene una influencia negativa. Y tampoco

		“fundamental”, porque ningún programa concreto ni ninguna productora por sí sola determinan el desarrollo de <i>Canal Sur</i> ni mucho menos la estructura audiovisual de un territorio.
Chema Rodríguez García	Sí	Por la audiencia tengo que decirte que sí y por tener más de 100 trabajadores, otra cosa es que esté de acuerdo con el contenido
Francisco Andrés Gallardo Alvarado	Sí	
Pedro de Tena Alfonso	No	No, ninguna productora lo tiene aisladamente, Es el modelo el que puede influir.
Miguel Ángel Vázquez Bermúdez	No	No. La programación de <i>Canal Sur</i> es mucho más que eso. Es uno de los programas tractores de la audiencia pero no es el único.
Mateo Rísquez Madrideojos	Sí	En un espacio temporal de 10 años, sí.
Jesús Romero Sánchez	Sí	Sí, lamentablemente, porque ofrece un subproducto audiovisual altamente valorado por la dirección de Canal Sur desde hace muchos años que va en sentido contrario de lo que debería ser un servicio público de Rtva para Andalucía.

Asimismo, hay que sumar las respuestas dadas en el cuestionario aleatorios por periodistas andaluces o que trabajan en Andalucía a esta cuestión:

La productora Indaloymedia, la de Juanymedio, tiene un papel fundamental en el desarrollo de Canal Sur Televisión y de la Estructura Audiovisual en Andalucía

137 respuestas



Una vez establecidas la audiencia y la función social para cuantificar la hipótesis principal, pasamos a las hipótesis secundarias.

Así una de las hipótesis secundarias señala que *Canal Sur Televisión* y, en concreto, el programa *“La Tarde, aquí y ahora”* de la productora *Indaloymedia* han favorecido la vertebración de Andalucía. Para ver si este programa -que es nuestro estudio de caso- ayuda a la vertebración primero hemos ido a ver qué se considera en la Ley de la Rtvva con el término de vertebración. En la exposición de motivos en el inicio de esta ley queda recogido que:

La hasta ahora denominada Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía viene cumpliendo, desde su creación por Ley 8/1987, de 9 de diciembre, unas funciones de comunicación e información que contribuyen a la vertebración y desarrollo social, identitario y cultural de Andalucía.

Por tanto, se entiende como una función de apoyo a la cohesión entre los territorios que componen la comunidad autónoma andaluza. La unidad y a la vez el fomento de sus singularidades sociales, culturales y de identidad. Algo que

queda recogido en el artículo 4.3. f Ofrecer una programación que atienda a la diversidad de la ciudadanía andaluza, fomentando la cohesión social y económica entre los diversos territorios, la innovación que facilite el acceso de todos los andaluces y andaluzas a la sociedad de la información y el conocimiento y la difusión de los valores éticos. (Boja, 2007)

Para poder objetivar esta hipótesis, además de haber preguntado a los distintos entrevistados y encuestados por esta cuestión, dentro del análisis del contenido cuantitativo hemos realizado un vaciado de los programas que hemos seleccionado como objeto de estudio y consideramos representativos de los diez años que tiene la empresa *Indaloymedia*. Para este vaciado hemos ido indicando ítems con relación a las hipótesis de partida que nos hemos marcado y que queremos comprobar cuantitativamente. En este caso hemos determinados qué ítems compondrán el parámetro Vertebración. Así;

- De dónde del público
- Lugar de origen de los invitados
- Procedencia de las personas que han llamado al invitado y entran en directo en el programa
- Lugares dónde se han producido los temas de la sección de actualidad
- Otros

CUADRO DE VERTEBRACIÓN PROGRAMA

PROGRAMA	2009
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Huetortajar, Granada
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Manuel Málaga de nacimiento y vive en Mairena del Aljarafe, Sevilla. Araceli. De Málaga. Su madre estuvo trabajando en una fábrica de jabones en Lucena
PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Milagros, de Málaga, y Encarni, también de Málaga. Manuel de Bailén, Jaén
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	Marta del Castillo. Sevilla Toros. Marbella (Málaga)

	Mano misteriosa. Chipiona (Cádiz) Agresión. La Rinconada (Sevilla) Ingresa en prisión. Posadas (Córdoba)
OTROS	

PROGRAMA	2010
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Villamartín (Cádiz)
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Agustín para una cita con Carmen. de Camas, Sevilla Manuel, Marchena (Sevilla) Florentina de Extremadura, de Llerena, pero ha vivido en Málaga. De la grada: Málaga y Gibraltor (Huelva.)
PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Angustias. Granada capital. Basilio, Guadix, Granada
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	Familia que iba a ser desahuciada. Coria del Río, Sevilla. 240.000 euros de factura de la luz. Málaga. Desaparecida una mujer en Sevilla. Barrio de Los pajaritos.
OTROS	"-Vengo de un pueblo de la provincia de Granada -¿Y cómo se llama? Guadix. -"Al que mando un beso cariñoso, yo quiero mucho a Guadix", dice Juan."

PROGRAMA	2011
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Aldea de Los Noguerones, Jaén.
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Manuel. Coto de Bornos (Cádiz) Antonio. Dehesa de Guadix, Granada. Busca a una mujer de Zafarraya Granada Blanca. Puerto Real, Cádiz.

PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Encarna. Motril Granada Antonio, provincia de Cádiz de un pueblo
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	Muerte por aumento de pecho. Benalmádena, Málaga. Atropello de una menor. Sevilla.
OTROS	Cantan fandangos de Huelva

PROGRAMA	2012
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Alosno, Huelva
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Antonio. De Iberos, una aldea cerca de Vélez Málaga. Merchi de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz).
PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Milagrosde Ronda (Málaga) Francisco Javier de Huelva.
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	Niños desaparecidos; Ruth y José (Córdoba) Viven entre puntales. Barriada de La Asunción, Jerez, Cádiz. Bebé robado al nacer. Sevilla.
OTROS	Juan: "Si tienes que ir a visitarla, para ir a otro lugar del mundo a Ronda" 'El Mani' canta un fandango de Huelva

PROGRAMA	2013
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Torredonjimeno, Jaén,
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Miguel Granada Luis de Tarifa (Cádiz) Consuelo de Espera (Cádiz) Nació en Paterna de la Rivera y era de Las Cabezas de San Juan (Sevilla) y cuando se ponía de parto se iba para Paterna. Médico en Jerez de la Frontera. Trabajó en la feria de Guadalcaçín.
PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Ani de Vejer de la Frontera (Cádiz) Antonio de Estepona (Málaga)
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	Sevilla. Marta del Castillo.Crimen del Gérgal en Almería. Jaén. Víctor Araque

	murió en Marrueco, Senegal, en un accidente de tráfico era de Jaén.
OTROS	

PROGRAMA	2014
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Fuente Palmera (Córdoba)
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Antonio. 60 años. Lantejuela (Sevilla) Juana. 61 años. Jerez de la Frontera.
PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Carmen de Sevilla Antonio. Fuente de la Torre, Málaga
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	Doble crimen de Ubrique. (Cádiz) Joven del sindicato de estudiantes agredido por otros presuntamente de extrema derecha. Málaga.
OTROS	

PROGRAMA	2015
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Posadas, Córdoba
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Antonio de Bodonal de la Sierra (Badajoz) Josefa de Cazorla, Jaén. José de Palenciana, Córdoba
PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Alejandro. Torre del Mar, Málaga Mari de los Ángeles de Córdoba.
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	Málaga. Hombre de prisión por haber abusado de al menos tres mujeres en Málaga. Sevilla. Mujeres de Sevilla que han montado una tienda tras haber pasado tumores.
OTROS	

PROGRAMA	2016
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Puente del Encinar (Granada)
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Francisco. Cabra del Santo Cristo (Jaén) Mariló Puerto de santa María, Cádiz.
PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Luisa de Macael, Almería. José, de Jerez de la Frontera.
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	Benalmádena, Málaga. Ha explotado en una tubería de agua. Pozoblanco, Córdoba. Cinco acusados de la presunta violación de San Fermín. Y podrían estar relacionados en otra violación. Dos Hermanas. Sevilla. Sus padres de acogida en plató. A la espera de un trasplante de riñón en España.
OTROS	Macael en Almería, la tierra del mármol. Un premio a una persona de Jerez de la Frontera, Cádiz,

PROGRAMA	2017
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Torre-Alháquime, Cádiz
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Paco, de Ronda (Málaga) Mari Carmen de La línea de la Concepción, Cádiz. Antonio de la Puebla de los Infantes (Sevilla.)
PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Antonio del Rincón de la Victoria, Málaga Consuelo de Sanlúcar la Mayor, Sevilla.
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	Detenido por apuñalar a su madre de 80 años en Aznalcollar, Sevilla. se encuentra en el cuartel de La Rinconada, Sevilla. Cortes de la frontera, Málaga. Llevan meses sin cobrar sus nóminas

OTROS	Dice Juan y Medio: “No conocía Ronda, Málaga. Igual que se peregrina a la Meca hay que ir a Ronda. La mejor paella el mundo. Le han dado un premio y son de Córdoba
-------	--

PROGRAMA	2018
PROCEDENCIA DEL PÚBLICO	Cortes de la Frontera, Málaga.
PROCEDENCIA DE LOS INVITADOS	Toñi, 68 años, Granada Francisco de El Puerto de Santa María (Cádiz.)
PROCEDENCIA DE LOS QUE LLAMAN	Rafael de Granada Pepi, de los Barrios, Cádiz
PROCEDENCIA TEMAS DE ACTUALIDAD	No hay ya la sección de Actualidad. Hay un tema de una escuela de fútbol para chicos con alguna discapacidad. Se llama Integra y es de Sevilla.
OTROS	Juan y Medio: “De la zona de Guadiaro...y Sierra de Blanquilla, pinos...” Recitando Juan y se ven imágenes del pueblo. “¿En Cortes nieva? “, dice.

A todos los informantes claves se le ha hecho la siguiente pregunta. A la que se le ha dicho que tenían que contestar sí o no, y que podían añadir por qué si lo veían necesario. ¿Canal Sur Televisión y el programa “La Tarde, aquí y ahora”, de la productora Indaloymedia, han favorecido la vertebración de Andalucía?

Informante	Canal Sur / “La Tarde”	Explicación
Joaquín Durán Ayo	Sí. Sí.	Yo creo que esta la diferenciaría. Una autopista, la A92, que había vertebrado Andalucía desde el punto de vista de las carreteras, pero desde el punto de vista de la carretera de la comunicación no existía una empresa como esta.

		<p>(...) La gente de Huelva no sabía lo que pasaba en Almería y por lo tanto no podía compartir pues lo que son las ilusiones, las tristezas, la alegría, la vida de la gente que vivía en otras provincias de Andalucía ¿no? Y yo creo esto es lo que lo que ha conseguido <i>Canal Sur</i>, se puede decir que mucho, poco o nada, pero no se puede negar</p>
<p>Guillermo Garrigós González</p>	<p>Sí. S</p>	<p>Nosotros intentamos derivar todo lo que podemos en ayudas a esas personas y darles ese servicio, un servicio concreto que puede prestar el programa, Pero es que yo creo que ese servicio público del que hablamos al ser transversal, Andalucía y vertebrar Andalucía. En esto que hablamos de lo que es la identidad y la comunicación es vital que sea en lo cotidiano y en los usuarios de a pie. Me refiero no solo la información política o la información de lo que ocurre a nivel de actualidad o a nivel de sucesos, económico, a nivel de información, a nivel cultural de las regiones es lo que te da una vertebración territorial. Es que también te vertebra el conocimiento de las personas de tu entorno ósea cuando alguien de Jaén escucha a alguien de Cádiz y ve a esa persona está, no solo que tenga un sentimiento de empatía hacia esa persona si no que está conociendo a con sus conciudadanos, a sus paisanos. Entonces están viendo como es la personalidad del andaluz. Si uno de Jaén solo se relaciona o conoce prácticamente a los de Jaén y no conoce al resto de los andaluces de la zona pues tendrá una percepción distinta de lo que es Andalucía y tendrá una visión mucho más amplia de lo que es ser andaluz que si va conociendo</p>

		los distintos, los tipos de personalidades y de culturas que hay en Andalucía.
Juan y Medio, Juan Bautista Martín	Sí	<p>Pues mira yo permanentemente por mi procedencia y mi sangre yo hago referencias permanentes a las zonas más distales donde se hace el programa. Para mí Jaén, Granada y Almería tienen más presencia que Sevilla. En mi vida cotidiana, familiar, para mí son más importantes. Yo no desprecio a nadie, quiero a todo el mundo, pero mi sangre proviene de allí. Y luego yo me he enamorado de Málaga y de Cádiz, me he enamorado. Y como Córdoba me parece... Es que Sevilla parece... y es lógico, es la gran ciudad andaluza, es donde entra gran parte de la actividad económica, es la metrópoli andaluza, ahí estoy de acuerdo. Pero es que a mí se me saltan las lágrimas con los de Granada. (...) Claro, yo muestro las fotos de los pueblos. Y como haya algo destacable lo pido, lo cuento y lo hablo. Y si tengo que hablar del museo de pintura de Zuheros lo hago y también de la Cueva de Piñar, el Pantano de Negrátin y de las playas nudistas que hay en nuestros pantanos en Níjar o en Negrátin. Y evidentemente si me preguntan a todo el mundo le aconsejaría que alguna vez que subiera al Mulhacén o al Veleta, que hiciera la ruta. Pero es que resulta mi familia es de Motril y la costa tropical no tiene desperdicio para pasar todo el año las personas mayores como hacen en Estados Unidos que todo el mundo va a Florida. Pues toda Europa debería ir a parar a la costa tropical, a la Costa del Sol. Pero es que La Pujanza de Málaga, a nivel de museo, su Axarquía, es que yo me lío y como</p>

		Huelva luce, que su provincia es una de las más bellas de España, y como en Cádiz no se está en ningún sitio pues es que todo eso me sale a mí natural y lo procuro fomentar. Sin desdeñar ni dejar de lado jamás a Sevilla.
Pedro Collado Gómez	No. ¿No?	Si bien uno de los principios básicos de la RTVA es trabajar por la vertebración de Andalucía, soy de los que defiendo que no lo ha logrado en sus 30 años de historia. Creo que muchas razones y factores se ha visto beneficiado la parte occidental de Andalucía. Respecto a <i>Indaloymedia</i> es difícil para mí contestar, ya que creo que sí hay razones por la que sí, partiendo de que su sede fiscal está en Almería y otras que no, pero que estas últimas estarían ligadas a su producción está muy centrada en <i>Canal Sur</i> y por tanto todos los factores que no ayudan a la vertebración también influyen en ella.
Noelia Alcántara Rueda	Sí. Sí.	Creo que lo ha ido consiguiendo con los años. Empezó siendo localista, entiendo que también por los medios con los que contaba, pero como he dicho anteriormente, creo que se cubre todo el territorio y la vertebración es real. Respecto a " <i>La Tarde</i> " por supuesto y sin duda. Está abierto a contenidos de todas las provincias, ciudades y pueblos y los invitados y el público vienen de cada rincón de Andalucía.
Paz García Santana	Sí. No.	<i>Canal Sur</i> sí, el programa " <i>La Tarde</i> " no. creo que también es un vehículo de cohesión, de vertebración entre los propios andaluces. Tengo la suerte de trabajar en un programa que lleva a cabo esta máxima, la de interconectar nuestros pueblos y ciudades a

		<p>través de lo que cada uno es capaz de ofrecer</p> <p>Tratamos de hacerlo, aunque nos gustaría que esa vertebración fuera aún más amplia. Hay pueblos donde no podemos llegar, aunque hay programas como “Andalucía Directo” que es el “sumum” de la vertebración, al menos trabajamos con este propósito cada día.</p> <p>No obstante, creo que se ha conseguido. <i>Canal Sur</i> fue la primera cadena autonómica en castellano que demostró que había otras “lenguas” fuera del castellano neutro. Los presentadores y locutores hablaban andaluz, algo que no se había escuchado hasta entonces. El acento andaluz fue uno de los primeros vehículos de esa vertebración, así como los contenidos. Andalucía, en toda su extensión, estaba presente de manera constante en la casa de los andaluces, no solo en los informativos también en la ficción con series hechas por actores y actrices andaluces y rodada en escenarios de nuestra tierra. Especial relevancia creo que ha tenido el nacimiento de las desconexiones provinciales cuyos informativos representan el mayor ejemplo de esa vertebración.</p> <p>“<i>La Tarde</i>” realiza otras funciones sociales, no exactamente la vertebración de territorios. Salvo si tenemos en cuenta que es seguido ampliamente en las ocho provincias.</p>
Antonio Manfredi Díaz	Sí. Sí.	Yo estoy convencido de que <i>Canal Sur</i> ha contribuido. Desgraciadamente <i>Canal Sur</i> es una pantalla política para algunos y por lo tanto nunca se va a reconocer, pero en estos momentos hay una población

		<p>andaluza rural digamos que no dispone de grandes medios económicos que es su televisión, es <i>Canal Sur</i> y que agradece el trabajo que hace <i>Canal Sur</i>. Por lo tanto, a la respuesta de si se ha vertebrado estoy convencido de que si, de que no hay ninguna duda de que se ha vertebrado. La cuestión es, ¿se podría vertebrar más? Si por supuesto, probablemente si hubiera una decisión política, una decisión política tiraríamos para adelante y podríamos todavía vertebrar mejor esta comunidad a través de una programación de servicio público. En cuanto dejemos ese debate comercial, ese debate comercial en el que nos han metido el duopolio, los grupos de <i>Antena 3</i> y <i>Telecinco</i> que realmente la función recaudadora que la obtención de ingresos molestamos ahí, por esa presión política. Si insisto, aparece todos los territorios de Andalucía, personas de todas las tendencias y por lo tanto lo considero.</p>
Emelina Fernández Soriano	No	No contesta
Miguel de Aguilera Moyano	No	<p>No o más bien no, es decir, “<i>La Tarde</i>” está posicionada solo en un segmento de la población, la población mayor, y se dirige solamente a ellos. Sí es verdad que reúne a personas de diferentes lugares de Andalucía. Solo en esa medida contribuye un poco a la vertebración andaluza, pero, en mi opinión, no mucho. Se centra en un segmento de la población y no ofrece más que un entretenimiento banal, por así decirlo.</p>
Rut Mingorance Villalba	Sí. No.	<p>No creo que <i>Indaloymedia</i> haya pensado en la vertebración del territorio con los programas que hace. Son las desconexiones territoriales y los centros</p>

		territoriales los que vertebrar el territorio, la información cercana...
Juan Luis Manfredi Mayoral	Sí. Sí.	Claro porque hasta ese momento es verdad que había dos andalucías, la Andalucía occidental cuya capital natural era Sevilla, la universidad de Sevilla cubría las cuatro provincias de tal y la otra era pues Granada. Granada que cubría Jaén, Málaga, tal y tal. Y esto era efectivamente eso. De manera que parte del encargo era que hubiese una parrilla de programación en la que de alguna manera se fomentará la idea de que los andaluces éramos diversos, pero uno solo y tal. Sobre "La Tarde", creo que sí. Si es eso que se vea representadas distintas partes de Andalucía. Si es que esté toda Andalucía visible, eso sí, lo hace.
Manuel Gómez Cardeña	Sí. Sí.	<i>Canal Sur</i> , seguro. <i>Indaloymedia</i> algo habrá aportado.
José María Zafra Benjumeda	Sí. Sí	A ver, vertebrar Andalucía significa que el producto debe ser apto para el consumo en todo el territorio, por tanto, <i>Canal Sur</i> tiene la función de vertebrar Andalucía y la vertebrar pulsando varias teclas. Intenta que la distribución de los contenidos, cuando hay un concurso, te exigen que haya un equilibrio, que, si hay 7 de Jaén, que a lo largo de la serie pues lo haya de Granada, Málaga... o sea que ninguna provincia puede decir que no aparece. Eso es vertebrar. Desde el punto de vista que "La Tarde" se trae andaluces de todas las capitales de provincia, sí cumple el deber de vertebrar.
Rodrigo Elías Zambrano	Sí. Sí.	Una televisión pública siempre ayuda a vertebrar y a mostrar diferentes partes de su tierra, sus gentes...y eso une. Dando a

		<p>conocer mejor las noticias u otras costumbres, por ejemplo. En ese sentido creo que sí que cumple su función, pero podría hacerlo mucho mejor ampliando su público y pensando por ejemplo en los jóvenes, a los que de momento han perdido.</p> <p>Respecto a “<i>La Tarde</i>”, según mi experiencia, ayuda a mayores de toda Andalucía. Al menos es lo que me han dicho en lugares tan alejados como la Alpujarra granadina, la costa almeriense o la sierra de Huelva. No sé si puede considerarse eso vertebrar, pero esas personas se sienten unidas entre sí, con su pasado y su presente, a través del programa.</p>
David Fernández Quijada	No. No.	<p>Creo que es necesario un análisis al respecto. Para mí la vertebración deriva sobre todo del contenido, para lo que haría falta un análisis de contenido de la programación y de su impacto en la ciudadanía. Se puede argumentar también que la vertebración debería ser también en cuanto a la producción de los contenidos, que no hubiera una excesiva concentración en Sevilla, como sucedía cuando hice mi estudio, sino que también en Huelva, Almería o Jaén se contribuyera con producción realizada en esos territorios (y sobre esos territorios, pero no solo). Por dos razones: para crear tejido industrial local y para que los puntos de vista de todos se vean reflejados, lo que parece que se conseguirá mucho más fácilmente si lo explica alguien de Huelva, Almería o Jaén que alguien de Sevilla.</p>
Bonifacio Rodríguez Cañibano	No. No.	<p>Lo de la vertebración es una fantasía que se inventó el PSOE. El verdadero papel que ha tenido y tiene <i>Canal Sur</i> es el de la</p>

