



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

TESIS DOCTORAL

**CANAL SUR 2:
UNA PROPUESTA DE TELEVISIÓN
CULTURAL PARA ANDALUCÍA (1998-2012)**

Eduardo Ramos Rodríguez

Director:

Juan Francisco Gutiérrez Lozano



Publicaciones y
Divulgación Científica

AUTOR: Eduardo Ramos Rodríguez

 <http://orcid.org/0000-0003-4329-0004>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es

A María Teresa y Rafael, mis padres.

A ellos les debo lo que soy

ÍNDICE

Agradecimientos	11
PRIMERA PARTE. PLANTEAMIENTO TEÓRICO Y METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	15
Introducción	17
Capítulo 1. Estado de la cuestión: las televisiones públicas regionales	23
1.1 Televisión y servicio público	24
1.2 La televisión regional en Europa: las particularidades del modelo español	38
1.3 La 2 de TVE y los segundos canales de las televisiones autonómicas en España	53
1.4 Los estudios sobre la RTVA y Canal Sur 2	60
Capítulo 2. Hipótesis y objetivos. Marco metodológico	75
2.1 Formulación de hipótesis	75
2.2 Objetivos de la investigación	77
2.3 Metodología	79
2.3.1 Búsqueda y análisis documental	81
2.3.2 Entrevistas en profundidad	85
2.3.3 Selección, visionado y análisis de programas	90

SEGUNDA PARTE.	
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	95
Capítulo 3. Historia de Canal Sur 2: orígenes y principales etapas	97
3.1 El segundo canal en el marco legislativo de la RTVA	100
3.2 Primera etapa. La propuesta de una nueva cadena cultural para Andalucía (1998-2004)	109
3.3 Segunda etapa. La consolidación del proyecto (2004-2008)	116
3.4 Tercera etapa. La crisis económica y el fin de las emisiones (2009-2012)	121
3.5 El papel de las productoras audiovisuales en Canal Sur 2	123
Capítulo 4. Audiencias y programación del segundo canal autonómico andaluz	137
4.1 La respuesta de las audiencias al modelo de Canal Sur 2	137
4.1.1 Una nueva cadena en constante crecimiento (1998-2004)	140
4.1.2 La consolidación de sus públicos (2004-2008)	156
4.1.3 La llegada de TDT: el desplome de las audiencias (2009-2012)	165
4.2 La evolución de la programación: una televisión diferente para públicos diferentes	173
4.2.1 Primera etapa. Un nuevo concepto de televisión cultural centrado en Andalucía	176
4.2.1.1 La oferta para el público adulto: cultura, cine y documentales	179
4.2.1.2 La programación infantil: <i>La Banda</i> y <i>Shin Chan</i> como ejes vertebradores	188
4.2.1.3 A la búsqueda del público joven	192

4.2.2 Segunda etapa. El refuerzo de la oferta para el público adulto e infantil	199
4.2.2.1 <i>Andaluces por el mundo, Cifras y letras y Colga2 con Manu</i> , principales ofertas para el público adulto	200
4.2.2.2 Dibujos animados japoneses y <i>La Banda</i> : las propuestas para el público infantil	212
4.2.2.3 <i>Fiesta TV y S.O.S. Estudiantes</i> : las apuestas para la juventud andaluza	216
4.2.3 Tercera etapa. Un modelo desvirtuado por la llegada de la competencia y la crisis económica	222
4.2.3.1 El cambio hacia una programación generalista	224
4.2.3.2 La llegada de la TDT y la fragmentación de las audiencias	231
4.2.3.3 La reducción de los fondos públicos y el desplome de los ingresos publicitarios	236
Capítulo 5. Programas destacados en la trayectoria de Canal Sur 2	241
5.1 <i>La Banda</i>	243
5.2 <i>El Club de las ideas</i>	254
5.3 <i>Espacio protegido</i>	264
5.4 <i>Con el cine en los talones</i>	275
5.5 <i>Tesis</i>	285
5.6 <i>El Vagamundo</i>	295
5.7 <i>Somos más</i>	306
5.8 <i>El público lee</i>	314
5.9 <i>Sinceros</i>	325

5.10 S.O.S. <i>Estudiantes</i>	334
5.11 <i>Andaluces por el mundo</i>	344
TERCERA PARTE.	
CONCLUSIONES, FUENTES BIBLIOGRÁFICAS Y ANEXOS	357
I. Conclusiones	359
II. Fuentes bibliográficas	371
1. Referencias bibliográficas	371
2. Referencias hemerográficas y consultas de sitios web	387
III. Índice de tablas, gráficos e imágenes	392
IV. Anexos. Transcripción de entrevistas realizadas (CD)	395

Agradecimientos

Las primeras líneas de esta tesis doctoral las dedico a agradecer a aquellas personas que me han ayudado en la elaboración de la investigación que a continuación presentamos, sin cuya colaboración hubiese sido mucho más difícil haberla llevado a buen puerto. En primer lugar doy las gracias a las personas a las que he entrevistado para realizar este trabajo por su tiempo, por compartir sus experiencias y sus recuerdos, haciéndolo de buen ánimo y con enorme disposición. Testimonios que me han servido de guía para tratar de contar una historia que les une: su paso por Canal Sur 2.

También agradecer las facilidades que he tenido entre mis compañeros de trabajo de Canal Sur. Citar de forma especial a Fernando Ariza y Manuel Ruiz, excelentes fuentes de información y contactos, que me han guiado a la hora de elaborar la historia de este canal; a Inmaculada Morales del Departamento de Archivo y Documentación, siempre disponible para las peticiones realizadas y que me ha facilitado un sinfín de material gráfico y audiovisual; a los compañeros de los Departamentos de Comunicación, Audiencias y Programación de la empresa, por la documentación suministrada, y a la directora del centro territorial de la Radio Televisión de Andalucía en Málaga, Carmen Beamonte, por dejarme una de las cosas más preciadas para poder terminar esta tesis doctoral: tiempo.

He de mencionar también la inapreciable colaboración de las profesoras y profesores del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga, con los que comparto aulas, y a los que agradezco sus consejos, apoyos y recomendaciones para un camino que ahora termina para mí. Al profesor Manuel Chaparro Escudero al que expreso mi gratitud: fue él quien me animó, hace doce años, a inscribirme en los

cursos de doctorado, dirigiendo mi tesina y al que profesó un especial cariño personal y admiración profesional.

Testigo recogido por Juan Francisco Gutiérrez Lozano, director de esta tesis doctoral, del que agradezco profundamente que no dejara de recordarme la importancia de embarcarme en esta empresa y que haya sido un excelente guía académico, resolviendo mis dudas, sugiriendo incontables mejoras en el texto final, aplacando mis agobios y, fundamentalmente, confiando en mis posibilidades. He aprendido mucho a su lado y le agradezco el esfuerzo realizado en la concepción, revisión y corrección de esta investigación.

Asimismo no quiero dejar de citar a las personas que me permitieron conocer la importancia de la investigación académica, hace más de 15 años, en la Universidad Mesoamericana de Oaxaca, en México. Allí me inicié como profesor universitario e investigador. Darles las gracias, desde el tiempo y la distancia, por la oportunidad que me brindaron su rector, Marco A. Moreno Nishizaki, sus directoras, Guadalupe Solana y Martha Chandomic y, con especial cariño y en la ausencia, Leticia Asensio de Moreno. Ellos me invitaron a participar en el diplomado “Técnicas de investigación en cultura, sociedad y comunicación” impartido, entre otros, por los profesores Jesús Galindo Cáceres y Jorge González Sánchez (de los que me entusiasmó su amor por la investigación y sus ganas de divulgarlo) y a formar parte del *Grupo Emergente de Investigación* en la citada universidad. Sin ellos hubiera sido muy difícil que me hubiese embarcado en el mundo de la docencia y la investigación universitaria.

Finalmente, y en el plano más personal, agradezco a mi familia, el apoyo que siempre me ha prestado en todas las empresas que he decidido emprender en mi vida y de los que sólo he recibido ánimos, fuerzas y parabienes. A mis padres Rafael Ramos y María Teresa Rodríguez y a mis

hermanos Rafael, Jorge, Álvaro y Pablo (al que además agradezco su colaboración en la edición de esta tesis).

A los amigos, fieles y constantes, que me han apoyado, soportado y comprendido durante el tiempo de elaboración de esta investigación.

Y a mi compañera Thais Rucabado, experta en los procelosos caminos estilísticos que brindan el *word* y el *excel*, con quien he pasado muchas horas delante del ordenador para la edición de esta tesis doctoral y quien ha resuelto mis dudas con paciencia, conocimiento y buen humor, convirtiéndose además en un apoyo constante y cercano durante el periodo de redacción de este trabajo.

PRIMERA PARTE

PLANTEAMIENTO TEÓRICO Y METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN

Vivimos unos años marcados por las dificultades económicas que afectan a los servicios esenciales de nuestro estado de bienestar. Sectores como la sanidad, la educación, las infraestructuras, las pensiones y los derechos sociales malviven a una época de recortes permanente. Unos lo justifican por la falta de recursos económicos y lo oneroso que resultan para unas cuentas públicas que cada vez disponen de menos fondos. Otros, aprovechan estas dificultades económicas para deslegitimar el papel del estado como garante de estos derechos, abogando por el libre mercado y por la privatización de estos derechos sociales fundamentales: los seguros médicos privados, el copago de los medicamentos, los planes de pensiones gestionados por entidades bancarias, los colegios y universidades de pago, la reducción de las prestaciones por desempleo y un largo etcétera, responden a un discurso neoliberal cada vez más instaurado en diversos sectores de la sociedad.

En este contexto, poner en valor y defender la importancia de los medios de comunicación de carácter público podría parecer accesorio y casi banal. Pero no hay que olvidar el papel tan importante que juegan en la sociedad y cómo influyen en el imaginario colectivo de los ciudadanos. Y especialmente la televisión. Las clásicas premisas de formar, informar y entretener, que siguen siendo algunas de sus principales características, no puede dejarse en manos de las televisiones o plataformas privadas que tan sólo velan por sus intereses económicos, su beneficio empresarial, por obtener el mayor número de anunciantes posibles o de suscriptores de sus

canales, sin preocuparse por la calidad de sus programas ni por el contenido de los mismos. Sin tener en cuenta, en definitiva, el servicio público que deberían prestar como medios de comunicación.

Justificación de la investigación

Así, con esta tesis doctoral se pretende destacar la importancia de los medios de comunicación de titularidad pública, de calidad, rentables social y económicamente, sin interferencias políticas y que sirven para favorecer el desarrollo cultural y el sano entretenimiento en la sociedad. En concreto, con el trabajo que ahora presentamos *Canal Sur 2: una propuesta de televisión cultural para Andalucía (1998-2012)*¹, describimos un proyecto de la televisión pública andaluza que durante sus 14 años en antena trató de ofrecer una programación alternativa, de servicio público, centrada en mostrar las distintas manifestaciones culturales y sociales generadas en Andalucía y con la población andaluza como origen y destino de la mayor parte de sus programas. Una propuesta televisiva diferenciada, desde lo regional, ante un mundo cada vez más globalizado y más homogéneo en cuanto a sus contenidos.

Un segundo canal nacido en una empresa pública, la Radio Televisión de Andalucía (RTVA, en adelante), que cubriese las necesidades televisivas para otros tipos de audiencia, también andaluz, pero que hasta la fecha no disponía de una oferta específicamente destinada para ellos. La población adulta de los centros urbanos con un

¹ El nombre oficial con el que se creó la segunda cadena de la RTVA fue Canal 2 Andalucía. En 2008, coincidiendo con su décimo aniversario, cambió su denominación a Canal Sur 2 Andalucía. No obstante, muchos de los espectadores, directivos y trabajadores con los que se ha tenido ocasión de hablar en la elaboración de esta tesis doctoral, se han referido siempre a esta señal como Canal Sur 2, independientemente del año al que se hiciera referencia. En esta tesis doctoral hemos tratado de respetar su denominación. Hablaremos de Canal 2 Andalucía cuando hagamos referencia a los hechos acaecidos entre 1998 y 2008. A partir de ese año o cuando nos refiramos de forma genérica a esta cadena televisiva la nombraremos como Canal Sur 2.

nivel económico medio y medio-alto, el público infantil y el joven se convirtieron en los principales referentes para este nuevo canal televisivo². Que complementase y completase la ofrecida por Canal Sur Televisión, centrada en una propuesta generalista, donde los concursos, los deportes, los informativos y las fiestas populares, entre otros, conformaban la mayor parte de su parrilla de programación, dirigida, además, a un público mayor y eminentemente rural.

En esta investigación se explican las razones que motivaron la creación de un segundo canal autonómico andaluz de contenido cultural, qué tipo de programación fue la que predominó en sus años de funcionamiento, a qué públicos estuvo dirigida predominantemente, los hitos más relevantes de su historia o las causas que motivaron su cierre. Una revisión histórica centrada fundamentalmente en profundizar dos aspectos: por una parte en destacar su programación alternativa, en lo referente a los espacios de contenido cultural o divulgativo, infantil y juvenil; por la otra, en estudiar las respuestas de los públicos a esta propuesta televisiva, que llegaron a suponer unas audiencias anuales del 5,5% de la cuota de pantalla durante algunos años de sus historia.

Ante la falta de investigaciones que tuviesen como principal objeto de estudio el desarrollo histórico de Canal Sur 2, otro de los retos de esta tesis doctoral ha sido ofrecer una primera aproximación histórica que sistematice los principales hitos que han definido esta propuesta televisiva y que pueda servir a futuros investigadores para profundizar en este campo de investigación.

Dos han sido las motivaciones personales que han originado esta investigación. Por una parte, y desde el punto de vista académico, con esta

² Siempre que ha sido posible hemos tratado de utilizar términos colectivos, abstractos, vocablos no marcados, perífrasis o metonimias con la intención de evitar estereotipos o prejuicios sexistas en el uso del lenguaje. En los casos en los que no ha sido posible, y con la única intención de realizar una redacción fluida, hemos optado por el uso del género masculino genérico cuando se ha hecho referencia a colectivos que incluyesen tanto a mujeres como a hombres.

tesis doctoral concluyo los estudios comenzados hace más de diez años en el programa de doctorado titulado *Comunicación y poder*, realizado en la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Con ello refuerzo mi formación académica y me permite afrontar con más garantías mi vinculación a esta universidad, a la que pertenezco como profesor asociado desde hace cinco años. Por otra parte, y desde el punto de vista profesional, esta investigación me ha servido para reflexionar sobre las prácticas periodísticas que he realizado como trabajador para la RTVA: durante cuatro años como redactor en *Tesis*, programa de temática universitaria emitido en Canal Sur 2, y desde 2012 como periodista en los servicios informativos de Canal Sur Radio y Televisión en Málaga, donde me desempeño en la actualidad.

Acotación espacio-temporal

El ámbito de nuestra investigación está claramente acotada: desde el punto de vista espacial a la comunidad autónoma de Andalucía, donde desarrolló sus actividades este canal y, desde el punto de vista temporal, al periodo comprendido entre 1998, cuando comenzaron sus emisiones, y 2012, cuando se dejó de tener una programación propia. Desde esa fecha repite la misma señal que Canal Sur Televisión, con lenguaje de signos, subtítulos y programación audio descrita.

Estructura de la tesis

Esta tesis doctoral está organizada en cinco capítulos en los que se presentan los antecedentes de la investigación y su planteamiento metodológico, los resultados obtenidos en materia de programación y audiencias y las conclusiones de la investigación. Un diseño en la que hemos partido del estudio de lo general hasta llegar a profundizar en los aspectos más concretos.

En el primer capítulo está dedicado al estado de la cuestión. En este apartado analizamos qué ha sido publicado hasta la fecha sobre el tema en el cual se inserta esta investigación. Para documentarnos hemos realizado una búsqueda bibliográfica sobre el servicio público y televisiones de titularidad pública en diversos países de Europa. Así mismo hemos repasado los modelos televisivos aparecidos en España: La 2 de TVE y los segundos canales de otras televisiones autonómicas en nuestro país. En junio de 1998, cuando comenzaron las emisiones Canal 2 Andalucía, ya existían otras tres propuestas similares en funcionamiento: los segundos canales del País Vasco (ETB-1, creado en 1982), Cataluña (Canal 33, en 1988) y Comunidad Valenciana (Punt 2/Nou 2, en 1997). Finalmente hemos recopilado los estudios que han tenido como objeto a la RTVA, a Canal Sur Televisión, y sobre todo, al nacimiento, desarrollo, programación o audiencias del segundo canal público andaluz.

Las hipótesis, los objetivos y la metodología utilizada en esta investigación centran el segundo capítulo de este trabajo. Explicamos las hipótesis principales, que hace referencia al modelo de televisión cultural desarrollado por Canal Sur 2, así como los objetivos que nos marcamos en el desarrollo de esta investigación.

La presentación de los resultados corresponde a los capítulos tres, cuatro y cinco. En el primero de ellos describimos las principales etapas en las que hemos dividido el estudio de la historia de esta cadena televisiva y los hechos más destacados que tuvieron lugar en cada una de ellas. Asimismo describimos el marco legislativo en que se ha desarrollado este canal o el papel que las productoras audiovisuales externas han jugado en la configuración de sus parrillas de programación.

En el capítulo cuarto detallamos los niveles de audiencias anuales que obtuvo este canal en sus años de vida, centrándolo en los tres públicos específicos a los que fue destinado su programación: el público adulto, la infancia y la juventud. En este apartado también analizamos su

programación, con protagonismo de los espacios de contenido cultural o divulgativo, de entretenimiento, infantiles y juveniles.

En el capítulo cinco realizamos un análisis específico de algunos de los programas emitidos en esta cadena, en los que quedan reflejados las principales temáticas aparecidas y los grupos de edad principales a los cuales iba dirigido su programación.

La última parte de esta tesis doctoral la dedicamos a presentar las conclusiones, comprobando el grado de cumplimiento de las hipótesis planteadas y de los objetivos marcados en esta investigación, detallamos la bibliografía que hemos utilizado en la elaboración de esta tesis doctoral e incluimos un índice con las tablas, gráficos e imágenes utilizadas.

Finalmente, en el apartado de anexos, transcribimos las doce entrevistas que hemos realizado a las personas responsables de Canal Sur 2, de la RTVA y a los directores y directoras de algunos de los espacios analizados en esta investigación.

CAPÍTULO 1

ESTADO DE LA CUESTIÓN:

LAS TELEVISIONES PÚBLICAS REGIONALES

En este apartado repasaremos los principales estudios que en forma de libros, tesis doctorales o artículos académicos, entre otros, desarrollaremos como estado de la cuestión en la presente tesis doctoral *Canal Sur 2: una propuesta de televisión cultural para Andalucía (1998-2012)*.

En primer lugar expondremos algunas de las investigaciones llevadas a cabo sobre el concepto de servicio público que han de cumplir las televisiones nacionales, regionales o locales de titularidad pública. Analizaremos su devenir histórico, la problemática actual en torno a estos modelos televisivos, los objetivos para los que fueron creados y también ofreceremos pistas sobre la pertinencia de su supervivencia en el futuro.

A continuación nos centraremos en lo publicado sobre televisiones públicas tanto en Europa como en España, haciendo especial hincapié en la reivindicación cultural y lingüística que algunas de las televisiones regionales públicas han tenido desde su origen.

En el tercer apartado revisaremos la literatura académica sobre la historia de la televisión en España y describiremos cómo se ha tratado al segundo canal de TVE, La 2, desde su nacimiento como UHF hasta nuestros días. Y en paralelo haremos un estudio sobre publicaciones que hayan tenido como referente en las televisiones públicas autonómicas de España y a sus segundos canales: TV3 y Canal 33, ETB-1 y ETB-2, Televisión Gallega y G2,

Telemadrid y La Otra, Canal Nou y Punt 2, etcétera. El servicio público para minorías y la actual situación económica de las mismas serán algunos de los aspectos a tratar.

El cuarto apartado está dedicado a recopilar lo publicado sobre la Radio Televisión de Andalucía, un campo de estudio aún incipiente, en el que haremos referencia a la creación de este ente autonómico y a algunos de sus hitos más sobresalientes. Además de tratar el origen y desarrollo de Canal Sur Televisión, nos centraremos, sobre todo, en describir las investigaciones sobre Canal Sur 2: un objeto de estudio que no ha sido aún muy desarrollado en la literatura académica.

1.1 Televisión y servicio público

La importancia de la televisión pública en las sociedades actuales hace que se sitúe en el centro del debate el papel que han de desempeñar estos medios en la defensa del pluralismo informativo y en la salvaguarda de una parte de las necesidades culturales y sociales de la ciudadanía. Unos medios de titularidad pública que tienen la capacidad, gracias al alcance y penetración de la televisión, de mejorar los procesos democráticos de las sociedades mediante la difusión de contenidos de calidad, el fomento de las culturas propias y el desarrollo educativo de la ciudadanía.

Los estudios sobre el servicio público en las televisiones han sido constantes desde la creación del medio, aunque ha sido a partir de los años ochenta cuando han proliferado las investigaciones sobre este fenómeno, coincidiendo con la liberalización de los mercados televisivos en Europa y el fin del monopolio de las empresas públicas, que hasta entonces gestionaban de forma prácticamente exclusiva este medio.

Se trata de un vasto campo de investigación, que excede del principal objetivo de estudio de esta tesis doctoral, por lo que nos centraremos en exponer, de forma cronológica, algunas de las principales investigaciones

que hayan tenido como objeto central de estudio el servicio público televisivo en el continente europeo, en el contexto español y reseñando también algunas de las aportaciones realizadas desde Latinoamérica.

Un servicio público que se encuentra, a día de hoy, atacado desde dos frentes: por una parte el que cuestiona el control político que ejercen los gobiernos con respecto a las programaciones y sus contenidos haciéndolo partidista y poco plural y, por la otra, el que afirma que es inasumible mantener un servicio como este, cuando hay necesidades sociales más acuciantes por cubrir como la sanidad o la educación. Así mismo el hecho de que una parte significativa de las programaciones sean repeticiones de contenidos extranjeros, habitualmente de EE.UU., deslegitima este modelo televisivo, que debería centrarse en potenciar contenidos propios y en ofrecer temáticas cercanas, que interesen a la sociedad para la que ha sido creada este medio.

Existe una gran variedad de sistemas televisivos públicos en el contexto europeo que emanan de las diferentes realidades culturales, sociales y políticas de los estados, por lo que no se puede hablar de un único modelo de servicio público en Europa. En términos generales, y como apunta Iosifidis (2010) las obligaciones de este servicio han de tener como referencia, entre otros, la universalidad de su contenido y su acceso, la contribución al pluralismo político, la preservación de la cultura y herencia nacional o el establecimiento de altos estándares de calidad en el entretenimiento, la educación o la formación.

Una de las televisiones de referencia a nivel mundial, la BBC británica, publicaba en 1985 un documento en el que se enumeraba los requisitos que debían cumplir los medios de comunicación de titularidad pública para salvaguardar el servicio público que prestaban¹. Debían satisfacer las

¹ Previamente, en 1980, y en una obra de referencia coordinada por Sean McBride, *Un solo mundo voces múltiples*, se afirmaba que para luchar contra los desequilibrios sociales y en pos del desarrollo ciudadano, la comunicación más próxima debía cumplir un papel fundamental y más participativa por parte de los ciudadanos en el que: “las estrategias de

necesidades culturales y sociales de la audiencia, alejadas de intereses políticos o empresariales y con un sello de calidad en sus producciones. Entre estos parámetros destacaban:

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

A priori la misión de estos medios públicos debería moverse entre la diversidad en cuanto a las propuestas programáticas, la calidad del producto ofrecido, el carácter pedagógico, la apuesta por la diversidad cultural, social y lingüística. En una línea de pensamiento parecido, el investigador venezolano Antonio Pasquali afirmaba, en el contexto latinoamericano, que estaríamos ante un servicio público si hubiese una doble independencia: del

desarrollo global (...) se aparten de los modelos de los últimos decenios dado que insisten en una participación más activa de la colectividad en la expresión de su existencia propia (...) Este cambio tiene grandes repercusiones para la utilización de los medios de comunicación con miras a respaldar las actividades de desarrollo” (McBride: 1980, 106).

² En Vicente del Estad (2011:65). En el nuevo milenio, la propia BBC, ha ampliado el servicio prestado de informar, formar y entretener a otros en los que quede reflejado la pluaridad de la sociedad, de sus gustos o estilos de vida. Así en *La Carta de la BBC* se afirma: “Public service is about sustaining citizenship, civil society, news and information: is a contribution to a democratic life... In a very broad sense is about education and learning –through things like documentaries and children’s programs-, stimulating creativity and cultural excellence. The BBC expends a lot of money on contents, on supporting independent producers. In the UK the public service is also about representing Britain around the world and bringing other views to the country, in order to make sure that we are not isolated, but connected to the world”.

En: <http://www.bbc.co.uk/corporate2/insidethebbc/whoweare/publicpurposes/citizenship.html>

poder económico y del poder político. Y que debería contarse con la financiación del erario público, con programas de calidad en el que se trate a los televidentes como personas inteligentes, cultivadas, con diversas sensibilidades y que la cultura permee en todos los contenidos que se emitan. Y todo ello enfrentándose a la dificultad de moverse en un entorno audiovisual donde la presencia y relevancia de los operadores privados de televisión es muy importante:

“El término “cultura” significará calidad indistintamente aplicada a todos los géneros de la programación. (...) No será una radiodifusora masiva de programas importados o una arrendataria de espacios; adoptará modalidades de funcionamiento complementarias y no competitivas; se organizará a escala regional y dispondrá de una unión capaz de dialogar en pie de igualdad con sus homólogos de otras regiones” (Pasquali: 1991, 45).

En esa dicotomía entre lo público y lo privado, y en el contexto europeo, Jay G. Blumler en *Television and the public interest* (1992) estudió diversos modelos de televisión que han estado presentes en este continente, confrontando ambos modelos televisivos y realizando el estudio de diferentes casos específicos. Así situó a la británica BBC como referente histórico europeo y se destacó a otros modelos como el existentes en Países Bajos, y su enorme diversidad, o el caso de Suiza y su multiculturalidad. Ese mismo año, Eli Noam publicó *Television in Europe*, un pormenorizado estudio de la situación de monopolio en la que durante muchos años se desarrollaron los operadores públicos de televisión, analizando para ello la situación en una treintena de estados europeos y las transformaciones sufridas por estos operadores públicos en aspectos tecnológicos, políticos y económicos.

Uno de los organismos internacionales que más se ha preocupado por el servicio público que ha de ofrecer la televisión ha sido la Organización de la Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, UNESCO. El

organismo ha defendido que las televisiones cumplieren un papel fundamental a la hora de fortalecer las identidades nacionales, transmitiendo mensajes e informaciones de calidad en el ámbito más próximo. Así en 1993, y basándose en la *Declaración sobre la televisión pública*, adoptada en el Seminario de Alma Ata sobre el desarrollo de los medios de comunicación independientes en Asia, señalaba que estos medios eran el corazón de la esfera pública, la arena donde se desarrollaban los procesos de democracia y donde se escrutaba el servicio público audiovisual de la sociedad civil. Un modelo televisivo que debía ser apartidista: “En lugar de las estructuras existentes de radio y televisión, controladas por el estado, se establezcan una radio y una televisión del servicio público, independientes en el plano periodístico, subrayando en este contexto la necesidad de profundizar en la noción de servicio público (...). En el ámbito de la educación, la ciencia, la cultura” (UNESCO: 1993, 85).

Auspiciado también por la UNESCO, en 1995, se celebró en París una mesa redonda sobre las funciones culturales y educativas de la radiodifusión de servicio público, en la que se profundizaba en este concepto, instando a los operadores de radiotelevisión gestionados por los estados a potenciar el servicio público que prestaban, mediante tres principios: el desarrollo de programas que ofreciesen mayor cantidad de contenidos culturales, junto con los de entretenimiento, información o educación; el compromiso político de mantener estos servicios; el respeto y la salvaguarda de la cultura nacional o étnica, de tal modo que la audiencia siempre estuviese en contacto con su historia, idioma, arte, religión u otros valores culturales (UNESCO: 1995).

Peter Dahlgren hablaba del papel de estos medios públicos en los sistemas políticos contemporáneos, desde el punto de vista de la audiencia, en su obra *Television and public sphere: citizenship, democracy and the media* (1995). Dahlgren señalaba a la televisión como un elemento primordial en las sociedades que vivían muy mediatizadas por los medios de comunicación y otorgaba un papel protagónico a los telespectadores para interpretar los

mensajes transmitidos e incluso para poder resistirse de su persistente influencia. Monroe E. Price, expuso en *The public sphere and natural identity* (1995), conceptos relacionados con el servicio público, como la independencia que debían tener frente a los poderes públicos, los límites de la labor legislativa/regulatoria de los gobiernos o la influencia de la televisión en el desarrollo de las sociedades actuales.

Ese mismo año el profesor Pérez Ornia editaba *La nueva perspectiva audiovisual. El reto de la televisión pública regional*, donde junto a un grupo de investigadores analizó el modelo óptimo que debería tener una radiotelevisión pública destacando que, de manera ideal, debía respetar el pluralismo, la democracia, la cultura o la convivencia, entre otros, y que se tuviesen en cuenta tres condicionantes³:

- “- Impulsar y adaptar los cambios tecnológicos, respetando los valores fundamentales de los ciudadanos.
- Establecer una esfera de la comunicación pública en la que los medios audiovisuales gocen de legitimidad pública y, en consecuencia, sean veraces y libres.
- Crear y establecer una industria audiovisual estable y competitiva que no solo rinda beneficios económicos al Estado, sino que además sostenga y refuerce el sistema social público y cultural” (Pérez Ornia: 1995, 58).

En un estudio comparativo sobre la situación en la Unión Europea de la televisión pública, coordinado por González Encinar (1996), se profundizó en el estudio del servicio público que se prestaba, concretado de forma diferente en cada uno de los países estudiados, pero que se enfrentaban a unos retos similares: los cambios en la sociedad, la competencia con los operadores privados y los avances tecnológicos. En esta compilación se realizó un estudio comparativo entre los ordenamientos jurídicos, la

³ Un estudio centrado en el caso andaluz pero que podría ser extrapolable a otros modelos públicos de televisión. En Pérez Ornia, J.R. (ed.) (1995).

organización interna o la financiación de las televisiones de titularidad pública en Reino Unido, Alemania, Austria, Italia, Francia y España, proponiéndose una reestructuración de estas televisiones para asegurar su supervivencia. En el caso español se destacaba el enorme grado de dependencia con respecto al poder político, hecho que desvirtuaba la naturaleza del servicio público para el que se había creado, proponiéndose un menor control partidista mediante una reforma legal para conseguirlo.

También en el ámbito europeo, durante el año 1997 se firmó el Tratado de Ámsterdam por el que se modificaban diversos tratados constitutivos de la Unión Europea y las Comunidades Europeas. En este documento se recalca, entre otros muchos aspectos, la importancia del servicio público y el pluralismo en los medios de comunicación al estar relacionado con necesidades culturales, sociales y democráticas de cada sociedad y de cada Estado. Así, en el documento titulado *Protocolo sobre el sistema de radiodifusión pública*, se señalaba:

“La facultad de los Estados miembros de financiar el servicio público de radiodifusión (...) para llevar a cabo la función de servicio público tal como haya sido atribuida, definida y organizada por cada Estado miembro, y en la medida en que dicha financiación no afecte a las condiciones del comercio y de la competencia en la Comunidad” (Unión Europea: 1997, 109).

Atkinson y Raboy (1998) profundizaron en esta línea de pensamiento con la realización un informe para la UNESCO sobre la televisión de servicio público a finales del siglo XX. Una discusión que giraba en torno a la necesidad y legitimidad de un modelo público televisivo que habría de coexistir en un mercado donde estaban muy presentes los operadores privados. Se analizaba la situación del servicio público televisivo en varios países del mundo desarrollado, tanto europeos (Gran Bretaña, Suecia, Alemania y Bélgica), no europeos (Australia, Japón, Estados Unidos) así

como la evolución de estos modelos televisivos en países en desarrollo o con una incipiente democracia (Polonia, Ucrania, India, Namibia, Filipinas o Camboya, entre otros)⁴.

Se describían tres razones históricas por las que se había justificado la creación de organismos públicos de radio y televisión. La primera, de carácter técnico, hacía referencia a que el Estado debía regular el uso del espectro de las frecuencias ya que éste era limitado. La segunda se refería a la potencialidad de este medio: en el plano político, por la capacidad de informar a los ciudadanos sobre cuestiones de interés público; desde el punto de vista social por la labor educativa que podía cumplir y en el plano cultural para dar a conocer a la población sus manifestaciones identitarias propias. La tercera razón tenía que ver con la poca confianza respecto a que el mercado cumpliera la misión de servicio público que debería tener la radiodifusión.

Razones todas que, según los autores, podían ser fácilmente desmontables y cubiertas por los operadores privados, lo que obligaba a los gobiernos y a la sociedad a buscar nuevas razones y justificaciones del porqué era necesario un modelo de televisión pública y si ésta no podría ser asumida por los operadores privados. Así en cuanto al futuro de esta televisión Atkinson (1998: 25) señalaba que había dos posibles caminos: que este servicio se volviese cada vez más comercial, lo cual justificaría su privatización o que siguiese a rajatabla el mandato de servicio público y se convirtiera en una especie de *"gueto cultural"* que iría dirigido a una audiencia extremadamente limitada.

Es por ello que las televisiones públicas en aquellos años buscaban incrementar la audiencia con más películas, más ficción, más acontecimientos

⁴ Alfonso y Pérez Tornero (1998), en un trabajo de sistematización realizado también para la UNESCO y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, enumeraban algunos de los principios que debían tener los servicios públicos de radio y televisión, entre los que destacaban la atención a las capas desprotegidas de la sociedad, el estímulo al desarrollo de la industria audiovisual autóctona, el apoyo a la educación y la formación, el estímulo para la consolidación y la extensión de la democracia, la protección del sistema cultural y educativo propio y la participación de la comunidad.

deportivos y más entretenimiento. Y además relegaron los programas culturales o documentales a las últimas horas del día, programando los espacios más atractivos a las horas en las cuales había un mayor número de telespectadores. Un debate sin una fácil solución pero con una propuesta para su supervivencia y justificación: se ha de apostar por una televisión pública más definida, con una programación diferenciada del resto de operadores privados y protegida de la lógica comercial que rigen a los privados.

Por otra parte también el concepto de servicio público ha provocado ciertas controversias en cuanto a su dimensión ya que, según algunos autores, parece que aquél ha de estar asociado, de forma natural, a cualquier modelo televisivo de titularidad pública, cuando no siempre se corresponde con la realidad. Tesis sostenida, entre otros, por Zeller y Giordano:

"Los gestores de todas las televisiones públicas coinciden en otorgarles esta característica (la de servicio público) a partir del papel general que desempeña la respectiva televisión en el sistema comunicativo y en su espacio social. Lo problemático de este planteamiento es que, dada la elasticidad del concepto, prácticamente cualquier estrategia comunicativa puede presentarse como servicio público" (Giordano y Zeller: 1999, 89).

Ya en el cambio de siglo, y de milenio, se había estudiado el servicio público desde distintos prismas y con varios elementos recurrentes en las investigaciones: la necesidad de la existencia de este modelo televisivo para la protección y fomento de las culturas e identidades nacionales o regionales, los problemas de independencia con respecto al poder político, el papel de los operadores privados, cada vez más presentes, con más fuerza y con más audiencias, la promoción de las industrias audiovisuales propias, los retos de este medio ante el desarrollo tecnológico creciente o los problemas de financiación de las televisiones que debían garantizar este modelo de servicio público.

En esta línea, y con la publicación de *Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención*, Martín Barbero apuntaba que, a partir de las necesidades de una audiencia cambiante, las nuevas condiciones de producción televisiva o las innumerables innovaciones tecnológicas, había que apostar por un medio televisivo público que sirviese como elemento de cohesión social, en el que se potenciase la diversidad cultural, la pluralidad política y la ideológica: “debido a la fragmentación que introduce el mercado, se hace necesaria una televisión que se dirija al conjunto de ciudadanos de un país, que contrarreste en la medida de lo posible la balcanización de la sociedad nacional” (2001: 48).

Complementando lo anteriormente expuesto, y centrándose en el papel de los ciudadanos como sujetos activos de la comunicación, Chaparro Escudero (2002) analizaba el denominado Tercer Sector de la comunicación, en donde se ponía en valor el servicio público que emanaba de las radios y televisiones locales, alternativas, comunitarias o independientes. Unos medios alejados de los intereses de los estados y de las presiones de los mercados, en los que se pretendía desarrollar una cultura de consumo audiovisual crítica y selectiva, diferenciando el concepto de información, que implicaba unilateralidad, del de comunicación, que suponía intercambio.

Un tipo de comunicación en la que contase el papel del ciudadano no sólo como receptor de los mensajes audiovisuales sino como co-participe de su emisión. El servicio público, afirmaba Chaparro Escudero, quedaba desdibujado en un modelo audiovisual europeo en el que se habían terminado los monopolios estatales televisivos y en el que los operadores privados cada vez tenían más presencia⁵. Una televisión en la que destacaba: “la pérdida de identidad del sistema público emisor, la ausencia de

⁵ En *La democratización de los medios*, libro editado por Chaparro Escudero a finales de los años noventa, ya se adelantaba el fin del control estatal de los medios por parte del Estado, lo que había supuesto, también, el abandono de los fines de servicio público protagonistas en los medios audiovisuales: “importa el *share*, la cuota de presencia porcentual en los hogares, que permite el objetivo único de rentabilizar el servicio, solo, desde una perspectiva comercial mediante la introducción de programas potenciadores de los denominados instintos vagos” (Chaparro Escudero: 1999, 16).

colectivos sociales en los medios (...) y por último la fragilidad cultural de los mensajes transmitidos por los emisores privados y públicos cuando no hay control de calidad sobre los contenidos” (Chaparro Escudero: 2002, 73).

Una situación de retos y cambios constantes en las televisiones públicas europeas que fue objeto de estudio en *Los desafíos de la televisión pública en Europa* (2007), coordinado por Elsa Moreno, en el que se profundizó en trabajos anteriores, ampliando las propuestas sobre el papel de los medios públicos en el escenario digital, la financiación de los mismos o la calidad en los programas, describiéndose, así mismo, las dificultades en entes europeos como la BBC o RTVE. Y coincidente en el tiempo y con una orientación similar, en lo referente al futuro de este tipo de televisiones en la era digital y con las nuevas tecnologías como telón de fondo, Susanne Nikoltchev publicaba *Audiovisual media services without frontiers: implementing the rules* (2007).

En la misma línea de trabajo Manfredi Mayoral realizó una comparación de las televisiones públicas estatales, analizando los servicios audiovisuales en Alemania, Francia, Estados Unidos y España en su obra *La televisión pública en Europa* (2008)⁶. Lo hizo desde una triple perspectiva: económica, política y social. Y con una premisa de fondo, que el Estado debía de funcionar como garante del derecho ciudadano a la sociedad de la información. Realizaba Manfredi, además, un estudio crítico sobre RTVE al encontrarla alejada de su entorno comunitario y falta de reflejos para adaptarse a una etapa digital, tanto en cuestión programática como en su administración financiera o en los soportes utilizados.

También ha de destacarse, en el contexto español, el trabajo de Ramón Zallo (2010) que criticaba las derivas de los diferentes gobiernos socialistas entre 2004 y 2009 y el trato que habían hecho con respecto al servicio público que debía prestar la RTVE, acusando al gobierno de inclinarse al lado de los

⁶ Esta obra es una puesta al día *La televisión pública en la transformación del estado de bienestar* del año 2004, realizada por el mismo autor.

intereses corporativos, mediante la renuncia de su papel fundamental como facilitador de contenidos diferenciados, culturales o sociales.

“El acento ha pasado del servicio público a la concentración; de la descentralización a la centralización; de la extensión del conocimiento a su acumulación y apropiación desde el capital cognitivo; (...) tras haber distorsionado el mercado mediante decisiones públicas en beneficio de los prestadores de servicios audiovisuales más importantes. Todo ello parece cristalizar en el impactante proceso de concentración abierto entre prestadores de servicios audiovisuales en dos grandes grupos que conformarían Mediaset y Sogecable y –en conversaciones– entre Antena 3 e Imagina. Una combinación de neo estatismo reestructurador del mercado y neoliberalismo” (Zallo: 2010, 19).

En el contexto internacional hay que destacar también el estudio monográfico recogido en la revista *Infoamérica* 3-4 (2010) que bajo el título *El futuro de la televisión pública* y editado por Díaz Nosty, estudiosos como Martín Barbero, Petros Iosifidis, Enrique Bustamante, Karol Jakubowicz, Cinzia Padovani, José María Souvirón o Angelika Wyka-Podkowka, entre otros, reflexionaban sobre los retos de supervivencia de los operadores públicos de televisión. Un amplio recorrido sobre esta compleja realidad en la que se describieron, entre otros, realidades específicas de países como Reino Unido, Alemania, Italia, países de Europa del Este o de América Latina. Además se profundizó en el estudio de la programación cultural, educativa e infantil o en el sistema audiovisual español en el año en el que entró en vigor la Ley del Audiovisual.

La financiación, la competencia de los operadores privados, las deslegitimación social de este modelo o el diferente trato que otorgaban medio públicos y privados a los hechos informativos diarios, fueron otros de los aspectos analizados en este compendio. Un tipo de televisión que sufría constantes presiones y reproches por el coste que significaba este servicio, en una época de crisis económica, sobre todo provenientes de formaciones

políticas conservadoras y de sectores cercanos a los intereses de la industria audiovisual: “Presión que se produce, en muchos casos, precisamente cuando se diferencian más las líneas de programación de las cadenas públicas de las privadas, por el empobrecimiento de los contenidos de estas últimas y su orientación, en el terreno de la información, hacia el sensacionalismo y el espectáculo” (Díaz Nosty: 2010, 4).

Karen Doners (2012) estudió las diversas disposiciones legales emanadas de la Comisión Europea sobre servicio público y su impacto en los diferentes estados miembros, destacando la preocupación de que se priorizasen, en el desarrollo de este servicio, los aspectos de contenidos económicos por encima de los sociales. También desde una perspectiva jurídica López García (2012) publicaba una monografía en la que desde un punto de vista legal y comparando las legislaciones españolas y europeas, analizaba la dimensión del concepto de servicio público y la comunicación social, como un elemento central y articulador de los sistemas democráticos actuales. La autora profundizaba, entre otros aspectos, en la libertad de comunicación, el derecho a recibir contenidos audiovisuales, el sistema de explotación de los medios audiovisuales en España o la regulación de los contenidos audiovisuales⁷.

Otros autores se cuestionaban hasta que punto estaba justificado que la sociedad siguiese financiando estos medios de comunicación, como el caso de Stephen Cushion (2012) quien, no obstante, analizó los tratamientos tan diferenciados de las noticias que realizaban los operadores públicos y las empresas privadas de comunicación. Cushion defendía el valor del primer modelo televisivo al ser garante de informaciones contrastadas y concluyendo que la democracia se construía también a partir de cómo eran comunicadas al público estas noticias.

⁷ Este trabajo es una continuación de la tesis doctoral que la autora defendía en 2009 titulada: *Servicio público, libre competencia y derecho a la información en la oferta de contenidos audiovisuales. Régimen de la difusión audiovisual de los acontecimientos de interés general.*

De forma más reciente y editado por el profesor Chaparro Escudero se ha publicado *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas* (2014) en la que expertos en contenidos audiovisuales como Enrique Bustamante, Jean-Jacques Cheval, Ángel García Castillejo, Luis A. Albornoz, Carmen Peñafiel, Manuel Vázquez Medel o Rosa Franquet, entre otros, han profundizado en la situación del audiovisual español en la actualidad, desde una óptica de lo local y del Tercer Sector de la comunicación. En este trabajo se afirma que la televisión de servicio público está en el punto de mira de un sistema en el que tienen un papel protagónico los intereses políticos y las empresas privadas de comunicación. El libro analiza el modelo televisivo desde lo local, destacando sus logros, carencias o retos pendientes y concluyendo con una propuesta de indicadores mediáticos de responsabilidad y transparencia para medir la utilidad social de los mismos. Unos medios audiovisuales que deberían responder a criterios de servicio público al ocupar un espacio propiedad del conjunto de la sociedad: el espectro radioeléctrico.

No obstante, Chaparro Escudero, apuntaba: “la Ley General de Comunicación Audiovisual de 2010 (LGCA) rebajó este listón al dispensar a los medios el Segundo Sector de cumplir con las premisas de servicio público. Un gran error cuyas consecuencias abundan aún más en la irresponsabilidad que se aprecia en los discursos mediáticos”. (2014: 13). Una reivindicación de los medios del Tercer Sector de la comunicación, como vía para canalizar la participación ciudadana, que se apropien de los medios de comunicación y realicen una programación afín a sus intereses y necesidades, alejada de las prioridades del sector privado o de las sedes gubernamentales.

Finalmente Arriaza, Nowak y Kuhn acaban de editar *Public Service media in Europe: a comparative approach* (2015), una monografía sobre servicio público en los medios de comunicación analizando, desde un punto de vista histórico, su nacimiento, desarrollo o la influencia que este concepto ha

tenido en el contexto europeo en áreas como la política, la económica o la legal. Así mismo estudiaban, comparativamente, el servicio público en diferentes países europeos, entre los que se incluían los casos de Francia, Italia, Alemania, España, Suecia o Polonia⁸.

1.2 La televisión regional en Europa: las particularidades del modelo español

Uno de los trabajos que más en profundidad han analizado las televisiones regionales en Europa fue el realizado por los profesores De Moragas y Garitaonandía (1994) que entre 1991 y 1994 se encargaron de completar una investigación para la Comisión de Política Regional del Parlamento Europeo en donde describían la realidad de estas televisiones en los países de la Unión Europea, sistematizando y analizando diversas experiencias en el contexto continental. Fruto de este trabajo publicaron *Descentralisation in the Global Era. Television in the Regions, Nationalities and Small Countries of the European Union* (1995), en el que readaptaron conceptos clásicos de televisión regional o local acuñando un nuevo término, “televisión de proximidad” en el que se aunaban ambos conceptos y que aún hoy sigue en vigor en mucha de la literatura académica.

Además incluyeron una clasificación, atendiendo a la tipología de las diferentes televisiones, en las que identificaron hasta siete modelos de operadores televisivos regionales, en función del tipo de emisiones, programaciones o del servicio público que realizaban. Una completa radiografía del panorama europeo en el que quedaron reflejados los diversos

⁸ Tan extenso es el concepto de servicio público que se han publicado en los últimos años tesis doctorales dedicadas específicamente a esta temática. Entre otros, Peña Moya (2013) analizaba este concepto, en relación con la RTVE o el entonces director general de la RTVA, Camacho Ordóñez (2004), hacia lo propio en lo referente a la financiación de este modelo televisivo en el España.

modelos existentes. En el estudio se explicaban las diferentes raíces en cuanto al origen de estos medios públicos. En algunos casos la televisión nacía como consecuencia de la descentralización administrativa (como en España, Francia, Italia o Portugal), en otros debido al carácter federal de los estados (Alemania o Bélgica), los había por motivación económico-comercial con transfondo político (casos de las televisiones locales-regionales italiana o de la ITV inglesa), con una identidad cultural o lingüística muy marcada (Cataluña, País Vasco o Gales), los justificados por razones geográficas de insularidad o lejanía (Azores, Madeira, Feroe, Groenlandia), etcétera.

Según Moragas y Garitaonandía el fenómeno de la televisión regional no podía ser considerado como algo aislado sino en paralelo a las tendencias globalizadoras en el ámbito comunicativo y apuntaban a que los estados no habían perdido su influencia y liderazgo en políticas de comunicación. Pero que tenían que compartir este protagonismo con otros agentes, en una sociedad que a pesar de ser transnacional, era al mismo tiempo regional o local: “Esta pérdida de influencia tiene tres principales fugas: la privatización, la transferencia de competencias hacia los ámbitos supranacionales europeos y la descentralización, con la lenta asunción de competencias en materia de comunicación por parte de las regiones, autonomías y ámbitos locales” (Moragas y Garitaonandía: 1995, 36).

Aunque estos mismos autores se cuestionaban años después la validez del término “televisión de proximidad” cuando se hablaba de medios regionales o locales, ya que muchas veces no eran más que repetidores de contenidos de importación y no siempre era acertado identificar proximidad con televisiones regionales. Debía existir un espacio donde quedaran reflejadas las experiencias en común entre público y emisores, materializado en el contenido de los programas:

“La principal concreción de este pacto de proximidad, o complicidad entre la audiencia y la emisora, es la atención preferente que estas televisiones prestan a los contenidos informativos relativos al propio

territorio de referencia, una atención que va más allá de los telediarios clásicos (las noticias) y que se extiende hacia otros géneros, como los reportajes, las entrevistas, las tertulias, los debates y *talk-shows*, los documentales, los magazines de actualidad" (De Moragas, Garitaonandía, López: 1999, 32).

Previo a estos estudios, pero incidiendo en analizar experiencias de televisiones regionales o locales, diversos autores ya habían trabajado sobre estas temáticas, tanto a nivel regional europeo (Corominas, 1989; Garitaonandía, 1990; Cormack, 1993; Harvey y Robins, 1994) y también en el ámbito español, sobre todo en los casos de las radio y televisiones de Cataluña y el País Vasco (Carreras 1987; Garitaonandía 1989; Gifreu, 1991; RTVV, 1991; Jornadas de la Diputación General de Aragón, 1991, Baget i Herms, 1993, etcétera).

También sobre televisión pública europea, y la crisis de identidad que ha sufrido este modelo, debido sobre todo a los problemas de comercialización y libre competencia acaecida desde el inicio del nuevo siglo, fue publicado el estudio *Los desafíos de la televisión pública en Europa* por Moreno y Jiménez (2007) en el que se analizaban la situación de estos entes regionales, sus contenidos, su forma de financiación (en muchos casos mixta) o su posicionamiento en el entorno digital. La abultada deuda de RTVE, los problemas con el pago del canon de la BBC inglesa o la posible privatización de la RAI italiana fueron algunos de los objetos de estudio en este libro.

Ese mismo año fue publicado *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa* (Peñañiel: 2007) en los que se hacía repaso a la legislación europea sobre televisiones regionales, las programaciones, las oportunidades de estos medios en la era digital y el cambio en el consumo televisivo, como consecuencia de la llegada de la TDT y de los nuevos hábitos y formas de consumir la televisión.

Chris Hanretty (2011) analizaba los intentos del poder ejecutivo de inmiscuirse en los medios de comunicación de titularidad pública, realizando

estudios comparativo entre medios públicos de Suecia, Italia, Reino Unido y España y en el que se abogaba por conseguir la independencia de los políticos: “Public broadcasters, like the BBC and the Italian broadcaster RAI, are some of the most important media organisations in the world. Politicians are often tempted to interfere in the workings of these broadcasters and when this happens, the results are highly controversial” (Hanretty: 2011, 11). Además se defendía a los operadores públicos como uno de los garantes de la construcción y mantenimiento de la democracia.

Desde un punto de vista histórico Fickers y Johnson editaron *Transnational television history. A comparative approach*, un estudio multidisciplinar en el que se destacó el papel central de la televisión: “no other media institution was more central to the modernist intent of engineering a national identity” (2012: 12). En el estudio se hace un repaso de programas, formatos, instituciones o legislaciones que han contribuido a la configuración de este modelo televisivo. Un trabajo historiográfico que parte del monopolio, que de facto, tenían las televisiones públicas en los años ochenta, en cuanto a la creación de las identidades nacionales, y como ha evolucionado esta situación al enfrentarnos hoy día con una oferta televisiva tan amplia como inabarcable, debido a la televisión por cable o al satélite.

Un manual que repasa estos modelos televisivos con capítulos dedicados a Alemania, al llamado triángulo del atlántico norte (Canadá, Reino Unido, EE.UU.), a la televisión durante la guerra fría en el este de Europa y que incluye estudios concretos de televisiones como France 3 y de televisiones regionales en Alemania o España. En uno de los capítulos de este libro, *Regional television in Spain: the Andalusian case*, el profesor Gutiérrez Lozano centraba su estudio en analizar las televisiones regionales en el contexto español, tratando, como caso de estudio, a la comunidad andaluza y al nacimiento y desarrollo de Canal Sur Televisión.