		<p>modelación de la opinión pública andaluza. Entre los objetivos de las televisiones no está el de vertebrar una sociedad ¿Acaso <i>Telecinco</i> o <i>TVE</i> vertebran a España las sociedades? Se vertebran de otras maneras y lo hacen a través de los años, compartiendo la historia, las costumbres, la lengua, las instituciones, el clima, la cultura, el territorio... <i>Canal Sur</i> no vertebra nada porque no es su función y si lo fuese no lo podría hacer. La idea de la vertebración social es solo auto propaganda de la cadena y una cantinela constante en la narrativa del PSOE.</p> <p>Hay que confiar en que la vertebración de Andalucía nunca dependa ni poco ni mucho de una productora de televisión.</p>
Juan Tortosa Marín	No. No.	<p><i>Canal Sur</i> no ha vertebrado nada, al contrario. Esa fue una de las razones fundamentales que contribuyó al desaliento de buena parte de quienes pusimos en marcha el proyecto.</p> <p>Ningún programa concreto ni ninguna productora por sí sola determinan algo como vertebrar.</p>
Chema Rodríguez García	Sí. No.	<p>Pues yo creo que en conclusión de forma definitiva no, pero si hay elementos que han contribuido a esa, en alguna medida a esa función. Hay programas por ejemplo "Andalucía Directo", ¿no? con sus más y sus menos por las condiciones lamentables que tienen a sus trabajadores, con lo que se ha llevado esa productora durante años y explotando a los presentadores, pero lo que es el programa, la idea del programa es una idea clara de los que puede ser la función vertebradora de canal sur ¿no? ha estado en todas las provincias, ha contado en</p>

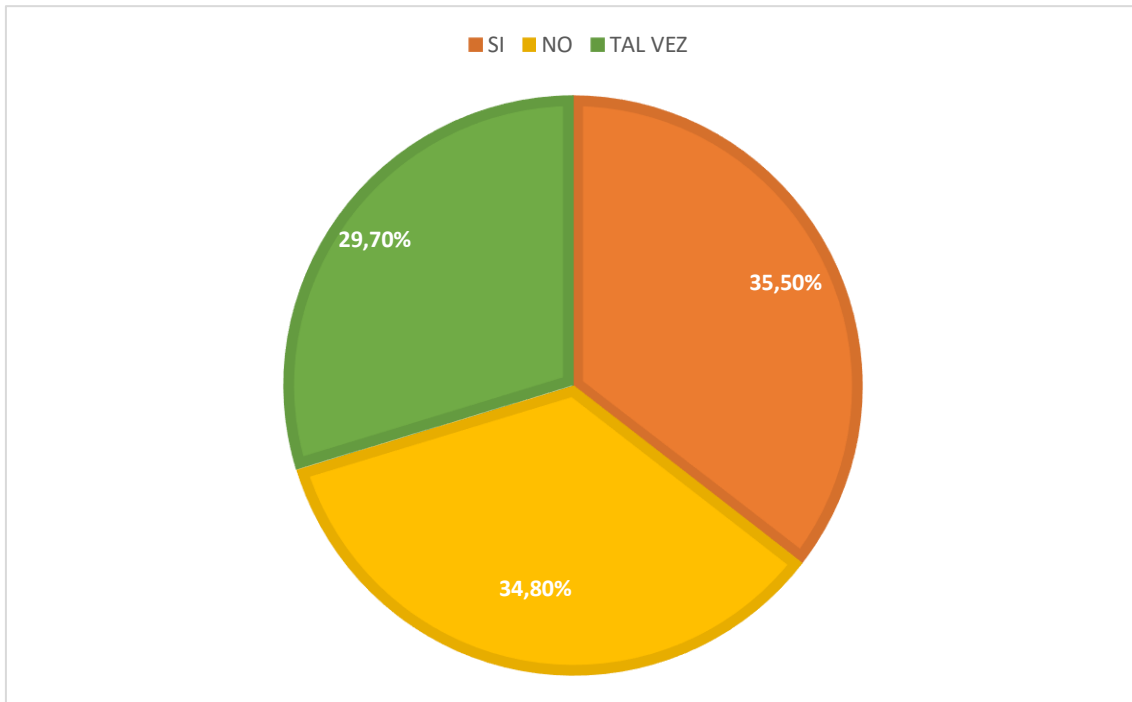
		directo lo que pasa en un sitio en otro, acercando Jaén a Huelva, Almería a Córdoba. En un sentido por eso digo que de alguna medida si ha cumplido esa función vertebradora, pero desde luego de manera muy rudimentaria en general. “ <i>La Tarde</i> ”, no.
Francisco Andrés Gallardo Alvarado	Sí. No.	Como favorecer la vertebración no. Es decir, Canal Sur ha vertebrado por otros contenidos. Ha vertebrado informativos, retransmisiones especiales, en el deporte debería vertebrar más, en espacios como Andalucía Directo. En el de Juan y Medio no
Pedro de Tena Alfonso	No. No.	¿Qué es vertebrar? ¿Hacer una Andalucía socialista? Entonces casi ha vertebrado durante un tiempo a algunos públicos. Pero si vertebrar es comprender Andalucía como una diversidad plural que tiene un interés común, la libertad, la democracia y el desarrollo económico, entonces no lo ha sido. Lo que ha conseguido ser, por ausencia de competencia privada, es una referencia para los andaluces, pero no una instancia vertebradora en el sentido orteguiano del término. Cuenten qué periodistas críticos han desfilado por <i>Canal Sur</i> , tertulias y/ o programas. Además, no hay nada más que ir con los ojos limpios y abiertos a Málaga, Almería o Granada para comprender que no hay vertebración andaluza con Sevilla, Cádiz o Huelva. Antes de <i>Canal Sur</i> tampoco era así. Y “ <i>La Tarde</i> ,” no, no lo creo.
Miguel Ángel Vázquez Bermúdez	Sí. Sí.	Uno de los grandes logros de <i>Canal Sur</i> , como he señalado con anterioridad, es su contribución a la cohesión territorial, a la difusión de la cultura y a reforzar la identidad andaluza.

		Sí. Ha ayudado a acercar gentes y a cohesionar el territorio.
Mateo Rísquez Madrideojos	Sí. Sí.	Algo sí, evidentemente. <i>Canal Sur</i> lleva 30 años ofreciendo información andaluza en todas las provincias, de alguna manera sí.
Jesús Romero Sánchez	No contesta. No	No, todo lo contrario. Ha banalizado una serie de problemas graves que tiene parte de la población andaluza por la falta de servicios sociales adecuados y ha contribuido a normalizar una perspectiva sexista y machista de las relaciones humanas.

También en el cuestionario aleatorio vemos que es mayoritaria la respuesta que considera que *Canal Sur Televisión* ha ayudado a vertebrar Andalucía, aunque con tan solo un 35,5%.

¿Crees que Canal Sur ha ayudado a vertebrar Andalucía?

138 respuestas



Otra de las hipótesis secundarias recoge que *Canal Sur Televisión* ha cumplido con la obligación que recoge su normativa, la ley 18/2007 de 17 de diciembre, de fomentar el desarrollo del tejido audiovisual andaluz, y en concreto en el caso de la productora audiovisual *Indaloymedia*. En relación al concepto de fomento del tejido audiovisual, hemos acudido nuevamente a la ley 18/2007 de 17 de diciembre. En el artículo 4. 3 se detalla como las programaciones que, a través de sus sociedades filiales, ofrezca la Rtva deberán cumplir 15 puntos concretos y el último es el ñ) Fomentar la producción audiovisual andaluza, facilitando el desarrollo de la industria audiovisual. Para objetivar este concepto hemos analizado la historia de la productora como parte de este tejido audiovisual andaluz, ya que se trata de una empresa fundada en Almería, Lúcar, y con sede permanente en Sevilla. Asimismo, el mayor número de sus programas se han realizado para la televisión autonómica andaluza por lo que sin ella no podría haber conseguido el crecimiento que ha experimentado en sus diez años de vida. Algo que podemos materializar cuantitativamente, viendo el número de programas que ha realizado y cuántos han sido para *Canal Sur Televisión* y el aumento de número de trabajadores por dichos contenidos. Asimismo, en el cuestionario cerrado a los informantes claves se ha incluido esta pregunta. No obstante, dentro de esta hipótesis hay varias aristas que desglosaremos en el

análisis cualitativo; si ha fomentado el desarrollo, si solo de una parte de las productoras (entre ellas *Indaloymedia*) o si podría haber hecho más.

AÑO 2009
La platilla comenzó con entre 35 y 40 trabajadores en nómina de <i>Indaloymedia</i> para “ <i>La Tarde, aquí y ahora</i> ”, incluyendo los equipos de producción, realización, redacción, y administración. También para la realización de especiales como las Galas de Unicef o “ <i>La Tarde fin de semana</i> ”, pero no hubo aumento significativo de personal
AÑO 2012
No fue hasta 2012 cuando se pusieron en marcha otros proyectos como el programa “ <i>Madres</i> ”. En ese momento se hizo la primera ampliación de personal significativa y se llegó al entorno de 55 empleados
PRIMAVERA DE 2015
<i>Indaloymedia</i> rompe su contrato con Itaca y decide arrendar un plató, antiguo <i>Videoplanning</i> , y dotarlo técnicamente con las instalaciones necesarios tanto a nivel de videos, de audio y sonido y salas de edición y todos los instrumentos técnicos necesarios para poder producir el programa. Esto llevó a una nueva ampliación de personal. Desde junio de 2015 se incluía en personal destinado a los medios técnicos y al mantenimiento del edificio. El aumento fue de entorno a sesenta empleados más.
TAMBIÉN EN 2015
Gracias a poseer un plató y personal técnico, <i>Indaloymedia</i> empezó a hacer producciones en plató. De esta forma grabó para <i>Summers Producciones</i> ¹⁶⁹ el programa “ <i>Ofú</i> ” donde según la página web de <i>Indaloymedia</i> “José Guerrero “Yuyu” y Luis Lara atienden con humor esta ficticia Oficina del Usuario a la que llegan disparatadas quejas, protestas y reclamaciones. Entre los humoristas que participan en el programa están Vivy Lin como “protestadora oficial” y el

¹⁶⁹ La familia Summers tiene orígenes andaluces, en concreto onubenses, pero además es más que conocida la relación personal y profesional de Juan y Medio con la familia Summers y en concreto con David Summers con el que trabajó durante años cuando su grupo “*Hombres G*” era de los demás éxitos en el panorama musical nacional.

reportero Manuel Morera.” Es otro de los crecimientos de la productora en 2015.
AÑO 2016
la productora <i>Indaloymedia</i> intentar conseguir otro cliente fuera de Andalucía, la televisión pública autonómica de Castilla la Mancha. Nace el programa “En Compañía.” <i>Indaloymedia</i> crece en personal. Pasa de estar en un entorno de las 45 o 50 personas y con plató a 60 personas, a crecer hasta cerca de 90 personas. Estamos hablando de redacción, producción y algo de personal de realización.
En junio de 2016 <i>Canal Sur Televisión</i> estrena un nuevo formato. El programa se llamó “Yo soy del Sur” que es una producción que hace otra productora, pero contrata los servicios de plató para hacerlo a <i>Indaloymedia</i> . Se contrata también personal para ello.
El caso de “ <i>Menuda Noche</i> ” es distinto. Este formato era producido, su primera emisión fue en septiembre de 2004, por la productora andaluza <i>ZZJ</i> . Se llegó a un acuerdo con <i>ZZJ</i> e <i>Indaloymedia</i> adquirió los derechos del formato “Menuda noche.” Un acuerdo económico y ahora ya los derechos del formato 'Menuda Noche' son de <i>Indaloymedia</i>
AÑO 2018
En 2018 <i>Indaloymedia</i> alcanzó una cifra global de 155 personas contratadas incluyendo lo que es la base bastante estable, más contratos de sustituciones y eventuales.

De unos 35 trabajadores a 155. De un programa a varios, de una comunidad autónoma a dos. Una empresa que nace en un periodo en el que el sector audiovisual se ha visto duramente golpeado por la crisis económica quintuplica el número de trabajadores. Pero no solo hay que tener en cuenta a los trabajadores que están en la plantilla de *Indaloymedia*.

Nosotros hacemos producción audiovisual, para hacer producción audiovisual necesitas maquillaje, pero nosotros no somos maquilladores ni somos peluqueros. Necesitas coches también para transportar invitados y nosotros no somos una empresa de transporte entonces nosotros contratamos maquillaje y peluquería, los servicios de limpieza y también del

plató son contratados, los servicios de jardinería del plató también son contratados... Sastrería también lo que es sastrería también se contrata. Los coches de transporte invitados también se contratan, contratamos también gran parte de los servicios técnicos es decir iluminación se contrata, sonido se contrata y la parte de video también contratamos. Y luego después pequeñas cosas en el marco de contratación de personal, empleos indirectos. (Garrigós, G., 2019)

Por otra parte, en un momento de precarización del trabajo audiovisual el número elevado de trabajo que ha generado son trabajos bastante estables. La mitad de la plantilla está compuesta por trabajadores fijos discontinuos. La gran mayoría de los trabajadores que están en esta empresa, más del 60%, empezaron en esta empresa y continúan siendo los mismo, incluso de los no contratados directamente por *Indaloymedia* también son las mismas personas que comenzaron en sus inicios hace diez años.

Este proceso de crecimiento no hubiera sido posible sin los contratos cerrados entre *Indaloymedia* y *Canal Sur Televisión*. De aquí se extraen diferentes lecturas. Hay quien considera que la televisión autonómica ha fomentado el desarrollo del tejido audiovisual por casos como este y otros consideran que una dependencia de la televisión autonómica no se puede considerar desarrollar u tejido audiovisual sino todo lo contrario. Consideran esta dependencia como una gran debilidad del sector audiovisual andaluz.

Este sector es un sector donde tienen muy pocos clientes. Eso es una debilidad o sea nosotros porque en Andalucía producción audiovisual prácticamente contrata *Canal Sur* y muy poco más. No hay muchas más empresas con capacidad para contratar producción audiovisual a un nivel de "*La Tarde*" (...) Hay dependencia de las televisiones autonómicas. *TVE* podría ser otro cliente nuestro perfectamente. Y las privadas podrían serlo, pero si no tuvieran un modelo derivado a que la producción del duopolio se contrata con su propia empresa, las cuales son empresas participadas. Ósea, ahora mismo estamos en un momento donde tanto Mediaset como Atresmedia todo lo que contratan es con productoras, con empresas

participadas por ellos. Entonces ahí es un mercado prácticamente imposible (...) Es una debilidad el tener poca oferta de clientes a las cuales ofertar tus productos. (Garrigós, G., 2019)

Vuelve a ocurrir algo que demostró el estudioso Fernández Quijada (2009), es decir en un análisis del sector antes de la llegada de la productora *Indaloymedia*.

Toda producción televisiva independiente precisa de un canal que se encargue de su difusión. Para el conjunto de la industria andaluza, ese destino tenía un nombre claro: *Canal Sur Televisión*. En la temporada 2004/05, la televisión del ente público Rtvva absorbió 1.962,28 horas producidas por empresas de la región, lo que representó el 87,30% de todas las horas de estas productoras. En la siguiente temporada, esta cifra ya de por sí elevada ascendió todavía más hasta alcanzar las 2.009,72 horas, un 92,16% del total de las producidas en Andalucía. Más allá de los contenidos absorbidos por *Canal Sur Televisión*, el resto de producciones se repartió entre las televisiones autonómicas de las Islas Canarias, Castilla-La Mancha, la Comunidad Valenciana y un simbólico 0,83% con destino a *Televisión Española (TVE)*, la única cadena de ámbito estatal en la que se estrenó producción independiente andaluza, “*Ankawa*” de *Videoplaning* y “*Gente de primera*” de *ZZJ*. Ni un solo minuto de producción a lo largo de 2004/05 fue a parar a las televisiones privadas, de manera que la dependencia del sector público era total. (...) A pesar de la ligera diversificación de la última temporada analizada, se observaba una fuerte dependencia de un único operador, Canal Sur Televisión, lo que se veía confirmado por la estructura extremadamente centralizada del ARS aplicado a las productoras independientes de la comunidad autónoma y a sus clientes. La centralidad de los dos canales de la televisión pública regional era absoluta y todas las productoras se organizaban en forma de estrella casi perfecta en torno a ellos. (Fernández Quijada, D., 2009)

Tras este análisis numérico del desarrollo de *Indaloymedia* vamos a cuantificar las respuestas dadas por nuestros informantes claves ante la pregunta, ¿*Canal Sur Televisión* ha cumplido con la obligación que recoge su normativa, la ley

18/2007 de 17 de diciembre, de fomentar el desarrollo del tejido audiovisual andaluz, y en concreto en el caso de la productora audiovisual *Indaloymedia*?

Informante	<i>Canal Sur / "La Tarde"</i>	Explicación
Joaquín Durán Ayo	Sí	Si en la medida de nuestras posibilidades. Todo el desarrollo del sector audiovisual ha venido de la mano de <i>Canal Sur</i> . No solo por las producciones que <i>Canal Sur</i> ha necesitado para sus programaciones a largo de 30 años sino también por la cantidad de productos audiovisuales que desde aquí se han apoyado por la ley del cinco por ciento o del seis por ciento al sector audiovisual y a los documentales y todo esto. Todo este sector audiovisual ha crecido alrededor de <i>Canal Sur</i> lo mismo que en otras comunidades autónomas ha crecido en Galicia alrededor de la TVG, en Cataluña alrededor de la TV3 aunque en Cataluña yo creo que sí existía el Centro Territorial muy fuerte
Guillermo Garrigós González	Sí	Sí, pero con matización. A ver. Hay una realidad que <i>Canal Sur</i> deriva parte de la contratación de su programación en el sector audiovisual andaluz, pero también es una realidad que todos los ajustes presupuestarios que ha hecho <i>Canal Sur</i> en los últimos años, todos los recortes los ha derivado al sector audiovisual, y ha hecho que se haga una separación cada vez mayor del convenio que tienen con sus trabajadores del sector, que yo creo que es insostenible. Ha pasado de 240 millones de presupuesto a 160 millones y el ahorra es donde gastaba antes 90 millones en contratación de programación con productoras en

		<p>lugar de 90 son 35 máximo 40, ha recortado más de un 50% en la contratación exterior. Nuestro presupuesto por ejemplo de La Tarde ha tenido un recorte superior al 40% en presupuesto. Esos recortes, es recorte en todo, recorte en puestos de trabajo, en condiciones... recorte en todo. Nosotros tenemos un convenio que lo mejoramos mucho, pero ha habido un momento donde la mejora no era como la teníamos. Nosotros las condiciones las tenemos sobre convenio y mejoradas. Hubo un momento en el que nosotros teníamos esas mejoras que tuvimos que hacer un ajuste pactado y acordado con toda la plantilla y ese ajuste no se ha hecho en la Rtv. Y de hecho cuanto más se ha bajado lo que destina de su presupuesto la Rtv a contratar con el sector público lo que es la plantilla de <i>Canal Sur</i> lo que ha ido es subiendo y antes era al revés. Antes derivaban 90 millones en contratación 50 y pico millones en los costes de recursos humanos. Ahora están en 86 millones de euros el coste de la masa salarial de <i>Canal Sur</i> y 40 millones de contratación fuera. Entonces sí, <i>Canal Sur</i> ha apoyado al desarrollo del sector audiovisual de Andalucía, pero también ha hecho una gestión que ha debilitado mucho al sector, se han cerrado muchas empresas audiovisuales en Andalucía y está el sector en una situación cogida con pinzas.</p>
<p>Juan y Medio, Juan Bautista Martín</p>	<p>Sí</p>	<p>Yo creo que sí, con matices por los problemas económicos, pero sí. No porque han tenido una merma de ingresos con la publicidad por el suelo, con cadenas que tienen el 30% de la audiencia y el 80% de la publicidad. Eso no hay quien</p>

		<p>lo combata. Además, en sus contratos incorporan cláusulas que prohíben que te anuncies en las autonómicas. Las pequeñas les dan igual, pero Andalucía no les da igual porque son 10.000.000 de consumidores. Ya no tienes los ingresos que tenías, dependes de lo que te de Estado, el Estado cada vez te quiere dar menos. No tienes buena prensa porque el enfermo de la Seguridad Social está en la cola para que lo operen por culpa de <i>Canal Sur</i> directamente. La demagogia es verdaderamente patética.</p> <p>(...) Se han perdido muchas. Vamos es que no dejo de encontrarme a andaluces en Madrid que se han tenido que ir porque aquí no podían comer.</p>
Pedro Collado Gómez	Sí	<p>Lo haya hecho mejor o peor. sí creo que <i>Canal Sur</i> ha sido importante en el desarrollo del tejido audiovisual andaluz, ya que han sido muchas más empresas audiovisuales que han surgido gracias al ente autonómico. De no haber existido <i>Canal Sur</i> estoy convencido de que el tejido audiovisual andaluz sería mucho más pobre</p> <p>Y evidentemente creo que sí en el caso de <i>Indaloymedia</i>, no solo por los puestos de trabajo creados sino también por el impulso a otras empresas audiovisuales dedicadas a la prestación de servicios que gracias a sus programas se produce (Ej. unidades móviles, iluminación, ENG...)</p>
Noelia Alcántara Rueda	Sí	<p>Sí, creo que al menos lo intenta, aunque a veces no llegue a los resultados previstos. (...)</p> <p>me preocupa que los profesionales andaluces tengan que irse fuera a buscar cuando en</p>

		nuestra comunidad hay un gran tejido audiovisual.
Paz García Santana	Sí	Sin duda que la cumple. Creo que el audiovisual andaluz no podría sobrevivir sin <i>Canal Sur</i> . Muchas productoras dependen de la RTVA y el cine andaluz también se ha fortalecido gracias a la colaboración que hace <i>Canal Sur</i> .
Antonio Manfredi Díaz	Sí	Sí, sí, a las pruebas de remito. Hay muchísimas productoras que nacieron al abrigo de <i>Canal Sur</i> , ahora ya son productoras cinematográficas y han hecho un gran desarrollo y por lo tanto sí. En el tejido audiovisual andaluz hemos cumplido. Ósea, hay gran parte de productoras que se crearon gracias a <i>Canal Sur</i> y han tirado para adelante, no solo las grandes productoras si no pequeñas productoras y el cine andaluz le debe muchísimo a <i>Canal Sur</i> .
Emelina Fernández Soriano	No contesta	No contesta
Miguel de Aguilera Moyano	No	Es una opinión muy matizable porque básicamente lo que hace <i>Canal Sur</i> es delegar una parte sustantiva de su programación en una productora, <i>Indaloymedia</i> en este caso; que sí está ubicada en Andalucía, entiendo que no todos sus intereses son estrictamente andaluces, todos sus beneficios tampoco y entonces está favoreciendo al desarrollo de una productora audiovisual pero no al conjunto de la industria audiovisual andaluza, sino muy particularmente de una en concreto.
Rut Mingorance Villalba	No	Si esta pregunta se la haces a cualquier productor independiente te diría que aglutinar la transferencia de dinero público, a través de <i>Canal Sur</i> , a cinco empresas exclusivamente no es reforzar ningún tejido es caer en una práctica de casi monopolio en

		cuanto a las adjudicaciones de programas.
Juan Luis Manfredi Mayoral	Sí	Si en el sentido que te he explicado antes, no había nada y ahora lo hay. Otra cosa es que podemos discutir si se ha hecho bien, correctamente, no sé cuánto. Eso es otra historia, pero que no había nada y ahora lo hay y lo hay con un peso importante en el PIB de la región, eso es verdad.
Manuel Gómez Cardeña	Sí	Hacen lo que pueden. Si no fuera por <i>Canal Sur</i> no habría sector audiovisual. Pero es verdad que sobre el sector privado han recaído todos los recortes y atraviesa por una situación de asfixia peligrosa.
José María Zafra Benjumeda	Sí	Sí y por el mero hecho de adjudicar esas producciones con cargo al capítulo de aprovisionamiento de producción financiera. Parte de la función de la Rtv es ser motor de la industria audiovisual andaluza Ellos reciben 165 millones al año de presupuesto, una barbaridad se va para los recursos humanos de ellos, en coste de estructura. Había un presupuesto finalista que dice que 40 millones de euros hay que destinarlos a la producción de contenido hecho por productoras andaluzas porque así es como vertebra el tejido audiovisual en Andalucía. De manera que, cuando Canal Sur contrata un programa a una productora que es andaluza, realmente de su presupuesto público está inyectando en la economía del sector.
Rodrigo Elías Zambrano	Sí	Sí, aunque debería ampliar el número de productoras y ser más transparente en sus contratos. Como he dicho antes, sí que ayuda dando trabajo a muchas productoras. El problema es que durante décadas se ha trabajado