Las televisiones autonómicas en España

Las primeras experiencias televisivas regionales en España datan de principios de los años ochenta, coincidiendo con la promulgación de la Ley del Tercer Canal en 1983. Incluso unos meses antes de su entrada en vigor, en diciembre de 1982, ya había iniciado sus emisiones la ETB-1 (País Vasco), comenzando también su andadura en 1983 la TV3 (Cataluña) y en 1985 la TVG en Galicia. En 1989 nacían otras televisiones autonómicas: Canal Sur Televisión (Andalucía), Canal 9 (Comunidad Valenciana) y Telemadrid (Comunidad de Madrid). Una década más tarde, en 1999, comenzaban las emisiones de la Radio Televisión canaria; en 2001 la Radio y Televisión de Castilla-La Mancha y en 2005 nacerían tres más (en Asturias, Islas Baleares y Extremadura). Las dos últimas comunidades en tener sus televisiones propias, en 2006, serían las de Murcia y Aragón.

Las investigaciones específicas sobre televisiones regionales en España comenzaron a partir de esos años, estudios en los que se analizaron los retos de estos nuevos medios de comunicación regionales, su programación, financiación, tipos de públicos a los que iban dirigidos o el servicio público que debían prestar. Además en el caso de las autonomías, junto con la función de facilitar la información, la cultura o el deporte del entorno más próximo, en varias de estas comunidades (Cataluña, País Vasco, Galicia, Baleares, Valencia) se aportaba el plus de su propia identidad. Esto es, que otorgaban a estos operadores públicos un papel complementario como garantes de sus lenguas y culturas propias. Como apuntaban Olmos y Navarro, a estos entes regionales se les presumía la función de convertirse en referencia de cada comunidad y ser testigos y difusores de los eventos, grandes o pequeños, ocurridos en los entornos cercanos:

“En la televisión, promover la identidad cultural, significa que se potencien los contenidos de la propia comunidad autónoma, y más cuando son exclusivos. (...) construyen el imaginario que cristaliza en mitos, fórmulas para superar la incertidumbre de la contingencia del mundo, creaciones individuales y colectivas más allá de lo racional,

pues, de hecho, se apoyan a menudo en aspectos emocionales. (...) La televisión pública se presenta como una necesidad objetiva del conjunto de la sociedad, de los ciudadanos, razón por la que sus costes podrían considerarse como parte de un servicio social” (Olmos y Navarro: 2015, 4).

Es por ello que el nacimiento de las tres primeras televisiones autonómicas que operaron en España estuvo muy relacionado con estas particularidades culturales, sociales y sobre todo lingüísticas que hasta la fecha apenas habían tenido oportunidad de ser expresadas en medios de comunicación, tras casi 40 años de dictadura franquista. Así las primeras jornadas de las que se tiene constancia sobre televisiones autonómicas en España, celebradas en 1984 en Zaragoza, participaron profesores universitarios, empresarios o políticos y en las que se debatió sobre este nuevo modelo de televisión de proximidad, los retos de futuro y los contenidos de las mismas⁹.

En cuanto a la literatura académica sobre el nacimiento y el desarrollo de las televisiones en las distintas autonomías, existe abundante bibliografía, sobre todo en aquellas comunidades denominadas históricas y con una lengua propia: son casos como los del País Vasco, Cataluña o Galicia. Estudios en los que se ha explicado la creación, el desarrollo, la programación o la situación de sus televisiones autonómicas y se han realizado también investigaciones para reflexionar sobre la construcción de la identidad propia, la puesta en valor del acervo cultural común, así como en la defensa y promoción de su lengua y cultura propias¹⁰.

Uno de los trabajos a destacar sobre los medios de comunicación en las comunidades autónomas fue el realizado en 1995 por el profesor, y entonces

⁹ Ver *El País* 23-04-1984.

¹⁰ Entre las decenas de documentos publicados sobre esta temática podemos destacar los dedicados a la TV3 de Cataluña: De Carreras I Serra (1987), Coromina y Llinés (1988); Daneson (et.al.), (1987); García Altadill (1989); Giró (1991) y González Terrón(1999).

director de Telemadrid, Pérez Ornia quien coordinó la edición de un estudio sobre el reto de la televisión pública regional, en el que participaron responsables de los organismos regionales de radio y televisión de todo el país.

Sobre medios de comunicación regionales y locales públicos aseguraba Díaz Nosty (1997) que de lo que se trataría era de velar por proteger el derecho de la ciudadanía a una información veraz, no mediatizada por los intereses comerciales de los emisores privados que acaben privatizando la libertad de expresión. Deberían ser unos medios regionales o locales con una alta especialización:

“Parafraseando a McLuhan hay que decir que el territorio es el mensaje. No podemos hacer televisiones generalistas en la región X o en el pueblo Y, que contraprogramen con las televisiones nacionales, porque en definitiva, nuestros recursos nunca serán similares a los recursos de televisiones cuya audiencia se proyecta sobre cuarenta millones” (Díaz Nosty: 1997, 163).

En cuanto a trabajos genéricos sobre la televisión autonómica en España, que se dedican a abordar asuntos coincidentes en varias de ellas podemos destacar los trabajos de Castelló Cogollo (2000), sobre los mecanismos de construcción de la identidad cultural en la televisión, quien analiza las series de ficción en la televisión autonómica sobre motivos temáticos, personajes u otros aspectos de la producción. Los resultados reflejan la diferenciación cultural, tanto en los contenidos de la programación, como en su función de constructora social de la identidad.

Sobre la televisión del País Vasco, ETB, podemos destacar, entre otros, estudios dedicados a su nacimiento, como parte del desarrollo inicial de las autonomías, a la normalización lingüística gracias al canal autónomo vasco,

sobre su legalidad, su programación, los retos de este canal o la convergencia mediática, sus líneas de gestión o su apuesta por la interactividad¹¹.

Otra de las comunidades autónomas que más literatura académica ha generado ha sido la de Cataluña, donde a lo largo de su historia más reciente, y en lo relacionado con la televisión propia, han estado muy presentes los trabajos relacionados con su identidad cultural y lingüística. Uno de los investigadores que más estudios ha realizado sobre la historia de la TV3 fue Baget i Herms que publicaba *Historia de la Televisió a Catalunya* (1994) en la que ordenó, sintetizó y relató la historia de la televisión en Cataluña desde sus orígenes hasta el momento de publicación del libro, momento en el que ya existían dos canales autonómicos propios TV3 y Canal 33. Un libro que recorre la historia de este medio en Cataluña, desde las primeras pruebas de la televisión en España y el comienzo de las emisiones regulares en los años 50, pasando por el período franquista, la transición, el nacimiento de entre catalán de medios audiovisuales y las primeras emisiones en 1983. Un medio, que Baget i Herms, definió como idóneo para difundir la cultura propia y para normalizar el uso del catalán¹².

Entre otros trabajos centrados también en esta comunidad autónoma podemos citar los estudios sobre la lengua catalana de Bassols, Rico y Torrent (1997) en torno a las series de ficción y aspectos culturales destacó los trabajos de Castelló Cogollo (2000), de Izquierdo (2002) que describía el papel de la TV3 y su función social como que servía para cohesionar la identidad cultural catalana o de Martínez y Prado (2008) que analizaban la relación entre la ficción de TV3 y la identidad cultural catalana.

En el contexto gallego, hemos de destacar los trabajos de Maneiro Vila (1993) sobre la televisión en Galicia y su influencia en la promoción de la lengua propia o la investigación de Ciller Tenreiro (2000), en la que se

¹¹ Cepeda (1987), De Mariscal y Serrano (1987), Ibáñez y Marín (1988), Ibáñez (1995), Zabaleta, Xamardo, Peñafiel (1998) y Larrañaga (coord.) (2012).

¹² Entre otros estudios, publicaría, en 1999, *Quaranta anys de televisió a Catalunya*. Y con motivo del vigésimo aniversario de la TV3, en 2003, *La Nostra: 20 anys de TV3*.

analizaban los contenidos de este medio autonómico desde su nacimiento, constatando como la aparición de la Radio Televisión de Galicia había contribuido a la identidad cultural gallega desde tres perspectivas: normalización lingüística, dinamización cultural y la difusión de las distintas realidades de esta comunidad autónoma. Esa misma autora, unos años más tarde estudiaba los 20 años de vida de este canal, realizando un análisis que transitaba por las políticas económicas, estructurales, legales y tecnológicas y la relación del ente autonómico con el sector audiovisual gallego, así como su supervivencia en un contexto cada vez más especializado y competitivo¹³.

O el caso de Martínez Hermida (2000), también sobre la TVG analizó las relaciones entre el gobierno regional y las productoras audiovisuales, destacando la instrumentalización realizada desde la Xunta hacia estas empresas privadas o la dependencia de la industria gallega audiovisual a los fondos regionales. Así mismo es de destacar el análisis de López Cepeda (2011) quien destaca el papel vehicular de las televisiones autonómicas como forma de promocionar, potenciar y fortalecer la identidad regional a través de lengua propia.

En lo referente a estudios realizados sobre televisiones autonómicas de las comunidades denominadas “no históricas”, y a pesar de que excede del objeto de esta tesis doctoral, hemos de reseñar entre otros, los estudios realizados sobre el nacimiento, desarrollo y cierre de la Radio Televisión Valenciana y específicamente sobre Canal 9. Trabajos, entre los destacamos los realizados por la propia Radiotelevisión Valenciana que en 1990 publica *Las radiotelevisión en el espacio europeo* o en 1991 *Financiación y publicidad de las radiotelevisión públicas y privadas*, hasta la propuesta de Marqués i Ferrer (2002) con *La identitat cultural valenciana: el cas de Canal 9*.

De forma más reciente el *Colectiu Ricard Blasco* (2014), conformado por académicos, periodistas y sociólogos editaba una obra en la que se reflexionaba sobre cómo lograr una apuesta de futuro con garantías para una

¹³ Ciller Tenreiro (2006).

nueva Radio Televisión Valenciana¹⁴. Un modelo televisivo definido, según sus autores, por el control político, la falta de pluralidad informativa o la poca presencia de la lengua y la cultura valenciana. En este trabajo se propone una nueva RTVV asentada en tres pilares: el institucional, el económico-empresarial y el sociocultural

También destacamos por su actualidad el trabajo de Gómez Mompart y Martínez Gallego (2015) quienes realizan una aproximación histórica a un momento concreto del devenir de esta corporación de medios, que transita desde el despido a los trabajadores de la RTVV hasta su cierre definitivo. Así analizan el informe publicado por PricewaterhouseCoopers sobre la radio y la televisión pública valenciana y el contrainforme redactado poco después. Un trabajo que queda inserto dentro de una obra colectiva, editada por Marzal, Izquiero y Casero-Ripollés (2015) en la que se pone en valor la importancia de las televisiones públicas, describiendo de forma general la actual situación de crisis que están viviendo, la gobernanza de las televisiones autonómicas en España y tratando en profundidad el caso de la RTVV. Obra en la que publican, entre otros, expertos como Enrique Bustamante, Ramón Zallo, Juan Carlos Miguel de Bustos y Miguel Ángel Casado del Río

Sobre las denominadas comunidades no históricas debemos reseñar la publicación monográfica *Televisión y desarrollo. Las regiones en la era digital*, coordinado por Vacas Aguilar (2000) en el que un grupo de expertos describieron la importancia que las televisiones autonómicas podrían tener para las regiones más pobres, abriendo la posibilidad de un servicio público televisivo para la región de Extremadura.

¹⁴ Este *Colectiu* se creó en 2014 en honor al cineasta, poeta e investigador *Ricard Blasco* y está compuesto, entre otros, por Josep Lluís Gómez Mompart, catedrático de Periodismo; Toni Mollà, ex trabajador RTVV y sociólogo; Mònica Parreño, doctora en Filosofía; Manuel Jardí, ex trabajador RTVV y Rafael Xambó, profesor titular de Sociología de la Universitat de València. *El Punt Avui*, 30-09-2014.

Así mismo Albornoz (2002) analizaba el nacimiento de Telemadrid indicando que al no tener un idioma propio suponía un desafío extra para justificar y legitimar la necesidad de una televisión de ámbito regional, caso que también ocurría en Andalucía con Canal Sur Televisión. De interés es el repaso que realizaba sobre el surgimiento de las cadenas televisivas públicas autonómicas, indicando los beneficios que habían tenido para las comunidades donde se instauraron y al mismo tiempo las servidumbres que debían sufrir a diario:

“En aquellas comunidades históricas que cuentan con idiomas regionales propios tanto la radio como la televisión pública han contribuido firmemente en la política de normalización lingüística encarada por distintas administraciones regionales tras el deshielo político y cultural que supuso la muerte de Franco y el desmoronamiento de su régimen. Sin embargo, estas televisiones públicas regionales nacieron en España presas (y lo continúan estando) de un corsé que las obliga, por un lado, a moverse al ritmo de los vaivenes de índole político-partidario y, por otro, a competir por el mercado de anunciantes junto al resto de las emisoras” (Albornoz: 2002, 15).

En una de las obras de referencia para el estudio de la televisión en España, *Radio y Televisión en España: historia de una asignatura pendiente de la democracia* (2006), Enrique Bustamante analizaba la relación histórica entre poder político y TVE, nacida en la época del franquismo, aunque alargada en la época de la transición y existente hasta la fecha de publicación del libro. El estudio se divide en cinco etapas históricas: la dictadura, la transición democrática, los gobiernos de Felipe González, José María Aznar y los primeros dos años en el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero. Un libro que tendría su continuación siete años más tarde (Bustamante: 2013) con su *Historia de la Radio y la Televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*, donde amplía y profundiza en el manual publicado años antes.

En el capítulo dedicado a los gobiernos socialistas analizaba la llegada de las televisiones autonómicas en España, definiendo el proceso “modelo

insólito". En este trabajo explicaba las razones lingüísticas, culturales y hasta económicas que hubo en el nacimiento de estas señales regionales y el intento de Pilar Miró, como directora de TVE, de crear una especie de tercer canal dedicado a la programación de las autonomías, que finalmente no frugó. Bustamante señalaba las difíciles relaciones entre RTVE y las primeras señales creadas en el País Vasco, Cataluña y Galicia, con impedimentos de diferente índole para el desarrollo de sus actividades tanto legislativas como tecnológicas o políticas. Entre las dificultades de las televisiones regionales indicaba Bustamante que al menos el 50% de su presupuesto dependía de fondos públicos regionales y como aspectos positivos, la descentralización del sector audiovisual en España y el arraigo que muchas de las programaciones de estos nuevos medios tuvo en sus comunidades autónomas, con unas cuotas de pantallas estabilizadas a mitad de la primera década del año 2000 en torno al 15%. De la etapa de Aznar destacó los intentos de privatización de las televisiones autonómicas de la Comunidad Valenciana y de Telemadrid o el nacimiento de nuevos modelos mixtos de canales autonómicos, que como el caso de Canarias, y gracias a la externalización masiva de sus contenidos, era de facto un medio semi público semi privado.

Otro de los estudios más completos hasta la fecha sobre las televisiones autonómicas ha sido el realizado por los profesores Bustos y Casado del Río (2012) que en su obra *Televisiones autonómicas evolución y crisis del modelo público de proximidad*, coordinaron un trabajo en el cual 15 investigadores de todo el país repasaron la situación de estas televisiones y la crisis en el modelo público de proximidad. Once estudios monográficos en los que se analizó la situación de las 13 corporaciones públicas que gestionaban casi 40 programas de televisión digital terrestre. La formación histórica de este sistema televisivo en España, los comportamientos de las audiencias, sus dificultades económicas y de financiación, la forma de gestión de estos organismos autónomos, la llegada de la TDT o su excesiva

dependencia del poder político son algunos de los trabajos que dibujaban un panorama no muy halagüeño, con el cierre de algunos operadores televisivos regionales como el caso de Canal 9, de cadenas como Canal Sur 2 en Andalucía o el segundo canal de la televisión y dificultades en todas las televisiones autonómicas.

Unos medios autonómicos públicos que se encontraban en un contexto de cambios de índole tecnológico, legal o de gobernanza y todo ello permeado por una crisis económica profunda. Una situación que, para muchos, permitía poner en duda la necesidad de estos medios de comunicación de proximidad y mostraban muchas dificultades de cara a su mantenimiento a medio plazo.

La Asociación Española de Investigación de la Comunicación, AE-IC, tras la celebración del congreso de Tarragona en 2012, dedicado a las televisiones autonómicas, concretó su apoyo a la permanencia y desarrollo del sistema de servicio público de Radio y Televisión, tanto de los canales públicos autonómicos españoles como de RTVE¹⁵. Así se elaboró un *Manifiesto en defensa de las televisiones públicas* en el que se abogó por garantizar la existencia de estos canales, con presupuestos suficientes y con la intención de cumplir con la misión de proteger la diversidad cultural y la democracia. Un manifiesto que recalca la necesidad de proteger este servicio público, amenazado por las reestructuraciones, ya que cumplía un papel fundamental en los siguientes parámetros:

- “- La generación y difusión de valores democráticos;
- la información veraz, plural y de calidad;
- la descentralización del sistema comunicativo y de proximidad a la ciudadanía;

¹⁵ La Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) engloba a investigadores de todo el país que trabajan en aspectos relacionados con la comunicación y que tiene como objetivo primordial: “Potenciar la investigación de la comunicación en el conjunto de la política científica, facilitar la cooperación y crear redes de intercambio de información entre investigadores/as, y establecer una política de cooperación con asociaciones internacionales de investigación” (<http://www.ae-ic.org>).

- el desarrollo de la cultura, de las identidades o de la normalización lingüística;
- la cohesión social en una época de riesgo extremo de desintegración social;
- la producción propia, y el desarrollo de un sector audiovisual diversificado y amplio, creador de empleo, y la promoción e intercambio de las diversas culturas del Estado español” Asociación Española de Investigación de la Comunicación (2012).

Fernández Alonso (2013) analizaba los recortes presupuestarios que habían sufrido varias radios televisiones públicas autonómicas con motivo de la crisis económica. Explicaba que en el periodo 2008-2012 los gobiernos regionales tuvieron que reducir su déficit público. Ello supuso que las administraciones autonómicas tuviesen que adelgazar su gasto, ya que para 2012, en su conjunto debían más de 140.000 millones de euros, siendo los servicios públicos televisivos uno de los sectores sacrificados. Es por ello que Fernández Alonso asegurase que: "la situación de las finanzas públicas unido al desprestigio de los operadores explica la progresiva reducción generalizada de las aportaciones de las administraciones autonómicas al presupuesto de las radio televisiones públicas regionales" (Fernández Alonso: 2013,19). El estudio repasó la delicada situación de seis corporaciones autonómicas, entre ellas la RTVA, junto con la ETB, Radio Televisión de Galicia, Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, la Radiotelevisión de Valencia y Telemadrid.

En una línea temática parecida, *La televisión de la crisis ante el abismo digital* (2014) coordinado por Frances, Gavaldá, Llorca y Peris, recogía textos de las VII Jornadas de contenidos audiovisuales para la TDT celebrados en Valencia en 2013. En ella se estudió la situación crítica de muchas televisiones tanto públicas como privadas en nuestro país, en una doble vertiente: de contenidos y de financiación. Una obra dedicada a analizar los efectos de la crisis económica sobre las televisiones y el sector audiovisual, donde la creatividad o las posibilidades que ofrecía Internet se planteaban como dos

de las soluciones para el futuro próximo. En esta obra aparecía un estudio actualizado sobre el modelo público de televisión autonómica, sobre formatos televisivos, patrocinio cultural para las televisiones públicas o las nuevas tecnologías.

De manera muy reciente, Olmos y Navarro (2015) han realizado un estudio sobre los 30 años de las televisiones autonómicas en España, unos medios que ahora se encuentran muy cuestionados tanto por su programación, por los costes económicos que su mantenimiento suponen para las autonomías o por su falta de independencia política. No obstante los autores defendían este modelo nacido para promocionar los elementos culturales más próximos, fomentando la imagen identitaria de cada una de las comunidades autónomas. Asimismo repasaban el grado de cumplimiento del servicio público y la perspectiva de futuro en una situación de auténtica zozobra para muchos de estos medios.

En sus conclusiones apuntaban a que las televisiones autonómicas de las comunidades históricas seguían siendo las que más respaldo tenían por parte del público y que había una relación directa entre las televisiones que más audiencia han perdido y la actitud de los gobiernos que las han mantenido, sobre todo del Partido Popular, destacando los casos de Telemadrid, Radiotelevisión de Valencia o la Radiotelevisión de Murcia. Detallaban además del riesgo en un sector audiovisual muy dependiente de estos medios de comunicación y de los fondos públicos de los que se nutrían.

De igual modo Marzal Felici (2015) editó una monografía sobre el sistema televisivo autonómico español, centrándose en el caso de la Radiotelevisión Valenciana en el que aparecen, entre otros, estudios sobre el origen de esta corporación de medios valenciano, las causas de su cierre o las consecuencias que ha tenido esto en el sector audiovisual de esta comunidad. También aparecen recogidos en este trabajo investigaciones sobre las radiotelevisiones públicas del País Vasco, Cataluña, Galicia, Madrid, Asturias o Andalucía.

1.3 La 2 de TVE y los segundos canales de las televisiones autonómicas en España

En noviembre de 1966 comenzaron las emisiones de la segunda cadena de titularidad estatal en España, conocida como UHF, que en un primer momento estuvo centrada en producciones propias y en las que se destacaba la historia, el cine, la geografía, la literatura o la música española. Una televisión de corte cultural, con muy lento arraigo en el país, de tal modo que en el año 1967 apenas contaba con tres horas diarias de emisión y en los años ochenta sus retransmisiones aún no comenzaban hasta las 19:00 horas. No fue hasta la celebración en España del Mundial de fútbol de 1982 cuando consiguió obtener una cobertura nacional.

Una televisión nacida en la época del franquismo, no ocupó ni preocupó en demasía al Régimen, ante la poca penetración del canal por el tipo de programación emitida. Una cadena, no obstante, diferenciada de TVE-1 en cuanto al tipo de contenidos culturales y divulgativos:

“La Segunda Cadena, en la línea de los segundos canales culturales que estaban proliferando en el resto de Europa, presentaba un balance de contenidos con un peso mucho mayor en la programación cultural. Aunque el entretenimiento (60%) siguió siendo el género hegemónico y la información (19%) se mantenía en un porcentaje muy similar a otras cadenas, fue la divulgación (21%) la que aumentó significativamente su peso respecto al modelo generalista” (Martín Quevedo: 2014, 76).

Tan solo avanzada la década de los ochenta, como decimos, se convirtió en un medio de referencia en nuestro país, y en el que se mirarían muchos de los segundos canales de las televisiones autonómicas, como modelo de referencia y por su complementariedad con respecto al primero. Tras la llegada de las primeras televisiones privadas, a finales de esa década, la segunda cadena público sufrió una renovación en contenidos y en imagen

pasando a denominarse en 1991 La 2: “Bajo la nueva denominación se procuró enfatizar los contenidos culturales del canal, acercar las franjas de la cadena a públicos minoritarios y apostar por espacios más arriesgados (...) Tendría como lema: “La 2, para una inmensa minoría” (Fernández Gómez: 2013, 726).

Han sido muchos los estudios realizados en nuestro país sobre el origen de la televisión y, por ende, donde se han tratado las circunstancias que rodearon al nacimiento de TVE, su desarrollo y su evolución a lo largo de sus casi 60 años de historia, aunque éstos han estado más centrados en el desarrollo del primer canal que de la segunda cadena. Ante la amplitud de tanta literatura académica, que desborda el objeto de estudio de esta tesis, destacamos algunos de los trabajos que por su relevancia en definir los contenidos de TVE nos parecen más destacados y aquellos estudios o publicaciones específicos sobre La 2 de TVE¹⁶.

Sin duda una de ellas es la realizada por Manuel Palacio que en su *Historia de la televisión en España* (2001) explicaba el nacimiento y desarrollo de este medio de comunicación en España centrándose en las dos cadenas que durante varias décadas fueron las únicas que fue posible sintonizar en nuestro país: TVE-1 y La 2. Palacio ofrecía una visión general de la historia de la televisión en España desde sus orígenes en 1956, su llegada a Cataluña, su expansión por todo el país o el nacimiento de la UHF, describiendo todos los periodos de la historia televisiva en nuestro país. Hacía especial hincapié en la dependencia política de los canales públicos, sus formas de financiación o el protagonismo de los programas de entretenimiento por encima de otros formatos existentes. Además detallaba los intentos a finales de los años 70 de

¹⁶ Como señala Martín Quevedo (2014: 88) no se han realizado estudios sobre el segundo canal de TVE desde el punto de vista de la programación y su contenido. La mayor parte de éstos “se han centrado en aspectos muy concretos como el deporte (Bonaut: 2009), las series (Diego: 2010), o la historia (Hernández: 2008). Sobre programación general en cadenas públicas se destacan trabajos de una parte de la historia (GómezEscalonilla: 2003) o sobre programación de algunos años en su totalidad (Carreras: 2009), aunque siempre centrados en TVE. La Segunda ha sido obviada o se ha extraído una muestra tan pequeña que hacía imposible el estudio pormenorizado”.

convertir a la segunda cadena de TVE en un canal gestionado por las comunidades autónomas, en una especie de antesala de la llegada de los canales autonómicos. También se centra en describir el fallido modelo de las televisiones autonómicas, la llegada de la TDT y los nuevos canales televisivos o la presión de los grupos de poder audiovisuales españoles que habrían menoscabado la función pública que debían facilitar medios como TVE¹⁷.

Sobre TVE-2 señalaba que fueron sus primeros años los que coincidieron con una edad de oro de la creación televisiva en España con muchas producciones propias, donde se formaron jóvenes profesionales como Mario Camus, Pedro Olea, Pilar Miró, Fernando Méndez Leite, etcétera y donde destacó, como parte de su programación cultural, la realización en directo de programas dramáticos. Un repaso que concluía al finales de los años 90 cuando España ya existían cinco televisiones autonómicas y en algunas de ellas dos canales, como en Cataluña, en el País Vasco, la Comunidad Valenciana o en Andalucía.