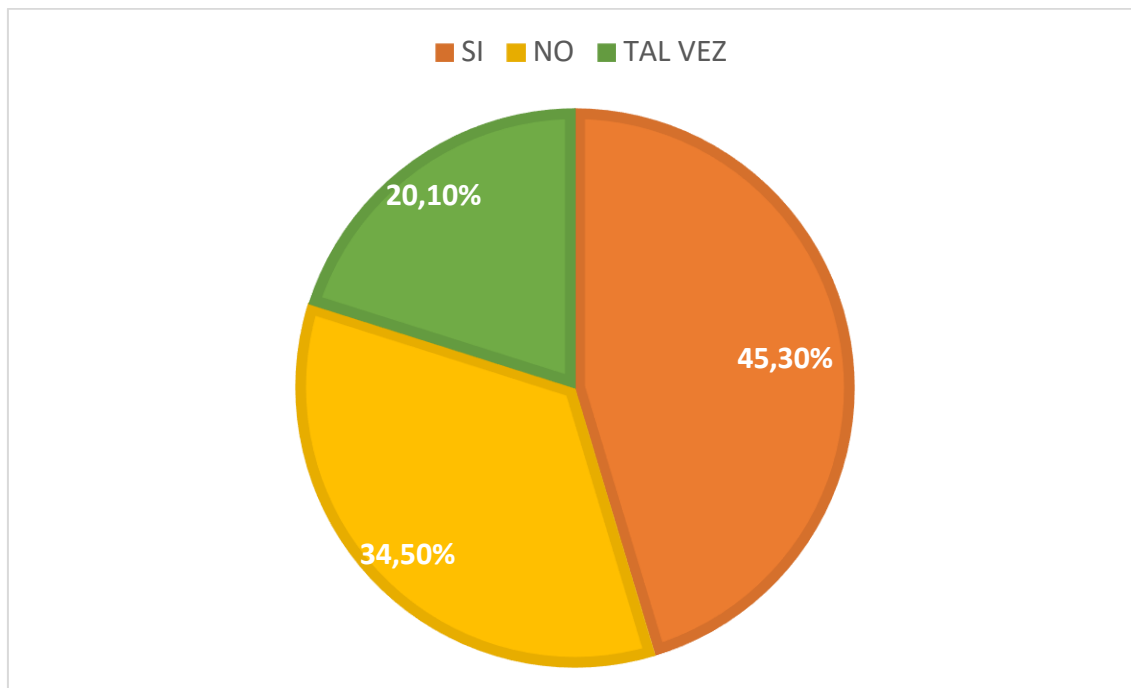
		<p>con las mismas empresas y apenas se ha dado opciones a otras nuevas sin contactos a alto nivel. Y con la red clientelar y los contratos casi asegurados muchas de estas empresas se han acostumbrado a vivir exclusivamente de Canal Sur, y eso es un error que con la crisis y los recortes han pagado, al no haber querido competir fuera y vender productos para los que estaban sobradamente preparados. Si no diversificas tus clientes y te quedas con uno, atas tu futuro al suyo. Mientras trabajaba en una de estas productoras, yo he llegado a presentarle a mi jefe proyectos de programas nuevos que se hacían en el extranjero y que pensaba que podíamos hacer aquí, pero no encontré nunca ganas de mirar más allá de Andalucía excepto en el caso que comenté antes de Medina Media.</p>
David Fernández Quijada	Sí	<p>Parece bastante evidente que la televisión autonómica andaluza es el elemento nuclear de la industria audiovisual andaluza. Incluso las productoras que posteriormente han trabajado para televisiones de ámbito estatal empezaron y se desarrollaron fundamentalmente al albur de su trabajo para Canal Sur. Sin esa actividad difícilmente habrían podido adquirir una dimensión más allá de Andalucía. Sin Canal Sur, la industria audiovisual andaluza sería muy diferente y solo podemos especular con un posible actor alternativo que hubiera jugado un papel similar, como una televisión autonómica privada.</p>
Bonifacio Rodríguez Cañibano	No	<p>Nunca la ha cumplido. El cacareado tejido audiovisual de Andalucía era tan débil que desapareció en cuanto</p>

		<p>empezaron a soplar fuerte los vientos de la crisis del 2008 y se llevó por delante a muchas productoras, que en Andalucía se dedicaban al monocultivo de programas para <i>Canal Sur</i>. El tejido audiovisual que ha quedado es ahora tan fino que no se puede llamar con propiedad “tejido”. Más bien se trata de constatar que en Andalucía todavía quedan en pie algunas productoras, que por supuesto no forman tejido audiovisual.</p> <p>El tejido audiovisual que ha desarrollado <i>Canal Sur</i> ha sido débil y clientelar.</p>
Juan Tortosa Marín	No	<p>NO. <i>Canal Sur</i>, prácticamente desde su nacimiento, no ha cumplido con ninguna normativa ni ha tenido interés en hacerlo. La única razón de su existencia, desde febrero de 1989 a enero de 2019, ha sido complacer, promocionar y propagar los intereses del Partido Socialista.</p>
Chema Rodríguez García	Sí	<p>Sí, pero... Ha contribuido al desarrollo de una parte del tejido audiovisual (...) Efectivamente sin <i>Canal Sur</i> el tejido audiovisual andaluz seguramente desaparecería</p>
Francisco Andrés Gallardo Alvarado	No	<p>-No, ahora mismo no. Es decir, yo diría no porque ha dejado esa, al perder presupuesto y demás ha perdido - ¿Antes si y ahora no? – Claro.</p>
Pedro de Tena Alfonso	No	<p>No. Ha fomentado un tejido audiovisual dominado por personas muy cercanas al PSOE. El llamado tejido audiovisual andaluz crecería mucho más rápidamente si todo el mundo pudiera ser libre para montar una televisión o una radio sin más restricciones que las técnicas y absolutamente necesarias.</p>

Miguel Ángel Vázquez Bermúdez	Sí	Sí. Canal Sur ha hecho posible la consolidación de un tejido audiovisual propia, tanto para contenidos de televisión como apoyando al cine de nuestra tierra. <i>Canal Sur</i> ha sido un factor determinante para que Andalucía cuente hoy con un tejido audiovisual sólido y con prestigio nacional e internacional. Todo el sector del cine reconoce que, además del esfuerzo y mucho talento que hay en esta tierra, ha conseguido muchos de sus éxitos gracias al apoyo de <i>Canal Sur</i> .
Mateo Rísquez Madrideojos	No	No, evidentemente no. Pero porque también se estableció una conexión demasiado estrecha entre las productoras e industrias y <i>Canal Sur</i> . Había demasiadas productoras o empresas que solo trabajaban para <i>Canal Sur</i> . Y si solo trabajas para esa televisión en el momento en que por la razón que sea te dejan de contratar, pues dejas de existir, como les ha pasado a muchas. <i>Canal Sur</i> depende de determinadas productoras y determinadas productoras dependen de <i>Canal Sur</i> y eso al final no es industria. Eso lo que está es diversificando el dinero público
Jesús Romero Sánchez	No	No. No se ha llegado al porcentaje que por ley debería presupuestarse para el fomento del tejido audiovisual, ha facilitado con su política la pérdida de ese tejido audiovisual y su concentración en pocas manos y ha contribuido a profundizar en la relación de dependencia del ámbito audiovisual privado a los presupuestos de <i>Canal Sur</i> .

Asimismo, las contestaciones del cuestionario de muestreo aleatorio dan la misma respuesta con un 45,3% de respuestas afirmativas.

¿Crees que Canal Sur ha ayudado al desarrollo del tejido audiovisual andaluz?



Otra de las hipótesis secundarias recoge que “los medios de comunicación públicos, y por tanto los contenidos que se emiten en *Canal Sur Televisión* producidos por la productora *Indaloymedia*, tienen unas obligaciones hacia los ciudadanos que les exigen salirse de la tendencia actual generalizada de los medios de comunicación de comportarse como simples empresas cuyo objetivo es la búsqueda de beneficios económicos.” Para objetivar esta hipótesis hemos utilizado el vaciado hecho a los programas que componen nuestro objeto de estudio. En estos programas hemos analizado: Qué tipo de personas acuden al programa y que temas se incluyen en la sección de “Actualidad.” No obstante, nuevamente va a ser un análisis que se va a ver reforzado con el análisis cualitativo ya que sobre este punto se les ha preguntado a personas que forman parte del programa. Se les ha cuestionado sobre el hecho de si se incluye a determinado tipo de entrevistados que se presupone que no van a proporcionar mucha audiencia porque consideran que lo necesitan, o si estos quedan

excluidos, y lo mismo con los temas de actualidad, si hay temas que forman parte de esta sección, aunque se sepa que no dan buena audiencia, o si no la dan se eliminan. Si este tipo de contenidos se mantienen tanto en la sección de testimonios como en la actualidad, es decir que no prevalece la audiencia, que en sí es la que garantiza el plano económico, se demostraría que prepondera la función social, y que prevalece “unas obligaciones hacia los ciudadanos que les exigen salirse de la tendencia actual generalizada de los medios de comunicación de comportarse como simples empresas cuyo objetivo es la búsqueda de beneficios económicos,” como se indica en esta hipótesis secundaria.

PROTAGONISTAS DE “LA TARDE”

2009:

Uno de los invitados es un señor mayor, 82 años, poco agraciado, no se expresa muy bien verbalmente y escucha poco (trabajó en los astilleros y el ruido le provocó sordera.)

2010:

Manuel, de 93 años, vive en una residencia de ancianos y es el mayor de la residencia. Otra de las invitadas tiene 86 años y un pequeño tembleque continuo. En Actualidad. Mujer que iba a ser desahuciada. Perfil social bajo. Se nota en su forma de expresarse que ha recibido poca educación.

La protagonista del tercer tema de Actualidad es una mujer desaparecida que vive en un barrio de perfil social bajo y con una discapacidad psíquica.

2011:

Uno de los invitados tiene 81 años. Una generación que no se suelen ver representados en la televisión actual.

2012:

Una de las invitadas se llama Merchi tiene 42 años y nunca ha tenido novio. Siempre se ha dedicado a cuidar a sus padres y no se sabe relacionar con los

hombres. Tiene un gran complejo porque sufrió la polio de pequeña y le ha quedado una cojera.

Los protagonistas de uno de los temas de Actualidad sin vecinos que viven entre puntales en un barrio humilde de Jerez de la Frontera.

2013:

Una de las invitadas se llama Ani tiene 81 años y lleva 20 años sin tener pareja, desde que enviudó.

En el programa hubo una cita entre dos personas de más de cuarenta años y ninguna de las dos había tenido nunca pareja. Ambas aseguraban que había sido por ser muy tímidos.

2014:

Uno de los invitados Antonio de 60 años dice “Yo solo veo como solución para acabar con esta ruina que es mi situación actual ir al programa,” “no soporto estar solo,” “una vez que llego a la casa se me cae encima.”

Juana de 61 años, de Jerez de la Frontera. “No he disfrutado nada. Quiero vivir una vida diferente de lo que he vivido hasta ahora. He tenido que cerrar mi casa e irme con mi hijo porque se me cae la casa encima. Yo siempre he estado rodeado de hijos y por eso he aguantado este calvario, he aguantado lo inaguantable. La soledad es muy dura y muy triste.”

2015:

Uno de los temas de la sección de Actualidad de unas mujeres de Sevilla que han montado una tienda tras haber pasado diversos tumores.

2016:

Uno de los temas de Actualidad cuenta unos padres de acogida de una niña saharai que necesita una operación.

2017:

Se comienza el programa contando que le han dado un premio a la mejor paella del mundo a unos hosteleros de Córdoba. El concurso internacional, tras 56 años de certamen de Sueca, en Valencia. Ha sido para padre e hijo, José Miguel y

Pepe. “Son generosos y abiertos viene uno de fuera y lo hace mejor y se le reconoce. Muy importante ante los nacionalistas.” A parte de que tiene muchos premios más.

2018:

El programa comienza con una iniciativa de una escuela de fútbol de Sevilla para niños con problemas físicos, trastornos del desarrollo y de la evolución. Portavoz y otra madre. Síndrome de Asperger, TDH, autismo, Síndrome de Down... Se llama Integra. Uno de los chavales hace de portavoz y se les ve hacer sus actividades de fútbol.

Todos estos protagonistas por uno u otro motivo no son los personajes que suelen salir en otros programas y canales de televisión. Uno de los motivos esgrimidos es porque no son de un nivel alto de consumo por tanto no es el que interesa a los anunciantes, por tanto, las televisiones buscan otros sectores que sean más atractivos para los anunciantes y por tanto provoquen mayores ingresos.

Asimismo, la mayoría son de clase sociales media-baja o baja, lo que hace que les cueste más problema expresarse y esto dificulta el desarrollo de un programa de testimonios como *“La Tarde.”*

Por otra parte, son personas mayores, físicamente poco atractivas, algunas analfabetas, con problemas físicos... Todo esto hace que no sean personas a las que se le suele dar un espacio en los medios audiovisuales actuales.

Una referencia concreta al tema de los desaparecidos. Es una temática que, si no se trata de una persona muy joven o un perfil muy concreto, baja la audiencia. En este caso que se trata de una persona de clase baja y problemas de salud nunca ha dado buena audiencia. Aun así, se sigue dando en el programa. Se intenta dar en menos minutos, pero no se deja de dar si se piensa que es útil por la bajada de la audiencia.

Cuando se le pregunta a Juan y Medio sobre qué personajes o los grupos minoritarios han tenido su hueco en los diez años que lleva *“La Tarde”* en emisión, sorprende su respuesta:

Te va a parecer una cosa un poco extraña. Hay un grupo minoritario que es mayoritario. Y son los que no tienen dientes. No los querían en televisión, no querían a los que decían “pograma” no querían a los analfabetos que han sacado adelante con su esfuerzo honrado a familias numerosas y universitarios, que han pagado sus impuestos y han permitido que yo vaya a la universidad. Pero dicen “pograma” y los tengo que despreciar. Esos grupos son muchos cientos de miles de personas, gente que se avergonzaba de verlos en televisión luego siendo sus abuelos igual. Con lo cual a mí eso me dolía en el mismo corazón. Evidentemente homosexuales, discapacitados, gente que ha pasado por la cárcel con delitos, drogodependientes, toda esta gente. Yo no he hecho distinción de ninguna clase. Y evidentemente me da igual su ideología, su orientación sexual y hemos tenido de todos los países: emigrantes ecuatorianos, rumanos, a mí me da exactamente igual. (Bautista, G., 2019)

Hablando del colectivo homosexual señalar que el programa ha recibido los premios Premio a favor de la Diversidad “Baeza diversa” LGTB y el Premio Colectivo LGTB Almería, y es reseñable que en una de las ocasiones en las que un hombre homosexual fue a buscar pareja hubo muchas llamadas de los espectadores diciendo que no les parecía bien que se les diera un hueco a esas personas y que había mucha gente esperando para que le dieran un hueco a alguien como esas personas... Y Juan y Medio lo transformó en todo lo contrario. En un apoyo al colectivo homosexual¹⁷⁰.

Vemos que en todos los programas de nuestra muestra aparece un protagonista que no tendría lugar en otros programas y que hacen que la función del programa y de *Canal Sur Televisión* se aleje de la búsqueda exclusiva del objetivo económico. Aunque evidentemente la audiencia es un medidor para todos los programas que se emiten, pero no el único.

Preguntados nuestros informantes claves por esta cuestión contestan; ¿Los medios de comunicación públicos, y por tanto los contenidos que se emiten en

¹⁷⁰ Podemos ver la reacción de Juan y Medio en este vídeo que se hizo viral años después y cuya repercusión fue recogida por diversos medios de comunicación. Ver https://www.elespanol.com/social/20181004/reaccion-juan-medio-homofobia-viraliza-anos-despues/342966540_0.html [Consultada en junio de 2019.]

Canal Sur Televisión producidos por la productora *Indaloymedia*, tienen unas obligaciones hacia los ciudadanos que les exigen salirse de la tendencia actual generalizada de los medios de comunicación de comportarse como simples empresas cuyo objetivo es la búsqueda de beneficios económicos?, responden:

Informante	Sí o No	Explicación
Joaquín Durán Ayo	Sí	Totalmente vamos, absolutamente.
Guillermo Garrigós González	Sí	Tiene la obligación de salirse de ser simples empresas... Sí.
Juan y Medio, Juan Bautista Martín	Sí	Evidentemente, claro la búsqueda de la consecución de cosas que no son estrictamente los beneficios económicos es el norte de esta empresa.
Pedro Collado Gómez	Sí	Sí, pero más que beneficios yo hablaría de audiencias. Una televisión pública no debe buscar beneficios, pero sí una buena gestión. Lo que me parece una barbaridad es que todas las televisiones públicas españolas sigan peleando por la audiencia, cuando se ha permitido el duopolio actual <i>Mediaset</i> <i>Atresmedia</i> que han acaparado todo el mercado publicitario y con los que no se puede competir económicamente.
Noelia Alcántara Rueda	Sí	Sí, los programas de <i>Indaloymedia</i> tienen como filosofía ayudar entreteniendo y se cumple.
Paz García Santana	Sí	Si. También debe cumplir con la función social que

		encomienda la ley de la Rtva
Antonio Manfredi Díaz	Sí	Como siempre he sido muy objetivo en la búsqueda de beneficios obviamente, esto es el servicio público, no puedes ir a ganar dinero...Obviamente. Insisto, el servicio público nota tiene que ser aburrido. El entretenimiento también es servicio público y yo creo que <i>Indaloymedia</i> lo es.
Emelina Fernández Soriano	No contesta	No contesta
Miguel de Aguilera Moyano	Sí	Yo creo que sí. Vamos a ver, <i>Indaloymedia</i> está prestando un servicio o Canal Sur está prestando un servicio a través de <i>Indaloymedia</i> . Se dirigen a un segmento de la población, esencialmente los mayores y población no muy avanzada culturalmente que con frecuencia son olvidados en cierta, por otras actuaciones en el campo de audiovisual. Quiero decir, como su capacidad económica es más limitada, pues son olvidados. La televisión pública tiene dirigirse a todos, incluyendo los sectores olvidados en otras televisiones pero claro, el dirigirse casi exclusivamente a esos segmentos de la población (mayores, gente del medio rural, de ciudades de tamaño medio por así decirlo, poblaciones de tamaño medio y pequeño, en el medio rural y muy

		especialmente en el Valle del Guadalquivir... a esos sí se les presta un servicio público pero no a toda la población andaluza.
Rut Mingorance Villalba	Sí	Es una empresa privada y por lo tanto no tienen ninguna obligación más allá de obtener beneficios. Esa es la función de una empresa privada por definición (si no sería una ONG o una Fundación.) La función de <i>Canal Sur</i> como servicio público viene regulada en su ley de creación. Y la rentabilidad que tienen que buscar los contenidos que se muestren en la cadena tienen que tener sobre todo rentabilidad social. Podemos decir que el programa " <i>La Tarde aquí y ahora</i> " cumple un objetivo social al dirigirse a un target de audiencia que no era atendido habitualmente. Pero habría que analizar en concreto qué parte del contenido del programa cumple esa función.
Juan Luis Manfredi Mayoral	Sí	Yo diría que sí, pero matizaría algunas cosas. Porque este es un medio de comunicación que lo que busca es audiencias y han hecho un tipo de programa digamos cuyo esquema te garantiza un tipo de audiencia y te lo garantiza casi fijo. Entonces. Probablemente si lo interpretamos así, no están cumpliendo, ¿por qué? Porque garantizan

		<p>la audiencia, pero una audiencia digamos influenciable que influyente. Que bueno... mandar mensajes que la gente influyente... Yo veraneo en un pueblo donde el maestro les recomienda a los niños no ver <i>Canal Sur</i>. El médico cuando está atendiendo dice ¿ha visto usted tal? Ah no yo eso no lo veo tal. Si las personas que influyen no te ven, no sé si estas cumpliendo la función correcta.</p>
Manuel Gómez Cardeña	Sí.	<p>Si, en cuanto a los contenidos. Como empresas, como cualquier empresa, deben intentar tener beneficios, es decir conseguir el salario de la persona jurídica.</p>
José María Zafra Benjumeda	Sí	<p>Las empresas, son empresas... pero cuando tú trabajas para <i>Canal Sur</i>, puedes luchar solo por conseguir números, pero, sin embargo, hay otros objetivos sociales... Cuando <i>Canal Sur</i> externaliza una producción, lo primero que tiene que hacer es ser fiscalizadora de que ese contrato se cumple en los términos que se firma. Esa es la labor que tiene que cumplir el debido cumplimiento de ejecución. Hay otros puntos en los que tiene la labor de vigilando y que nosotros también conocemos, que son las reglas del juego, como por ejemplo que haya</p>

		equilibrio entre los territorios. Y a nivel de contenidos hay unos códigos de forma de hacer las cosas muy claras: por ejemplo, no se traen políticos para programas de entretenimiento, especial atención con los menores...
Rodrigo Elías Zambrano	Sí	Sí, pero es importante saber que Canal Sur elimina programas con baja audiencia, lo que obliga a tener esto en cuenta y adaptar los contenidos a los gustos del público.
David Fernández Quijada	No preguntada	No preguntada
Bonifacio Rodríguez Cañibano	No	No comparto los términos de la pregunta. Insisto en que las productoras, e <i>Indaloymedia</i> entre ellas, no tienen que cumplir ninguna función pública, ni tienen obligaciones especiales con los ciudadanos. Solo las que marca el derecho mercantil. Las productoras adaptan sus contenidos a los requisitos del cliente, que en este caso es <i>Canal Sur</i> y que es el responsable legal de lo que se emite. Es una relación puramente comercial. No es trascendente para las productoras.
Juan Tortosa Marín	No	Claramente ¡¡NO!!
Chema Rodríguez García	Sí	
Francisco Andrés Gallardo Alvarado	Sí	Claro es que canal sur debería de innovar y ser... El prime time está ocupado por dos programas pues vamos a tener que inventarnos

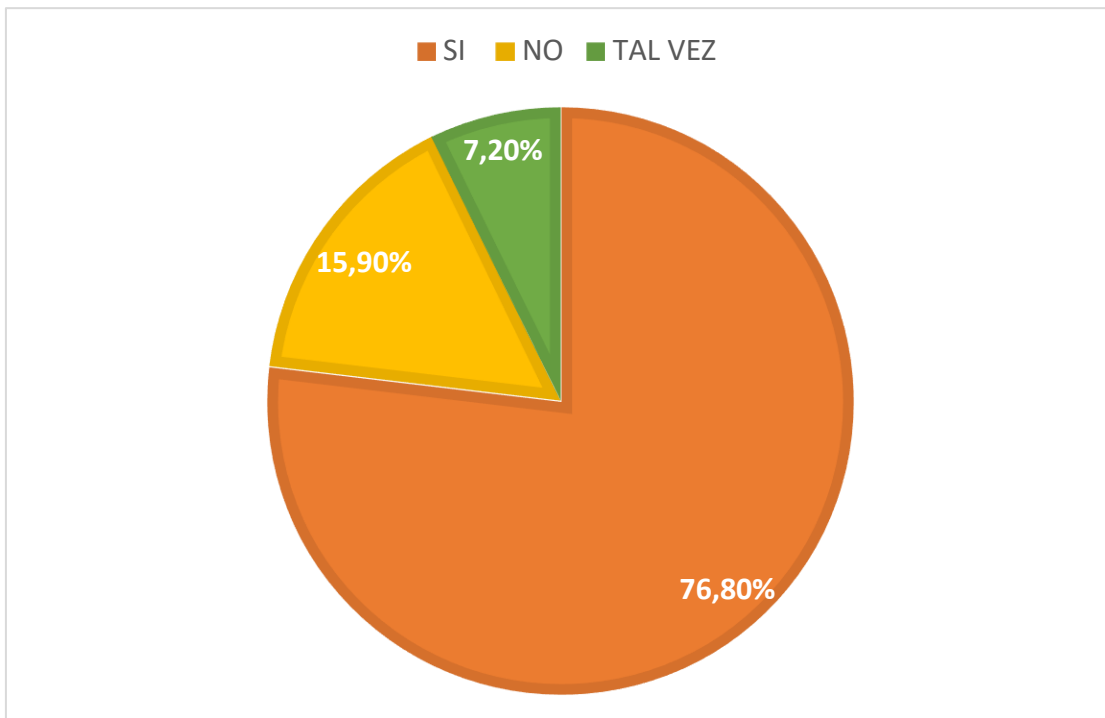
		otra cosa, porque un programa de fiestas de verdad es un rollo.
Pedro de Tena Alfonso	Sí	La pregunta supone que un ente público no tiene que buscar beneficios. Creo que todo ente público tiene que buscarlos, sean económicos o no. O al menos, quedarse en un presupuesto cumplido a rajatabla. Además, en caso de no tenerlos o sobrepasar el presupuesto, habrá deudas que alguien, el público, tendrá que pagar.
Miguel Ángel Vázquez Bermúdez	Sí	Sí. La exigencia a los medios públicos es mayor en la medida que se sostienen con los impuestos que pagamos todos y todas. Canal Sur cumple.
Mateo Rísquez Madrideojos	No	Todas las empresas tienen que buscar beneficios económicos, especialmente en el caso de <i>IndaloyMedia</i> . Lo que pasa es que en su caso la mayoría de sus beneficios provienen de lo público. Pero es que <i>Canal Sur</i> se financia como se financia. <i>Canal Sur</i> es una empresa pública. Pero <i>Indaloymedia</i> es una empresa privada a la que contrata una empresa pública. Como <i>Indaloymedia</i> las hay a cientos de miles: sanitarias, educativas, colegios concertados...
Jesús Romero Sánchez	Ni sí ni no	No puedo contestar con un sí o con un no. Canal Sur tiene una Carta de

		<p>Servicios y un Contrato-Programa que establece el carácter de servicio público. Los programas de <i>Indaloymedia</i> van en contra del espíritu de ambas, así como del espíritu de la ley de la Rtva y del estatuto de autonomía. Las obligaciones establecidas se la saltan a la torera y, además, no se les exige, ni por parte de la dirección de la empresa ni por parte del gobierno como tampoco por la comisión de control de la Rtva. La Rtva sigue siendo un mero negocio tanto para las productoras como para los dirigentes de la cosa pública.</p>
--	--	---

También la mayoría de los preguntados en el cuestionario de muestreo aleatorio da la misma contestación y situándose de una manera ampliamente mayoritaria en esta respuesta. El 76,8% de los participantes afirman que deben salirse de esta tendencia y no priorizar la búsqueda de beneficios económicos.

Las televisiones públicas tienen la obligación de salirse de la tendencia general de la televisión de comportarse como simples empresas buscando el objetivo económica

138 respuestas



Quedarían tres hipótesis que son las que están más relacionadas con Estructura de la Comunicación. Si “las televisiones públicas se convierten en las televisiones del partido político que en ese momento esté en el poder”, si “existen un grupo de productoras élite que se benefician por su relación con antiguos miembros de la Rtvva y con el partido en el poder” y por tanto si “la Estructura audiovisual andaluza y la productora *Indaloymedia*, no están al margen de los distintos conglomerados mediáticos mundiales que determinan los contenidos que hoy en día llega a los ciudadanos. Todo está interrelacionado.”

La primera de estas tres hipótesis ya fue analizada por la investigadora que realiza esta tesis doctoral en su tesina. Para ello se contabilizaron las informaciones que aparecieron en “La Tarde, aquí y ahora” relacionadas con algún grupo político, y en concreto con partido en el poder, en este caso el Partido Socialista y, sobre todo, aquellas informaciones que le podían afectar negativamente. El hecho de que aparezcan en la televisión autonómica, la cual sufre la crítica de que es la televisión del PSOE, demostraría si se cumple o no esta hipótesis. Tras un examen minuciosos de las informaciones se realizó una tabla para objetivar el concepto.

TEMA Y FECHA	ENTIDAD IMPLICADA	PARTIDO POLÍTICO
Residencia de ancianos en malas condiciones (10.09.09)	Consejería de Bienestar Social	Partido Socialista (PSOE)
No tienen agua en el Valle de Abdalajís (28.09.09)	Ayuntamiento del Valle de Abdalajís y la Diputación Provincial de Málaga	Partido Socialista (PSOE) y Partido Socialista (PSOE)
Piden un autobús (08.09.10)	Morente Granilla, pedanía de Bujalance	Partido Socialista (PSOE)
Vive en condiciones infrahumanas (21.08.09)	Delegación provincial de Vivienda (Málaga)	Partido Socialista (PSOE)
Le extirpan el pecho equivocado (NEGLIGENCIA MÉDICA) (27.10.09)	Clínica La Salud, seguro ADESLAS. (Cádiz)	
60 trabajadores sin cobrar (TRABAJADORES IMPAGADOS) (28.10.10)	La empresa Construcciones Jiménez Puertas	
Muere durante el parto (NEGLIGENCIA MÉDICA) (29.10.10)	Hospital Infanta Margarita (Córdoba)	Partido Socialista (PSOE)
Casas en mal estado (29.10.10)	Ayuntamiento de Sevilla y Consejería de Vivienda	Partido Socialista (PSOE)
Un profesor abusa de dos niñas (03.11.10)	Consejería de Educación	Partido Socialista (PSOE)
Fallece un bebé (NEGLIGENCIA MÉDICA) (03.11.10)	Hospital Virgen del Rocío y la Consejería de Salud	Partido Socialista (PSOE)
Taxista no puede llevar falda (DISCRIMINACIÓN) (12.11.09)	Ayuntamiento de Málaga	Partido Popular (PP)
Viviendas en mal estado en Córdoba (13.11.10)	Empresa municipal de la vivienda, Vimcorsa, y Gerencia de Urbanismo	Izquierda Unida (IU)
Vivienda en mal estado (18.11.10)	Ayuntamiento Cenes de la Vega (Granada)	Partido Socialista (PSOE)
Muere tras operación cirugía estética (NEGLIGENCIA MÉDICA) (20.11.10)	Hospital Dr. Pascual de Málaga	

Once años sin agua (24.11.10)	Ayuntamiento de Escóznar, pedanía del municipio granadino de Íllora	Partido Socialista (PSOE)
Denuncian antena por casos de cáncer (25.11.10)	Ayuntamiento Vélez-Málaga y empresas de telefonía móvil	Partido Socialista (PSOE)
Denuncia acoso escolar (27.11.10)	Colegio Concertado María Inmaculada de Antequera y Consejería de Educación	Partido Socialista (PSOE)
No puede entrar en su vivienda de protección oficial por haber sido ocupada (30.11.10)	Empresa Pública del Suelo en Andalucía, EPSA, de la Consejería de Vivienda y el Ayuntamiento de Camas	Partido Socialista (PSOE)
Denuncian puente peligroso (30.11.10)	Ayuntamiento de Jerez	Partido Socialista (PSOE)
Trabajador se sube a una grúa por impago. Castilleja de Guzmán (01.12.10)	No aparece el nombre de la empresa	
Denuncian que viven en condiciones inhumanas (01.12.10)	Ayuntamiento de Cádiz, el obispado de Cádiz y Consejería de Vivienda.	Partido Popular (PP) y Partido Socialista (PSOE)
Funcionarios sin cobrar (02.12.10)	Ayuntamiento de Orcera (Jaén)	Partido Popular (PP)
Vive en condiciones inhumanas (04.12.10)	Asuntos Sociales del Ayuntamiento de Sevilla	Partido Socialista (PSOE)
Trabajadores del servicio de ayuda a domicilio sin cobrar (09.12.10)	Ayuntamiento de Almuñécar	Convergencia Andaluza (CA)
Denuncia que no le han renovado el contrato por estar embarazada (11.12.10)	Servicio Andaluz de Salud	Partido Socialista (PSOE)
Vive en un coche (15.12.10)	Ayuntamiento de Ronda	Partido Socialista (PSOE)
Tiene obesidad mórbida y asegura que su vida corre peligro (17.12.10)	Hospital Virgen del Rocío y Servicio Andaluz de Salud; Consejería de Salud.	Partido Socialista (PSOE)
Huelga de hambre por no cobrar (22.12.10)	Empresa <i>Nature Pack</i> de Minas de Riotinto (Huelva).	

Sorteo trabajo para parados (CRISIS)	Ayuntamiento de Jun, Granada	Partido Socialista (PSOE)
Su hijo murió operación de vegetaciones (NEGLIGENCIA MÉDICA)	Hospital de Poniente de El Ejido y Consejería de Salud	Partido Socialista (PSOE)
Piden que quiten antena telefonía móvil por enfermedades (18.01.10)	Ayuntamiento de Brenes, Junta de Andalucía, Ministerio de Sanidad y Telefónica	La asamblea de Unidad Popular Andaluza (UPAN)
Denuncian suciedad en casas ocupadas (19.01.10)	Ayuntamiento de Málaga	Partido Popular (PP)
Niño muere porque se le cae una portería encima (20.01.10)	Ayuntamiento de Jaén	Partido Popular (PP)
Denuncia al ginecólogo que le atendió en el parto (NEGLIGENCIA MÉDICA) (22.01.10)	Clínica San Rafael, en Cádiz, y aseguradora Adesla	
Paralizan las obras de un geriátrico y cientos de ancianos pierden sus ahorros (27.01.10)	La Caja de Ahorros de Galicia (Caixa Galicia)	
Grietas en edificios (28.01.10)	La empresa Promosol y la Constructora San José.	
Vive entre pilares (01.02.10)	Junta de Andalucía	Partido Socialista (PSOE)
Tienen que dejar sus casas (02.02.10)	Autoridad Portuaria de Sevilla	
Se fuga un preso (05.02.10)	Instituciones Penitenciarias (Ministerio de Interior)	Partido Socialista (PSOE)
Incendio residencia de ancianos (10.02.10)	Residencia Aurora y la Consejería de Bienestar Social de la Junta de Andalucía	Partido Socialista (PSOE)
Huelga de hambre por irregularidades bolsa de trabajo (15.02.10)	Ayuntamiento Maracena, Granada	Partido Socialista (PSOE)

Falso medicamento (04.03.10)	Acobiomol	
Sin casa por el derrumbe de una casa cueva (04.03.10)	Ayuntamiento de Paulenca de Guadix (Granada)	Partido Popular (PP)
Pesa 190 kg. y pide ayuda	Servicio Andaluz de Salud	Partido Socialista (PSOE)
Denuncian que sus casas se derrumban (10.03.10)	Consejería de la Vivienda	Partido Socialista (PSOE)
Derrumbe de vivienda (16.03.10)	Ayuntamiento de Córdoba (IZQUIERDA UNIDA)	Partido Popular (PP)
Denuncian la amputación de las piernas a una niña (NEGLIGENCIA MÉDICA)(18.03.10)	Servicio Andaluz de Salud y el hospital Puerta del Mar	Partido Socialista (PSOE)
Muere tras hacerle una endoscopia (NEGLIGENCIA MÉDICA) (22.03.10)	Servicio Andaluz de Salud y el Hospital Clínico de Málaga	Partido Socialista (PSOE)
Seis meses sin ver a sus hijas por denuncia de malos tratos falsa (24.03.10)	Juzgado de violencia de género de Jaén, el Tribunal Superior de Justicia de Andalucía y la Consejería de Justicia	Partido Socialista (PSOE)
Encadenado porque no le pagan (24.03.10)	La empresa constructora Garasa Esñeco	
Alumno agrade al director de un instituto (24.03.10)	Consejería de Educación	Partido Socialista (PSOE)
El Servicio Andaluz de Salud reconoce una negligencia (29.03.10)	Servicio Andaluz de Salud	Partido Socialista (PSOE)
Madre denuncia que su hija es amenazada por una compañera de clase (06.04.10)	Consejería de Educación y IES Sierra Bermeja	Partido Socialista (PSOE)
Presunta estafa financiera (06.04.10)	Credijerez	
La Junta de Andalucía indemniza al niño muerto en una papelera (06.04.10)	Consejería de Educación	Partido Socialista (PSOE)

Seis años en cama esperando un juicio (08.04.10)	Tribunal Superior de Justicia de Andalucía	
Condenado médico por una operación de pechos (08.04.10)	La Clínica de Estética Bonal, en Torre del Mar, Málaga	
A juicio por estafa la directora de una residencia de ancianos (09.04.10)	La residencia Nuestra Señora de Gracia de Alhaurín de la Torre (Málaga)	
Lo ha perdido todo por no pagar dos mil euros a su banco (12.04.10)	Solo "ENTIDAD BANCARIA"	
La quiebra de una promotora deja en la calle a 84 familias (14.04.10)	La promotora, Promociones Fabicon S.L y el Ayuntamiento de Jerez	Partido Socialista (PSOE)
Vive entre humedades (15.04.10)	Ayuntamiento de Jerez	Partido Socialista (PSOE)
Denuncia que le echaron de una discoteca (16.04.10)	Discoteca Mae West	
No pueden vivir en su casa por el derrumbe de un muro a causa de las lluvias (20.04.10)	Ayuntamiento Alcolea del Río (Córdoba)	Partido Socialista (PSOE)
Manifestación para que cambie la ley del menor (22.04.10)	Contra el gobierno central	Partido Socialista (PSOE)
Sin ver a su hijo por denuncia falsa de malos tratos (23.04.10)	Tribunal Superior de Justicia de Andalucía y Consejería de Justicia	Partido Socialista (PSOE)
Viven en una caravana por la crisis (26.04.10)	Ayuntamiento de Salinas, Málaga, y Consejería de Bienestar Social	Partido Popular (PP)
Piden retirada de antena de telefonía móvil (28.04.10)	Ministerio de Industria, Ministerio de Sanidad, Ayuntamiento de Pechina y empresas de telefonía móviles	Partido Socialista (PSOE)

Piden que se reabra el caso de la muerte de su hijo (28.04.10)	Tribunal Superior de Justicia de Andalucía	
Muere por accidente laboral (29.04.10)	La cantera de los Hermanos Téllez	
Profesor agredido por un alumno (03.05.10)	Consejería de Educación y el IES Saladillo	Partido Socialista (PSOE)
Dos mujeres en el hospital al caerles el techo encima (03.05.10)	Ayuntamiento de Guadix	Partido Popular (PP)
Piden un prestamo a su nombre (04.05.10)	Banco Santander en Granada	
Paciente operado de cara (04.05.10)	Servicio Andaluz de Salud y el hospital Virgen del Rocío	Partido Socialista (PSOE)
Siete años maltratada por su hermano con enfermedad mental (07.05.10)	Tribunal Superior de Justicia de Andalucía	
Una cooperativa de viviendas vende seis casas con los inquilinos y propietarios dentro (10.05.10)	Sociedad Anónima Cooperativa de Casas Baratas	
Un año esperando una operación de su hija de 12 años con una enfermedad rara (11.05.10)	Hospital Reina Sofía de Córdoba y el Servicio Andaluz de Salud	Partido Socialista (PSOE)
Juicio por medicamento dañino (14.05.10)	El laboratorio que fabricaba el medicamento Agreal	
Presunta agresión de un profesor a una niña (18.05.10)	Colegio de primaria “Virgen de Loreto” en Guadahortuna (Granada) y Consejería de Educación	Partido Socialista (PSOE)
Condenan a una promotora a pagar 350.000 euros por la caída de unas casas Lepe (19.05.10)	La promotora (no aparece el nombre en la noticia)	

Con 74 años vive con el cuarto de baño en la azotea (26.05.10)	Ayuntamiento de Cádiz y Consejería de Vivienda	Partido Popular (PP) y Partido Socialista (PSOE)
Derrumbe de viviendas (28.05.10)	Ayuntamiento de El Puerto de Santa María	Partido Popular (PP)
Ocho años esperando juicio por accidente laboral (01.06.10)	La bodega de la empresa "Paéz Morilla y hermanos S. A" y Tribunal Superior de Justicia de Andalucía	
Segundo bebé de madre transplantada en Andalucía (03.06.10)	Consejería de Salud	Partido Socialista (PSOE)
Detenidos los dos responsables de una residencia de Carmona por presunto maltrato a 14 ancianos (09.06.10)	Consejería para la Igualdad y Bienestar Social, la Consejería de Salud y la inspección de Trabajo. La residencia se nombra como "una residencia en Carmona"	Partido Socialista (PSOE)
Piden un ascensor (09.06.10)	Junta de Andalucía	Partido Socialista (PSOE)
Se fuga un preso (10.06.10)	Instituciones Penitenciarias, Ministerio de Interior	Partido Socialista (PSOE)
Se quedan sin autobús en la aldea de Morente (Bujalance) Córdoba) (16.06.10)	Ayuntamiento de Bujalance y también de la Consejería de Obras Públicas,	Partido Socialista (PSOE)
Desalojados cien vecinos del barrio de La Macarena por el riesgo de derrumbe de una grúa (17.06.10)	Universidad de Sevilla, el Ayuntamiento de Sevilla, la consejería de Bienestar Social y la "constructora" (no aparece el nombre.	Partido Socialista (PSOE)
Esperando juicio desde 2002 (21.06.10)	Tribunal Superior de Justicia de Andalucía	
Siete años sin ver a sus hijos por denuncia falsa (22.06.10)	Consejería de Justicia	Partido Socialista (PSOE)
Denuncia de padres de hijos con necesidades especiales (23.06.10)	Consejería de Educación	Partido Socialista (PSOE)

Un padre ocupa una vivienda Ayuntamiento de Cádiz Partido Popular (PP)
(25.06.10)

De las 92 noticias analizadas, extraídas de la muestra escogida para la realización de la anterior tesina, entre los programas del 7 de septiembre d 2009 y el 25 de junio de 2010, quedó comprobado que 63 de las informaciones tenían relación con un “partido político,” es decir, dar la información puede influir en la imagen que se tiene de este partido. El resto de las informaciones tienen relación con otras empresas o grupos de poder, los hemos englobado en el grupo “otros.” Dentro de este grupo encontramos clínicas y empresas médicas privadas (la clínica La Salud de Cádiz, el seguro ADESLAS, hospital Dr. Pascual de Málaga, la Clínica de Estética Bonal, en Torre del Mar, Málaga) empresas de construcción y promotoras (Construcciones Jiménez Puertas, la empresa Promosol, la Constructora San José, la empresa constructora Garasa Esñeco, La promotora, Promociones Fabicon S.L) entidades bancarias (la Caja de Ahorros de Galicia, Caixa Galicia, Credijerez, Banco Santander de Granada) empresas farmacéuticas como la productora de *Acobiomol* o de *Agreal*, empresas de telefonía móviles, residencias de acianos privadas o concertadas (La residencia Nuestra Señora de Gracia de Alhaurín de la Torre, Málaga;), la Autoridad Portuaria de Sevilla, Sociedad Anónima Cooperativa de Casas Baratas, empresas privadas (la discoteca Mae West, la empresa *Nature Pack* de Minas de Riotinto, Huelva, La cantera de los Hermanos Téllez, la bodega de la empresa “Paéz Morilla y hermanos S. A), etc.