Unos años más tarde y coincidiendo con una efeméride muy señalada, el medio siglo de vida de TVE, publicaba el artículo *Cincuenta años de televisión en España* (2006), en el que basándose en la propuesta del teórico británico John Ellis dividía en tres periodos la evolución televisiva nacional. Palacio hablaba de la época de escasez, en los duros inicios del medio que transcurre desde 1956 a 1966; de la etapa disponible, que comenzaba con la llegada del segundo canal, la aparición de los primeras televisiones regionales y terminaba a finales de los años ochenta con la irrupción de las televisiones privadas; y un tercer periodo, denominado de abundancia, en la que proliferaban las ofertas televisivas gracias a la TDT o a la consolidación de la televisión por satélite y por cable.

¹⁷ También hay que reseñar la obra *50 años de TVE* de Lorenzo Díaz (2006) quien ofrece en su trabajo un recorrido por la historia de la televisión en España, tomando como excusa los 50 años de existencia de TVE, analizando el medio desde sus orígenes hasta la aparición de los canales privados Cuatro y La Sexta.

En cuanto a investigaciones realizadas sobre La 2 de TVE hay publicados análisis parciales, bien de etapas históricas, bien de determinados aspectos de programación. Así sobre la programación infantil, y el trasvase de estos contenidos de La 2 a Clan TV Fernández Gómez (2012) publicaba un estudio analizando las dos parrillas de programación para determinar si los niños de todas las edades eran atendidos por ambas señales. En sus conclusiones la autora determinaba que en ambos canales primaron las animaciones extranjeras de ficción, cuyo fin es el entretenimiento, y no las producciones propias de servicio público que debían ofertar estos canales públicos. Además señalaba que no todos los segmentos que formaban parte del público infantil y juvenil tenían una oferta variada ya que Clan TVE “presenta una amplia oferta formativa a preescolares, reducida para los escolares y carente para los adolescentes” (Fernández Gómez: 2012, 13).

También analizando un periodo histórico muy concreto de La 2, los años 2006 y 2007 correspondientes al último año del Ente Público RTVE y al primero de la Corporación RTVE, la propia autora Fernández Gómez (2013) estudiaba de forma cuantitativa su programación y contenidos. En su estudio se demuestra que se produjo un aumento de la programación de entretenimiento ya que mientras a final de 2006 suponía el 57% del total del año, en 2007 era prácticamente del 70%, y al mismo tiempo descendía en un porcentaje similar el tiempo dedicado a los informativos en este tiempo. RTVE realizó varias estrategias para intentar mejorar sus resultados: reorganizar la oferta para atraer a los niños y jóvenes, incluyendo formatos específicos para ellos, adelantar el *prime time* para evitar el descenso de las audiencias, o haciendo que uno de sus programas más relevantes, el telediario, no tuviese un horario tan tardío en la parrilla.

De entre las investigaciones más recientes también destacamos el estudio realizado por Martín Quevedo (2014) que investigaba sobre el papel de los informativos en La 2 de TVE durante la última década de la dictadura (1966-1975) a través del visionado y reconstrucción de todos los programas

sobre noticias que se emitieron durante aquellos años. En este trabajo se mostraba el leve intento, inconcluso, de hacer de La 2, una canal donde regionalizar las informaciones o de cómo no fue posible contar con un espacio propio de noticias hasta la mitad de los años setenta.

Los segundos canales de las televisiones autonómicas en España

Estas segundas señales televisivas comenzaron a aparecer pocos años después de que lo hicieran los canales principales. En el caso del País Vasco se da una particularidad en cuanto a su segunda cadena y es que fue la primera que se creó en el tiempo. Cuando a finales de 1982 comenzaron las emisiones de la ETB-1 lo hizo la cadena dedicada a promocionar la cultura vasca además de su idioma, no siendo hasta 1986 cuando nació ETB-2, con una programación en castellano, de contenido más generalista y similar a lo que en sus comunidades suponía la TV3, Canal Sur Televisión o Canal Nou, esto es, los primeros canales¹⁸.

En 1988 se publicó un estudio sobre tipología de programas de ETB-1, destacando los espacios dedicados a la programación cinematográfica, deportiva, informativa, infantil o de entretenimiento y realizando un análisis de la cantidad de horas dedicadas a la producción propia, a la ajena o al porcentaje de cada tipo de producción por país de procedencia¹⁹. En el estudio se destacaba la producción importada, donde se ponía de manifiesto que de las televisiones europeas en 1983, únicamente la televisión de Islandia superaba en programación importada a la ETB-1, con un 66% de producción ajena emitida. Deben citarse también estudios comparativos como los llevados a cabo por Ibáñez et al (2000), *Televisión y programación infantil en Euskadi*, donde ponían en valor el porcentaje de programación infantil que se

¹⁸ Sobre el origen de la ETB-1, y en euskera, hay publicados los siguientes trabajos: Amezaga, Iturriotz y Arana (1998), Barambones (2005) y González Gorosarri (2012).

¹⁹ op. cit. Ibáñez Serna y Marín Murillo (1998).

podía visionar en la ETB-1, en relación con el resto de cadenas que se ven en Euskadi.

Uno de los trabajos que más en profundidad detalló a este canal fue el elaborado por Zallo (2012) quien estudió la evolución histórica de los 30 años de existencia de ETB-1, centrándose en describir el tipo de programación realizada y sobre todo poniendo énfasis en el hecho de ser canal en el cual su programación se realizaba en euskera. Analizó el porqué del descenso de la audiencia en la comunidad autónoma vasca cuando la población hablante de este idioma no ha descendido en este mismo porcentaje:

“Hay un abuso de programas de relleno en ETB-1, de deporte (pelota a todas horas), entrevistas (son baratas), reportajes “étnicos” repetitivos (*txakoli*, *txarriboda*, artesanías...). En cambio, contradiciendo su función de gestión de opinión pública, las horas de informativos en euskera son la tercera parte respecto a las de castellano. (...) No obstante, los especiales informativos, cuentan con horas muy superiores a las de ETB-2. (...) Modelo de especialización (desigual) de las cadenas: ETB-1 para la euskaldunización y ETB-2 para la socialización, integración y opinión pública” (Zallo: 2010, 22).

En el caso catalán en septiembre de 1988 se iniciaban, a modo de pruebas, las emisiones de Canal 33, que a partir de abril de 1989 lo haría de forma regular convirtiéndose, tras TV3, en la segunda señal de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), dedicada a la información cultural, musical, de deportes minoritarios que no tenían cabida en la TV3, o a la programación infantil y juvenil²⁰. Ante la proliferación de contenidos infantiles en el año 2001 se decidió reorganizar este canal,

²⁰ La puesta en marcha de este canal no estuvo exento de polémica al comenzar sus emisiones de forma ilegal y sin la autorización del gobierno central ni el conocimiento del parlamento catalán. Incluso la Dirección General de Telecomunicaciones ordenó a Televisión Española interferir la señal del nuevo canal, hecho que finalmente no se produjo. Según el director general de la CCMA, Enrique Granados: “éste es un momento óptimo para poner en marcha el segundo canal de TV3, ya que ésta, completamente consolidada, se autofinanciará el próximo año y no requerirá subvención de la Generalitat” *El País*, 10-09-1998.

duplicando la oferta: en las mañanas el K33 estaría dedicado a surtir de contenidos a los más pequeños, y ya en horario vespertino Canal 33, reconvertido en “33” se centraría en una programación cultural y de deportes minoritarios.

En cuanto a la literatura académica han sido muchos los estudios y artículos dedicados a la CCMA, centrados sobre todos en explicar la importancia de esta corporación de medios para una región con una diversidad cultural y lingüística muy marcada dentro del estado español. En los innumerables estudios se ha analizado sobre todo la relevancia de la TV3, siendo parte de ellos referidos a la programación cultural, deportiva o infantil protagonistas de Canal 33.

Así, González Terrón (1997) analizó la información deportiva dentro de la televisión de Cataluña, detallando el nacimiento de un canal específico para este fin: Canal 33. Una señal nacida para complementar la señal de TV3 y con una doble justificación:

“La previsible aparició de les cadenes privades: s'esperava un creixement de l'oferta que fraccionaria la demanda i, a més a més, reduiria el percentatge d'oferta en català (...) la sobreproducció: TV3 patia d'un excedent de programació. Però, a més a més, sovint la transmissió en directe de programes esportius i la necessitat de donar cobertura a esdeveniments imprevistos distorsionaven les planificacions d'emissió” (González Terrón: 1997, 7).

Además se han publicado otros trabajos que han estudiado diversos aspectos del Canal 33, en lo referente aspectos muy específicos y concretos como la cinematografía, la cultura o la programación infantil, casi siempre en estudios comparativos con la primera cadena catalana, TV3²¹.

Pocos estudios específicos hemos encontrado sobre el resto de los segundos canales autonómicos en España. Casos como el de Canal Nou 2 o

²¹ Ciaurriz y Guerrero-Solé (2007): *La programació de cinema a TV3 i Canal 33 Anàlisi dels anys 2005 i 2006 a la televisió catalana* y De Lasa (2001): *La TV també és cultura, a TV3 i al Canal 33*.

Punt 2 de la Radiotelevisión Valenciana (creado en 1997 y sin emitir desde 2013, tras el cierre de Canal 9), La Otra de Telemadrid (cuya primera emisión fue en 2001), TVG2 en Galicia (nacido en 2009), El Dos, de la Televisión de Canarias (que funcionó entre 2006 y 2012) o CMT2, segunda señal de la Radiotelevisión de Castilla la Mancha (en antena entre febrero de 2009 y diciembre de 2011). Tan solo cuando se han analizado programaciones específicas, sobre todo en lo referente a los contenidos infantiles, culturales o deportivos, sí se han hecho referencia a estas segundas señales, apareciendo de forma bastante constante estudios comparativos con la presencia del Canal 33, Canal Sur 2, ETB-1 o Punt 2.

Del mismo modo, y sobre todo en los casos de los canales más antiguos, al analizarse la estructura empresarial de las televisiones públicas, también se han hecho referencia a estas segundas señales, aunque sin entrar en demasiada profundidad en explicar aspectos específicos de ellos. Con la desaparición de varios de estos canales (Punt 2, CMT2, El Dos, Canal Sur 2) se ha puesto de manifiesto la necesidad de abordar en profundidad la eclosión y caída de estos segundos canales que nacidos bajo el marchamo de “canales culturales” van desapareciendo de forma paulatina de las televisiones autonómicas, con una corta historia, poco contada y con posibilidades, aparentemente escasas de supervivencia para el futuro. Salvando ETB-1 o Canal 33/K33 no hay a día de hoy mucha presencia de estas señales en nuestras televisiones: cadenas que hace poco más de diez años congregaban en torno al 4% o 5% de la cuota de pantalla total y que a finales de 2015 mantienen audiencias testimoniales, de entorno al 2%.

1.4 Los estudios sobre la RTVA y Canal Sur 2

Existen muchas investigaciones que han recogido los orígenes y el desarrollo de la RTVA, centradas habitualmente en Canal Sur Televisión, y en aspectos relacionados con su creación, sus órganos de gestión, la legislación que ha

regido la vida de este ente autonómico, sus presupuestos, las audiencias registradas o el análisis específico de algunos de sus programas emitidos²². Así mismo uno de los temas más recurrentes, sobre todo en los años noventa, fue analizar la relevancia y necesidad de una industria audiovisual en Andalucía. Un tipo de empresas prácticamente inexistente hasta el nacimiento de la RTVA, pero que gracias a ésta logró la creación de productoras (y empleos) sobre todo en Sevilla y en menor medida en Málaga, Granada o Cádiz.

De hecho uno de los primeros trabajos que sistematizó la situación del audiovisual en Andalucía fue fruto de la tesis doctoral de la hoy profesora Fernández Soriano que publicaba *La RTVA y el sector audiovisual andaluz: principios, orientaciones y resultados* (1996) un trabajo en el que estudiaban los aspectos jurídicos relacionado con la televisión pública en Europa, España o las comunidades autónomas, centrándose en el caso andaluz, con la RTVA. Además de describir el nacimiento del ente autonómico o su estructura orgánica, en esta investigación se ofrecieron unas primeras pinceladas del modelo de producción de Canal Sur Televisión y de su papel como dinamizador de la incipiente industria audiovisual en la comunidad autónoma.

También sobre la necesidad de construir un espacio audiovisual propio y, como consecuencia de ello apostar por una industria audiovisual andaluza, la misma autora editaba el monográfico *Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional* (1998) donde uno de los artículos, el escrito por De Aguilera, destacaba la necesidad de proteger la identidad cultural de Andalucía frente al proceso de homogeneización

²² Herrero y Arboledas realizaron un repaso de las tesis doctorales realizadas en las Universidades de Sevilla y Málaga, sobre la industria audiovisual en Andalucía, destacando la falta de trabajos sobre el sistema comunicativo andaluz, a diferencia de lo ocurrido en otras comunidades autónomas como la catalana, con gran número de estudios sobre la corporación de medios catalanes. Los autores destacan la preeminencia de estudios sobre opinión pública, ciencia política o medios impresos y no así sobre radio o televisión. Concluyen, que esto se debe a la falta de interés de las instituciones andaluzas para crear políticas públicas comunicativas estables (Herrero y Arboledas: 2011).

universal y para ello apostaba por una forma endógena de contar la realidad propia, siendo la RTVA y la industria audiovisual de la comunidad, dos de las herramientas para lograrlo.

Sobre el sector audiovisual en Andalucía, y de forma más específica, trabajaron Manfredi y Gómez que coordinaron la publicación de *La industria audiovisual en Andalucía en 1995-96* (1998) en la que se analizaban, en más de una veintena de artículos, diversos aspectos sobre la radio, la televisión, el cine o la publicidad de mitad de los años noventa. En esta monografía estaba incluido el artículo de Manuel A. Vázquez Medel, *La RTVA y la industria audiovisual andaluza*, quien realizaba una aproximación a este sector empresarial, describiendo el origen y la estructura de la RTVA y analizando el papel que este ente autonómico debía cumplir en la construcción de la identidad andaluza, apoyándose para ello en la incipiente industria audiovisual en la comunidad. Una industria en la que ya existía una mano de obra especializada, que realizaba una parte significativa de los programas emitidos en Canal Sur Televisión, pero de la que aún quedaba por definir, según Vázquez Medel, el peso que debía tener dentro de la oferta televisiva de la RTVA.

Otra de las aproximaciones que analizaron las industrias culturales en Andalucía, con la RTVA como uno de los epicentros de esta investigación, la llevaron a cabo De Aguilera, Méndiz y Castillo (1999). Una obra dividida en tres grandes apartados, que profundizó en los tres grandes sectores de las llamadas industrias culturales y audiovisuales en Andalucía: radio y televisión, cine o publicidad. En este libro destacaron las aportaciones que, sobre Canal Sur Televisión, hicieron Fernández Soriano y Manfredi Mayoral, en el que se analizó el consumo televisivo de los andaluces, las audiencias o la consolidación de la RTVA como ente público. Se describía la importancia de los medios de comunicación como agentes de penetración cultural extraordinariamente eficaces con los intereses políticos y económicos. Además, aseguraban los autores, que Andalucía disponía de los elementos

estructurales que configuraban en su territorio un espacio audiovisual propio.

Se explicaba la evolución de la televisión en Andalucía desde las emisiones de la RTVE, a la Ley del Tercer Canal y a la creación de Canal Sur Televisión, el marco normativo y político, los presupuestos de la RTVA o su estructura interna. Y se concluía en que era necesario para la comunidad un sector audiovisual propio que manejara contenidos audiovisuales específicos que facilitasen la uniformidad de los mensajes. Que fuese capaz de nutrir con producciones propias para satisfacer una demanda inexplorada; tratar lo andaluz desde Andalucía y hacia el mundo.

Específicamente sobre la RTVA, en la primera gran sistematización, Fernández Soriano (1999) describía los diez primeros años de la televisión pública andaluza. En *Canal Sur, una televisión regional en Europa* repasaba, desde un punto de vista histórico, el origen y desarrollo de TVE en España y su regionalización, las televisiones autonómicas nacidas en los años ochenta, estudiando en profundidad la televisión pública de Andalucía. Además de detallar su creación, marco jurídico o el tipo de programación existente por categorías, se explicó la importancia de la industria audiovisual andaluza, el porcentaje de producción propia de Canal Sur Televisión o aquella contratada a empresas privadas. Se trató de un primer trabajo de aproximación general a Canal Sur Televisión en Andalucía, que serviría de base en los años siguientes para que otros investigadores continuasen profundizando en este tema.

Poco después aparecía otro relevante estudio sobre la historia y estructura de la RTVA que publicaron los periodistas de Canal Sur Televisión, Manfredi Díaz y García Hernández (1999), *Canal Sur: 1989-1999. 10 años de RTVA*. En este artículo se describió la importancia en la vertebración de Andalucía que jugaba Canal Sur Televisión y su papel en la articulación territorial y social de la comunidad. Se ponía en valor a la RTVA como pieza básica en el sector audiovisual de Andalucía que, según los

autores, a finales de 1999 daba empleo a más de 5000 personas y facturaba más de 40.000 millones de pesetas. Así mismo se hacía un exhaustivo análisis sobre el marco legal y social en el nacimiento de las televisiones regionales, especificando cuál había sido el presupuesto anual disponible para este medio de comunicación, su programación o los debates políticos generados en el Parlamento de Andalucía, entre Partido Socialista y grupos de la oposición.

Además se enumeraban las empresas que constituyeron la RTVA, reseñando la de reciente creación, Canal 2 Andalucía, y definiendo el resto del organigrama entre las que destacan las productoras audiovisuales: Andalucía Televisión Producciones o Andalucía Digital Multimedia. También se detallaban las audiencias que tenían todas las televisiones que se veían en Andalucía desde 1989. Los autores resaltaron el impulso de la televisión pública de Andalucía para con la industria audiovisual, contribuyendo a contar con profesionales cualificados: “Una mano de obra competitiva y que ha generado un todavía débil tejido productivo capaz de absorber la demanda de productos televisivos de inequívoca identidad andaluza y que ha producido muchos programas de servicio público y de difusión cultural de Andalucía” (Manfedi y García: 1999, 172).

Ese mismo año el profesor Díaz Nosty, entonces miembro del Consejo de Administración de la RTVA, realizaba un informe sobre el estado y las tendencias de los medios de comunicación en Andalucía *La comunicación en Andalucía. Estado y tendencias* dando una visión general de este sector en la comunidad y ampliando este estudio, tres años más tarde, con un segundo trabajo monográfico titulado *Los medios y la modernización de Andalucía*.

Como resultado de su tesis doctoral González Hernández (2000) publicaba *La industria audiovisual en Andalucía en la década de los noventa*, un estudio que abarcó el periodo entre 1990 y 1997, en los cuales la autora determinaba la situación de la industria audiovisual en la comunidad autónoma, explicando sus características y las semejanzas con la estructura

económica existente en aquellos años. Para ello analizaba cuatro aspectos: la industria audiovisual nacional y europea; la política audiovisual en Europa, España y Andalucía; el marco económico, político y social de Andalucía y la industria audiovisual andaluza. El trabajo partía de una pregunta básica: “¿Podemos afirmar que Andalucía posee una industria audiovisual propia, mínimamente estructura, equilibrada y consolidada en un espacio geográfico? ¿Tiene un desarrollo productivo independiente...para que se muestre presente en el ámbito audiovisual europeo?” (González Hernández: 2000, 234).

Para hacerlo la autora realizó encuestas a más 320 empresas del sector (productoras, servicios audiovisuales, distribuidoras, exhibición, televisiones locales). Por distribución geográfica destacaban su presencia en la provincia de Sevilla (62% del total) o de Málaga con un 24% del total. Apuntando, en sus conclusiones, que el 85% de estas empresas llevaban más de diez años en esta área de trabajo o el aumento en la facturación media de las productoras en el periodo analizado²³.

En 2004 el profesor Gutiérrez Lozano publicaba *Quince años de Canal Sur Televisión. La evolución política, de programación y de audiencia de un canal autonómico español (1989-2004)*, una revisión sobre la programación de la cadena y sus audiencias. El autor señalaba que ante el optimismo de la dirección de la RTVA por los altos niveles de audiencia, habría que preguntarse si este medio realmente representa a la sociedad andaluza con programas de interés público. Tras analizar el *primer time* de Canal Sur Televisión se observaba: “un menú compuesto sobre todo por filmes y telefilmes extranjeros (estadounidenses, para ser exactos), acompañado de espectáculos musicales de producción ajena, y con contadas aunque exitosas propuestas que pudiéramos llamar autóctonas” (Gutiérrez Lozano: 2004, 10).

²³ En una línea parecida de investigación se realizó una radiografía de esta industria andaluza a finales de la primera década del siglo XXI. Y con una conclusión contundente: en torno al 90% de lo vendido por las productoras andaluzas tenían un mismo comprador: la RTVA. Ver Fernández Quijada (2009).

En este estudio, además se hacía eco sobre los continuos conflictos políticos entre el PSOE y los partidos de la oposición que denunciaban manipulación informativa en la RTVA²⁴. Y se hacía referencia al nacimiento de Canal 2 Andalucía, su apuesta por la cultura con casi un 40% de sus programaciones dedicado a este género o propuestas destacables como el caso de *El Vagamundo* de Jesús Quintero²⁵.

El mismo Gutiérrez Lozano (2010) publicaba *Public TV and regional cultural policy in Spain as reflected through the experience of Andalusian regional television* en el que profundizaba en el estudio de la programación de Canal Sur Televisión, detallando como la mayor parte de los espacios correspondían a noticias, magazines, entretenimiento o la retransmisión de festividades populares. Este estudio se centró en analizar el programa informativo semanal *Los reporteros* durante casi 20 años, entre 1990 y 2008, un espacio que, según el autor, había contribuido de una manera relevante a mejorar la imagen de marca de la RTVA, por la calidad de los espacios emitidos, la variedad de los mismos y la permanencia en el tiempo.

Reig y Langa (2011) coordinaron *La comunicación en Andalucía. Historia estructura y nuevas tecnologías*, una monografía sobre diferentes medios de comunicación de la comunidad andaluza, en el que uno de sus capítulos estaba dedicado a Canal Sur Televisión. En éste, su autor Manfredi Díaz repasaba la historia de la RTVA desde sus primeros pasos en el año 1985 hasta la actualidad. Explicó cómo habían ido evolucionando los presupuestos desde entonces hasta ahora, describiendo los diferentes medios que conformaban este grupo empresarial, aportando algunos datos sobre los órganos de gestión o el marco legal de la RTVA y además los distintos

²⁴ Dos años más tarde Gutiérrez Lozano continuó analizando la televisión desde una perspectiva histórica. Así con su libro *La televisión en el recuerdo. La recepción de un mundo en blanco y negro* (2006), estudió, a partir de testimonios y opiniones de los ciudadanos, el impacto social de la televisión en España y como fueron conformadas las primeras audiencias en Andalucía.

²⁵ En *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas* de Jorge Alonso (2004) trataba la imagen y la presencia de la mujer en Canal Sur Televisión, dedicando uno de sus apartados a detallar el origen, estructura y desarrollo de la RTVA.

medios que conformaban este conglomerado audiovisual. Sobre Canal 2 Andalucía explicaba su origen año 1998 y el tipo de apuesta cultural que realiza en su programación.

Por su parte en, *Inicios de Canal Sur Televisión. ¿Creación de creación de una nueva industria audiovisual andaluza?*, Vicente del Estad (2011) describió los antecedentes de la televisión pública en Europa, analizando asimismo la televisión en España y el nacimiento de Canal Sur Televisión. Se hablaba del contexto político social económico y audiovisual existente en la Andalucía de final de los años ochenta y de la necesidad de crear este medio de comunicación propio. Además se desglosaron las audiencias de Canal Sur Televisión, analizando la importancia de las productoras audiovisuales andaluzas. Una visión general sobre el nacimiento de este medio de comunicación²⁶.

Sobre aspectos específicos Gutiérrez Lozano y Díaz Estévez (2011) analizaron uno de los programas con más audiencia en Canal Sur Televisión, *75 minutos*, un formato televisivo basado en el reporterismo de calle, en el que se sobrevaloraba la figura del reportero. Un espacio televisivo centrado en describir la marginalidad social sin dejar de lado otros temas donde sobresalía lo espectacular, lo sorprendente o lo motivo. Una visión crítica en la cual, más allá de dar a conocer la realidad social, *75 minutos*: “Asienta su dibujo de lo público, de lo social y lo colectivamente compartido en la entronización de historias privadas. Una clara muestra de hasta qué punto la sinergia entre el medio televisivo y el espectáculo de la realidad está sirviendo para redefinir las características propias de los programas de reportaje” (Gutiérrez Lozano y Díaz Estévez: 2011, 18).

²⁶ En un tono parecido aunque con una extensión menor, Ramírez Alvarado (2007) publicó *La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad. El caso de la radio y televisión de Andalucía en España*, una investigación en la que se destacaba la importancia de este medio televisivo en el desarrollo económico y cultural de Andalucía, analizando los orígenes de Canal Sur Televisión, su programación o las audiencias registrada en los primeros años.

El papel de la RTVA como dinamizador en los procesos educativos y la importancia de este medio público para poner en valor los programas infantiles, mediante el análisis de las parrillas de programación fue estudiado por Olmos López y Navarro Moreno (2012) en el que apuntaban que en la RTVA: “se refuerzan los contenidos educativos desde 2010 en una estrategia transversal que pretende recuperar el apoyo a la comunidad educativa que se ha ido perdiendo en los últimos años” (2012: 310).

En *Televisión e identidad regional. Los jóvenes andaluces ante el modelo de servicio público de la RTVA* (2012), Díaz Estévez, centraba su investigación en el consumo mediático de los jóvenes andaluces en el contexto regional, describiendo la imagen que éstos tenían de la Radio y Televisión pública en Andalucía y profundizando en las opiniones de éstos sobre algunos de los programas más destacados de Canal Sur Televisión y Canal Sur 2. Entre otros aspectos trabajados, se valoró la percepción de este público hacia algunos de los programas más representativos del primer canal andaluz, como *Los reporteros*, *Salud al día*, *Arrayán*, *75 minutos* o *Se llama copla*, haciendo lo propio con espacios de Canal Sur 2, entre los que figuran *Cifras y letras*, *Taxi*, *El público lee* o *La noche más larga*. La regulación del audiovisual en Andalucía, las audiencias, la calidad del servicio público televisivo, el habla andaluza o la identidad regional de los jóvenes en la comunidad autónoma fueron otros de los aspectos que quedaron desarrollados en esta investigación²⁷.

Más cercano en el tiempo, y centrando el trabajo en la producción audiovisual andaluza y su relación con la RTVA, el autor de esta tesis doctoral ha aportado sendos artículos, en los que se presentaba una

²⁷ Sobre aspectos específicos relacionados con la RTVA también se han realizado otras tesis doctorales, entre la que destacamos la llevada a cabo por Montaña Montaña (1998) en la que se estudió la comunicación periodística en Andalucía relacionada con temas de medioambiente, realizando un estudio de caso con el programa emitido en Canal Sur Televisión *Tierra y Mar*. O la redactada, en fechas más recientes, por Vega Jiménez (2013) que se centró en describir el tratamiento de la información deportiva en la RTVA, analizando diversos programas informativos de Canal Sur Televisión y otros de contenidos exclusivamente deportivos.

aproximación a la situación de estas empresas audiovisuales. En *Renovarse o morir: nuevos escenarios para la supervivencia de las productoras audiovisuales en Andalucía* (2012) destacábamos la eventualidad y la precariedad como dos de los conceptos que definían la situación profesional de los trabajadores en las empresas audiovisuales, centradas en Málaga, al haber en la provincia tan solo una productora audiovisual que mantenía una plantilla estable todo el año, siendo el resto de las empresas trabajadores eventuales que alternaban trabajo eventual en producciones con largos periodos de desempleo y con unos sueldos bajos para jornadas de trabajo de, al menos, doce horas diarias.

Por otra parte en *Canal Sur TV en tiempos de crisis. ¿El fin de un modelo público de televisión en Andalucía?* (2013) señalábamos la dificultad del sector audiovisual en Andalucía y las dificultades que se preveían a futuro describiendo diversos factores que condicionaron el modelo de una televisión pública y regional andaluza. Se centró el estudio en la situación de la RTVA a finales del año 2012, donde el descenso de los ingresos publicitarios, la reducción de fondos públicos liberados por parte de la Junta de Andalucía, el déficit en sus cuentas anuales, la importancia de la producción externa o las bajas audiencias estaban suponiendo un lastre para esta corporación de medios públicos andaluces. Así mismo se describía como una de las medidas tomadas ante la gravedad de esta situación económica había sido la desaparición de la programación propia en Canal Sur 2.

En relación con la RTVA Fernández Alonso (2013) estudió el descenso presupuestario en el periodo 2008-2012. Las reducciones en las subvenciones públicas y en publicidad en este periodo, supusieron una merma para la RTVA de casi el 30% de su presupuesto: un recorte de casi 90 millones de euros en cinco años. Por ello, aseguraba la autora, hubo recorte de las contrataciones audiovisuales externas en casi un 40% en el periodo analizado. Así mismo Fernández Alonso detallaba otras medidas de ahorro como la reducción del número de cargos directivos, los ajustes salariales, la aprobación de un plan de eficiencia en bienes corrientes y suministros,

cristalizándose estas actuaciones con el cierre de Canal Sur 2, lo que según el director general de la RTVA de entonces, Pablo Carrasco, supondría un ahorro de 20 millones de euros para la entidad hasta finales del año 2013.

De forma reciente hay que reseñar el trabajo publicado por García Galindo y Vitalis (2015) en el que se aborda un estudio comparado entre la región francesa de Aquitania y Andalucía, describiendo las características históricas, geográficas y también comunicativas de ambas zonas. Se destaca, en el caso andaluz, a la televisión pública autonómica, Canal Sur, al ser el único medio de comunicación que tiene una cobertura en todo el territorio, ya que no existen medios impresos con una penetración real en las ocho provincias andaluzas.

Por último hemos de citar los estudios que sobre la RTVA o el audiovisual andaluz han realizado de forma constante instituciones como la Fundación Audiovisual de Andalucía, que editaban en papel, además de en su portal online, la *Guía del Audiovisual en Andalucía. Producción de Cine y televisión*, desde el 2002 hasta el 2012, monográficos en los que se describía de forma profusa este sector empresarial en la comunidad se detallaban las características de las productoras audiovisuales en la comunidad y su relación con la RTVA. Y otros monográficos más, publicados por esta Fundación, que en la última década han tenido a este sector productivo como protagonista de sus estudios.

Señalar del mismo modo los análisis e informes realizados por el Consejo Audiovisual de Andalucía desde su creación en 2004, con investigaciones propias, estudios de investigadores ajenos a este organismo y con la edición, desde 2007, del *Barómetro del Audiovisual Andaluz*, donde quedaban reflejados tendencias y hábitos de los andaluces con los con los medios audiovisuales. O los capítulos sobre los medios de comunicación también publicados en los *Anuarios Políticos de Andalucía*, realizados por el Centro de Análisis y Documentación Política y Electoral de Andalucía, CADPEA.

Aunque sin lugar a dudas han sido las *Memorias Anuales de la RTVA* la principal fuente de información institucional que, sobre estos medios públicos, se ha realizado²⁸. Desde el año 2001 y hasta el 2012 se editaban en papel cada año estas monografías y se podían además consultarlas online: un material realizado por la propia RTVA donde, de una forma extensa, se analizaban los principales hitos de la radio y televisión pública andaluza. Las programaciones, las audiencias mensuales y anuales, la estructura de la empresa pública, los resultados económicos, las parrillas de programación, el servicio público, la implicación de la sociedad civil o la RTVA como dinamizador del sector audiovisual han sido temas recurrentes en estas memorias y una amplia fuente de información de primera mano para los investigadores.

Los estudios parciales sobre Canal Sur 2

Aunque sea a modo de aproximación con esta tesis doctoral *Canal Sur 2: una propuesta de televisión cultural para Andalucía (1998-2012)* se pretende sistematizar diversos aspectos de los catorce años de vida del segundo canal de la RTVA en el que queden reflejados aspectos fundamentales de su historia como el tipo de programación predominante, las audiencias registradas, el papel de las productoras audiovisuales o las causas que llevaron a su cierre. Aproximaciones que puedan servir a futuros investigadores a profundizar en algunos de los campos que se pretenden analizar.

Como hemos estado viendo en el repaso bibliográfico sobre la RTVA, en varios de los trabajos citados se ha hecho referencia a Canal Sur 2, sobre todo en dos aspectos prioritarios: su creación en el año 1998 como una

²⁸ La primera Memoria fue editada en 2004 y correspondía al trienio anterior (RTVA (2004): *Memoria RTVA 2001-02-03*. Ed. Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA, Sevilla). Posteriormente, y de forma anual hasta 2012, fueron editadas otras 9 monografías. En la web de la RTVA es posible ver y descargarse estos documentos (http://www.canalsur.es/porta1_rtva/web/noticia/id/99252).

apuesta de televisión cultural diferenciada y, sobre todo, en lo referente a su cierre en 2012. Prácticamente son inexistentes los estudios en profundidad que hayan tenido como eje central el segundo canal autonómico andaluz. En la literatura académica es muy complicado encontrar este tipo de contenido ni en forma de artículos, tesis doctorales o capítulos de libros. De forma indirecta y analizando aspectos más concretos sí hemos podido encontrar estudios parciales que hacen referencia a audiencias, programación, servicio público o sobre todo a programas concretos que se emitían en este canal y en los que se hablaba, aunque de forma indirecta y no sistemática, del segundo canal.

Donde se ha encontrado más información ha sido en los casos de estudio de programas específicos, como el realizado por Montaña Montaña, *El Canal 2 de Andalucía y la información ambiental: el programa Espacio protegido* (1999) dedicado al periodismo relacionado con el medio ambiente y al origen de este espacio televisivo semanal que fue creado apenas dos meses después de la puesta en marcha del nuevo canal. En este artículo se describía brevemente los inicios del segundo canal autonómico, sus primeras emisiones o la incipiente programación, además de las peculiaridades de la información medioambiental.

También hay estudios de caso, como *La oferta televisiva de calidad frente a la disponibilidad del telespectador*, realizado por López Romero (2005) sobre televisión cultural, en el que hacía un análisis comparativo entre los espacios divulgativos de La 2 de TVE y Canal 2 Andalucía y cómo programaban ambas cadenas, en sus emisiones diarias, los diferentes espacios culturales, infantiles o documentales. Se describía el horario preferente en las parillas de programación que tenían en el segundo canal autonómico programas de contenido cultural o divulgativo como *El público lee*, *Cine.Dos*, *Tesis* o las series documentales.

Relacionados con programas divulgativos y de contenido cultural en Canal Sur 2, resaltar a Gutiérrez Lozano (2011b) que con *¿El público lee?*

Televisión regional y cultura andaluza analizaba el papel de la cultura en la televisión pública andaluza, describiendo algunos aspectos del programa dedicado a la literatura, *El público lee*, y destacando la labor de programas de servicio público como éste, en una comunidad autónoma en la que, y según los índices de lectura publicados, se leía hasta cuatro veces menos que la media alcanzada en todo el país y tan solo la mitad de los andaluces mayores de 14 años habían leído, al menos, un libro en su vida.

Uno de los espacios televisivos más importantes en la historia de este canal fue el programa infantil *La Banda*, objeto de estudios comparativos en diversas investigaciones y sobre el que además fue elaborada una tesis doctoral. Ésta la realizó Martínez Crespo (2012) que se centró en el caso de estudio de este programa educativo, que comenzó sus emisiones en 1994 como *La Banda del sur* en Canal Sur Televisión y que desde la creación del segundo canal se convirtió, durante muchas temporadas, en el programa infantil de referencia y al que más horas se le dedicaba de entre todos los espacios que había en la parrilla de programación. En ese trabajo se describía el contenido del programa, su lenguaje audiovisual, la puesta en escena, los códigos discursivos, visuales y sonoros o el montaje audiovisual. Destacando la presencia de *El club de la banda*, que nacido al amparo de este programa llegó a contar con más de 500.000 socios.

Gómez Pérez y Pérez Ruffi (2013) estudiaron la situación en la que se quedó Canal Sur 2, cuando la RTVA decidió quitar su programación propia y emitir los contenidos de Canal Sur Televisión, con elementos de accesibilidad para personas con discapacidad. El trabajo describía la producción y programación audiovisual accesible en todos los programas y en lo referente a la subtitulación, audio descripción o a la lengua de signos. De forma colateral analizaron las causas que llevaron a su cierre, sobre todo motivado por la situación económica, poniendo en valor la importancia para este colectivo de personas con alguna discapacidad en Andalucía.

De Lara y Ramos (2013) analizaron el papel del reportaje televisivo en algunos de los programas que componían la parrilla de programación en la última etapa de Canal Sur 2 desde tres aspectos significativos: las fuentes informativas, los contenidos o su montaje y postproducción. Se estudiaron cuatro programas emitidos por este canal: *Al sur*, *Tesis*, *El Club de las ideas* y *Espacio protegido*.

Finalmente, sobre las causas y circunstancias que rodearon al cierre de Canal Sur 2 han trabajado Reig, Macinas y Nogales (2014) quienes publicaron *Un acercamiento en 2014 a la conformación de la estructura audiovisual en España y el caso de Canal Sur TV*, en el que desde un enfoque estructural, se defendía una televisión pública, al servicio de los ciudadanos, criticando los intereses y entramados empresariales que rodeaban a las televisiones privadas en España. Los autores realizaban una encendida defensa de los operadores televisivos públicos, tanto nacionales como regionales, analizando el caso de la RTVA. Un ente regional que debía de sobrevivir en una complicada situación económica en la comunidad -ya que en 2012 contaba con una deuda pública de 15.000 millones de euros (el 10,6% del PIB andaluz)- y que además de la bajada de sueldos de los trabajadores, el abaratamiento de las contrataciones externas o la reducción de sus costes generales tuvo como una de sus medidas más contundentes el cierre de Canal Sur 2.

CAPÍTULO 2

HIPÓTESIS Y OBJETIVOS. MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo, una vez expuestos los argumentos de partida que justifican esta investigación, formularemos las hipótesis en torno a las cuales se articula esta tesis doctoral, así como describiremos los objetivos generales y específicos de la misma, detallando la metodología utilizada.

2.1 Formulación de hipótesis

Esta investigación parte de una hipótesis principal de trabajo y de dos premisas de carácter secundario:

- La hipótesis principal sostiene que el nacimiento del segundo canal de la RTVA, primero denominado Canal 2 Andalucía y desde 2008 Canal Sur 2, sirvió para ofrecer un nuevo modelo de televisión en el que los programas de contenido cultural y divulgativo fueron los predominantes en sus diferentes parrillas de programación. En este modelo, las realidades, problemas, logros, manifestaciones sociales y culturales o la idiosincrasia de la población andaluza fueron el eje central de sus emisiones diarias. Entre sus pretensiones estuvo la de crear una cadena alternativa y diferenciada del resto de las ofertas televisivas existentes en Andalucía, que sirviera para complementar a la programación de Canal Sur Televisión, donde se mostrasen otras realidades de esta comunidad autónoma que no aparecían reflejadas plenamente en el primer canal autonómico. Con todo ello, y a

través de programas que conectaron con el público andaluz de muy diferentes ámbitos y edades, esta experiencia malograda consiguió fomentar durante su existencia la labor de servicio público encomendada a la RTVA.

Como hipótesis subsidiarias de la principal planteamos otras dos:

- De un lado, se parte de la premisa de que este canal tuvo dos públicos objetivos a los cuales se dirigió específicamente el grueso de su programación. Por una parte, una población de rasgo urbano y de mediana de edad, con un nivel económico por encima de la media de la población andaluza y que encontraría en este canal propuestas afines a sus intereses e inquietudes culturales, de entretenimiento, de ocio o de información. En segundo lugar, el público infantil y juvenil, con una oferta televisiva específica para su edad, basada en el entretenimiento, los concursos, los programas musicales o los dibujos animados, que ocuparían un porcentaje muy importante de las horas de emisión semanales. Unos públicos que, a pesar de ser la segunda cadena de una televisión autonómica, responderían con altos niveles de audiencias, en competencia incluso con otras ofertas de televisión privada.

- En segundo lugar, este canal subrayó como eje de sus parrillas el tomar a Andalucía como referencia. Con la puesta en marcha del segundo canal autonómico se potenciaron los contenidos audiovisuales centrados exclusivamente en esta comunidad autónoma. Esto es, la programación incluyó apuestas sobresalientes con temas netamente andaluces en áreas diversas como la educación, el medio ambiente, la solidaridad, la infancia, la creatividad, el arte o la música, entre otras muchas, dejando en un segundo plano los contenidos que no tuviesen a Andalucía como epicentro de sus contenidos.

2.2 Objetivos de la investigación

Partiendo de las hipótesis planteadas desarrollamos los objetivos de esta tesis doctoral, que se concretan en una serie de fines de carácter general y otros de carácter específico que a continuación detallamos. Tres son los objetivos generales que presenta esta investigación:

- Describir y analizar la trayectoria del segundo canal de la RTVA a partir del estudio de su trayectoria en antena. Pretendemos identificar los principales hitos acaecidos en su devenir, centrándonos en explicar las principales propuestas programáticas que realizó esta cadena en lo referente a los contenidos culturales y divulgativos. Asimismo pretendemos comprobar si la mayor parte de los programas emitidos se centraron en tratar temáticas culturales y sociales relacionadas con Andalucía o, por el contrario, las producciones nacionales e internacionales tuvieron una presencia mayoritaria en las parrillas de programación.

- Comprobar la respuesta de las audiencias, en los grupos de edades analizados, con respecto a la oferta televisiva de este canal, así como evaluar el seguimiento del canal desde una perspectiva histórica. Describir si los contenidos que fueron creados para unos sectores determinados de la población tuvieron respuesta por parte de estos públicos.

- Intentar hallar las posibles razones por las que Canal Sur 2 dejó de tener una programación propia desde el año 2012, convirtiéndose en una cadena que repetiría los contenidos de Canal Sur Televisión, con lenguaje audio descrito y subtulado para personas con discapacidades sensoriales. Estudiar si la llegada de la TDT, la fragmentación de las audiencias o la crisis económica fueron los factores determinantes para su cierre o si por el contrario el declive de su propuesta había sido anterior.

Como propósitos concretos en esta investigación nos planteamos los siguientes objetivos específicos:

- Enumerar y describir los programas de contenido cultural que se emitieron pensados para el público adulto, comprobando si estos espacios fueron programados en horarios donde se congregaba ante la televisión un mayor número de espectadores (*prime time*) o en otros horarios con menor presencia de espectadores.
- Destacar los programas pensados para el público infantil y juvenil, que tuvieron una presencia destacada en las parrillas de programación, resaltando a aquellos que, además, contaron unos altas audiencias, así como aquellos que privilegiaron contenidos divulgativos o culturales.
- Definir hasta qué punto el segundo canal de la televisión pública andaluza cumplió con los objetivos de servicio público para los que fue creado, analizando para ello las parrillas de programación, y valorando la presencia o relevancia de los espacios televisivos que persiguieron esta finalidad de manera más evidente.
- Analizar si esta televisión logró obtener niveles importantes de seguimiento por parte de las audiencias. Detallar su penetración en la sociedad andaluza, en función de las edades de sus públicos mayoritarios, su clase social o su procedencia geográfica (rural o urbana).
- Contribuir a la historia del medio televisivo en Andalucía a partir del estudio de un canal relevante en la evolución regional de este medio de comunicación.

- Realizar una historia del canal a través del establecimiento de sus etapas principales, tanto desde el punto de vista institucional como, especialmente, desde la oferta de programación durante el periodo 1998-2012.
- Exponer una clasificación anual de los espacios más vistos, donde se detalle su número de emisiones, la audiencia media por programa y la cuota de pantalla obtenida.
- Realizar el análisis de una muestra seleccionada de los programas emitidos en este canal destinado a los públicos objetivos a los que iban dirigidos (población adulta, infantil y juvenil) y de diferentes temáticas (culturales, entretenimiento, humor, etcétera).
- Recopilar las opiniones y juicios tanto de los directivos de Canal Sur 2 como de los responsables de algunos de los programas más relevantes, con el fin de profundizar en el origen de este canal, la importancia que pudo tener para el público andaluz y sobre las razones que llevaron al cierre de esta señal televisiva.
- Intentar demostrar si gracias a Canal Sur Televisión y Canal Sur 2 se potenció el sector audiovisual en Andalucía, ya que una parte importante de los programas emitidos en ambas cadenas (y sobre todo en el segundo canal) fueron realizados por personal externo a la RTVA, pertenecientes a productoras audiovisuales creadas en esta comunidad autónoma.

2.3 Metodología

El método científico y las herramientas de investigación han de funcionar como guías de conocimiento que nos permitan responder a las preguntas planteadas en las hipótesis de esta tesis doctoral. La metodología, junto a sus técnicas, procedimientos y herramientas utilizadas por el investigador, deben

tratar de abordar con éxito el problema investigación y conseguir nuevos conocimientos ajustados a la realidad. Como señala Galindo Cáceres (2009: 156): “Su función es operar de tal modo que ante una pregunta determinada sus acciones lleven a una respuesta. (...) Al aplicarse el programa metodológico pertinente, con todos los aspectos técnicos que implica, el proceso de investigación se lleva a cabo en un tiempo y espacio reducido y delimitado”. Por lo tanto, las herramientas metodológicas nos han de servir para determinar el camino general que han de marcar los pasos en la investigación, acotándolo en un ámbito espacial y temporal, para así ser capaces de responder a las hipótesis y a los objetivos marcados.

Al estar esta tesis doctoral centrada en explicar, desde un punto de vista histórico, la evolución de la programación en Canal Sur 2, consideramos que son las técnicas cualitativas las que, de manera más relevante, han de guiar el diseño de esta investigación. No obstante, y teniendo en cuenta que también analizaremos los niveles de audiencias alcanzados por este canal, especificando estos datos por grupos de edad o clase social, indefectiblemente incluiremos aspectos cuantitativos para complementar el análisis histórico planteado:

“Los métodos cualitativo y cuantitativo en un mismo estudio se usan para medir u observar, en parte coincidentes, pero en parte diferentes facetas de un fenómeno. Por lo tanto, con la aplicación de un segundo método se busca elaboración, realzamiento, ilustración, o clarificación de los resultados procedentes del primero (...). Así pueden lograrse mejoras de interpretación, sentido y validez tanto de los constructos empleados como de los resultados obtenidos. La diferencia con el concepto de complementación, sin embargo, es que la complementariedad presenta un uso más secuencial de los métodos. Los resultados del segundo se orientan a la mejora, especificación, etcétera, de los resultados del primero” (Bericat Alastuey: 1998, 113).

Han de ser los problemas de investigación los que determinen el método utilizado y no a la inversa. En lo referente a la elección de tácticas de evaluación éstas han de venir “no de las exigencias impuestas por los

supuestos teóricos generales de que se parte, sino de las decisiones que se adopten en y para cada caso tanto como de las técnicas disponibles más adecuadas. No es el método lo que define los problemas a tener en cuenta, antes bien son los problemas quienes definen los métodos a seguir” (Álvarez Méndez: 1986, 64).

Así este proceso de investigación ha sido construido en tres fases diferenciadas. Por una parte mediante una búsqueda previa de todo lo que se hubiese publicado sobre nuestro campo de investigación y que nos permitiese definir con claridad nuestras hipótesis de trabajo; en segundo lugar, realizando nuestra investigación empírica, a partir de fuentes tanto primarias como secundarias, que nos permitiesen obtener de forma directa los datos sobre programación, posibles guías para definir etapas históricas o datos de audiencias, que conforman el objeto principal de esta investigación; en tercer lugar, mediante la sistematización de la información obtenida, analizándola, ordenándola y presentándola en los diversos capítulos que conforman esta tesis doctoral, concluyendo con las respuestas a las hipótesis planteadas.

Detallamos a continuación los instrumentos metodológicos empleados en el diseño de esta investigación.

2.3.1 Búsqueda y análisis documental

La primera gran fuente de información a la que hemos acudido para la realización de esta investigación procede de la búsqueda documental y hemerográfica. En lo referente a las fuentes bibliográficas hemos de destacar la revisión realizada de la literatura académica existente, tanto en forma de libros como de artículos académicos. Una de las principales dificultades que nos hemos encontrado a la hora de conseguir información sobre la historia de Canal Sur 2 ha sido la falta de investigaciones cuyo objeto de estudio central haya sido este canal. Tan sólo de forma parcial y

analizando aspectos específicos (programación, espacios pensados para el público infantil o estudios comparativos de audiencias con otras televisiones) se han encontrado documentos que han versado sobre nuestro objeto de estudio.

Como fuentes primarias hemos acudido a los diversos textos legales que han marcado el devenir de este canal televisivo. Entre otras se han analizado las siguientes:

- Ley 46/1983, de Regulación del Tercer Canal.
- Ley 8/1987, de creación de la Empresa Pública de Radio y Televisión de Andalucía.
- Proposición no de Ley en Pleno 5-98/PNLP-05057, por la que se creaba el segundo canal de televisión de la RTVA.
- Ley 10/2002, de 21 de diciembre, por la que se aprobaban normas en materia de tributos cedidos y otras medidas tributarias, administrativas y financieras.
- 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.
- Resolución de 15 de octubre de 2010, de la Presidencia, por la que se ordena la publicación de la Carta del Servicio Público de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA).

Junto a éstos, hemos recabado otros documentos emanados del Parlamento de Andalucía donde se recogían diversas informaciones sobre la creación y desarrollo del segundo canal de la RTVA. Así hemos consultado el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, BOJA, el Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía, BOPA y los Diarios de Sesiones del Parlamento de Andalucía, DSPA. En estos documentos aparecen informaciones, firmadas habitualmente por el director general de la RTVA, en los que se respondía a las preguntas realizadas por parlamentarios en las sesiones de control de la

cámara andaluza en lo referente a Canal Sur 2, Canal Sur Televisión o la RTVA. Ésta ha supuesto una importante fuente de documentación de primera mano en lo referente a la programación, audiencias y, de manera parcial, a aspectos económicos del ente público o al papel de las productoras audiovisuales que habían trabajado para la televisión pública andaluza.

Otras de las fuentes primarias de investigación ha sido el repositorio de audiencias obtenidas por las empresas dedicadas al sector, que durante los primeros años las suministraba *Sofres-TNS* y a partir de 2010 las ha facilitado *Kantar Media*. Unas informaciones que no solamente han servido para conocer, a nivel general, las cuotas de pantalla mensuales del segundo canal autonómico andaluz y de sus programas con un mayor índice de espectadores, sino que además nos ha permitido analizar la configuración de estas audiencias por grupos de edad, clase social o procedencia rural o urbana de los espectadores.

En lo referente a otras fuentes de carácter secundario hemos de destacar las búsquedas hemerográfica realizada en los periódicos de la época. Dos han sido los diarios más consultados, sobre todo en los primeros años de vida de este segundo canal, ya que disponen de una hemeroteca digital en abierto y gratuita. Éstos han sido los diarios *ABC* y *El País*. En ambos medios, además de en otros como *El Correo de Andalucía*, *Sur*, *El Mundo* o *Málaga Hoy*, entre otros, hemos consultado decenas de páginas que nos han servido para contrastar informaciones conseguidas en las entrevistas personales, describir las discusiones políticas sobre la puesta en marcha de este canal, conocer los nuevos programas que iban a comenzar a emitirse, diferentes hitos relacionados con las audiencias, los cambios en el organigrama del medio, los premios recibidos por alguno de los programas en antena o las parrillas diarias de programación.

En cuanto a otras fuente de documentación que hemos revisado, y que ha tenido un peso muy relevante en esta investigación, destacamos los catálogos, anuarios, guías y documentos institucionales que han permitido conseguir informaciones complementarias.

Por orden de importancia, y como señalamos en el capítulo previo, hemos de destacar el material conseguido de las *Memorias Anuales de la RTVA*, que desde el año 2001 y hasta el 2012 han analizado los principales hitos de los medios que formaban parte de la RTVA. En estos documentos han sido publicadas las audiencias mensuales y anuales de la cadena, las cuatro parrillas de programación de las temporadas de cada curso, los programas más destacados destinados a los públicos en los que hemos centrado esta investigación, los premios recibidos a los distintos espacios de este canal, así como los principales acontecimientos referentes a la cadena.

Las *Guía del Audiovisual en Andalucía. Producción de Cine y televisión*, editadas por la Fundación Audiovisual de Andalucía, los *Barómetros del Audiovisual en Andalucía*, realizados por el Consejo del Audiovisual en Andalucía, así como los informes especializados de ambas instituciones (y que han aparecido descritas en el primer capítulo de esta tesis doctoral) han sido otros materiales utilizados.