En las informaciones con “implicación política” vemos que 53 tienen relación con el Partido Socialista (partido que se gobernaba tanto en el Gobierno central como en la Junta de Andalucía durante los programas que componen la muestra,) mientras que doce de ellas con el Partido Popular, una con Izquierda Unida, otra con Convergencia Andaluza y otra con La asamblea de Unidad Popular Andaluza (UPAN.) No obstante, hay que señalar que en las informaciones no se ha dicho el partido en concreto al que pertenecen si no ha surgido en el transcurso del guion, podrían ser de un partido o de otro, no se ha indicado el signo político. Con estos datos quedaba demostrado que se han dado informaciones independientemente de si la imagen del partido en el poder podía verse dañada.

Por tanto, desde este punto de vista, es decir en el caso concreto de la productora *Indaloymedia* y su principal programa “La Tarde, aquí y ahora” quedaría refutada esta hipótesis ya que si “se convierte en la televisión del partido que está en el poder” hay que presuponer que no permitirían que se emitiesen noticias que perjudicase a su imagen. Estos datos son fundamentales en la actual tesis doctoral ya que como hemos explicado anteriormente la sección de actualidad ha sido eliminada del programa y los datos que se extrajo en este análisis anterior son extrapolables y representativos de esta sección mientras duró. No obstante, hemos hecho el mismo escrutinio dentro de los programas seleccionados como objeto de estudio en esta tesis doctoral, pero estos años ha habido cambios en la sección de “Actualidad.” En los inicios fue una sección con peso, aunque nunca tuvo la misma importancia que “En Compañía se vive mejor” sí era la segunda en valor, pero con el tiempo fue bajando en minutos y posteriormente en contenido. Finalmente, en los años posteriores a la tesina la sección quedó a un espacio residual y los contenidos cambiaron incluyendo ya solo temas sociales por lo que no serían útiles para la demostración de esta hipótesis. Aunque desde el programa se luchó durante muchos años por mantener esta sección con su sentido originario, es cierto que casi desde el principio surgieron problemas ya que por delante “*La Tarde, aquí y ahora*” tenía otros programas que daban temas de actualidad y por detrás estaba “*Andalucía Directo*” que también la incluye en sus contenidos, y desde *Canal Sur* se pensaba que se podía saturar a la audiencia. Esto unido a que lo genuino del programa, lo que lo identifica y lo hace diferente es la parte de “En Compañía se vive mejor” y a su vez es lo que realmente da seguidores al programa ha terminado provocando la desaparición de la sección de “Actualidad.” Asimismo, señalar que el productor ejecutivo Guillermo Garrigós ha explicado en su entrevista como informante clave que en los últimos años el celo y control que tenía la televisión autonómica sobre los contenidos de esta sección llevó a la desaparición de esta:

También antes de la falda, ya desde la cadena también se ha puesto un poco más de celo en el cuidado de que cualquier cosa, que pudiera tener un rasgo político, no saliese en el programa. (...) La cadena lo que procura vigilar, es intentar abstraer al máximo posible el contenido de “*La Tarde*” de las cuestiones políticas, de polémicas o cuestiones que puedan tener una

interpretación política y llevarse al ámbito de la política y es lo lógico, yo lo entiendo... No es un programa informativo, no es un programa de información política. Nosotros hacemos porque desde el programa no se haga absolutamente ningún tipo de concesión a una intencionalidad política, sea a un lado o a otro. En ese sentido nosotros somos blancos, inmaculados. Pero sí es cierto que desde hace unos años la política invade el día a día. Todo, la política lo come todo, cualquier cosa por ejemplo cuando en la sección de actualidad al principio se informaba sobre un desahucio de una familia... Ya en todo parecía que había una intención política detrás o que se podían sacar unas conclusiones políticas de cada información, de cada noticia que se diese, y con temas de violencia de género, con temas de cuestiones económicas, con temas por ejemplo el caso de la chica esta que detuvieron de Almonte porque se iba a Siria, con temas *yihadistas* también... Todo eso... Hay una realidad y es que la política lo ha ido copando todo, las relaciones cotidianas en el día a día de la sociedad, con un protagonismo... y en ese intento de la cadena de evitar que ninguno de los contenidos que se de en el programa tengan una posible lectura política o interpretación de intencionalidad política, pues hay que tener mucho cuidado. Y sí, es verdad que hace unos años se ha ido poniendo más celo en esa vigilancia, pero yo achaco precisamente que esa vigilancia es porque la política se mete en todos los ámbitos. (Garrigós, G., 2019)

Esta situación hizo que la sección de “Actualidad” fuera eliminada. Por tanto, aunque vamos a detallar de los programas que hemos seleccionado para nuestra investigación la entidad implicada y el partido político tras dicho organismo, consideramos que el estudio más representativo es el realizado por esta investigadora en su tesina. No obstante, vamos a hacer el mismo análisis de la sección de “Actualidad” de los diez programas que hemos incluido en esta ocasión en la muestra en algunos ni había ya sección de “Actualidad” y además los resultados no serían tan representativos como los ya aportados.

Tanto es así que de los temas de actualidad solo en tres casos han tenido relación con alguna institución pública y por tanto con el partido que la dirigía en ese momento. De los tres casos solo se menciona el organismo con

responsabilidad en el asunto en dos ocasiones, ya que en el tercero que se trata el hecho de haber encontrado una vivienda para una persona que iba a ser desahuciada, no se habla de la situación ni de si esta persona estaba esperando vivienda social y por tanto tampoco se dan versiones del ayuntamiento ni de concejalía de vivienda ni de servicios sociales, ni de la consejería correspondiente de la Junta de Andalucía.

En los otros dos casos sí se señala a alguna entidad. El primero se trata de impago a los trabajadores municipales de Cortes de la Frontera en Jaén, en 2017. En ese momento en partido que gobernaba era el grupo independiente de vecinos. Asimismo, este partido indica que el problema arrastra de corporaciones anteriores. En este pueblo el PSOE gobernó desde 1987 hasta 2001. Por lo que se estaba señalando indirectamente al partido socialista. Asimismo, se señala a una ayuda que se está esperando de la Diputación de Málaga cuyo presidente en ese momento era del Partido Popular.

El segundo tema cuenta la situación de unas familias que viven en casas apuntalas en Jerez de la Frontera Cádiz. En ese momento la alcaldesa era del Partido Popular y en el tratamiento del tema además se pide explicación también a la Consejería de Fomento de la Junta de Andalucía en ese caso del partido socialista.

Por tanto, aunque consideramos que el estudio realizado por esta investigadora en su tesina es más representativo vemos que en la muestra de esta tesis doctoral también aparecen ayuntamientos y organismos públicos de distintos signos señalados como responsables de diversos problemas sociales tratados en la sección de “Actualidad.”

Hemos añadido además algo distinto en esta tesis doctoral y que sirve para ver la diferencia entre los datos que aporta el análisis cuantitativo y la imagen que se puede tener. Por ello le hemos preguntado a los informantes claves si la televisión autonómica es la televisión del partido que está en el poder o no. Es posible que la respuesta no coincida con lo que dicen los datos cuantificados y objetivos. También puede ocurrir, que en el caso concreto del programa de “*La Tarde*” la respuesta sea una y sea otra distinta si se incluye a los servicios

informativos dentro de ese control de la dirección sobre los contenidos dados. Procedemos a la exposición de los datos.

Informante	Sí o No	Explicación
Joaquín Durán Ayo	No	Mira somos la televisión más controlada democráticamente que hay de España. No hay ninguna cadena de televisión que tenga bueno creo que los catalanes nos igualan, pero no nos superan nadie eh. Nosotros tenemos un consejo profesional, consejo profesional al que la ley le encarga que vigile la neutralidad. No ya el pluralismo porque el pluralismo en <i>Canal Sur</i> lo mide el Consejo Audiovisual y ahí está el número del pluralismo ¿no? En <i>Canal Sur</i> sale muchísimo más tiempo la oposición del que debiera salir según las normas de uso internacional. Por lo tanto, de pluralismo nadie nos puede decir nada porque somos plurales hasta más no decir. Esta es la realidad cómo es digamos, es más subjetivo porque no hay manera de medir la neutralidad porque aquí se puede decir de todo. (...) Te digo una cosa, un grupo, un partido político que durante la campaña electoral no sale en <i>Canal Sur</i> saca doce diputados. ¿Esto cómo se come?

Guillermo Garrigós González	Sí	No debería, pero ocurre que habitualmente las líneas editoriales de los informativos están influenciadas por posición ideológica del partido que esté en el gobierno. Hablo más de aceptar una línea editorial de la cadena o la posición ideológica del partido, que de directamente influir con determinadas llamadas en determinados contenidos, a directrices en profeso. Puede ser más auto- y en parte derivado de un acercamiento ideológico al posicionamiento de la línea editorial de la cadena.
Juan y Medio, Juan Bautista Martín	Sí	Yo creo que todas. TV3 ya es una causa, por ejemplo. O la ETB lógicamente tienen ciertas cosas que se les da cabida y a otras no tanto. (...) El otro día se lo decía al Presidente de la Junta. Yo es que a mí ningún socialista ni ninguna persona se ha acercado a darme una consigna. Tuve la inmensa suerte de conocer a don Rafael Camacho, que entonces era el director general, y me dijo: "Si alguna vez alguien te viene a decir que digas algo, que puede que sea incluso de mi partido, tú primero lo mandas bien lejos y segundo vienes y me dices el nombre. Tú estás protegido para actuar y hacer lo que

		quieras y te convenga”. No he hecho ninguna barbaridad y he procurado no ofender a nadie, pero he de ser honesto y honrado: ni del PP ni del PSOE nadie ha venido a darme ninguna consigna sobre tienes que hacer o decir esto. Jamás.
Pedro Collado Gómez	Sí	Sí. La información es poder y la experiencia me dice que uno de los primeros objetivos de los partidos que llegan al poder, sea de la ideología que sea, es controlar los medios públicos de comunicación, sobre todo sus servicios informativos.
Noelia Alcántara Rueda	No	Prefiero pensar que no, soy optimista. (...) Siempre he trabajado para televisión pública, nacional y autonómicas, y creo que los profesionales siempre deben trabajar al margen de su ideología política. Creo en una televisión plural, ética y profesional. Y también creo en los órganos de control existentes para que esa pluralidad sea real.
Paz García Santana	Sí	No debería ser así. Ha habido épocas de televisión en España que se ha logrado la independencia del poder. Solo hace falta voluntad política y unos órganos de gestión que también sean independientes. Y un claro ejemplo, lo

		tenemos en “Europa” con la BBC británica cuyo modelo de financiación (canon anual), le confiere altas cotas de independencia y libertad.
Antonio Manfredi Díaz	No	No, con reservas. Digamos que eso es lo que intenta el partido político de turno y hay que defenderse de ello.
Emelina Fernández Soriano	No contesta	No contesta
Miguel de Aguilera Moyano	Sí	<p>Por desgracia sí, en diversos sentidos. Uno de ellos es que, en las televisiones públicas, son lugares de empleo en los que sobre todo... Quiero decir de colocación. Sí, a gente que tiene cierto vínculo. No solo con el partido político pero el hecho de formar parte de un partido político tiene mucho peso.</p> <p>Y los partidos políticos, que están en el poder, procuran desde ese poder, ejercer lo que se llama “el poder simbólico”; es decir, usar los medios de comunicación para intentar al menos convencer a la población de que su punto de vista es el más adecuado. Es decir, para aproximar la propuesta de realidad que hacen a sus intereses. Eso es una constante en los medios de comunicación de carácter público, tanto nacionales, como autonómicos, o incluso también locales. Así que,</p>

		en el caso de <i>Canal Sur</i> , sin duda.
Rut Mingorance Villalba	No	Discrepo con respecto a que las televisiones públicas sean del partido que gobierna porque estamos dotados de mecanismos que deben garantizar la pluralidad, veracidad e imparcialidad de nuestra información (como por ejemplo los consejos profesionales.) Además los trabajadores de las empresas públicas están amparados por un convenio que garantiza derechos laborales lo que permite la independencia, porque arbitrariamente nadie va a poder modificar tus condiciones laborales por no comulgar con el partido en el poder.
Juan Luis Manfredi Mayoral	Sí	Eso es demasiado rotundo pero sinceramente el que paga las nóminas es el que manda eso es así
Manuel Gómez Cardeña	No	Ni tanto ni tan calvo. Es verdad que siempre existe presiones desde el poder, pero no lo es menos que depende de quien ejerce el poder.
José María Zafra Benjumeda	Sí	Antiguamente el poder de la iglesia era que el domingo a las 12 de la mañana, el cura daba el mismo mensaje a nivel mundial. La fuerza era que, a través de las conferencias episcopales, la opinión pública se confeccionaba en la iglesia.

		<p>Los medios de comunicación han hecho que eso que hacía la iglesia de forma secular, han hecho que incidir en la opinión pública sea ya a través de las televisiones. Ahora mismo, se dice que las televisiones son las catedrales del siglo XXI. Por tanto, si las televisiones son el púlpito donde tú puedes incidir en la opinión pública, pues yo quiero ese púlpito, desde el punto de vista de partido político.</p> <p>De ahí a que cuando hay un control de gobierno en un gobierno, la herramienta, el medio de comunicación adscrito, sea el amplificador de todas sus políticas. Desde ese punto de vista, por supuesto que cada tele tiene la línea editorial que le marca el gobierno de turno y este marca su línea por ideología.</p>
Rodrigo Elías Zambrano	Sí	<p>Creo que sí que lo ha sido. Desgraciadamente como todas las teles públicas salvo contadas excepciones. Está por ver qué pasará ahora con el cambio de gobierno, pero la mayoría de programas (por supuesto no todos) ofrecen una idea de Andalucía muy maquillada y nada crítica ni realista. Una especie de 'palmerismo televisivo', podríamos llamarla.</p>

David Fernández Quijada	Sí	En el caso español, con poquísimas excepciones (el período de gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero para Rtv, por ejemplo), los gobiernos han intentado utilizar las televisiones y radios públicas para sus objetivos políticos y/o de partido. No existe cultura política sobre la independencia de los medios públicos. Se utiliza el concepto, pero muy pocos lo ponen en práctica. Y no es que no existan soluciones, ya que en Europa diferentes modelos garantizan esta independencia. Lo que falta es voluntad política para aplicarlos.
Bonifacio Rodríguez Cañibano	Sí	El PSOE, en los casi 30 años de existencia de la cadena, ha utilizado <i>Canal Sur</i> de forma directamente partidista (para ganar elecciones) e indirectamente para extender una ideología difusamente progresista. CS también ha sido un instrumento eficaz, por ejemplo, para transmutar el andalucismo de izquierdas de principios de la Transición, en un costumbrismo andaluz anodino, sin aristas políticas, centrado en las tradiciones, que impregna transversalmente buena parte de la programación. Es obvio que <i>Canal Sur</i> ha sido un eficaz aparato utilizado por el PSOE. En realidad, no conozco

		ninguna televisión que no sea instrumentalizada políticamente.
Juan Tortosa Marín	Sí	<i>Canal Sur</i> fue la televisión del Partido Socialista durante todo el tiempo en que este estuvo en el poder en Andalucía. Su órgano predilecto de propaganda. Y como por desgracia ha sucedido en todas las televisiones autonómicas de este país, no tardará en ponerse al servicio incondicional de la coalición que gobierna Andalucía desde enero de 2019.
Chema Rodríguez García	Sí	Más o menos yo estoy de acuerdo. Hay casos en los que es más evidente otros en los que es menos evidente, de una manera más sutil o menos sutil, pero hoy por hoy yo creo que no está garantizada la independencia de una televisión pública. (...) Si tiene mayoría el partido que gobierna, si controla la radio televisión, no hay independencia, lo que hay es una extrapolación de la correlación de fuerzas del parlamento en el medio público lo cual no es independencia. Podemos decir que es democrático o representativo del resultado de unas elecciones pero no es independencia
Francisco Andrés Gallardo Alvarado	Sí	Es que ese es el ejemplo que han dado todas las televisiones públicas en

		este país desde la más veterana que es <i>TVE</i> , históricamente ya es muy difícil cambiar esa idea, aunque no fuera, aunque en este caso sí creo que lo ha seguido siendo. (...) Claro está controlada ¿qué le ha pasado a Canal Sur? que nunca ha ido por delante de Andalucía, era una época ya de normalidad de esplendor económico y demás, que <i>Canal</i> siempre ha estado en el pueblo, no ha hecho las maletas para poner se en la ciudad.
Pedro de Tena Alfonso	Sí	Sí, habitualmente es así por la falta de sentido democrático e institucional de todos los partidos que han gobernado hasta el momento.
Miguel Ángel Vázquez Bermúdez	No	Depende, no todos los partidos actúan igual cuando gobiernan. La derecha suele ocupar los medios públicos para su beneficio particular. En Rtve, las etapas de gobierno del PP en España han supuesto una regresión democrática y continuas protestas de la plantilla con camisetas negras por el sectarismo y la falta de pluralismo informativo. Eso no ha ocurrido en <i>Canal Sur</i> . Y así lo atestiguan los distintos informes del Consejo Audiovisual de Andalucía.
Mateo Rísquez Madrideojos	Sí	Normalmente sí. La Rtva ha sido un instrumento al servicio de un partido, se

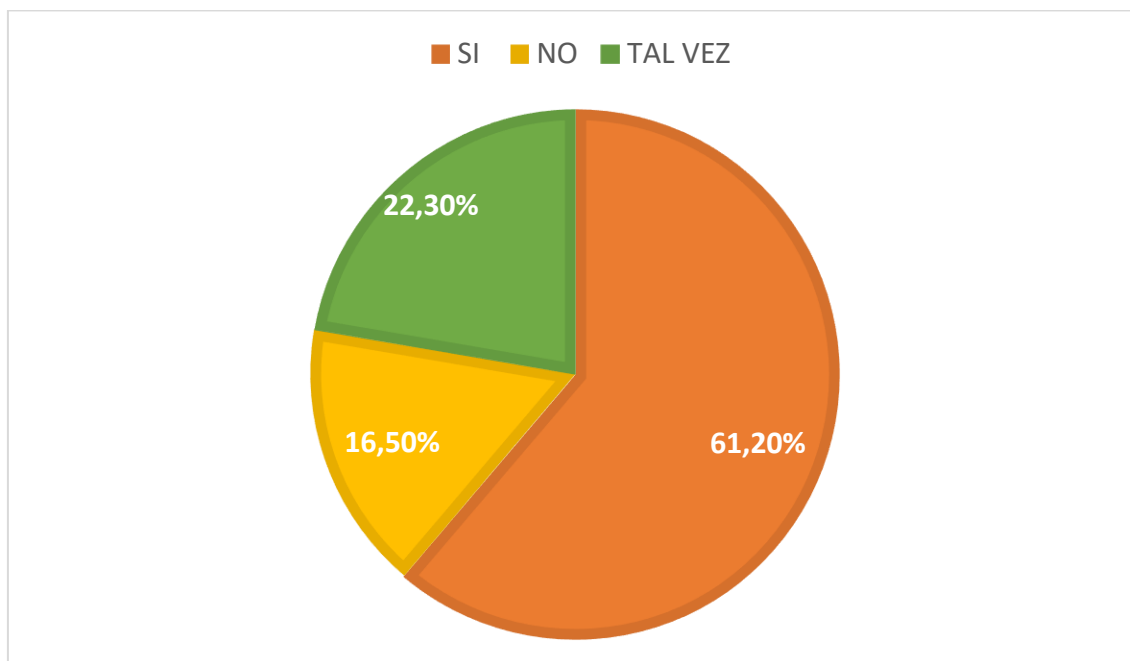
		<p>ha montado una empresa a imagen y semejanza de ese partido, con muchas incorporaciones en su estructura directiva, llamémoslo así, durante todos los años de existencia ha ido gobernando ese partido. Algo bastante evidente. ¿Cuál es el asunto? Pues mira es que mientras el PSOE ha ido ganando elecciones siempre ha considerado que en parte tenía que ver con <i>Canal Sur</i>, con la audiencia de <i>Canal Sur</i>. Que es verdad que históricamente el target de televidente y oyente de <i>Canal Sur</i> coincide, no en un 100% pero casi, con un votante del PSOE. Por edad, sexo, nivel socio económico, por habitantes de determinado tipo de población, del interior... Es decir, en cualquier estudio que se haga entre la audiencia de <i>Canal Sur</i> y el votante medio del PSOE, o el votante medio, pero hay un tipo, coincide casi al 100%.</p>
<p>Jesús Romero Sánchez</p>	<p>Sí</p>	<p>Sí. Está demostrado en la práctica. Solo una televisión pública se acercó a lo que debería ser su función social y fue la <i>Tve</i> de un período del gobierno Zapatero. Y no solo a nivel informativo, sino también al favorecimiento económico de empresas</p>

		que orbitan alrededor del partido en el gobierno.
--	--	---

Hemos añadido las respuestas extraídas del cuestionario de muestreo aleatorio se posicionan en el mismo sentido. Un 61,2% de los encuestados asegura que *Canal Sur Televisión* ha sido la televisión del partido en el poder, en este caso del partido socialista.

¿Canal Sur Televisión ha sido la televisión del partido político en el poder, en este caso el PSOE?

139 respuestas



Dentro de esta hipótesis queremos incluir una serie de datos de apoyo. Primero la existencia desde el año 2009 de un estudio anual de pluralismo político de las televisiones pública de Andalucía¹⁷¹ realizado por Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA.) Aunque se pueda considerar que el CAA que no es organismo

¹⁷¹ También realizan el Barómetro Audiovisual de Andalucía que es un estudio anual que viene realizando el Consejo desde 2007 y que recoge la opinión y la percepción de los ciudadanos y ciudadanas andaluzas en su relación con los medios audiovisuales.

independiente hay que tener en cuenta que es un órgano colegiado, y sus decisiones se acuerdan en Pleno, compuesto por once miembros. No obstante, es un organismo que no ha estado al margen de la polémica ya que uno de sus presidentes el catedrático Manuel Ángel Vázquez Médel dimitió denunciando que el CAA no era “independiente” y al entender que la institución “no es independiente y que está muy polarizada¹⁷²”. (*Diario de Sevilla*, 2008)

Por su parte la presidenta del CAA mientras se realiza esta tesis doctoral, Emelina Fernández Soriano¹⁷³ mantiene la utilidad del organismo al que representa:

La creación del CAA, hace ya 14 años, supuso un paso trascendental en el avance en derechos de la ciudadanía. Somos el único país europeo que no tiene aún un consejo estatal. En Andalucía se apostó por esta institución de autogobierno, independiente siguiendo las recomendaciones de la Comisión y del Consejo Europeo. Su función es velar porque los medios de comunicación -en el caso del CAA televisiones y radios bajo su ámbito competencial- respeten los derechos de la ciudadanía y la legislación vigente en sus contenidos y en la publicidad que emiten. También somos una institución que fomenta el estudio y el análisis cualitativo y cuantitativo de la comunicación audiovisual en diferentes ámbitos: el grado de pluralismo político de las televisiones públicas, la presencia de la mujer en los informativos, la presencia de noticias sobre violencia de género, la presencia de las personas con discapacidad en la programación, etc. Asimismo, fomentamos la autorregulación de los medios con la elaboración de guías y recomendaciones de buenas prácticas dirigidas a los profesionales de la información. (Fernández Soriano, E., 2019)

De la misma manera defiende el servicio que proporcionan los informes hechos por el CAA:

¹⁷² Así lo publicaron diversos medios, meses después de dimitir de su cargo. Ver https://www.diariodesevilla.es/andalucia/Vazquez-Medel-reconoce-CAA-independiente_0_186581562.html [Consultada en junio de 2019.]