Para el análisis de las productoras audiovisuales en Andalucía hemos realizado una búsqueda entre las diferentes bases de datos y fuentes documentales relacionadas con el sector audiovisual en Andalucía. Así, hemos acudido las bases de datos del Directorio Central de Empresas, DIRCE, en lo referente a las sociedades que trabajan en Andalucía en el sector audiovisual y a partir de ahí hemos ampliado esta información con los informes y estudios realizados por organizaciones del sector como son la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles, o la Fundación Audiovisual de Andalucía.

Finalmente debemos destacar el servicio de documentación de la propia RTVA, que tanto en sus Departamentos de Audiencias, Comunicación, Archivo y Documentación, Continuidad o Programación han surtido a esta investigación, y de forma amplia, el material solicitado. Como complemento a éstas, hay que destacar el servicio *Memoranda* que el propio ente autonómico, vía internet, pone a disposición de los usuarios e interesados en la historia de este operador televisivo desde el año 2013, en

colaboración de dos departamentos de la RTVA: el de Archivo, Documentación y Biblioteca y el de Medios Interactivos. En esta web pueden encontrarse una selección de las noticias, los programas o los eventos más destacados, presentándolos con textos escritos, vídeos de resúmenes anuales o fragmentos de los programas emitidos¹.

Para el visionado de los programas que hemos seleccionados para la realización de esta tesis doctoral hemos acudido al Departamento de Archivo y Documentación de la RTVA en Málaga, al servicio que Canal Sur Televisión estableció desde el año 2007 para visionar *online* algunos de estos espacios (en la web, *alacarta.canalsur.es*), a las páginas webs de las productoras audiovisuales que los realizaban y a portales virtuales de vídeos como YouTube o Vimeo que ofrecen ejemplos parciales de documentos de difícil acceso.

2.3.2 Entrevistas en profundidad

A la hora de la elaboración de esta tesis doctoral hemos contado con la entrevista en profundidad como una segunda forma de acercarnos al objeto de estudio y como una manera directa de obtener información. De forma habitual y en sus diferentes modos de aplicación la entrevista ha sido utilizada, tal y como señala Sierra (1998), en dos usos que han marcado la diferencia entre las técnicas cuantitativas y cualitativas: las entrevistas extensivas o encuestas de opinión y las entrevistas intensivas o también denominadas entrevistas abiertas. Como señala este autor es una de las herramientas privilegiadas para los investigadores, al obtenerse información de primera mano. Aunque no hay que obviar las limitaciones y carencias de esta herramienta metodológica, sobre todo en la vertiente de entrevistas cualitativas:

¹ <http://blogs.canalsur.es/documentacionyarchivo>

“Fragmentaria, como toda conversación, centrada en el detalle, la anécdota, la fluctuación de la memoria (...) La entrevista cualitativa es fruto del azar y la necesidad. Esta es su principal virtud a la vez que su más importante limitación. Pues, como hemos visto, el carácter inconcluso y abierto y la variedad de historias que narra, con mayores o menores detalles, definen a la entrevista abierta como un arte basado en la competencia conversacional. La herramienta de productividad investigadora es el propio sujeto de la investigación en proceso. La materia prima será la palabra como vehículo de experiencia personalizada” (Sierra: 1998, 298).

Por el tipo de investigación que realizamos nos hemos decidido por el uso de entrevistas en profundidad a diferentes actores que han tenido una relación directa con la creación, el funcionamiento o con el devenir histórico de Canal Sur 2. Para ello hemos realizado un total de doce entrevistas, que en función de los sujetos entrevistados pueden dividirse en dos grandes categorías. Por una parte aquellas cuyos protagonistas son personas que podían aportar una visión amplia y de conjunto sobre aspectos generales del nacimiento y desarrollo de esta televisión. En este grupo incluimos las entrevistas llevadas a cabo al director y directoras que tuvo este canal:

- José Antonio Gurriarán (1998-1999).
- Cristina Álvarez Secades (1999-2004).
- Marisa Doctor Morillo (2004-2008).

Así mismo, dentro de esta categoría, hemos incluido la entrevista mantenida con Bernardo Díaz Nosty, miembro del Consejo de Administración de la RTVA (1995-2000), Catedrático de Periodismo en la Universidad de Málaga e investigador de numerosos estudios sobre medios de comunicación en Andalucía y la RTVA, quien ayuda a contextualizar sobre los antecedentes de esta televisión, la finalidad con la que fue creada o sus principales hitos.

Otro grupo de la muestra deberá incluir las entrevistas mantenidas con responsables de programas, presentadores o productoras que han estado

íntimamente relacionados con la creación y el desarrollo de proyectos televisivos específicos en Canal Sur 2 y que nos han permitido obtener información de primera mano sobre los mismos. A este grupo pertenecen los siguientes entrevistados, especificando su cargo de responsabilidad y el programa en el trabajaron:

- Carmelo Villar Lerma. Director de *La Banda del sur*.
- José María Montero Sandoval. Director de *Espacio protegido*.
- Francisco Gómez Zayas. Director de *Con el cine en los talones*.
- Inmaculada Jabato Sarabia. Directora de *Somos más*.
- Jesús Rodríguez Vigorra. Director de *El público lee*.
- Andrés Calvo Serrano. Director de *Sinceros*.
- Juan Manuel Lara. Director de *Sinceros* y *S.O.S. Estudiantes*.
- Ana Almagro Oliva. Productora musical de Canal Sur 2.

El esquema que hemos utilizado a la hora de desarrollar estas entrevistas ha variado en función del entrevistado. En el primer bloque de entrevistas hemos realizado preguntas más generales que han estado relacionadas con las hipótesis y los objetivos generales de esta investigación. En estas entrevistas semiestructuradas, de enfoque abierto, se ha permitido al entrevistado, a partir de una propuesta de cuestionario realizado por el entrevistador, centrarse en aquellos aspectos más relacionados con su labor y de los que tuviera recuerdos más vívidos. Así mismo en el transcurso de las mismas se han tratado temas que a priori no estaban en el listado de preguntas pero que se han considerado relevantes añadir por el desarrollo de la conversación. A cada uno de los entrevistados se les ha realizado un cuestionario personalizado aunque con un listado de bloques temáticos y preguntas en común.

A continuación presentamos el guión tipo y los bloques temáticos en los que se estructuraron estas entrevistas:

Origen del segundo canal de la RTVA. Etapas históricas:

- ¿Cómo se gestó la idea de crear un segundo canal en la RTVA?
- ¿Quiénes fueron sus principales artífices?
- ¿Con qué objetivos nació Canal 2 Andalucía?
- ¿En qué momento se involucró en este proyecto?
- ¿En qué etapas podríamos definir la historia de este canal?
- ¿Cuáles fueron las principales características de cada una de ellas?
- ¿Qué aportó a la cultura este nuevo canal?

Programación:

- ¿Cómo fue el diseño de la programación cuando se inició Canal 2 Andalucía?
- ¿Qué tipo de programas fueron establecidos durante sus años como director/a?
- ¿Qué temática predominó en las diferentes parrillas de programación establecidas?
- ¿Cuáles eran los programas más significativos destinados al público adulto: culturales, documentales, cine, deportes?
- *La Banda* y los dibujos animados, ¿fueron principales referentes para el público infantil?
- ¿Qué tipo de espacios se ofertó para el público juvenil?
- Uno de los objetivos de la RTVA fue potenciar el sector audiovisual en Andalucía, con el encargo a estas empresas de la realización de diferentes programas. ¿Qué papel jugaron las productoras externas en la configuración de las parrillas de programación en Canal Sur 2?

Audiencias:

- ¿A quién iban dirigidos los programas del Canal Sur 2?
- La respuesta del público infantil ante la oferta televisiva.
- El público juvenil y el segundo canal de la RTVA, ¿una difícil relación?
- Las audiencias logradas en los diferentes periodos de este canal.
- Los programas con mayores audiencias durante sus años como director/a.

Hitos. El cierre de Canal Sur 2:

- Describa alguno de los principales logros durante su etapa como responsable de este canal autonómico.
- ¿Qué tipo de programas podría destacar, por su aspecto innovador, por su temática, por el público al que fue dirigido?
- ¿Cree que este canal ha servido para ayudar a vertebrar la identidad andaluza?
- ¿Ha ofrecido Canal Sur 2 un modelo de televisión diferente a los existentes?

- ¿Cuáles fueron las principales causas que motivaron el cierre de esta señal?
- ¿Qué se ha perdido al eliminarse este canal?

En lo referente al segundo grupo de entrevistados, el cuestionario realizado ha sido mucho más específico, sin muchas preguntas sobre aspectos generales y más centrado en los programas con los cuales estuvieron relacionados. Un esquema compuesto por los siguientes bloques y preguntas:

Origen del programa:

- ¿En qué momento se decidió iniciar ese programa? ¿Por qué?
- ¿Con qué objetivo nació?
- Cuando estaban preparando el diseño del mismo, ¿existía algún programa similar en el que fijarse como modelo y que ya estuviera en antena en otra televisión?

Estructura y géneros audiovisuales:

- Describame cómo era la estructura del programa.
- ¿Qué secciones habituales tenía el espacio? ¿Fue cambiando a lo largo de los años?
- En lo referente a los géneros audiovisuales, ¿cuáles fueron los más utilizados: entrevistas, noticias, breves, reportajes, tertulias?

Públicos y audiencias:

- Cuando se creó el programa, ¿se pensó en un público determinado al que dirigirse? ¿Cuál era?
- ¿Respondió el público a la propuesta realizada?
- ¿Qué impacto pudo tener entre la audiencia este programa?

Logros, hitos, premios:

- ¿Qué momentos más significativos puede destacar en la trayectoria del programa?
- Se habla del servicio público que debía prestar Canal 2 ¿Cómo cree que colaboró su programa a ello?
- A lo largo de los años en antena ¿recibió algún premio o reconocimiento el programa en su labor televisiva?
- ¿Qué aspectos positivos considera cómo los más destacados de la programación? ¿Y aspectos negativos?

Además hemos elaborado una ficha que precede a cada una de las entrevistas (y que pueden encontrarse en los anexos de esta tesis doctoral) en la que han quedado recogido diferentes aspectos de la misma². Cada una de estas entrevistas ha sido transcrita y pasada a una hoja de procesamiento de texto que hemos organizado temáticamente. Esto es, cada una de las respuestas ha quedado incluida en una serie de categorías preestablecidas, de tal modo que así se facilitase un orden en los contenidos y una manera más sistematizada para posteriormente redactar la información³.

2.3.3 Selección, visionado y análisis de programas

La tercera y última herramienta en la que hemos basado esta investigación ha consistido en el visionado y análisis de una selección de los programas que durante 14 años estuvieron en antena Canal Sur 2. La muestra final, compuesta por once programas, es representativa de las tres grandes tipologías, objeto de análisis en esta tesis doctoral. Por una parte, aquellos programas que iban dirigidos específicamente a un público adulto (mayoritariamente de contenido cultural o divulgativo) por otra, los destinados a un público infantil y finalmente aquellos cuyo *target* era la población juvenil.

Hemos tratado, además, que la muestra seleccionada cubriera las tres etapas en las que hemos dividido la evolución histórica de este canal como quedará expuesto en los siguientes capítulos.

En cuanto a otros criterios utilizados para la selección de la muestra debe añadirse además de su representatividad y diversidad el que todos los espacios analizados han sido de producción propia, en su doble vertiente: de

² Esta ficha está compuesta por las siguientes categorías: *Nombre del entrevistado, programa por el que se le pregunta y cargo en este programa, duración de la entrevista, modo de realizarla (en persona/telefónicamente) y fecha.*

³ Entre otras categorías hemos señalado las siguientes: *nacimiento de Canal 2, audiencias, etapas, hitos, premios, públicos, programas especiales, cierre, etcétera.*

producción propia interna, o sea aquellos realizados por los propios trabajadores de la RTVA; o de producción propia externa (o mixta), llevados a cabo por productoras audiovisuales ajenas al ente autonómico aunque realizados bajo las directrices que se marcaban desde la dirección de esta cadena.

El visionado de estos programas se ha realizado en el Departamento de Archivo y Documentación de la RTVA en Málaga. Así mismo hemos podido visionar y analizar algunos de los programas gracias al servicio de televisión a la carta en la web de Canal Sur Televisión o en los sitios de webs de productoras audiovisuales (Cedecom, Medinamedia, etcétera).

Para presentar los resultados se ha optado por hacerlo de forma cronológica comenzando por analizar aquellos espacios que ya tenían emisiones previas en Canal Sur Televisión (*La Banda* y *El Club de las ideas*) y que tras la llegada del segundo canal de la RTVA se trasladaron a esta nueva señal, simultaneando las emisiones en ambos canales. En segundo lugar presentamos el estudio de los programas escogidos, establecidos en 1998 tras el nacimiento del nuevo canal (*Espacio protegido*, *Con el cine en los talones* y *Tesis*).

Finalmente se incluyen los que se incorporaron en los siguientes años (*El Vagamundo*, *Somos más*, *El público lee*, *Sinceros*, *S.O.S. Estudiantes* y *Andaluces por el mundo*). Así la muestra final de los programas seleccionados para el análisis, detallando los años que estuvieron en antena en Canal Sur 2 y los públicos a los que iban dirigidos, han sido:

- Para el público adulto:
 - *Espacio protegido* (1998-2012).
 - *Con el cine en los talones* (1998-2007).
 - *El Vagamundo* (1999-2002).
 - *Somos más* (1999-2000).
 - *El público lee* (2002-2012).
 - *Andaluces por el mundo* (2006-2010).

- Destinados al público infantil:
 - *La Banda* (1998-2012).
 - *El Club de las ideas* (1998-2012).

- Pensados para el público juvenil:
 - *Tesis* (1998-2012).
 - *Sinceros* (2002-2004).
 - *S.O.S. Estudiantes* (2004-2009).

Estos programas no lograron la misma perdurabilidad en la parrilla de programación, de manera que oscilan entre las casi 5.000 emisiones de *La Banda* en sus 14 años en antena o los 37 del programa *Somos más*, que se mantuvo una sola temporada. También son de distinta temática, pues se mueven entre los que han ofrecido mayor contenido cultural o divulgativo como *El público lee*, *Tesis*, *El Club de las ideas*, *El Vagamundo* o *Espacio protegido*, el mero entretenimiento, caso de *Sinceros*, *S.O.S. Estudiantes* o aquellos que incorporaban elementos de las dos categorías anteriores *La Banda* o *Andaluces por el mundo*.

La metodología aplicada para analizarlos, además de la realización de entrevistas a personas significativas en cada proyecto y de la búsqueda de documentación bibliográfica o hemerográfica, ha consistido en el visionado una muestra de los programas emitidos (entre cinco y diez emisiones de cada uno de ellos, en función del tiempo que estuvieron en antena).

En el estudio de cada programa hemos detallado su contenido, estructura, influencias recibidas de otros programas televisivos previos, el modo de realización audiovisual y otra información relevante como pueda ser la de los premios recibidos. Además, en cada análisis incluiremos una ficha en la que, junto con la sinopsis del programa, quedarán recogidos los siguientes elementos:

- *Título del programa.*
- *Temática.*
- *Periodicidad.*
- *Secciones.*
- *Duración.*
- *Presentadoras/es.*
- *Directoras/es.*
- *Años de emisión.*
- *Número de programas emitidos.*
- *Canal de emisión (exclusivo en Canal Sur 2 o emisión simultánea en Canal Sur Televisión).*
- *Tipo de producción (propia, externa, mixta).*

SEGUNDA PARTE

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 3

HISTORIA DE CANAL SUR 2: ORÍGENES Y PRINCIPALES ETAPAS

El 5 de junio de 1998 comenzó sus emisiones el segundo canal autonómico de la Radio Televisión de Andalucía bajo la denominación de Canal 2 Andalucía aunque popularmente, y luego de manera oficial a partir del verano de 2008, se acabaría denominando Canal Sur 2. Nació con la intención de ofrecer una programación complementaria a la existente en Canal Sur Televisión en antena desde el año 1989. En la declaración de intenciones de este nuevo canal se habló de un triple objetivo. Por una parte tratar de “fortalecer la identidad cultural andaluza, a partir de una programación diferente en la que tuviesen cabida, entre otros, espacios televisivos relacionados con la música, el arte, el medioambiente, la educación, el cine, la programación infantil o los deportes minoritarios” (RTVA: 2004, 86).

En segundo lugar se pretendía atraer a un tipo de público, o *target*, muy determinado: niños y niñas de entre 4 y 12 años, adolescentes y jóvenes con edades comprendidas entre los 13 y 24 años y la población urbana adulta, con nivel sociocultural medio y alto e interesada por otro tipo de programas. Se quería con ello dar respuesta a estos sectores de la población andaluza que no contaban, en el resto de cadenas televisivas, con un tipo de programación afín a sus intereses.

En tercer lugar la grabación de programas de calidad, dinámicos, incluso arriesgados desde un punto de vista de la realización, potenciando la producciones realizadas por trabajadores de la propia RTVA si bien primó la realizada por productoras audiovisuales externas: uno de los fines de la

RTVA, y por extensión del nuevo canal, fue potenciar el tejido audiovisual andaluz, casi inexistente a principios de los años noventa.

En la historia de esta cadena de televisión podemos diferenciar tres etapas. La primera transita entre su creación en junio de 1998 hasta el verano de 2004, que corresponde a su nacimiento y a su consolidación como una nueva oferta televisiva. José Antonio Gurriarán fue su primer director, cargo en el que estuvo menos de un año, siendo sustituido a partir de enero de 1999 por Cristina Álvarez Secades. En este periodo se lograron dos hitos fundamentales.

Por una parte crear, de la nada, una parrilla con una notable variedad de programas, con un protagonismo especial para los contenidos culturales, que suponían casi el 40% del total de los programas en antena. Por otra parte se logró aumentar anualmente el número de espectadores consiguiendo en 2004 su máximo histórico con un 5,5% de cuota de pantalla anual. En poco más de cinco años la segunda cadena autonómica superaba en audiencia a la que se consideraba su máxima competidora, al realizar una programación similar y dirigida a un mismo tipo de público: el segundo canal de TVE, La 2.

La segunda etapa coincide con la llegada a la dirección de Canal 2 Andalucía de Marisa Doctor Morillo, que se hizo cargo de esta responsabilidad en septiembre de 2004 y la desempeñó hasta finales del 2008. En estos cuatro años se continuó con la parrilla de programación existente, reforzando los programas pensados para el público infantil (*La Banda* como buque insignia o los dibujos animados japoneses *Shin Chan*, *Doraemon* o *Kochikame*) y creando espacios pensados para el público adolescente-juvenil (programas como *Sinceros*, *S.O.S. Estudiantes*, *La Estación*, *La noche se mueve*, o las conocidas *Fiesta del Fiesta* homónimas a las realizadas por Canal Sur Radio).

Así mismo los programas de contenido cultural y servicio público como *Solidarios*, *Tesis*, *El público lee*, *Espacio protegido* o *Innova-Más*, entre otros, fueron emitidos en este periodo en una franja horaria de máxima audiencia o *prime time*, consolidando esta programación en un horario preferente.

A finales de 2008, en su décimo aniversario, se cambió el logotipo y el nombre del segundo canal de la RTVA: desde ese año se denominó Canal Sur 2 Andalucía.

La tercera etapa coincide con la llegada a la dirección de la RTVA de Pablo Carrasco García, a finales de 2008, quien decidió prescindir en el organigrama de la empresa de las figuras de director/a de Canal Sur Televisión y Canal Sur 2, asumiendo personalmente las jefaturas de ambos canales. En este periodo se acentuó la crisis económica que se vivía en todo país, lo que supuso también a nivel andaluz un descenso en las aportaciones de dinero público a la RTVA y una constante caída en los ingresos generados por la venta de publicidad.

En estos años se consolidaron las nuevas televisiones temáticas nacidas bajo el paraguas de la TDT, que junto con el apagón analógico en abril de 2010, conllevó a la fragmentación de las audiencias. A finales de septiembre de 2012 Canal Sur 2 dejó de emitir programación propia.

De forma más destacada el público infantil dejó de ver esta cadena: en los últimos tres años no hay ni un solo programa infantil en el ranking de los 25 más vistos. Eligieron otras opciones, atraídos por las nuevas ofertas: Clan TV, Neox, Disney Chanel o Boing.

En esta etapa hay programas de corte más generalista, y no dirigidos específicamente al público objetivo para el que se había creado este canal, los que copan las audiencias: *Andaluces por el mundo*, *Taxi*, *Colgados con Manu*, *Cifras y letras* o *Los Carnavales de Cádiz* fueron algunos de los más vistos en estos últimos cuatro años.

3.1. El segundo canal en el marco legislativo de la RTVA

Desde el punto de vista legal, la creación de este segundo canal autonómico andaluz nació al amparo de la Ley 8/1987 de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía por la que empezaron a funcionar en Andalucía tanto Canal Sur Radio como Canal Sur Televisión a finales de los años ochenta. Una regulación jurídica que recogía la Ley 4/1980 de Estatuto de Radio y Televisión Española y sobre todo la Ley de Regulación del Tercer Canal 46/1983, por la que se permitía la puesta en marcha de terceros canales de televisión en las distintas comunidades autónomas, teniendo en cuenta que hasta entonces tan sólo emitían las dos cadenas de TVE.

Al amparo de esta ley comenzaron a emitir nuevos canales públicos, aunque en este caso de competencia, gestión y financiación autonómica. Así, antes incluso de la aprobación de La Ley del Tercer Canal, comenzaban sus emisiones la televisión autonómica del País Vasco, ETB-1 (1982) y unos meses después la catalana TV3 (1983), motivado por una fuerte demanda social, cultural y política y con la lengua propia como vehículo articulador de estos nuevos medios de comunicación. Poco después, en 1985, nacía la televisión gallega, TVG, con funciones similares: fomentar la lengua y la cultura gallega.

En 1989 comenzaron sus emisiones tres nuevas televisiones regionales: la Televisión Valenciana, Telemadrid y Canal Sur Televisión. Y habría que esperar diez años más para que se establecieran las siguientes: lo harían en 1999 la Televisión Canaria (TVC), la de Castilla la Mancha (CMT) o Extremadura (Canal Extremadura); en el nuevo siglo se establecieron las televisiones de Asturias y Baleares (TVPA y IB3, 2001) o las de Murcia y Aragón (7RM y Aragón TV, 2004).

En el caso que nos ocupa, el andaluz, fue en el año 1987 cuando se promulgaba la Ley de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, aunque no fue hasta el 28 de febrero de 1989 cuando empezaron las retransmisiones Canal Sur Televisión. En el primer

capítulo de esta ley se conminaba a este nuevo ente a cumplir con las obligaciones de servicio público, realizando unas informaciones donde prevaleciesen criterios de objetividad, veracidad e imparcialidad, así como de respeto al pluralismo político, a la diversidad social, cultural o religiosa, sin olvidar el fomento de los valores de igualdad y protección de la juventud y de la infancia.

Además de los objetivos generales de este nuevo medio de comunicación se detallaba su forma de su organización interna y del papel del Consejo de Administración, del Consejo Asesor o del director general de la RTVA (capítulo 2), el régimen jurídico y su forma de gestión (capítulo 3) y en capítulos sucesivos la programación, presupuestos, financiación o el personal entre otros aspectos. En cuanto a los contenidos, en el artículo 3 de esta Ley, se detallaban algunos de los principios que debía cumplir su programación:

“d. Impulsar y preservar la diversidad cultural de Andalucía, las diferentes hablas andaluzas y las tradiciones que constituyen su patrimonio inmaterial.

e. Ofrecer una programación que atienda a la diversidad de los andaluces fomentando la cohesión social y económica entre los diversos territorios, la innovación que facilite el acceso de todos los andaluces a la sociedad de la información y del conocimiento y la difusión de los valores éticos.

f. Procurar la más amplia audiencia y la plena cobertura geográfica, social y cultural, consolidando un espacio audiovisual andaluz que contribuya a la difusión de sus señas de identidad y especialmente al fortalecimiento de los vínculos de los andaluces que residen fuera de Andalucía.

g. Facilitar el más amplio acceso de todos los ciudadanos a los distintos géneros de programación y a los eventos institucionales, sociales, culturales y deportivos, cubriendo todos los segmentos de audiencia referidos a sexo, edad, grupos sociales o territoriales con especial atención a los discapacitados.

h. Favorecer la educación, la difusión intelectual y artística y los conocimientos cívicos, económicos, sociales, científicos y técnicos de la sociedad andaluza que fomenten la capacidad emprendedora de los andaluces para lograr una comunidad socialmente” (Parlamento de Andalucía (1987), Ley 8/1987 de creación de la Empresa Pública de Radio y Televisión de Andalucía, pp. 5-6).

Nueve años más tarde y en el pleno del Parlamento de Andalucía, en sesión celebrada los días 27 y 28 de mayo de 1998, se aprobaba poner en marcha la segunda cadena de Canal Sur Televisión, con los votos favorables del PSOE y el PA, la abstención de IU y los votos en contra del PP¹. Se quería que éste sirviera para complementar el servicio público del canal existente, promocionando la cultura y la educación en Andalucía, a partir de una programación específica, diferenciada y dirigida al público infantil, juvenil y urbano. En su articulado determinaba los principios generales que debían regir este nuevo canal y los acuerdos del Parlamento:

- “1. Acuerda expresar su respaldo a la decisión de incrementar la oferta pública de televisión en Andalucía, por el procedimiento de una segunda cadena de emisiones de Canal Sur.
2. Manifiesta su voluntad de que todos los extremos referidos a la citada segunda emisión de Canal Sur Televisión, tales como presupuestos, infraestructuras técnicas, cobertura, dotaciones de personal y estructura organizativa entre otros sean sometidos al Consejo de Administración de la RTVA, para dar cabal cumplimiento a lo previsto en la Ley.
3. Insta al Consejo de Gobierno y al Director General de la RTVA a que la programación de esas emisiones de televisión se adecuen a los siguientes criterios:
 - 1.a) El respeto y defensa de los principios que conforman el Estatuto de Autonomía de Andalucía.
 - b) La promoción de los valores históricos culturales, educativos de Andalucía en toda su difusión y variedad, siendo pues objetivo prioritario de Canal Andalucía fomentar la conciencia de los andaluces como pueblo diferenciado.
 - 2.a) Especialización de público y territorio, referida a la juventud urbana como público objetivo, y a Andalucía como territorio.
 - b) Especial atención a la audiencia infantil y juvenil.
 - c) Promoción de la problemática medioambiental, cultural, educativa, patrimonial, de salud, y de acción social.
 - d) Vocación más informativa, más divulgativa, más cultural, con marcado espíritu diferenciador respecto a la primera cadena.
4. Considera que la especificidad de la programación en estas emisiones requerirá una especial atención y dedicación del Consejo de Administración de la RTVA, bien sea creando una Comisión ad hoc en

¹ La Proposición no de Ley en Pleno 5-98/PNLP-05057 fue publicada en el BOPA núm. 223, de 16 de junio de 1998.

su seno o por cualquier otro procedimiento” (Parlamento de Andalucía (1998): Proposición no de Ley en Pleno 5-98/PNLP-05057).

En este marco legal se encuadraría esta nueva señal televisiva que, en sus 14 años de historia, sufrió cambios y modificaciones. Uno de los más relevantes aconteció en el año 2002 cuando el Parlamento de Andalucía aprobó la Ley 10/2002 sobre aspectos financieros y tributarios en la Junta de Andalucía, en el que se modificaba parte del articulado de la Ley 8/1987 de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, al redefinirse y ampliarse el concepto de servicio público televisivo, como “un conjunto equilibrado de programaciones y canales, generalistas y temáticos, de radio y televisión (...) a 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”².

Se quería que las programaciones que ofrecía la RTVA se hicieran compatibles la rentabilidad social con el principio de eficacia económica. Se modificó así el artículo 3 de la ley de 1987, añadiendo dos apartados nuevos y señalando, entre otros, los siguientes principios:

“La ley exige a la RTVA que impulse y preserve la diversidad cultural de Andalucía, hacer frente a la colonización industrial y cultural norteamericana (...).

- Se invoca el concepto de las hablas andaluzas como parte de su patrimonio inmaterial que hay que preservar e impulsar.
- Aborda también la nueva norma el papel de la RTVA en la cohesión e integración de los territorios de Andalucía como instrumento clave para garantizar la vertebración y la creación de flujos de conocimiento entre los ciudadanos de una región tan extensa.
- Canal Sur debe comprometerse en el fortalecimiento de los vínculos con los andaluces que residen fuera de su territorio. Por tanto, las políticas encaminadas a preservar el arraigo cultural y afectivo de las comunidades de andaluces en el exterior pueden utilizar a Canal Sur
- Reivindica el espacio audiovisual andaluz como elemento integrante del espacio audiovisual europeo que sólo puede entenderse no como un espacio uniforme, sino como resultado de la integración en una

² BOJA núm. 151 de 24-12-2002. Artículo 58. Empresa Pública de Radio y Televisión de Andalucía.

estrategia común de los diversos y autónomos territorios de la Europa de las regiones.

- Se atribuye a la RTVA como motor de la industria audiovisual andaluza, papel que viene ejerciendo desde su creación y que ha permitido la creación de un tejido empresarial y profesional estable, competitivo y eficiente, capaz, no sólo de nutrir las necesidades del mercado interior sino de competir en otros mercados” (RTVA: 2004, 28).

Además a nivel interno, y gracias a la Disposición General 1/2002 se generó un nuevo modelo de gestión que pretendía mejorar la capacidad empresarial de la RTVA, agilizando los procedimientos o garantizando un sistema de información compartida. Quedaron establecidos tres tipos de registros para facilitar esta labor: el de programas audiovisuales, el de empresas audiovisuales andaluzas y el registro de actas y contratos.

También desde el punto de vista legislativo resultó muy relevante el año 2007, ya que fueron aprobados el nuevo Estatuto de Autonomía para Andalucía (Ley Orgánica de 19 de marzo) y la nueva Ley de la Radio y Televisión de Titularidad Autonómica, gestionada por la Agencia Pública Empresarial RTVA (Ley 18/2007, de 17 de diciembre). Ante la concentración mediática en grandes grupos empresariales, se promulgaba este texto legal para tratar de facilitar el acceso universal al servicio público que debían suministrar tanto la televisión como la radio pública andaluza, apostando por garantizar la salvaguarda de derechos tan importantes como a la información, a la cultura, a los contenidos educativos y formativos o al entretenimiento.

Fruto de esos cambios legales, la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía pasó a ser denominada como Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía, en la que tanto Canal Sur Televisión como Canal Sur Radio quedaban conformadas como sociedades mercantiles dentro del sector público de la comunidad andaluza.

Otra de las principales novedades de este nuevo cuerpo legal trataba de despolitizar la gestión de la RTVA y así se incluyeron por primera vez (artículo 18.1) la obligación de que el director general del ente fuese elegido

por dos tercios del arco parlamentario andaluz en primera votación o tres quintos de los votos en segunda vuelta si no se obtenía consenso³. Además se apostó por que los mandatos fuesen de seis años de duración para evitar que estuvieran demasiado ligados a los vaivenes políticos y sus ciclos electorales de cuatro años.

En cuanto a las estrategias programáticas de los medios de comunicación de la RTVA, quedarían recogidas en el denominado Contrato-Programa, que debía ser aprobado por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía. En este Contrato, que se ha ido renovando cada tres años, quedaban fijadas las líneas básicas de la programación que habían de tener tanto los medios radiofónicos como los televisivos que conforman esta Agencia Pública Empresarial.

Del mismo modo se fijaba la cuantía económica que desde la Junta de Andalucía se transfería a la RTVA para el desarrollo de sus actividades por la prestación de los servicios públicos para la que había sido creados. Correspondía al Consejo de Administración (desde entonces compuesto por 15 miembros, elegidos por el Parlamento con una mayoría cualificada de 3/5 de los votos y con un mandato de seis años no renovables) fijar estos criterios básicos, realizando la planificación anual y por periodos de hasta tres años de todas sus sociedades filiales. En el artículo 8 de este documento quedaban recogidas las siguientes materias:

- a) Las actividades y objetivos específicos a cumplir por la RTVA y sus sociedades filiales en el ejercicio de su función y misión de servicio público.
- b) Las compensaciones económicas que anualmente hayan de percibir la RTVA y sus sociedades filiales, con cargo a los Presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, por la gestión y prestación del servicio público de radio y televisión y de servicios digitales conexos e interactivos.
- c) Los mecanismos y medios para la adecuación y adaptación del coste

³ No obstante se guardaba la opción, para la primera vez que entrase en vigor el texto legal, de sólo necesitar una mayoría simple en la elección del nuevo director general (56 de los 109 votos del Parlamento).

de las actividades y objetivos acordados a las posibles variaciones de la realidad económica general y de la industria del sector audiovisual.
d) Los mecanismos de control de ejecución del Contrato-Programa y de los resultados de su aplicación” (Parlamento de Andalucía (2007): Ley 18/2007).

Del mismo modo se trataron de articular mecanismos para mejorar el servicio público que debían prestar los medios pertenecientes a la RTVA, mediante la *Carta del Servicio Público* (capítulo 2, artículo 7 de esta Ley) que debía de ser aprobada a propuesta del Consejo de Gobierno por el Parlamento de Andalucía. Esta tendría una vigencia de seis años⁴.

A destacar también en esta Ley fue el impulso que se quiso dar al sector productivo audiovisual en Andalucía. De tal modo se fortalecería la llamada producción propia financiada (realizada por empresas audiovisuales privadas con los fondos propios de la RTVA), así como las coproducciones.

A modo de ejemplo, en el año 2007 desde la RTVA se invirtió en torno a cinco millones de euros en casi medio centenar de proyectos: diez largometrajes, diez películas para televisión, 21 documentales de creación y dos cortometrajes de animación. Una industria en la que trabajaban, para el año de publicación de esta ley, y según diferentes estudios, unos 3.000 profesionales en toda Andalucía.

Un sector empresarial que había nacido a la misma vez que la RTVA y que tras 20 años de vida no se quería dejar de lado: “Ser la primera industria cultural de Andalucía encierra una gran responsabilidad para RTVA: la de garantizar que nuestra comunidad tenga ese espacio audiovisual propio que afiance su identidad en el escaparate global de contenidos que, en diversos soportes, canales, plataformas y redes, acabarán dominando en este siglo unos pocos” (RVTA: 2008, 16).

⁴ Además también se apostó por la promoción de la sociedad de la información: “Utilizando cuantos medios estén a su alcance y, especialmente, las nuevas tecnologías de producción y difusión de programas y servicios audiovisuales, así como cuantos servicios nuevos, conexos e interactivos, sean susceptibles de ampliar o mejorar su oferta de programación y de acercar la Administración Pública, autonómica y local, a la ciudadanía andaluza” (Ley 18/2007: art. 4.4).

El estatuto profesional de los medios de comunicación de la RTVA, los códigos de conducta comercial, los diferentes convenios de colaboración que podía firmar el ente, así como la organización interna de funcionamiento o la financiación que debía proporcionar la RTVA también quedaron reflejados en el articulado de esta Ley.

A finales del año 2010 fue publicada en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía la *Carta del Servicio Público de la RTVA*, que de conformidad con el artículo 7 de la Ley 18/2007, aprobó el Parlamento de Andalucía, gracias a los votos de PSOE e IU, con el objetivo de establecer las prioridades de actuación y las estrategias para conseguir los objetivos que como medio público de radio y televisión presta la RTVA a través de sus sociedades filiales⁵. Esta Carta tenía una vigencia de 6 años (hasta diciembre de 2016).

Desarrollada cada tres años, por medio de los Contrato-Programa, se establecía como herramienta para la prestación de un servicio público audiovisual, que atendiera las necesidades democráticas y culturales del conjunto de la sociedad andaluza que: “Garantiza un acceso con vocación universal, sin discriminaciones y en igualdad de oportunidades, a la información, la cultura, la educación y a un entretenimiento audiovisual de calidad, y contribuye así a la vertebración y desarrollo de Andalucía” (BOJA 213: 2010, 54).

En cuanto a las prioridades en su actuación, hay que destacar, entre otros epígrafes, los referidos al fomento de la información, la cultura, la educación o el entretenimiento de calidad; la divulgación de valores cívicos y democráticos; la atención todos los públicos, con especial cuidado con la infancia, la juventud o las personas mayores; las programaciones y servicios accesibles; Internet y las nuevas ventanas digitales o el desarrollo de la industria audiovisual andaluza.

Se profundizaba en el servicio público que habían de prestar todas las sociedades filiales de radio y televisión de este ente, proponiendo que éstas

⁵ BOJA núm. 213, 10-11-2010.

reflejaran el pluralismo político, social y cultural de la sociedad andaluza: “Estarán ceñidos a sus preferencias, necesidades y expectativas, con la finalidad de alcanzar la máxima afinidad social posible y obtener altos índices de aceptación por cada uno de los segmentos de población, conforme al objetivo fundamental de prestar y satisfacer un servicio público audiovisual de utilidad (...)” (art. 36.1).

Asimismo con esta *Carta* se fortalecía el compromiso de la RTVA por la igualdad de género, por la protección de la infancia, la juventud, el colectivo de personas mayores o los grupos en riesgo de exclusión social y sobre todo en el reconocimiento de los derechos de las personas con discapacidad sensorial, con contenidos adecuados a sus necesidades. Fruto de esta *Carta*, a finales del año 2012, se firmó el Contrato-Programa para el periodo 2013-2015, entre la entonces consejera de presidencia Susana Díaz y el director general de la RTVA, Pablo Carrasco.

Con este documento se afianzaba el carácter público de la radio y televisión, con una financiación estable de 138 millones de euros anuales hasta el año 2015 y el mantenimiento del empleo de una plantilla de unos 1.500 trabajadores.

A cambio la RTVA se comprometía a fomentar la programación en la que quedasen destacados los programas relacionados con la educación, la cultura, la protección a la infancia, a los mayores y a las personas en riesgo de exclusión. En la firma del acuerdo entre ambas partes se destacó que Canal Sur era una de las televisiones autonómicas con los más altos niveles de audiencia en su comunidad y de las que menos costaba: una media de 14,5 euros al año por habitante.

3.2 Primera etapa. La propuesta de una nueva cadena cultural para Andalucía (1998-2004)

Cuando comenzaron las emisiones de Canal 2 Andalucía, el panorama televisivo en Andalucía, además de Canal Sur Televisión, se limitaba a una oferta compuesta por cinco cadenas: TVE-1, La 2, Antena 3, Telecinco y Canal Plus, amén de los canales locales que era posible ver en muchos municipios de la comunidad. La competencia en cuanto al número de canales era aún reducida si lo comparamos con la proliferación que, a partir de la llegada de la TDT a España y el posterior apagón tecnológico, acontecería pocos años más tarde. Así en 1998 la RTVA decidió crear un segundo canal, de corte cultural, en el que tuviese cabida un tipo de programación que no ofrecía Canal Sur Televisión, que se consideraba de corte generalista, pensado para un público mayoritario y con unas audiencias que rondaban en 18% del *share*.

Tal y como señala Gutiérrez Lozano: “El éxito de Canal Sur Televisión en estos años se asentó en los ejes que también hicieron consolidar la oferta de otras televisiones autonómicas, que se resumen en cinco pilares: el fútbol de Liga, el cine comercial estadounidense, los informativos, las series de producción propia y los programas de entretenimiento” (2004: 33). En 1999 Canal Sur Televisión era la cuarta señal más vista en Andalucía, por detrás de por Antena 3, Tele 5 y TVE⁶.

El contexto político en el que nació Canal 2 Andalucía estaba marcado por un periodo en el cual el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) no gozaba de mayoría absoluta en el Parlamento y tuvieron que pactar con el Partido Andalucista para poder gobernar. Así, entre 1996 y 2000 el Parlamento estaba compuesto 52 diputados del PSOE, 40 del PP, 13 de IULV-CA y cuatro del PA. Socialistas y andalucistas pactaron para formar

⁶ Según el Anuario Estadístico de Andalucía 1999, en junio de 1998 Antena 3 tenía en Andalucía el 31,5% del *share*. Les seguían, por orden de importancia, TVE (24,9%), Telecinco (19,8%), Canal Sur (17,7%), La 2 (8,3%) y Canal+ (2,2%). Instituto de Estadística y Cartografía (1999: 563).

gobierno, logrando una mayoría suficiente en la cámara andaluza con un total de 56 representantes sobre el total de 109. Esta coalición logró una estabilidad gubernamental no lograda en la anterior legislatura (1994-1996) en la cual el PSOE no contó con mayoría absoluta y se vio abocado a un adelanto electoral.

En el año 1996 fue nombrado director general de la RTVA Eduardo Abellán que dirigió esta empresa pública hasta el año 2000. Es bajo su mandato cuando se decidió crear Canal 2 Andalucía, aprobándose en el Parlamento de Andalucía una proposición no de ley para la puesta en marcha de una segunda cadena de Canal Sur Televisión, con los votos favorables precisamente de PSOE y PA. El primer director fue José Antonio Gurriarán⁷. Este periodista contaba con una dilatada carrera profesional pues había sido ser director del diario *Pueblo*, corresponsal de TVE en Lisboa durante una década o Jefe de Informativos de Canal Sur Televisión, responsabilidad que dejaría para hacerse cargo de la dirección del nuevo canal televisivo.

A pesar del efímero paso por este cargo (en enero de 1999 lo abandonó) su periplo en esta dirección estuvo marcado por algunos logros significativos. Lo más reseñable fue crear con escasos recursos económicos, una televisión pensada para un público muy específico (público urbano de clases medias y altas, niños y jóvenes) con una programación muy especializada. Y todo con una cobertura limitada ya que en los primeros meses tan sólo era posible ver la nueva señal en las ocho capitales de provincia y sus áreas de influencia, al no existir aún un sistema de repetidores que permitiese la cobertura para toda Andalucía.

El propio Gurriarán admitió, con todo, que de su gestión sobresalió la vuelta a la televisión pública andaluza del periodista Jesús Quintero,

⁷ José Antonio Gurriarán López (Barco de Valdorras, Orense, 1939) es periodista y escritor. En 1980 resulta herido de gravedad por las bombas colocadas por un grupo terrorista armenio en las oficinas de las aerolíneas Swissair y TWA en la Gran Vía de Madrid. Tras dirigir Canal 2 Andalucía sería Delegado en Bruselas de Canal Sur Televisión desde enero de 1999 hasta enero de 2002. En <http://joseantoniogurriaran.blogspot.com.es>.

conocido como *El loco de la colina*, que aunque ya había realizado años atrás programas en Canal Sur Televisión, volvía ahora a este segundo canal con un nuevo proyecto, *El Vagamundo*, y con una premisa: la libertad absoluta en cuanto al tipo de programa que iba a realizar. Además, bajo su dirección se consiguió poner en parrilla un informativo que presentaba, por vez primera, una periodista invidente, Nuria del Saz; un programa que perduraría durante muchos años en la rejilla de programación. En entrevista para esta tesis doctoral apuntaba Gurriarán que quería un televisión donde la cultura fuese la protagonista:

“La idea era dedicar una segunda cadena con mayor atención a programas de tipo cultural a Andalucía. La primera cadena era más de tipo informativo y la segunda se quería que tuviera más énfasis en temas socio-culturales, de ciencia y de temáticas diferentes. (...) También hubo muchos temas de tecnología en Andalucía. Y se contrataron series más culturales. Se era consciente de que las segundas cadenas siempre tenían una menor incidencia en la audiencia en el número de telespectadores. No se buscaba una cadena con gran audiencia sino una con un público constante y que fuera en aumento poco a poco. Y así fue”⁸.

Las emisiones de Canal 2 Andalucía comenzaron el 5 de junio de 1998, fecha que coincidía con un aniversario muy especial: 100 años antes había nacido el poeta Federico García Lorca. La elección de este día para el inicio de las retransmisiones suponía una declaración de intenciones del tipo de oferta televisiva que estaba naciendo, con una programación diferenciada de las cadenas existentes, de marcado carácter cultural, poniendo el acento en lo andaluz y mostrando otras realidades de la comunidad autónoma que no estaban muy presentes en los medios de comunicación. El primer día de emisiones se dedicó por completo al poeta granadino.

Desde su nacimiento se diseñó una programación donde destacaron los temas relacionados con la cultura. Así, se creó una parrilla de programación compuesta por cuatro grandes bloques temáticos que

⁸ Entrevista a José Antonio Gurriarán. Ver anexos.

supusieron, de media, entre el 70% y el 80% de lo emitido. Por orden de importancia destacaron el número de horas destinadas a contenidos culturales, al cine y documentales o a los espacios destinados para el público infantil.

Desde el punto de vista legislativo, el nacimiento de este nuevo canal estuvo respaldado en el Parlamento de Andalucía por la Proposición no de Ley en Pleno 5-98/PNLP-05057, relativa a la puesta en marcha de una segunda cadena de Canal Sur Televisión. Y conminaban a los directivos de la RTVA, y a su director general Eduardo Abellán, a hacer un canal con vocación informativa, cultural, divulgativo, que no cayese en las tentaciones de los canales generalistas y que cumpliera una serie de principios sobre los públicos al que iba dirigido estas nuevas emisiones y los valores que debía acompañar a la programación que iba a comenzar a emitirse.

Al principio de su andadura la programación se nutría, por una parte, de algunos espacios que se emitían en Canal Sur Televisión y que con el nacimiento del nuevo canal pasaban a emitirse en las dos señales de la RTVA, aunque el grueso de los programas se hicieron expresamente para este canal, mediante la producción propia o externa. De hecho una de las características que definió a este nuevo canal era la apuesta que se hacía por la producción externa, esto es, contratando a empresas ajenas a la RTVA para que realizaran los programas, ya que se quería potenciar al sector audiovisual andaluz.

En enero de 1999 Gurriarán fue sustituido en la dirección de Canal 2 Andalucía por Cristina Álvarez Secades. Ovetense de nacimiento y profesora de EGB, fue candidata a la alcaldía en la ciudad de Almería en las elecciones de 1991 por el Partido Andalucista, además de concejala durante dos legislaturas; así mismo era la secretaria de organización de su partido. Fue la primera mujer en formar parte del Consejo de administración de la RTVA, a propuesta del PA, y también la primera mujer en dirigir un canal autonómico. José Antonio del Saz fue el responsable de programas de este

canal desde febrero de 1999 hasta finales de 2006 cuando lo nombraron secretario general de la RTVA⁹.

Tabla 1. Directoras/es de Canal Sur 2 (1998-2012)

Responsable	Fecha de inicio	Fecha de conclusión
José Antonio Gurriarán	Febrero 1998	Enero 1999
Cristina Álvarez Secades	Enero 1999	Julio 2004
Marisa Doctor Morillo	Julio 2004	Enero 2009
Pablo Carrasco García*	Enero 2009	Septiembre 2012

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA, entrevistas.

* Como director general de la RTVA también asumió la dirección de Canal Sur 2.

La decisión de nombrarla directora no estuvo exenta de polémica ya que desde los partidos de la oposición al gobierno andaluz se vio su nombramiento como un pago o contraprestación del PSOE al PA por su apoyo a la estabilidad del gobierno regional dirigido por Manuel Chaves. Así lo recogen las crónicas periodísticas de la época:

“Tanto Izquierda Unida como el Partido Popular criticaron el nombramiento de Cristina Álvarez y acusaron al PSOE y al PA de repartirse la televisión pública de manera partidaria. La oposición cree que los socialistas se aseguran de esta forma el control de la RTVA, al tiempo que denuncian que la nueva directora de Canal 2 Andalucía no tiene ninguna vinculación con el mundo de la cultura ni la creación”¹⁰.

En octubre del 2000, cuando Rafael Camacho sustituyó a Eduardo Abellán como director general de la RTVA, Cristina Álvarez fue confirmada en su cargo. Bajo su mandato se consiguieron algunos de los hitos más relevantes en la historia de este canal. Lo más destacado fue desarrollar y ampliar la programación. Se consolidó una parrilla compuesta por espacio de diversas temáticas: desde programas infantiles y juveniles (*La Banda, Taller de*

⁹ En 2006, Fidel Cardete Quintero sustituyó como Jefe de Programas de Canal 2 Andalucía a José Antonio del Saz. Sala de prensa RTVA.

¹⁰ *El País*, 05-02-1999.

trapos, Planta baja), los espacios de entrevistas (*El Vagamundo, Contrapunto*), de entretenimiento (*1001 Noches*); los informativos (*Siete Días, Telenoticias*), los culturales-educativos (*El Club de las ideas, Tesis*) los deportivos (*Gol a gol*, las retransmisiones de deportes minoritarios, partidos de baloncesto de la ACB o de fútbol de 2º división B); programas sobre medio ambiente (*Espacio protegido, Lances, Tierras altas*), documentales (*El cuerpo humano, National Geographic, La tierra del tigre*), etcétera.

Además también se crearon espacios en los que se ponía en valor el trabajo realizado por aquellas personas dedicadas al voluntariado o a la cooperación internacional, con programas como *Solidarios, La odisea del voluntariado*. También es de destacar un novedoso programa de monólogos de humor, *Sinceros*, que emulando a *El club de la comedia*, existente en Canal+, realizó una adaptación a la televisión andaluza con guionistas y monologuistas de la tierra.

Y los espacios musicales que abarcó desde las propuestas más dinámicas y desenfadadas (*Fórmula uno, La estación, Intermúsica*) el flamenco como una de las expresiones más características de la cultura andaluza (*La venta del duende, Una llama viva*), sumándose a retransmisiones y certámenes de música popular andaluza y clásica como el Festival de Música Tradicional de las Alpujarras o el Festival de Piano de Jaén. La programación se completaba con cine sin cortes publicitarios, programas dedicados al séptimo arte como *Con el cine en los talones* o *Cine.Dos*, además de reposiciones de teleseries estadounidense de diversas épocas de la televisión (*El príncipe de Bel Air, Bonanza, El Virginiano*).

En entrevista mantenida con Cristina Álvarez para esta tesis doctoral destacó esta diversidad y éxito alcanzados ya que se logró conectar con un público andaluz que no disponía de un canal que cubriese sus intereses: “Daba respuesta a sus inquietudes, a su manera de entretenerse, de sus inquietudes informativos, culturales, educativas y presentaba una Andalucía más moderna, más ecológica, de medio ambiente. Presentaba valores nuevos

que estaban por descubrir”¹¹. Junto a estos logros se consiguió que, desde junio de 2001, la cadena emitiera ininterrumpidamente..

En diciembre de 2002 el Parlamento de Andalucía impulsó la Ley 10/2002 de 21 de diciembre de Creación de la Empresa Pública de la Radio y la Televisión de Andalucía, en la que se amplió y profundizó en el concepto de servicio público que debían cumplir las televisiones, siguiendo las directrices marcadas por la UE en lo referente a este modelo¹².

Cuando Canal 2 Andalucía cumplió su primer lustro de vida, los espacios de contenido cultural suponían el 37,8% del total de la programación emitida. Este dato no sólo fue un hito en Andalucía, sino en el resto del país, ya que era la cadena que dedicaba más tiempo a la cultura de todas las cadenas generalistas que existían en 2003 en España, tal y como recoge la Memoria de la RTVA sobre las actividades de ese año. Junto a este dato, también era de destacar la apuesta que se hacía por la programación juvenil e infantil, que suponía numéricamente la segunda más importante, con casi un 25% del total de las emisiones del segundo canal (RTVA: 2004, 47).

En 2003, el gobierno andaluz diseñó varias estrategias para lograr la denominada “Segunda Modernización de Andalucía”, en la que se incidían en algunas mejoras necesarias con respecto a la RTVA. Así se destacaba: “Que los contenidos de entretenimiento y de ocio, así como la de los informativos, a pesar de los intentos de mejora, adolecen de la solvencia que a un medio público debe asignársele en un proceso de modernización y cambio” (Pezzi: 2013, 12). Uno de los redactores de este documento, y que además había pertenecido al Consejo de Administración de la RTVA entre los años 1995 y 2000 fue Bernardo Díaz Nosty, Catedrático de Periodismo en la Universidad de Málaga, que incluso apostaba por trasladar la programación de Canal 2 Andalucía al primer canal de la RTVA:

¹¹ Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexos.

¹² Ver la Comunicación de la Comisión de la Unión Europea de 15-11-2001 en la que se definía el concepto de servicio público televisivo.