¹⁷³ Las declaraciones realizadas por Emelina Fernández Soriano y fechadas en 2019 han sido extraída de la entrevista realizada por esta investigadora el 27 de marzo de 2019.

En cuanto a los informes que hacemos, éstos nos permiten obtener una radiografía de un tema en concreto (por ejemplo, el grado de pluralismo político de los informativos de las televisiones públicas, el tratamiento informativo de la violencia de género, el peso de la mujer en los informativos) que en general, derivan en actuaciones, recomendaciones o cualquier otro tipo de decisión que, en todo caso, tiene el objetivo de mejorar nuestro sistema audiovisual. Porque son cuestiones que los prestadores deben cumplir, según está tipificado en los principios fundamentales de la legislación, aunque no se han desarrollado y por lo tanto, no son sancionables si se incumplen. Y añadiré, que no hay ninguna institución ni organismo que elabore estos informes o estudios. (Fernández Soriano, E., 2019)

No obstante, los datos cuantitativos de los informes de pluralismo político están ahí y los resultados del último informe hecho público en diciembre de 2018 asegura que *Canal Sur Televisión* cumple con los indicadores de pluralismo político¹⁷⁴.

Solo seis de 17 televisiones locales públicas andaluzas cumple con los indicadores de pluralismo político, según un informe del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) sobre el período 2017-2018. Once televisiones locales de las analizadas "mantienen un reparto de tiempo de palabra muy desequilibrado entre los representantes de los respectivos gobiernos municipales y la oposición", según el CAA, que asegura en su informe que "tanto *Canal Sur* como la desconexión territorial de La 1 de *TVE* ofrecen un reparto equitativo entre las distintas formaciones políticas". Los indicadores recomendados por el CAA para determinar si una televisión es plural establecen como adecuado un tiempo de palabra para el gobierno y los partidos que lo sustentan que no exceda del 60% del total de la información política, un mínimo del 35% para los partidos de la oposición, y un 5% para los grupos opositores que carezcan de representación en el pleno municipal o el parlamento, pero que tengan una contrastada

¹⁷⁴ Datos hechos públicos por la agencia de noticias Europapress. Ver <https://www.europapress.es/esandalucia/sevilla/noticia-solo-seis-17-televisiones-locales-publicas-andaluzas-cumplen-indicadores-pluralismo-politico-cao-20181219141648.html> [Consultada en junio de 2019.]

relevancia social. Con estos indicadores, aprobados en el pleno del Consejo en junio de 2015 y que están en consonancia con los utilizados en los países del entorno europeo, se trata de mejorar el equilibrio entre la realidad política existente y el reflejo de la misma en las televisiones en Andalucía. (*Europapress*, 2018)

No obstante, el reparto de los tiempos según la presentación parlamentario es algo que los propios trabajadores de *Canal Sur Televisión* han denunciado por ir en contra del criterio periodístico. Asimismo, una de las últimas movilizaciones antes del cierre de esta tesis doctoral fue del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (CPPA) asegurando que “La pluralidad informativa la garantiza el ejercicio del periodismo, no el reparto de asientos de forma arbitraria en *Canal Sur*¹⁷⁵” y solicitando participar en el proceso de renovación del consejo de administración de la Rtvva y el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA.) (*Europapress*, 2019)

En relación a la hipótesis que indica que las televisiones públicas son necesarias para cumplir la función social que la Constitución Española encomienda a los medios de comunicación, hemos preguntado a los informantes claves seleccionados para esta tesis doctoral. Estas son las respuestas que nos han dado.

Informante	Sí o No	Explicación
Joaquín Durán Ayo	Sí	
Guillermo Garrigós González	Sí	Imprescindibles
Juan y Medio, Juan Bautista Martín	Sí	Yo diría que las televisiones públicas son necesarias. ¿Para qué? Habrá quien lo haga para vertebrar. Una comunidad de diez millones de habitantes cómo no va a tener una televisión si la tienen los bloques de pisos. Y sobre todo Andalucía

¹⁷⁵ Movilización recogida por la agencia de noticias Europapress. Ver <https://www.europapress.es/andalucia/noticia-colegio-andaluz-periodistas-pide-junta-participar-proceso-renovacion-consejo-audiovisual-rtva-20190619154405.html> [Consultada en junio de 2019.]

		que es una potencia turística mundial, es de cajón. Tienes que mostrar que somos, después de Italia y China somos el mayor país con potencia gastronómica y monumental del mundo. Y qué haces ¿no lo publicitas? Venga documentales, vamos a mostrar Andalucía que esto lo tenemos que convertir en La Florida de Europa. No hacemos acero.
Pedro Collado Gómez	Sí	Pero siempre y cuando buscaran la función social y no la audiencia.
Noelia Alcántara Rueda	Sí	Son muy necesarias.
Paz García Santana	Sí	Creo que son un instrumento fundamental para garantizar que el ciudadano reciba una información de calidad, veraz y de acuerdo a los parámetros que establece la Constitución.
Antonio Manfredi Díaz	Sí	Rotundamente, el servicio público como la escuela o como la sanidad solo puede dar una televisión pública, dejemos que eso digamos arme de capacidad crítica a los ciudadanos.
Emelina Fernández Soriano	No contesta	No contesta
Miguel de Aguilera Moyano	Sí	Sin duda porque estas televisiones públicas son las que han de ocuparse especialmente de la prestación de un servicio público, incluyendo a los sectores de la población no siempre atendidos por los grandes grupos de comunicación con fines económicos.

Rut Mingorance Villalba	No contesta	No contesta
Juan Luis Manfredi Mayoral	Sí	El que paga las nóminas es el que manda, eso es así.
Manuel Gómez Cardeña	Sí	Especialmente si tenemos en cuenta de quién son los medios de comunicación privados.
José María Zafra Benjumeda	Sí	Es que sin la existencia de esas televisiones públicas, no sería posible cumplir con la encomienda de la Constitución: la libertad de prensa, el acceso a la información.
Rodrigo Elías Zambrano	Sí	Sí, debería ser su principal función, pero no suele serlo.
David Fernández Quijada	No formulada	No formula
Bonifacio Rodríguez Cañibano	Sí	Claro que sí. Esto no debería requerir argumentación. "Malos tiempos aquellos en los que hay que demostrar la evidente."
Juan Tortosa Marín	Sí	
Chema Rodríguez García	Sí	Sin duda
Francisco Andrés Gallardo Alvarado	Sí	
Pedro de Tena Alfonso	No	No por necesidad. El pan es un bien de primera necesidad, pero ni su producción ni su administración son públicas.
Miguel Ángel Vázquez Bermúdez	Sí	Son las únicas que anteponen el servicio público a consideraciones economicistas. Las privadas se mueven generalmente por el negocio.
Mateo Rísquez Madrideojos	Sí	
<i>Jesús Romero Sánchez</i>	<i>Sí</i>	Sí y deberían ser fundamentales, sobre todo en el ámbito del acceso a los contenidos que está establecido en

		las leyes audiovisuales estatal y andaluza y que no se cumple. Debería ser una ventana que muestre un ancho trabajo social que se realiza en los territorios.
--	--	---

Quedarían las dos últimas hipótesis secundarias: “Existen un grupo de productoras élite que se benefician por su relación con antiguos miembros de la Rtva y con el partido en el poder,” y “la Estructura Audiovisual andaluza y la productora *Indaloymedia*, no están al margen de los distintos conglomerados mediáticos mundiales que determinan los contenidos que hoy en día llega a los ciudadanos y todo está interrelacionado.”

Estas dos hipótesis son las más difíciles de cuantificar. En ambas vamos a acudir al cuestionario final hecho a los informantes claves y al cuestionario aleatorio utilizado.

En el caso concreto de la existencia de productoras élites o llamadas también en prensa productoras “pata negra”, “productoras amigas”, “productoras beneficiadas”, etc. tendremos datos objetivos sobre la composición de estas productoras y la relación con la Rtva y con el PSOE. Pero hay que señalar que es uno de los temas más controvertidos y de más difícil análisis. Es un tema que siempre ha sido tabú para los implicados, pero que distintos medios de comunicación han ido sacando en sus páginas y que han ido aumentando las noticias relacionadas con el tema en los últimos años. En esta tesis doctoral hemos incluido una clasificación de las productoras que más contenidos han realizado para *Canal Sur Televisión*, durante más tiempo y en las ubicaciones más significativas para la cadena (mañana, tarde y noche) y que han facturado más para *Canal Sur Televisión*. No obstante, el análisis concreto será el realizado a nuestro objeto de estudio, la productora *Indaloymedia*. Para ellos acudiremos a los datos aportados por la revisión de la literatura, las informaciones aparecidas en diversos medios de comunicación impresos sino también a documentación oficial como el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía y las respuestas parlamentarias dadas por la Rtva a cuestiones presentadas por

distintos grupos políticos. Es más, ante esta cuestión los informantes claves que provienen de la comisión de control de la RtvA y los periodistas que se han especializado en investigar a *Canal Sur Televisión*, van a tener un papel relevante. Además, evidentemente de los datos aportados por el representante y portavoz de la RtvA y de la propia productora, *Indaloymedia*.

Asimismo, hay que recordar, aunque ya lo hemos expuesto anteriormente que, aunque estos contratos no están regidos por la ley de contratos del sector público, ya que *Canal Sur Televisión* no tienen condición de administración pública, esto no quiere decir que los datos de estos contratos no sean públicos. Desde el año 2014 existe el portal de transparencia.

Con este portal, RtvA da cumplimiento a las disposiciones de la Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía, publicada en el Boja el día 30 de Junio de 2014, que profundizan en la transparencia de la actuación de los poderes públicos, haciendo efectivo el derecho de acceso a la información pública, facilitando el conocimiento por la ciudadanía de la actividad de los poderes públicos y de las entidades con financiación pública, y promoviendo el ejercicio responsable de dicha actividad¹⁷⁶. (Boja, 2014)

No obstante, no es un trámite inmediato, y si aún se denuncia que no es fácil conseguir estos datos, en fechas anteriores a la creación de esta ley y de este portal lo era mucho más. Es más, cuando se procedía al cierre de este trabajo de investigación surgía una nueva polémica en este sentido por una investigadora que había requerido unos datos a *Canal Sur* que supuestamente no se le habían facilitado. Aunque la RtvA afirmaba que le habían dado las cifras pero que a esta investigadora no le habían parecido suficiente, ella aseguraba que se había querido ocultar esta información que finalmente le había proporcionado bajo petición al portal de transparencia¹⁷⁷. (*Diario de Sevilla*, 2019)

¹⁷⁶ Así lo recoge la página web de la RtvA. Ver <http://www.canalsur.es/transparencia/introduccion/625197.html> [Consultada en junio de 2019.]

¹⁷⁷ En esta noticia del Diario de Sevilla viene explicado los datos de la polémica desatada. Ver https://www.diariodesevilla.es/television/Canal-Sur-Transparencia-desglose-productoras_0_1337866544.html [Consultada en junio de 2019.]

Por tanto, hay que señalar que no es fácil conseguir datos de los contratos con las diferentes empresas y sobre todo las cantidades que se han pagado a dichas empresas, que es uno de los datos que consideramos que determinan su importancia en la parrilla y sobre todo la facturación de estas. Por ello, estas informaciones- que pueden indicar el peso de cada productora- solo han llegado a ser públicas por determinadas preguntas de la oposición en el Parlamento de Andalucía¹⁷⁸ o por informaciones aparecidas en los medios de comunicación. La primera fuente la usaremos como buena, ya que los datos extraídos de una institución como el Parlamento andaluz los consideramos veraces. Sin embargo, los datos aparecidos en medios los expondremos junto a sus fuentes ya que son informaciones que puede ser interesadas¹⁷⁹. Como anexo a esta tesis doctoral vamos a incluir los gastos realizados por parte de *Canal Sur* en productora audiovisuales entre los años 2013 y 2018, ambos inclusive, indicando el nombre de la productora, así como año y modalidad contratación, extraído de la respuesta de la Rtva a una pregunta realizada por María Isabel Mora Grande del Grupo Parlamentario Adelante Andalucía, cuyos líderes en ese momento eran Teresa Rodríguez y Antonio Maíllo.

No obstante, hay que tener en cuenta que hemos tomado como informantes claves a los periodistas que han firmado las informaciones que consideramos más relevantes para la aclaración de esta hipótesis por lo que las aportaciones cuantitativas y el análisis cualitativo de sus entrevistas serán fundamentales en esta cuestión.

Para objetivar este concepto también hemos incluido preguntas sobre este tema a las personas que han participado en nuestra investigación. Tanto en las preguntas a informantes claves como en el cuestionario semicerrado a estos y

¹⁷⁸ Así la pregunta hecha por Jesús Romero, parlamentario por el grupo político Podemos y a su vez archivero de *Canal Sur*. El periódico *El Confidencial* se hizo eco de la respuesta por escrito de Joaquín Durán, director de Canal Sur Televisión. Ver https://www.elconfidencial.com/espana/andalucia/2017-09-12/bromas-juan-y-medio-negocio-tres-millones-facturados-canal-sur_1442108/ [Consultada en febrero de 2019.]

¹⁷⁹ La mayor parte de los datos que se han hecho públicos sobre estas productoras han sido en artículos del *Diario de Sevilla*, del periódico *El Mundo*, de *La Razón*, medios de los que se conoce que la tendencia política es contraria a la de la Junta de Andalucía en el periodo que nos ocupa. Estos medios las califican de productoras ‘pata negra’ indicando que son empresas vinculadas a ex directivos o personas vinculadas al PSOE o a la Junta de Andalucía, que han usado las “puertas giratorias” para beneficio personal, y que según se expone en estas noticias se le contrata a cambio de que sigan beneficiando al partido en el poder.

también en el cuestionario aleatorio se ha incluido la pregunta: ¿Existen un grupo de productoras élite que se benefician por su relación con antiguos miembros de la Rtva y con el partido en el poder?

Informante	Sí o No	Explicación
Joaquín Durán Ayo	No	En estos momentos hay tres directivos que tienen una empresa productora que exdirectivos, que nos están sirviendo algunos programas, que nos están sirviendo esos programas porque cumplen con el cometido que tienen. Es decir, el contenido se corresponde a nuestras necesidades y nos dan la audiencia que es razonable tenido en cuenta la competencia que tenemos y aquí estamos hartos de tirar programas de gente que ha sido directivos y que no han funcionado, los hemos quitado. Nosotros no tenemos absolutamente ningún interés. Por cierto, estos tres directivos, ex directivos porque se refiere a la historia, uno de ellos fue directivo hasta que se fue Camacho hasta ahora pues Camacho estuvo cuatro años, cuatro y diez.... Hace 15 años que se fue, 15 años. La incompatibilidad de trabajar en esta casa consecutivos es de dos años, el director general y estos señores que no fueron directores generales, pues hace

		<p>quince años, es que hace quince años, pero es que otro de ellos estuvo al principio del Canal Sur y se fue al año a los dos años, debe llevar más de veinticinco años fuera de la casa. Pero son ciudadanos como los demás que tiene el mismo derecho a tener una empresa a presentar un programa y el tratamiento que le están dando es exactamente el mismo que cualquier otra empresa.</p>
Guillermo Garrigós González	No	<p>Yo creo que no. Es más, si es que hace siete y ocho años se hablaba de unas productoras pata negra que esas ya no existen y ahora se habla de otras que la mayoría no existían entonces. Cuando se hablaba en principio de productoras pata negra... <i>Producciones52</i> ya no existe, <i>ZZJ</i> estuvo en concurso de acreedores y está sin actividad, <i>Galigari Films</i> lleva muchos años sin producir, <i>Itaca</i> de Joaquín Petit, pues fíjate, Jesús Quintero, tampoco... Pero es que ahora se contratan a otras productoras, porque hay otras que ofrecen otros proyectos, pero mantienen ese machaque.</p>
Juan y Medio, Juan Bautista Martín	No lo sé	<p>No lo sé y me parece un poco triste que algunos conocidos o compañeros de profesión que hace veinticinco años que</p>

		<p>salieron de <i>Canal Sur</i> ¿no pueden dedicarse a esto que es lo que más le gusta en la vida? Teniendo en cuenta que los espectadores son los que deciden si te quedas o te vas ¿por qué no lo van a hacer? (...) Puede que alguien diga que soy 'pata negra,' pero no. 'Pata negra' es cuando alguien del Canal se sale y hace una productora. Pero yo no he sido nunca del Canal, soy un presentador contratado por una productora. El que me llame 'pata negra' es igual que si me dice asesino. Pues bueno, lo puede decir, pero sin base ninguna. Entiendo que es una manera como de calumniar con la intención de perjudicarlo, nada más.</p>
<p>Pedro Collado Gómez</p>	<p>No</p>	<p>En Andalucía hasta el pasado diciembre solo ha gobernado un partido político. Desde que trabajo en televisión he desarrollado mi labor en diferentes productoras: <i>The End</i>, <i>Videoplanning</i>, <i>Itaca</i>, <i>Share Krishna</i>, <i>PC29</i>, <i>IAPA</i>, <i>Producciones 52</i>, <i>Extra TV</i>, <i>ZZJ</i>, <i>Zebra Producciones</i> e <i>Indaloymedia</i>... Algunas de ellas tenían relación con antiguos directivos de <i>Canal Sur</i> y otras no. Y en casi todos los programas que he trabajado lo importante era la audiencia.</p>

Noelia Alcántara Rueda	Ni sí, ni no	Me parece que toda idea que sea buena y se pueda llevar a cabo para que tengamos una televisión autonómica de referencia y de calidad, debería tener la posibilidad de ser expuesta, venga de quien venga. Hacia eso deberíamos ir.
Paz García Santana	No contesta	No contesta
Antonio Manfredi Díaz	No	Ahora mismo no, ya las productoras élite saben que han pasado a la historia. En un pasado si podría decirse que es así
Emelina Fernández Soriano	No contesta	No contesta
Miguel de Aguilera Moyano	Sí	Sin duda ninguna. Ha sido tradición en <i>Canal Sur</i> desde prácticamente desde su momento inicial, que ha habido unas pocas productoras esencialmente instaladas en Sevilla (aunque no solo), que se han beneficiado, bien porque han formado parte del staff directivo de la RTVA o de <i>Canal Sur Radio o Televisión</i> , y por lo general además han estado vinculados al partido en el poder. Sin duda ninguna.
Rut Mingorance Villalba	No contesta	No contesta
Juan Luis Manfredi Mayoral	Sí	Sí que existen. Lo de la 'pata negra,' es verdad, pero hay que explicar el cómo. Esto se hacía de la siguiente manera, aunque yo no he sido testigo de esto, testigo personal, pero me lo han contado las personas interesadas. Mira Nuria tu eres empresaria, te va bien en tu negocio, eres

		aficionada al cine. Mira si montas una productora yo te aseguro que en los próximos 5 años. Eso se hizo pues con empresas que tenían, que se dedicaban a la construcción, inmobiliarias. (...) Era media docena nada más. Pues ese es el tipo de víctimas de... Digo víctimas en el sentido, es decir, es verdad que luego ganaron mucho dinero, pero se la jugaron. (...) Lo que había y como sigue habiendo es oscurantismo
Manuel Gómez Cardeña	No	No. Es un falacia.
José María Zafra Benjumeda	No	No, lo que existe es un <i>pool</i> de productoras que tienen interiorizado el ADN de <i>Canal Sur</i> y por eso tienen mayor acierto en la venta de productos.
Rodrigo Elías Zambrano	Sí	Sí, lo dicen los datos económicos de treinta años de historia del Canal.
David Fernández Quijada	Sí	He oído hablar del fenómeno. Tengo la sensación de que no es un fenómeno estrictamente andaluz, aunque solo se habla de ello en Andalucía. Por desgracia, la televisión pública en España continúa gubernamentalizada, con pocas excepciones. La idea de independencia no es abrazada honestamente por los políticos en la mayoría de los casos y ello afecta no solo a los informativos para, en el

		<p>caso de las productoras, favorecer a determinados empresarios de acuerdo con sus preferencias y contactos políticos o su poder en otros ámbitos que generan opinión pública, como la prensa. Haría falta un estudio específico sobre ello, pero seguramente mirar a la fluctuación de productoras que facturan a determinadas televisiones públicas y el volumen de esos contratos podría dar algunas pistas. Ésa es la menos mi teoría. Creo que se necesitan datos concretos para justificar las denominadas pata negra, no solo en Andalucía.</p>
Bonifacio Rodríguez Cañibano	Sí	<p>Existe un grupo de productoras de élite que funcionan bajo un régimen clientelar, que es el dominante en CS. El clientelismo es el ecosistema de la cadena</p>
Juan Tortosa Marín	Sí	<p>Existen productoras claramente primadas cuyos contenidos, además, no solo son prescindibles, sino de muy baja calidad.</p>
Chema Rodríguez García	Sí	<p>Sin duda. Con ese término se define a una serie de productoras, más o menos una decena o poco más, productoras que en los treinta años de vida de <i>Canal Sur</i> se puede decir que se han llevado el grueso de los contratos de producciones ajenas, Son productoras que</p>

		<p>además de haberse llevado suculentos contratos tienen en su accionariado o en su dirección cargos o propietarios que están relacionados o estuvieron relacionados en el pasado con la cúpula de <i>Canal Sur</i> o con el PSOE de forma directa o indirecta. De forma que bueno no es que hayamos dicho que por ser altos cargos o ex altos cargos de <i>Canal Sur</i> o miembros del PSOE ha habido tráfico de influencias pero si hay esa correlación, esa coincidencia que desde luego es muy llamativa y que desde la oposición si se ha anunciado directamente que responden a eso ¿no?</p>
Francisco Andrés Gallardo Alvarado	Sí	<p>Si es evidente, hay determinadas productoras como al de Juan y medio que facturan más porque tienen programas diarios, pero además coincide que son los dos formatos diarios que tienen más seguidores. - ¿Juan y medio por ejemplo, ¿por qué? - Porque es la persona de más confianza, es una persona ya insertada en el engranaje de la corporación... yo te digo que eso se crea una red de intereses, de ida y de vuelta eh. Es decir, yo eso te lo podré comentar, pero yo no tengo para demostrártelo. Es decir,</p>

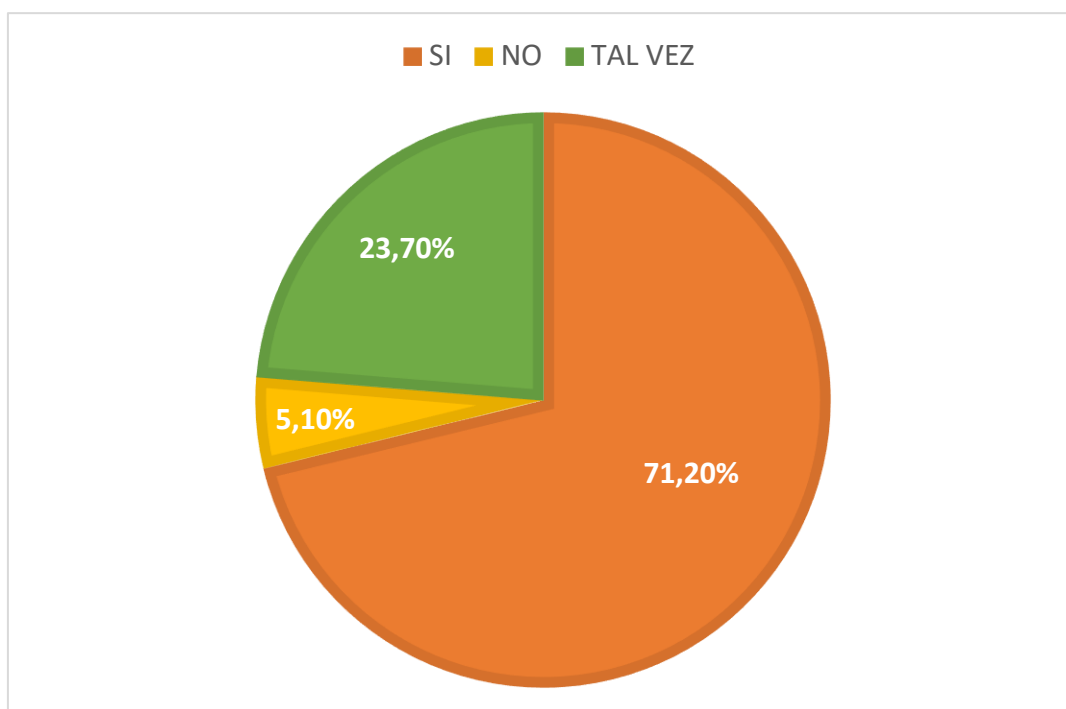
		si tú a mí me contratas no te preocupes, mientras funcione la audiencias yo a ti no sé, no te va a faltar, imagínate, no sé de qué manera pero yo te agradeceré este...
Pedro de Tena Alfonso	Sí	Las hubo desde el principio y las sigue habiendo. (...) Se ha llamado así, con esa metáfora serrana e ibérica onubense, al grupo de productoras iniciales de Canal Sur que se han llevado la parte del león del dinero destinado a tal fin desde hace treinta años. (...) Pero diré que no parece normal que un directivo, pongamos por caso, de una empresa que compra jamones de pata negra, salga de la empresa y monte otra que suministre ese mismo tipo de jamones a su empresa original, después de conocerlo todo sobre ella. ¿O sí? ¿Dónde queda la defensa de lo público que llena la boca de tanta gente?
Miguel Ángel Vázquez Bermúdez	No	No. Es una mentira repetida mil veces, pero mentira, al fin y al cabo. (...) Es propaganda de la derecha sin fundamento para desgastar a <i>Canal Sur</i> .
Mateo Rísquez Madrideojos	Sí	Existir, existen. Yo creo que en cierta medida, no como antiguamente que se movía muchísimo más dinero y las cosas eran más caras, pero en cierta medida se sigue

		manteniendo cierta predilección con ciertas empresas para que hagan determinados programas.
Jesús Romero Sánchez	Sí	Sí, empresas de antiguos directivos, de familiares de directivos de la Rtva y de gente cercana al partido en el gobierno. Y no solo ocurre con productoras, sino en la contratación de otras empresas que ofrecen sus servicios a la Rtva.

Hay que señalar que se trata de la cuestión en la que más informantes han eludido dar contestación. A estas respuestas de los informantes claves hay que unir también las del cuestionario aleatorios respondido por 140 periodistas andaluces o que realizan su labor en Andalucía.

¿Existen un grupo de productoras élite que se benefician por su relación con antiguos miembros de la RTVA y con el partido en el poder en este caso el PSOE?

139 respuestas



También hemos añadido los datos sobre estas productoras élites recogidas en diversos trabajos de investigación anteriores. Asimismo, se han hecho públicas algunas de las versiones de representantes de estas productoras élites en los medios de comunicación que incluiremos para enfrentarlas a las de sus detractores¹⁸⁰, y hemos incluido como informantes claves a dos productores de dos productoras que han sido señaladas con el calificativo de 'pata negra', para añadir los datos que aportan, como representantes de este tipo de productoras. Aunque es importante tener en cuenta que nuestro objeto de estudio es el caso concreto de *Indaloymedia* aunque, como ya señalaremos en el último capítulo de esta tesis doctoral, dejamos presentados aquí diversos campos de estudio posteriores ellos el análisis de todas las productoras audiovisuales andaluza élites, considerando como élites aquellas que han realizado programas durante más tiempo, mejor audiencia, mejor franja y mayor duración en la parrilla.

Por último, objetivaremos la hipótesis "la Estructura audiovisual andaluza y la productora *Indaloymedia*, no están al margen de los distintos conglomerados

¹⁸⁰ Aquí encontramos la versión de una productora considerada 'pata negra.' Ver <http://www.canalsur.es/transparencia/introduccion/625197.html> [Consultada en junio de 2019.]

mediáticos mundiales que determinan los contenidos que hoy en día llega a los ciudadanos y todo está interrelacionado.” Esta afirmación puede englobar algo de todas las anteriores y resume nuestra metodología de trabajo: la Estructura de la Información. Para materializarla haremos un acercamiento de quién está detrás de las productoras que componen la Estructura andaluza y sobre todo de la productora que es objeto de nuestra investigación; *Indaloymedia*, y también con las que ha estado estrechamente ligada en estos años, así por ejemplo la empresa *Ítaca Producciones*¹⁸¹, considerada también dentro de las productoras élite de *Canal Sur Televisión*. Como hemos indicado en la anterior hipótesis, existe aquí también otro campo de investigación futura, ya que nuestro objeto de estudio es el caso concreto de la productora *Indaloymedia*, otros trabajos posteriores, podrían ser el ver la composición de las productoras que producen los programas de *Canal Sur Televisión* y las vinculaciones entre ellas y con la Estructura de la Información nacional y mundial.

Pero en la investigación actual será solo de *Indaloymedia* y este acercamiento se hará con los datos que son públicos, con los que han aparecido en los medios de comunicación y con los extraídos de las diferentes entrevistas realizadas para este trabajo de investigación. Acudiremos al organigrama de la productora y al currículo de sus directivos, además de los datos publicados sobre esta productora y los aportados como informante clave por Guillermo Garrigós. Con estos veremos si hay relaciones exteriores, para confrontar o refutar la hipótesis.

Tanto en las preguntas a informantes claves como en el cuestionario semicerrado a estos y también en el cuestionario aleatorio se ha incluido la pregunta: ¿La Estructura Audiovisual andaluza, y la productora *Indaloymedia*, está al margen de los distintos conglomerados mediáticos mundiales que determinan los contenidos que hoy en día llega a los ciudadanos, todo está interrelacionado?

¹⁸¹ Durante años “La Tarde, aquí y ahora” y otros contenidos como el programa “Madres”, o las “Gala de Unicef” se produjeron y realizaron en las instalaciones de la productora Ítaca Producciones y con personal contratado por esta. Productora dirigida por Joaquín Petit Fernández señalado siempre por ser supuestamente amigo personal de Manuel Chaves y de muchos de los ex directores de la RtvA desde 1989, pero que a su vez tiene experiencia en medios de comunicación desde 1970.

Informante	Sí está al margen, o no	Explicación
Joaquín Durán Ayo	No	
Guillermo Garrigós González	No	<p>Sí o no, tenemos conexiones y contactos con otras empresas que no son solo intermedias por nuestro socio José Velasco. Tiene la empresa <i>Zebra</i> y está asociado con <i>Veralia</i> porque hicieron una fusión, con <i>Europroducciones</i>. Nuestro socio José Velasco tiene otras empresas, pero no hay más vinculación. Nosotros no participamos en el grupo formado por <i>Zebra</i> y por <i>Veralia</i>, tienen entidad y gestión completamente autónoma unas empresas de otras. ¿Para qué sirve tener un socio como José Velasco en nuestra empresa? Primero por la experiencia que tiene en este sector y su conocimiento y lo que nos sirve como productor de conocimiento y el apoyo de puesta en marcha de la empresa y para tener conexiones internacionales de qué se está o no produciendo. A mí o que me sirve cuando voy por ejemplo a Cannes o al Natpe en Miami... Tenemos reuniones con las empresas de allí y nos sirve para estar en contacto para relaciones a futuro como empresa y para saber hacia dónde</p>

		va el mercado audiovisual de otros países. Son más relaciones de asociaciones por intereses de ver que se está haciendo en otros sitios, qué géneros están funcionando cómo se está produciendo.
Juan y Medio, Juan Bautista Martín	No	Yo creo que la globalización afecta para bien y para mal. Evidentemente a mí Trump no me gusta, pero me interesa.
Pedro Collado Gómez	No	No están al margen porque son los que marcan el mercado
Noelia Alcántara Rueda	No contesta	No contesta
Paz García Santana	No contesta	No contesta
Antonio Manfredi Díaz	No	Claro, a través de la financiación, a través de los acuerdos de correlación etc.
Emelina Fernández Soriano	No contesta	No contesta
Miguel de Aguilera Moyano	No	Es evidente que está todo interrelacionado, lo que pasa es que su participación en ese proceso de interrelación es muy limitada y muy parcial porque son pocos los contenidos que salen desde aquí hacia ese sistema mundial o nacional de comunicación. Son pocos los contenidos, aunque es de señalar la participación de <i>Canal Sur</i> en la Forta que algo aporta a ese escenario. Pero más allá de ese espacio de comunicación autonómico federado, poca aportación tiene lo andaluz e <i>Indaloymedia</i> en este caso, hacia el

		<p>exterior. Otra cosa es que, sin embargo, <i>Canal Sur</i> sí reciba flujos provenientes del resto de España o de otros lugares de Europa, aunque en medida escasa porque su capacidad de participación en el mercado es muy limitada, los recursos son pocos... el modelo es prácticamente inexistente.</p>
Rut Mingorance Villalba	No contesta	No contesta
Juan Luis Manfredi Mayoral	No	<p>Es decir, en la televisión es muy difícil inventar cosas. Ten en cuenta que cada día se produce unos 8 millones de horas de televisión en el mundo. Es muy difícil tener una idea original y propia. Lo que se van cogiendo tal y en ese sentido pues si probablemente...</p>
Manuel Gómez Cardeña	No	<p>Si, de alguna forma, todo está interrelacionado. Pero, afortunadamente, mantenemos un amplio margen de autonomía.</p>
José María Zafra Benjumeda	No preguntada	No preguntada
Rodrigo Elías Zambrano	Sí	<p>No. En este caso particular creo que se escapa a los contenidos habituales al ser una temática tan específica.</p>
David Fernández Quijada	No preguntada	No preguntada
Bonifacio Rodríguez Cañibano	No	<p>Todo está interrelacionado efectivamente.</p>
Juan Tortosa Marín	No contestada	No contestada.
Chema Rodríguez García	No	Completamente.
Francisco Andrés Gallardo Alvarado	No	<p>No se puede salir, pero yo creo que canal sur puede ser una respuesta local a todo eso. <i>Canal Sur</i> por ejemplo está</p>

		claro que si <i>Telecinco</i> hace <i>reality</i> <i>Canal Sur</i> no tiene por qué hacer <i>realitys</i> <i>Canal Sur</i> puede hacer una serie costumbrista...
Pedro de Tena Alfonso	No contesta	No contesta
Miguel Ángel Vázquez Bermúdez	No	En un mundo global como el que vivimos todo está interrelacionado.
Mateo Rísquez Madrideojos	No	Es complicado estar al margen
Jesús Romero Sánchez	No	Sí, los contenidos de las televisiones generalistas han homogeneizado su programación hasta hacerlas indistinguibles. Es una herramienta más de muestra de hegemonía de un modelo social y económico que puede responder al nombre de "Individualismo posesivo" (McPherson) y de las relaciones de dominación.

No obstante, en estas dos últimas hipótesis secundarias el análisis cualitativo nuevamente va a portar datos fundamentales, ya que son los informantes claves los que podrán refutar o corroborar dichas hipótesis. Aunque en ambos casos tenemos datos oficiales que pueden ayudar al contraste de estas hipótesis.

Para terminar, hay que señalar que sobre todas las hipótesis presentadas hay temas que se repetirán en las entrevistas en profundidad, en las entrevistas de respuestas cerradas, en el vaciado de los programas y en el cuestionario del muestreo sistemático. Por tanto, el resultado cuantitativo será de la suma de los distintos métodos utilizados.

Con todos estos parámetros hemos determinado el diseño de la investigación o plan de trabajo con el método cuantitativo.

desde qué perspectiva se van a elaborar las conclusiones de la investigación?

Tras darle respuestas a estas preguntas hemos decidido usar una metodología plural. Así hemos utilizado:

- La observación participante, que ya hemos explicado anteriormente, basándonos sobre todo en los conocimientos previos como periodistas y trabajadora en productoras audiovisuales y concretamente en empresas andaluzas y en los aportados por los conocimientos teóricos extraídos de la bibliografía. Además, estando presente en el día a día de la producción del programa “La Tarde, aquí y ahora” y acudiendo a las distintas reuniones de los componentes del programa.
- La utilización de entrevistas y cuestionarios, a través de los cuales hemos podido confirmar, complementar o refutar las teorías de partida y las hipótesis. Entrevistas en profundidad a informantes claves, cuestionarios semicerrados a estos entrevistados y también cuestionarios cerrados a una muestra aleatoria de periodistas andaluces o que trabajan en Andalucía.
- El análisis de los programas concretos de “*La Tarde, aquí y ahora*”, donde hemos podido indicar distintos ítems según la hipótesis que quisiéramos analizar.
- Además, hemos utilizado el análisis cualitativo que se puede extraer de otros documentos como son las informaciones aparecidas en medios de comunicación, la inclusión o no de unas informaciones u otras, unos invitados u otros, en el programa, los datos aparecidos en documentos oficiales que refutan o contrastan las hipótesis, etc.

(PARTE EMBARGADA)

REFERENCIAS

- ABC. (1989). Julio Iglesias para Canal Sur Televisión. Recuperado de <https://bit.ly/30sNMDU>
- ABC. (2014). Los ocho secretos del programa estrella de Juan y Medio, “la tarde, aquí y ahora”. Recuperado de <https://bit.ly/2LINlvr>
- ABC. (2017). ZZJ va a concurso de acreedores por el impacto del cierre de Librerías Beta. Recuperado de <https://bit.ly/2JDRwww>
- ABC. (2017). Juan y Medio: “Me he equivocado y pido perdón, pero también respeto. Recuperado de <https://bit.ly/2MZnyVM>
- ABC. (2019). Radio y Televisión de Andalucía: el cambio llega a Canal Sur. Recuperado de <https://bit.ly/2GWdsRT>
- ABC. (2019). Canal Sur cambia su forma de contratar programas por encargo y abrirá su parrilla a todas las productoras. Recuperado de <https://bit.ly/2KzaN1q>
- Alcina, J. (1994). *Aprender a investigar*. Madrid: Compañía literaria.
- Alcolea, G. (2003). *La televisión digital en España*. Sevilla: Comunicación Social.
- Andalucía Información. (2018). Larga vida a 7TV Andalucía. Recuperado de <https://bit.ly/2JphLqg>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2019) Recuperado de <https://bit.ly/2LGbUP6>
- Ávila Baray, L. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Chihuahua: Instituto Tecnológico de Cd. Cuauhtémoc.
- Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.
- Barlovento Comunicación (2018). Análisis televisivo 2018. Recuperado de <https://bit.ly/2Rr8AdP>
- Barranquero, A. y Eiroa, M. (2017). *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid: Síntesis.
- Benito, J. M. (2017). *Televisión pública en España: por qué y para qué*. Madrid: Fe D' erratas.
- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos*. Madrid: Ariel.
- Boletín Oficial del Estado (1978). Constitución Española. Recuperado de <https://bit.ly/1KoXXzL>
- Borges, G. y Reia-Baptista, V. (2008). *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagra.
- Bryman, A. (1989). *Research Methods and Organization Studies*. London: Routledge
- Bunge, M. (1989) *La investigación científica: su estrategia y su filosofía*. Barcelona: Ariel.
- Busquet, J., Edina, A. y Sort, J. *La recerca en comunicació. Què hem de saber? Quins passos*

- hem de seguir?* Barcelona: Editorial UOC.
- Bustamante, E. (1982). *Los amos de la información*. Madrid: Akal.
- Bustamante, E. (2004). *La televisión económica: financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. (2013). *Historia de la radio y televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Canal Sur (2014). Portal de transparencia. Recuperado de <https://bit.ly/2JnkTmK>
- Canal Sur. (2017). Comunicado Canal Sur, Viernes 8 de septiembre de 2017. Recuperado <https://bit.ly/2XVDtKI>
- Canal Sur (2018). La franja de la tarde de Canal Sur Televisión, la más vista entre las autonómicas. Recuperado de <https://bit.ly/2JiM2al>
- Canal Sur. (2019). Yo soy del Sur. Recuperado de <https://bit.ly/2JwBHGI>
- Canal Sur (2018.) Canal Sur Televisión Cierra el último trimestre del año con un 9,0% Recuperado de <https://bit.ly/2S2y1jP>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial. Paidós.
- Castillo, A., De Aguilera, M. y Méndiz, A. (1999). *La industria audiovisual y publicitaria en Andalucía*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Castro, B., Manfredi, J. L. y Navarro, J. A. (1999). *RTVA: Diez años con Andalucía*. Sevilla: Dirección de Imagen y Comunicación.
- Cebrián Herreros, M. (1998). *Información televisiva. Mediciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Chomsky, N. (2010). Situación y futuro de la Democracia. Recuperado de <https://bit.ly/32fsoDG>.
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. La CNMC incoa expediente sancionador contra Atresmedia y Mediaset. Recuperado de <https://bit.ly/2BKT30s>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2019). ¿Quiénes somos?. Recuerado de <https://bit.ly/32hNlBx>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2017). Informe sobre los contenidos emitidos por las televisiones bajo competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía. Recuperado de <https://bit.ly/2YLiYxK>
- Constitución Española (1978). Recuperado de <https://bit.ly/1Rm6IMb>
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Cubells, M. (2013) *¿Y tú qué miras?* Barcelona: Roca Editorial Libros.
- De Arboledas, L. (2008). La industria radiofónica en Andalucía. Dependencia económica y control político. (Tesis doctoral) Facultad de Comunicación y documentación. Universidad de Granada.

- De Arboledas, L. (2009). Clientelismo y concentración en la radio Española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (64). Pp. 909-925.
- De Oliveira, F. (2006). *Teoría del periodismo*. Sevilla-Zaragoza: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Del Estad, R. (2011). *Inicios de Canal Sur Televisión: ¿Creación de una nueva industria audiovisual? (Trabajo fin de máster.) Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.*
- Del Rey, J. (1998). *El naufragio del periodismo en la era de la televisión*. Madrid: Editorial FRAGUA.
- Diario Sur (2019). El Nuevo Consejo Audiovisual andaluz velará por el buen uso de la lengua Española en los medios. Recuperado de <https://bit.ly/2KnkXDj>
- Diario de Sevilla (2009). El Parlamento elige a Pablo Carrasco como director general de la RTVA. Recuperado de <https://bit.ly/2Y1T1gg>
- Diario de Sevilla. (2009). Canal Sur echa el cierre al programa de María del Monte. Recuperado de <https://bit.ly/2JqubOR>
- Diario de Sevilla. (2009). Vázquez Médel reconoce que abandon el CAA porque “no era independiente” Recuperado de <https://bit.ly/2XDx6MX>
- Diario de Sevilla. (2017). Durán: El lamentable error de Juan y Medio no justifica las críticas salvajes.” Recuperado de <https://bit.ly/2XCnlcn>
- Diario de Sevilla. (2017). Susana Díaz critica a los que “han atacado a Canal Sur” tras la “broma desafortunada” de Juan y Medio. Recuperado de <https://bit.ly/30iBbD4>
- Diario de Sevilla. (2017). Juan y Medio y su extraña disculpa: “Ladran, luego cabalgamos.” Recuperado de <https://bit.ly/2Jsbiv7>
- Diario de Sevilla (2018). Canal Sur pierde influencia electoral. Recuperado de <https://bit.ly/32gRiCl>
- Diario de Sevilla (2019). Vox quiere cerrar Canal Sur y eliminar la “realidad nacional” de Andalucía. Recuperado de <https://bit.ly/2L89d9u>
- Diario de Sevilla (2019). Canal Sur envía a Transparencia el desglose de las productoras. Recuperado de <https://bit.ly/2Jq2MN3>
- Diario de Sevilla (2019). Los trabajadores de ‘Andalucía Directo’ están en huelga. Recuperado de <https://bit.ly/329zgCq>
- Diario de Sevilla (2019). Juan y Medio recibirá el premio Joan Ramón Mainat en el FestVal. Recuperado de <https://bit.ly/2ksqJto>
- Diario Sur (2019). Canal Sur acaba con la hegemonía de cuatro productoras que acaparan el 70% de su programación. Recuperado de <https://bit.ly/2ky0vG5>
- Díaz Estévez, M. y Gutiérrez Lozano, J. F. (2012). La percepción de los jóvenes andaluces del modelo de servicio público de la RTVA. *Crisis y Políticas. La Radiotelevisión Pública en el punto de mira. II Congreso Internacional de comunicación audiovisual y publicidad*. Bilbao.

- Einforma. Indaloymedia. Recuperado de <https://bit.ly/2JxYNNk>
- Extradigital. Canal Sur: con Mariló Montero, si María del Monte y Juan “a medias”. Recuperado de <https://bit.ly/33q6bDI>
- El Confidencial. (2015) Los sindicatos acusan al número uno de Canal Sur de “desmantelar” la RTVA. Recuperado de <https://bit.ly/33s4xkS>
- El Confidencial. (2019) Los programas de Canal Sur pagados con dinero público que ni ve ni escucha nadie. Recuperado de <https://bit.ly/2KuZ0kA>
- El Diario. (2014) La única cadena autonómica privada de Andalucía emite solo publicidad, videncia y televenta. Recuperado de <https://bit.ly/2XUB9Uh>
- El Español. (2018). Esta reacción de Juan y Medio contra la homofobia se viraliza 5 años después. Recuperado de <https://bit.ly/2xCTaHZ>
- El Independiente (2019). Canal Sur, obligada a desvelar sus gastos: Juan y Medio cobra 5,4 millones en un año. Recuperado de <https://bit.ly/2Lb6cVN>
- El Español (2019). La CNMC confirma que el duopolio televisivo vulneró reiteradamente la ley de Competencia. Recuperado de <https://bit.ly/2FYnqli>
- El Mundo (2005). Canal Sur contrata el 43% de sus producciones con 10 ex directivos. Recuperado de <https://bit.ly/2JiPe5P>
- El Mundo (2010). Competencia autoriza la fusión de Telecinco y Cuatro. Recuperado de <https://bit.ly/2NlEXCw>
- El Mundo (2012). La Junta echa el cierre a Canal Sur 2 para ahorrar 20 millones de euros. Recuperado de <https://bit.ly/2S5vPYR>
- El Mundo (2017). El episodio “machista” de Juan y Medio en Canal Sur llega hasta el Parlamento. Recuperado en <https://bit.ly/2HlArHI>
- El Mundo (2017). Juan y Medio pide disculpas: “Si alguna vez molestamos, es, de verdad, por ignorancia.” Recuperado de <https://bit.ly/2LElATU>
- El Mundo (2018). Las productoras andaluzas salen en defensa de Canal Sur y achacan su baja calidad a los recortes. Recuperado de <https://bit.ly/2xCGz7J>
- El Mundo (2018). Los jóvenes europeos prefieren las redes y la prensa online para informarse. Recuperado de <https://bit.ly/2tj4uGX>
- El Mundo (2018). Así se reparten las productoras ‘pata negra’ de Canal Sur el presupuesto de la televisión andaluza. Recuperado de <https://bit.ly/2LJ9xLf>
- El Mundo (2019). Unidad Editorial lanza UEtv, su nueva productora audiovisual. Recuperado de <https://bit.ly/30FkmDm>
- El Mundo (2019). La nueva dirección de la RTVA pone en el objetivo a las productoras ‘pata negra’. Recuperado de <https://bit.ly/31kQ48n>
- El Mundo (2019). La nueva dirección de la RTVA pone en el objetivo a las productoras ‘pata negra’. Recuperado de <https://bit.ly/31kQ48n>

- El País (2010). Prisa y Telecinco formaizan la integración de Cuatro y la compra del 22% de Digital+. Recuperado de <https://bit.ly/30ruv5L>
- El País (2010). Canal Sur cuesta a cada andaluz 18,55 euros. Recuperado de <https://bit.ly/2NKd66N>
- El País (2011). Astilleros de la imagen. Recuperado de <https://bit.ly/2XyH3ei>
- El País (2017). El Consejo Audiovisual de Andalucía abre expediente al programa de Juan y Medio. Recuperado de <https://bit.ly/2FXjn8z>
- El País (2019). El polémico propósito de enmienda de Madiaset y Atresmedia. Recuperado de <https://bit.ly/2XOQo0V>
- El País (2019). Emelina Fernández: “No tener un consejo televisivo en una anomalía europea.” Recuperado de <https://bit.ly/3208MCo>
- Elías, R. (2017). *Televisión, adultos y educación en valores: Estudio de caso: el programa “La Tarde, aquí y ahora” de Canal Sur Televisión.* (Tesis doctoral.) Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- Europapress (2011). Anunciantes dicen que una fusión entre Antena 3 y La Sexta “agravará la deteriorada competencia en el sector”. Recuperado de <https://bit.ly/2XzdcTd>
- Europapress (2017). Podemos pedirá la comparecencia de Sánchez Rubio por la “broma machista” en programa Juan y Medio. Recuperado de <https://bit.ly/2xGnYHK>
- Europapress. (2018). Solo seis de 17 televisiones locales públicas andaluzas cumplen los indicadores de pluralism político del CAA. Recuperado de <https://bit.ly/2YIKZ95>
- Expansión (2012) ¿Apetito por las TV autonómicas? Recuperado de <https://bit.ly/2XBTINy>
- Facua (2017). Canal Sur permite a 3 directivos lucrarse con centro de adelgazamiento que usan la marca ‘La Báscula’. Recuperado de <https://bit.ly/2xE1Dul>
- Fernández Quijada, D. (2008). *Las industrias culturales ante el cambio digital. Propuesta metodológica y análisis de caso de la televisión en España.* (Tesis doctoral) Universitat Autònoma de Barcelona.
- Fernández Alonso, I. (2013). Crisis financiera y medios públicos en España. *Dedecom*. pp.1-14.
- Fernández Quijada, D. (2009). Producción independiente de Televisión en Andalucía. Aproximación a la Estructura de sector desconocido. *Ámbitos*, (18), pp. 191-209.
- Fernández Soriano, E. (1998). *Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional.* Málaga: Universidad de Málaga, Debates.
- Fernández Soriano, E. (1999). *Canal Sur, una televisión regional en Europa.* Málaga: Universidad de Málaga, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico.
- Gaitán, J. A. y Piñuel, J. L. (1998). *Técnicas de investigación en Comunicación Social.* Madrid: Editorial Síntesis.
- García-Prieto, V. (2016). La alfabetización digital para personas con discapacidad: Un enfoque mediático. En *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicació y desarrollo social* (pp.1223-1239). Sevilla: Egregius.

- García-Santamaría, J. V. (2016). *Los grupos multimedia españoles*. Barcelona: editorial UOC.
- González Hernández, E. M. (2000). *La Industria audiovisual en Andalucía en la década de los noventa*. (Tesis doctoral). Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- González Río, M. J. (1997) *Metodología de la investigación social. Técnicas de recolección de datos*. Alicante: Aguadulce.
- Gómez y Méndez, J. M. y Manfredi, J. L. (1999). *La industria audiovisual en Andalucía (1995-1996)*. Sevilla: Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla.
- Granada hoy. (2012). La producción externa rebasará los 72 millones en el presente año. Recuperado de <https://bit.ly/2Y1Kdad>
- Guerrero, M. (2012). Muere Canal Sur 2: El buen gusto está de luto. Recuperado de <https://bit.ly/326hZcm>
- Gutiérrez, J. (2006) *La televisión en el recuerdo*. Málaga: Servicios de Publicaciones de la Universidad y RTVA.
- Hernandez Sampieri, R. *Metodología de la Investigación*. (2016). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES.
- Jiménez, D. (2019). *El director*. Madrid: Libros del K.O.
- Junta de Andalucía (2012). Acuerdo del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Contrato-Programa entre el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía para el período 2013-2015. 28 de diciembre de 2012.
- Kapuscinski, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona: Editorial ANAGRA.
- Kawulich, B. B. (2006). Observación participante como método de recolección de datos. *Qualitative Social Research*. 6 (2), art.43.
- La Opinión de Málaga (2012). Javier Arenas no irá esta noche al debate de Canal Sur. Recuperado de <https://bit.ly/30oSK4d>
- La Opinión de Málaga (2019). Promueven un Instituto Andaluz de la Investigación en Comunicación. Recuperado de <https://bit.ly/2H3AwhD>
- La Vanguardia. (2018) À Punt arranca mañana sus emisiones. Recuperado de <https://bit.ly/2Fm8FZs>
- La Vanguardia (2018) Vox reclusa: Ya no quiere cerrar Canal Sur de forma inminente. Recuperado de <https://bit.ly/32fuROs>
- Labio, A. (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo*. Barcelona: Anthropos.
- Labio, A., García Orta, M. J. y Romero-Domínguez, L. R. (2018). La deformación del servicio público en las televisiones autonómicas. *Gestión empresarial y supervivencia de la RTVA. Estudios sobre el mensaje*, 4(21), pp. 643-659.
- Lasso de la Vega, J. (1977). *Cómo se hace una tesis doctoral: técnicas, normas y sistemas para la práctica de la investigación científica y técnica y la formación continuada*. Madrid: Fundación Universitaria Española.

- León, B. (2012). *La televisión ante el desafío de internet*. Sevilla: Comunicación Social.
- Ley Nº 18/2007, de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA.) Sevilla. 17 de diciembre 2007.
- Ley Nº 7/2010, general de la Comunicación Audiovisual. Sevilla. 31 de marzo de 2010.
- Ley Nº 46/1983, reguladora del tercer canal de televisión. Madrid. 26 de diciembre de 1983.
- Ley Orgánica 6/1981, de Estatuto de Autonomía para Andalucía. 30 de diciembre de 1981.
- Libertad Digital (2010). La productora de un amigo de Chaves logra nuevos programas en Canal Sur pese a su nula audiencia. Recuperado de <https://bit.ly/2yF4ELJ>
- López Cepeda, A. N. (2015). *Nuevos y viejos paradigmas de la Televisión Pública. Alternativas a su gobierno y (des)control*. Sevilla: Comunicación Social.
- López Santana, C. (2016). *25 años de televisión pública en Andalucía, la RTVA. Desde el tercer canal, la competencia con la TDT, televisión en la "web" hacia una televisión internet y la IP/TV*. (Tesis doctoral.) Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- López Vidales, N., Gómez Rubio, L. y Tapia, A. (2017). Grado de cumplimiento de la función de servicio público en los programas de éxito de las televisiones autonómicas en España. El caso de Canal Sur, Aragón Televisión y Televisión de Galicia. En Azurmendi, A. y Huarte I. (Eds), *Retos de futuro de la televisión autonómica: Estructura, financiación, contenido y audiencias*. (pp. 102-124). Servicio de Publicaciones. Universidad de Navarra.
- Manfredi, A. y García Hernández, G. (1999). Canal Sur: 1989-1999. 10 años RTVA. *Ámbitos*, (2), pp. 163-205.
- Martínez-Vallvey, F. y Núñez-Fernández, V. (2016). *La comunicación y su estructura en la era digital*. Madrid: Udimia.
- Marzal, J. (2015). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI: nuevos escenarios tras el cierre de la RTVV*. Barcelona: Aldea Global.
- Marzal, J., Izquierdo, J. y Casero, A. (2016). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Valencia: Servicio de Publicaciones, Universidad de Valencia.
- Marzal, J., López-Rabadán, P., e Izquierdo, J. (2017). *Los medios de comunicación públicos de proximidad en Europa. RTVV y la crisis de las televisiones autonómicas*. Valencia: Tirant humanidades.
- McQuail, D. (1999). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Mediapro tv. Recuperado en <https://bit.ly/2lvFFC7>
- Mediaset. (2019) Acerca de la resolución de la CNMC sobre el expediente en materia publicitaria. Recuperado de <https://bit.ly/2JxiC7b>
- Medina Nieto, M. (2018). Análisis crítico de la producción de contenidos y de la ley de la radio y la televisión de titularidad estatal. El caso de TVE. *Revista Latina de Comunicación Social*. (73), pp. 730-747.

- Medina Nieto, M. (2019). *Productoras de televisión en España. Concentración, capital transnacional y contenidos (2015-2017)*. (Tesis doctoral) Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- Memorias RTVA (1989-2017). Recuperado de <https://bit.ly/2NUoddx>
- Merca2. (2018). La nueva política no regenera la parrilla de Castilla-La Mancha Media. Recuperado de <https://bit.ly/2G76lJM>
- Miguel de Bustos, J. C. y Casado del Río, M. Á. (2012). *Televisión autonómica: Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa.
- Moragas, M. y Prado, E. (2001). *La televisión pública en la era digital*. Barcelona: Pòrtic.
- Moragas, M. y Prado, E. (2001). Repensar la televisión pública en el contexto digital. *Portal de Comunicación*. pp. 1-28.
- Muñoz, B. (2005). *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Madrid: Fundamentos.
- Olmo, A. y Navarro, J. A. (2015). Audiencia y servicio público en las televisiones autonómicas. *Ámbitos*. (29) pp.22-27.
- Olmo, A. y Navarro, J. A. (2012). Nuevos contenidos educativos en las televisiones regionales: el proyecto de Canal Sur Televisión. *Revista ICONO 14, Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 10 (3), pp. 308-325.
- Ordaz, A. (2018). *El subdirector general de la RTVA incumple la ley de Altos Cargos desde hace más de cinco años*. (Trabajo Fin de Máster) Universidad Rey Juan Carlos. Madrid.
- Palacio, M. (2005). *Historia de la televisión de España*. Barcelona: Gedisa.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. USA: Emerald Group Publishing Ltd.
- Pena de Oliveira, F. (2006). *Teoría del Periodismo*. Sevilla: Comunicación Social.
- Piñuel, J. L. y et al. (2018). *Tendencias metodológicas en la investigación académica sobre comunicación*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*. 3(1), pp. 1-42.
- Piñuel, J. L. y Gaitán, J. A. (1995). *Metodología general. Conocimiento científico e investigación*. Madrid: Síntesis.
- Pujadas, E. (2017). *La televisión de calidad contenidos y debates*. Barcelona y Valencia: Aldea Global.
- Quirós, F. (1998). *Estructura internacional de la información*. Madrid: Síntesis.
- Ramonet, I. (2005). *Irak, historia de un desastre*. Barcelona: Debate.
- Ramonet, I. y Chomsky, N. (2010). *Cómo nos venden la moto: Información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria.

- Real Decreto 321/1988, por el que se concede a la Comunidad Autónoma de Andalucía la gestión directa del tercer canal de televisión. Sevilla. 8 de abril de 1988.
- Reig, R. (1992). *Sobre la comunicación como dominio: Seis paradigmas*. Madrid: Fundamentos.
- Reig, R. (1994). *La mente global: un estudio sobre estructura y análisis de la información*. Madrid: Ediciones Libertarias/Prodhufi.
- Reig, R. (1995). *El control de la comunicación de masas: Bases estructurales y psicosociales*. Madrid: Ediciones Libertarias/Prodhufi.
- Reig, R. (2001) *El éxtasis cibernético: comunicación, democracia y neototalitarismo a comienzos del siglo XXI*. Ediciones Libertarias/Prodhufi.
- Reig, R. (2002). *La Comunicación en su contexto. Una visión crítica desde el periodismo*. Sevilla: Centro Andaluz del Libro.
- Reig, R. (2003). *Estructura y mensaje en la sociedad de la información*. Sevilla: Mergablum.
- Reig, R. (2004) *Dioses y diablos mediáticos: Cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*. Barcelona: Tendencias/ Urano.
- Reig, R. (2007). *El periodista en la telaraña. Nueva economía, comunicación, periodismo, públicos*. Barcelona: Anthropos.
- Reig, R. (2010). *La telaraña mediática*. Madrid: Comunicación social. Ediciones y Publicaciones.
- Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Comunicación social. Ediciones y Publicaciones.
- Reig, R. (2015). Crisis del Sistema, crisis del periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio. Barcelona: Gedisa.
- Reig, R. (2019). Historia, poder, comunicación, periodismo: más allá del enfoque crítico "tradicional". *El profesional de la información*, v.28, n.6, e280601
- Reig, R. y Labio, A. (2017). *Laberinto mundial de la Información. Estructura mediática y poder*. Barcelona: Anthropos.
- Reig, R. y Langa, C. (2011). *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces (Centra)
- Reig, R., Mancinas-Chavez, R. y Nogales-Bocio, A. I. (2014). Un acercamiento en 2014 a la conformación de la estructura audiovisual en España y el caso de Canal Sur TV. *Revista Latina de Comunicación Social*, (69), pp. 571-617.
- Richeri, G. (1994). *La transición de la televisión: análisis del audiovisual como empresa de comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Richeri, G. (2004) "La Televisión Digital Terrestre en Europa: Un camino plagado de incertidumbres". *Telos Segunda Época*, 58, 20-25.
- Richeri, G. (2004) "La Televisión Digital Terrestre en Europa: Un camino plagado de incertidumbres". *Telos*. (58), pp.20-25.
- Rodríguez Gómez, G., Gil, J., y García Jiménez, E. (1996). *Metodología de la investigación*

- cualitativa*. Archidona: Aljibe ediciones.
- Rueda, J. C. y Chicharro, M. (2006). *Política, consumo y cultura televisiva*. Madrid: Editorial Fragua.
- Sampedro, J. L. (2009). *Economía humanista. Algo más que cifras*. Madrid: Editorial Debate.
- Sánchez-Gey, N. (2012). *Estructura audiovisual y reportero en Andalucía: Productora Indaloymedia, 2009-2012*. (Tesina.) Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.
- Sánchez-Gey, N. (2018). ¿Machismo en la televisión pública? Un polémico sketch de Juan y Medio en Canal Sur Televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*. 2(*Fin de un modelo de política*), pp. 1081-1109.
- Sánchez-Gey, N. (2018). ¿Micromachismo en televisión? Polémica por un programa de la televisión pública andaluza, sobre la misma temática. *IV Conferencia Internacional de Género y Comunicación*. Facultad de Psicología. Universidad de Sevilla.
- Sánchez-Gey, N. (2018). Los micromachismos en televisión y el papel de altavoz de las Redes Sociales. *VII Congreso Universitario Internacional 'Investigación y género'*. Facultad de Turismo. Universidad de Sevilla.
- Sánchez-Tabernero, A. (2008). *Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia*. Barcelona: Ediciones Deusto, Colección CIEC.
- Santín, M., Rodríguez Díaz, R. y Fernández Fernández, J. G. (2009). *Bases de la Información periodística*. Madrid: Editorial Universitas.
- Selltiz, C., Laurence, S. y Cook, S. W. (1980). *Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Editorial Rialp.
- Serrano, P. (2009). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo. Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Madrid: Península.
- Serrano, P. (2010). *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Madrid: Akal.
- Serrano, P. (2013). *La comunicación jibarizada. Cómo la tecnología ha cambiado nuestras mentes*. Madrid: Península.
- Sierra, F. (1999). *Elementos de teoría de la Información*. Sevilla: MAD.
- Sierra, F. (2013). La Comunicación es utilizada como Sistema de control. Recuperado de <https://bit.ly/2ZLJAPI>
- Sierra, F. (2018). Rtve y servicio público. Recuperado de <https://bit.ly/2M9Fei3>
- Sociedad General de Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales (SGAE). (2018). Anuarios. Recuperado de <https://bit.ly/2XAuoCS>
- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Tortosa, J. (2018). *Periodistas, el arte de molestar al poder*. Barcelona: Roca editorial.

Twitter Eva Ruiz. Recuperado de <https://bit.ly/2xBvflZ>

Twitter. La Tarde, aquí y ahora. Recuperado de <https://bit.ly/2LGaCDA>

Twitter. Teresa Rodríguez. Recuperado de <https://bit.ly/32i6lqo>

Vázquez Medel, M. Á. (1998). La RTVA y la industria audiovisual andaluza. *Pliegos de Información*, 1(7), pp. 147-157.

Vázquez Montalbán, M. (2008). *Informe sobre la Información*. Barcelona: Debolsillo.

Vertele. Canal Sur contrata con 10 ex directivos el 43% de su presupuesto para productoras. Recuperado de <https://bit.ly/2FZnTDK>

Vicente del Estad, R. *Inicios de Canal Sur Televisión. ¿Creación de una nueva industria audiovisual andaluza?* (Trabajo Fin de Máster.) Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla.

Youtube. Nace Canal Sur Televisión 1989. Recuperado de <https://bit.ly/2xBHdIN>

Zallo, R. (2015). Análisis de la nueva Ley de Radio y Televisión Pública de Canarias. *Revista Latina de Comunicación Social*. (70), pp. 322-346.

20Minutos. (2018). Vox exigirá a cambio de su apoyo “cerrar Canal Sur” y quitar la expresión “realidad nacional” del Estatuto. Recuperado <https://bit.ly/30sJ9tn>

ANEXOS (En lápiz de memoria, *pendrive*)

ENTREVISTAS

- Entrevista en profundidad a Joaquín Durán Ayo
- Entrevista en profundidad a Guillermo Garrigós González
- Entrevista en profundidad a Juan Bautista Martín, ‘Juan y Medio’
- Entrevista en profundidad a Pedro Collado Gómez
- Entrevista en profundidad a Noelia Alcántara Rueda
- Entrevista en profundidad a Antonio Manfredi Díaz
- Entrevista en profundidad a Paz García Santana
- Entrevista en profundidad a Juan Luis Manfredi Mayoral
- Entrevista en profundidad a Emelinda Fernández Soriano
- Entrevista en profundidad a Miguel de Aguilera Moyano

- Entrevista en profundidad a Bonifacio González Cañibano
- Entrevista en profundidad a Juan Tortosa Marín
- Entrevista en profundidad a Manuel Gómez Cardeña
- Entrevista en profundidad a José María Zafra Benjumeda
- Entrevista en profundidad a Rodrigo Elías Zambrano
- Entrevista en profundidad a David Fernández Quijada
- Entrevista en profundidad a José Rodríguez García, 'Chema Rodríguez'
- Entrevista en profundidad a Francisco Andrés Gallardo Alvarado
- Entrevista en profundidad a Pedro de Tena Alfonso
- Entrevista en profundidad a Rut Mingorance Villalba
- Entrevista en profundidad a Jesús Romero Sánchez
- Entrevista en profundidad a Miguel Ángel Vázquez Bermúdez
- Entrevista en profundidad a Mateo Rísquez Madrideojos

Memorias de la RTVA

Programa de *"La Tarde, aquí y ahora"*

Último documento sobre productoras audiovisuales del Parlamento de Andalucía (2019)

(Tesis presentada en diciembre de 2019)