“Para aquellos que dicen que hay que atender a quienes demandan más romerías, procesiones y carnavales..., dejémosles una segunda cadena y hagamos una primera moderna, urbana, en la que se haga visible la nueva Andalucía. No matemos la primera, sino que, con la debida dignidad de un canal público, pasémosla a la segunda. Y, claro, pongamos el presupuesto sobre la segunda hecha primera”¹³.

En 2004, y ya en la VII Legislatura de la Comunidad andaluza, el Gobierno socialista de nuevo presidido por Manuel Chaves y con el apoyo del PA anunció sus propósitos de mejorar la RTVA a través de dos grandes proyectos legales: por una parte la creación del Consejo Audiovisual de Andalucía y por la otra la modificación de la Ley 8/1987 de creación de la Empresa Pública de Radio y Televisión de Andalucía.

3.3 Segunda etapa. La consolidación del proyecto (2004-2008)

En marzo de 2004 se celebraron las séptimas elecciones al Parlamento de Andalucía que supusieron para el PSOE conseguir una mayoría absoluta de 61 de los 109 escaños en juego. Esto les permitió a los socialistas volver a gobernar en solitario tras ocho años de pactos con el Partido Andalucista¹⁴. Como consecuencia de estos pactos, en la RTVA los andalucistas Juan José Fernández Trevijano era director de Canal Sur Televisión, desde enero de 2002, y Cristina Álvarez dirigía Canal 2 Andalucía desde principios de 1999¹⁵. Una vez que los socialistas consiguieron esta mayoría parlamentaria no tardaron en producirse cambios en el organigrama de la RTVA.

¹³ *El País*, 01-12-2003.

¹⁴ La Cámara andaluza, en el periodo 2004-2008 -VI Legislatura- estuvo conformada por 61 diputados del PSOE, 37 del Partido Popular, 6 de Izquierda Unida, 5 del Partido Andalucista. Fuente: www.parlamentodeandalucia.es.

¹⁵ Juan José Fernández Trevijano había sido nombrado máximo responsable de Canal Sur Televisión el 26 de enero de 2002, sustituyendo a Manuel Prado. El PP criticó esta medida por partidista: “Para los consejeros populares, la crisis directiva que sufre RTVA se ha puesto en evidencia con el cese precipitado de Manuel Prados, según un comunicado. El PP critica el nombramiento de Fernández Trevijano, que atribuye a un reparto partidista de los puestos directivos de una empresa pública”(El País, 17-01-2002).

Así en julio de 2004 su director general, Rafael Camacho, decidió que Marisa Doctor Morillo fuera la nueva directora del segundo canal y que Inmaculada González lo fuese de Canal Sur Televisión, destacando de ambas: “La promoción de profesionales de la casa con experiencia, acreditación y reconocimiento tanto dentro como fuera de la empresa”¹⁶.

Marisa Doctor había sido hasta entonces redactora, directora y presentadora de espacios informativos en Canal Sur Televisión, incluyendo la edición del espacio de informativo *Noticias 3*. En verano de 2004 se hizo cargo de esta nueva responsabilidad, muy alejado del tipo de trabajo que realizaba en los informativos. Tal y como recuerda Marisa Doctor, en entrevista realizada para esta tesis doctoral:

“Yo no había hecho programación. Y no tiene nada que ver el mundo de la programación con el mundo de los informativos. En los informativos se vive al día, la noticia nace y muere casi en el mismo momento. Pero en el mundo de la programación son meses de preparación, estudiar analizar mucho, preparar una estrategia: ver que queremos hacer cómo lo queremos hacer y siempre el fruto es a largo plazo de meses, años. (...) Tenía un poco mis reticencias con el tema de la programación porque nunca lo había hecho, pero el saldo es muy positivo muy bueno: me involucré muchísimo, de lleno”¹⁷.

Durante esta etapa se mantuvo, a rasgos generales la filosofía de esta televisión, en cuanto al contenido de sus programas o al posicionamiento de estos espacios en los horarios de máximas audiencia. Una televisión que se encontraba en sus máximos históricos en cuanto al número de espectadores y así en el verano de 2005 se marcó su nivel más alto de audiencias, con el 6,2% de la cuota de pantalla.

Lo más significativo es que se siguió apostando por un tipo de programación dirigida al público para el que, en 1998, se había creado este canal. Por una parte se priorizó la programación destinada a un público infantil con *La Banda* como buque insignia que era, de lejos, el espacio que más horas semanales ocupaba en las parrillas de programación. Además, y también pensando en un público infantil, sobresalieron en estos años varias

¹⁶ *Abc*, 22-07-2003.

¹⁷ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

series de dibujos animados japonesas como *Shin Chan*, *Doraemon* o *Kochikame* que tuvieron una posición privilegiada, ocupando en 2005, 2006 y 2007 respectivamente un horario de emisión en *prime time*, entre las 21:00 y las 22:00 horas, durante todos los días de la semana.

Durante este periodo se quiso captar al público adolescente-juvenil, creando para ellos programas específicos. Así en estos años se pusieron en marcha espacios como el informativo juvenil *Acerca-T*, creado en setiembre de 2004, los programas musicales *La estación*, *Intermúsica*, *La noche se mueve* y otros como *Matrícula* o *Planta baja*, de contenido cultural divulgativo. Aunque la apuesta principal para este público, a partir de 2006, fue *Fiesta TV*, que ya a finales de aquel año se emitía diariamente entre las 19.30 y las 22 horas. Fue un programa en el que se combinaba la música, las series de animación y ficción o los espacios informativos y divulgativos propios de esta edad: “Educación, relaciones sociales y familiares, asociacionismo, medio ambiente o solidaridad conforman un programa de referencia para los adolescentes que pueden seguir en el portal de *Fiesta TV* (www.fiestatv.es) y que ha conseguido un alto grado de interactividad” (RTVA: 2007, 60).

Una forma de lograr consolidar al público infantil y atraer a los adolescentes y jóvenes andaluces como nuevos espectadores de Canal 2. Así lo recuerda Marisa Doctor:

“Estaba ya muy asentada la programación infantil con *La Banda* cuando nosotros llegamos y lo que hicimos fue incidir mucho más en no perder a los niños que eran nuestros y para los que Canal 2 era su espacio. Así creamos *Fiesta TV*, una franja por la tarde que iba con contenido dedicado próximamente. Y metimos también una serie de situación dedicada la gente joven que se llamaba *S.O.S. Estudiantes*. (...) Queríamos asentar como público a una gente que había ido creciendo con nosotros, con Canal 2 Andalucía, como su referente y queríamos que siguiesen con nosotros”¹⁸.

Otro de los hitos fundamentales en este periodo fueron los éxitos de audiencia. Si a final de 2004 ya se lograba tener una cuota de pantalla media

¹⁸ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

del 5,5%, esta misma cifra se mantuvo en 2005, con picos que llegaron al 6,2% o programas como *Shin Chan*, con 15,4% de cuota de pantalla, *Espacio protegido* con el 9,1%; *Doraemon* con el 8,9% o *Xena la princesa guerrera* con el 7,4%.

Una de las características de este modelo televisivo, que se acentuaría durante este periodo fue la apuesta que desde la RTVA se hizo para promocionar, potenciar y fortalecer a las productoras audiovisuales de Andalucía. Aunque bajo el mandato de Eduardo Abellán esta práctica ya comenzó a llevarse a cabo, fue durante el periodo en el cual Rafael Camacho era el máximo dirigente cuando más hincapié se puso en estas políticas. En el año 2007 la RTVA se destinó a producciones una cifra cercana a los 30 millones de euros, que fueron repartidas entre casi un atgreintena de compañías productoras. Una cantidad que suponía, en palabras del propio director de la RTVA, la tercera parte del coste total de la producción propia.

Así mismo hemos de reseñar un hecho importante, además de simbólico, sucedido en 2008, cuando este canal cumplió diez años, estrenando nueva denominación y una renovada imagen visual de marca. Como apuntaba su directora, en la entrevista para esta tesis doctoral: “Aunque la marca era muy fuerte, Canal 2 Andalucía, muy potente, en la calle la gente lo conocía como Canal Sur 2. (...) Y no es que cambiáramos el nombre sino no realmente le pusimos el nombre con el que la gente llamaba a esta cadena”¹⁹. Desde esa fecha pasó a denominarse Canal Sur 2 Andalucía. Se realizó una gala especial para conmemorar este hecho “Especial 10 años Canal 2 Andalucía” presentada por Manu Sánchez, que ese momento presentaba en este canal *Colga2 con Manu*, en donde se hizo un balance de los diez años, mostrando sus hitos más significativos, explicando la oferta programática que se ofrecía y poniendo en valor las tres patas en la que se fundamentó: una cadena de corte cultural, con gran dedicación a la

¹⁹ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

programación para niños y jóvenes y con especial tratamiento a los documentales y al cine sin cortes publicitarios.

Imagen 1. Evolución de los logotipos del segundo canal de la RTVA



Fuente: Departamento de Comunicación de la RTVA.

Como hemos señalado en el capítulo anterior, desde el punto de vista legislativo hay que destacar los cambios normativos acaecidos a finales de diciembre de 2007, gracias a la Ley 18/2007 de la Radio y Televisión de Titularidad Autónoma gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), que supuso modificaciones en la organización de la empresa y en la gestión de las televisiones y radios que componían la RTVA.

Se quiso satisfacer el acceso universal de los andaluces, en especial las necesidades de la población con discapacidad sensorial, en el público infantil, jóvenes o las personas mayores: “Acordes a su compromiso con la ciudadanía andaluza. (...) Sin discriminaciones y en condiciones de igualdad de oportunidades. La garantía plena de esos derechos superiores de la sociedad constituye una condición indispensable para cumplir la misión específica del servicio público esencial de radio y televisión que presta la entidad pública”²⁰. Una propuesta audiovisual con una oferta variada de programas, de canales de radio y de televisión.

²⁰ Parlamento de Andalucía (2007): Ley 18/2007. Exposición de motivos.

3.4 Tercera etapa. La crisis económica y el fin de las emisiones (2009-2012)

En marzo de 2008 se celebraron elecciones al Parlamento de Andalucía, en las que el Partido Socialista Obrero Español de Andalucía logró 56 escaños, el Partido Popular 47 e Izquierda Unida 6. Los socialistas revalidaron la mayoría absoluta en la cámara autonómica, de donde desapareció el Partido Andalucista, que no consiguió ni un solo escaño en la cámara andaluza durante la nueva legislatura. Es un periodo este, en lo económico, muy complicado ya que la época de bonanza llegaba a su fin y comenzaba en España, y con más fuerza en Andalucía, una crisis económica de notable gravedad. Esta nueva situación, acompañada de recortes económicos fue padecida por los ciudadanos, por las empresas privadas y también aquellas de carácter público.

Como explicaremos de forma detallada en el Capítulo 4 de esta tesis doctoral, en el que analizaremos la programación, una de las características durante este periodo fue, sin duda, la nueva situación económica que condicionó el funcionamiento de la RTVA. Los descensos en la asignación presupuestaria por parte de la Junta de Andalucía, la bajada de ingresos por publicidad, los recortes de plantilla, los ajustes de salarios o las reducciones de las producciones externas fueron algunas de las características de este periodo para Canal Sur 2.

Así desde el año 2009 la aportación que la Junta de Andalucía destinaba a la RTVA descendió en más de un 30% y en ese mismo periodo, la inversión publicitaria también caía en un porcentaje similar. Si durante 2009 la Junta aportó casi 181 millones de euros al ente público, en 2012 esta cifra se redujo a 122 millones. Por su parte la inversión publicitaria descendía notablemente: en 2009 la RTVA ingresaba por este concepto más de 41 millones de euros y a final de 2012 tan solo se habían ingresado 20 millones de euros. En estos años, además se generó un importante déficit en las cuentas públicas de este organismo.

A finales de 2008 Pablo Carrasco García sustituyó en la dirección de la RTVA a Rafael Camacho, gracias a los votos favorables de PSOE e IU, y se abrió la última etapa en la vida del segundo canal autonómico. Una de las medidas que tomó el nuevo director al llegar fue suprimir del organigrama de la RTVA las direcciones de Canal Sur Televisión y Canal Sur 2, asumiendo el propio Carrasco y su equipo la gestión de ambas cadenas.

Además, en el panorama audiovisual español se produjeron varios acontecimientos que repercutieron en el funcionamiento de todas las cadenas televisivas y que supusieron la definitiva fragmentación de las audiencias que hasta entonces habían permanecido bastante estables. Por una parte se consolidaron en Andalucía los nuevos canales de televisión en abierto: Cuatro, en emisión desde 2005, que consigue en 2009 una audiencia del 7,5% y la Sexta que ese mismo año obtuvo una cuota de pantalla del 6,3% (había empezado a emitir en 2006).

En 2010 se produjo el apagón analógico, se consolidó la irrupción de la TDT y la consecuente proliferación de canales televisivos. Si una buena parte de las audiencias de Canal Sur 2 provenían de los espacios infantiles, con la llegada de canales como Clan TV, Disney Chanel o Boing, éstas se resintieron. Del mismo modo la irrupción de otras cadenas como Nitro, Nova, La Sexta 2, La Sexta 3, Neox, Factoría de Ficción, Paramount Chanel, etcétera, específicamente dirigidos al público objetivo para el que se había creado Canal Sur 2, trajo como consecuencia una drástica bajada de su cuota de pantalla. Si en 2009 su *share* era del 3,2%, en 2011 se situó en el 1,5% y en 2012 apenas alcanzaba el 1%.

Significativo resultó también que durante 2009 hubo hasta 15 programas que sobrepasaron de media los 100.000 telespectadores en Canal Sur 2. En 2010 sólo seis programas lograron superar esa cantidad, tres en el año 2011 y únicamente dos en su último año de emisión.

También cambió el tipo de programación ya que aparecieron programas más generalistas, no pensados para el público objetivo al que iba dirigido esta cadena y que fácilmente podrían haberse programado en Canal

Sur Televisión. Estaríamos hablando de, entre otros, espacios como *Taxi*, *Colga2 con Manu*, *La semana más larga*, *Cifras y letras*, *Animales en compañía*, *Los habitantes del mar*, entre otros. Se siguieron manteniendo programas que concitaron bastante audiencia, como por ejemplo los documentales de *National Geographic*, algunos ciclos de cine, Jesús Quintero con *El loco soy yo*, que se combinaban con espacios clásicos de la cadena y que venían a ocupar el servicio público para el que había sido creado.

En septiembre del año 2012 el Director General de la RTVA, Pablo Carrasco, anunció en el Parlamento de Andalucía la desaparición de la programación propia de Canal Sur 2: tomaba esta medida, según declaraba, por el déficit acumulado y por la dificultad de compensar las cuentas del ente andaluz durante el periodo 2009-2012. Carrasco calculó que hasta finales de 2013 se lograría un ahorro para la RTVA de unos 20 millones de euros por este cierre. El 1 de octubre de 2012 comenzó a emitirse la misma programación que Canal Sur Televisión, traducido al lenguaje de signos y con subtítulos para las personas sordas. Tras más de 14 años en antena, Canal Sur 2 dejó de emitir programación propia.

3.5 El papel de las productoras audiovisuales en Canal Sur 2

Uno de los objetivos prioritarios cuando se creó la RTVA fue prestar a la población andaluza un servicio público mediante la oferta de contenidos audiovisuales en los que se promocionasen los valores culturales de la comunidad. Para ello se apostó desde el principio por potenciar y promocionar a la industria audiovisual andaluza. Se pretendía alcanzar dos metas: por una parte, servir de revulsivo económico para que en Andalucía se consolidase un tipo de industria cultural, la audiovisual, que a finales de los años ochenta era prácticamente inexistente; por la otra, que los contenidos que habrían de formar parte de las diferentes parrillas de programación de Canal Sur Televisión y, con los años de Canal Sur 2, lo

realizasen empresas de la comunidad autónoma (y no grandes grupos empresariales nacionales o internacionales), ya que así se podrían crear una programación diferenciada, identitaria y autóctona desde Andalucía y para los andaluces.

El entonces director de la Fundación Audiovisual de Andalucía, Carlos Rosado, reforzaba esta idea, con una defensa de las producciones realizadas desde la propia comunidad autónoma y con contenidos endógenos: “Si Andalucía no tiene quién provea de contenido su propio espacio audiovisual vendrán otros que lo hagan, pero esto supondría la pérdida del valor añadido que esta actividad genera, la ausencia de generación de riqueza, y la pérdida de dominios sobre los contenidos, que es lo que debe garantizar un sector audiovisual propio” (Flores Soler: 2000, 2).

Desde sus orígenes quedó claro que una buena parte de los programas que emitidos iban a ser encargados a productoras ajenas a la RTVA. Productoras que eran las que realizaban contenidos para la programación diaria, siguiendo las líneas editoriales y programáticas dictadas por la empresa. Así la RTVA asumió un papel protagónico al ser promotora y gestora de esta industria cultural que hasta finales de los ochenta se limitaba a empresas de exhibición cinematográfica y la distribución asociada a la misma. Hubo dos momentos claves en el desarrollo de esta industria en la comunidad:

“Uno primero que coincide con el nacimiento y primeras emisiones de la RTVA (1987-1990); y uno segundo entre los años 1992 y 1994, que coincide con la celebración de la EXPO'92 en Sevilla, evento internacional que generó una importante producción audiovisual para las televisiones de todo el mundo. Este último año marcará el inicio de una etapa de consolidación de la industria que se desarrollará a lo largo de la segunda mitad de la década de los noventa” (González Hernández: 2003, 7).

Una industria que poco antes del nacimiento de Canal 2 Andalucía se encontraba en un momento importante en cuanto al empleo que generaba en la comunidad autónoma andaluza ya que, según diversos estudios

publicados, suponía casi 5.000 puestos de trabajo directos: “A los que debemos añadir los 1.300 trabajadores de la RTVA y el centenar aproximado del centro RTVE-Andalucía, con lo que el número aproximado de trabajadores del sector alcanzaría los 6.800. Esta cifra implica un crecimiento del 300% respecto al empleo producido por la industria andaluza en el año 1990” (González Hernández: 2003, 9).

Cuando comenzó su andadura el segundo canal de la RTVA, se volvía a insistir en la promoción de la industria audiovisual andaluza como uno de los objetivos prioritarios de este nuevo canal. En la propia presentación de este nuevo canal se destacó la relevancia que iban a tener las productoras externas. Como indicaba la prensa de la época: “En cuanto a la programación, que tendrá un coste de más de 806 millones de pesetas hasta el próximo mes de septiembre, de los que más de 639 se invertirán en producción ajena y 167 en la propia persigue un aumento en la calidad con respecto a la primera cadena”²¹. Una carta de presentación sobre el funcionamiento de este canal, ya que prácticamente el 80% de su presupuesto se dedicó a la producción externa, incluyendo tanto los programas que fueron encargados a productoras audiovisuales, como a la compra de derechos televisivos para la emisión de espacios ya producidos (dibujos animados, teleseries, cine, etcétera).

Con la llegada de esta nueva televisión desde la dirección se apostó además por buscar otras empresas audiovisuales distintas a las que ya realizaban programas para Canal Sur Televisión. Empresas de menor tamaño, y que, en palabras de la directora de este canal entre 1999 y 2004, Cristina Álvarez, les sirviera para promocionarse en Andalucía:

“No las productoras de siempre, sino pequeñas. Así por ejemplo *De punta a cabo* la hizo una productora que nunca más hizo ningún programa con nosotros. O *Tesis* por ejemplo, uno de los programas que hicimos con la productora Cedecom, que entró en Canal Sur haciendo este programa. Además los programas no eran caros, porque a las productoras les interesaba más entrar, que cobrar y para eso

²¹ *Abc*, 01-06-1999.

sirvió el Canal 2. Era como un escaparate para las productoras. Y más ejemplos: Imago producciones, que hizo *Mujeres emprendedoras* o el programa *De frente* lo realizó una productora que fue la única producción que hizo para nosotros. Hubo muchas productoras, al menos unas diez, que realizaron un único programa con nosotros. (...) Eso sí, aquellas productoras que tan sólo hacían programas para Canal Sur no sobrevivieron. Tenían que diversificarse”²².

Como reconoce la propia Álvarez en entrevista realizada para esta tesis doctoral, la plantilla propia de Canal Sur 2 tan solo la componían tres personas, que eran las que coordinaban y dirigían esta televisión, por lo que la mayor parte de la producción era o bien realizada por personal ajeno a la RTVA o bien conseguida mediante la compra de derechos televisivos, la denomina “programación enlatada”. No obstante sí había trabajadores de la RTVA, en la parte de contenidos y en el área técnica, que estaban asignados a proyectos determinados que formaron parte de la parrilla de programación.

Por ello se potenció la contratación de producciones realizadas por el incipiente sector audiovisual andaluz. Se quería lograr que el dinero que vía impuestos llegaba a las arcas de la RTVA, pudiera ser devuelto a la sociedad de alguna manera. Para ello se potenciaron los trabajos encargados a estas empresas audiovisuales. Así el director general del ente, Rafael Camacho declaraba:

“El sector audiovisual y su industria auxiliar de servicios a la producción agrupan hoy a más de 300 empresas en Andalucía y dan trabajo a más de 5.000 profesionales. Hace 20 años, cuando RTVA no existía, este sector no contaba ni con una decena de pequeñas empresas que merecieran esa adscripción. En 2005, ocho compañías productoras andaluzas figuraban entre las 50 primeras de España. (...) Y a ello ha contribuido RTVA extendiendo, con su política de contratación de la producción financiada, la base empresarial y la competencia del sector en Andalucía” (RTVA: 2006, 14).

²² Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexos.

En la historia de Canal Sur 2 podemos diferenciar tres tipos de producción en función de quienes fueron los responsables de realizar los programas:²³

1.- Producción propia interna: aquellos programas que fueron realizados con recursos técnicos, humanos y económicos propios de la RTVA y que se incluyeron dentro del presupuesto anual asignado a este ente audiovisual. Una buena parte de los espacios informativos se produjeron bajo esta modalidad, ya fuesen de contenido general (por ejemplo *La Noche al día*, *60 minutos*, *Telenoticias*), como aquellos otros informativos de contenido temático (*Acerca-T*, *Parlamento*, *Europa abierta*, *Todo Deporte*, *Gol a gol*, *Tierras Altas*, etcétera). También con personal de la RTVA y fondos propios de realizaron otros programas de contenido cultural o divulgativo (*Al Sur*, *El Club de las ideas*, *Top Fiesta*), infantiles (*La Banda*) o de contenido religioso (*Testigos hoy*, *Diálogos en la vida*).

2.- Producción propia externa: en esta categoría encontramos dos modalidades. Por una parte la denominada “producción propia financiada mixta”, aquellos programas que eran co-producidos, esto es, que una parte del mismo se realizaba con fondos, equipo y personal de la RTVA (en un porcentaje que rondaba entre el 10% y el 30% del coste total)²⁴ y otra parte eran contratadas con empresas audiovisuales externas. Bajo esta modalidad fueron producidos, entre otros, programas como *Espacio protegido*, *El público lee*, *Fiesta TV*, *Es posible*, *Emplea2*, *La semana más larga*, *Telesigno*, *Sinceros* o *Cine.Dos*.

Así mismo encontramos aquellos programas que el segundo canal encargó a empresas audiovisuales externas, determinando las condiciones y criterios de realización con las que se habían de grabar, y pagándoles una cantidad estipulada por esta producción. Esta forma se denomina en la

²³ Información obtenida BOPA núm. 612, 4-02- 2011, pp. 3-28.

²⁴ A modo de ejemplo pueden verse estos porcentajes en BOPA núm. 541, 15-10-2010, pp. 9-10.

RTVA como “producción propia externa financiada” aunque de forma genérica es conocido en el sector audiovisual como “producción externa”. Bajo este modelo en Canal Sur 2 fueron emitidos, entre muchos otros, programas como *El Vagamundo*, *1001 noches*, *S.O.S. Estudiantes*, *Tesis*, *Animales en familia*, *Andaluces por el mundo*, *Taxi*, *El loco soy yo* o *Los habitantes del mar*. Unas producciones que abarcaban la realización de programas de los más diferentes géneros, entre los que se incluían una de las apuestas culturales de la cadena: los documentales. Así lo señala Marisa Doctor, directora de este canal entre 2004 y 2008:

“Todos los documentales, casi todos los programas nos los hacían gente de fuera, productoras de fuera. Nosotros dimos muchísimo trabajo y asentamos esta industria en Andalucía, ese tejido industrial. *La guerra civil en Andalucía*, *Colón al descubierto*, *Memoria documentada*, *Sobreviviendo a Don Quijote*, *Retratos gitanos*, *Andalucía mágica*, *La vida en un día*, *Con otros ojos...* Todos esos nos los hacían productoras, con lo cual le dimos muchísimo trabajo a mucha gente fuera del propio Canal Sur”²⁵.

3.-Producción ajena: en este modelo la RTVA compraba los derechos de emisión de programas, por un determinado periodo y un determinado número de pases o repeticiones. Este tipo de programas generalmente correspondían a películas, dibujos animados, documentales, teleseries o animación. Estas adquisiciones se hacían de forma conjunta mediante la FORTA, por medio de los acuerdos a los que llegaba la RTVA con los comercializadores de estos productos o mediante compras propias de Canal Sur ²⁶. Las películas proyectadas en el segundo canal (como los ciclos de James Bond, Coppola, Billy Wilder, entre otras), algunas series documentales (*National Geographic*, *El planeta perdido*, *Viaje al mundo real*), las series de dibujos animados (*Shin Chan*, *Doraemon*, *Kochikame*) o teleseries (*Bonanza*, *Xena, princesa guerrera*, *Cosas de casa*) serían algunos de estos ejemplos. No se han hecho públicas, a día de hoy, las cantidades económicas que se dedicó a

²⁵ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

²⁶ BOPA núm. 475, 10-07-2006, p. 26.822.

cada una de estas producciones y tan solo ha sido posible obtener, tras realizar una búsqueda hemerográfica en la prensa de la época y en los diferentes documentos generados por el Parlamento de Andalucía, datos parciales sobre las partidas destinadas a los tres tipos de producciones: propia, externa y ajena. Salvo contadas excepciones tampoco han sido publicados datos sobre el tiempo de emisión de programas desglosados en los diferentes tipos de producción²⁷. Una falta de sistematización de esta información que se debe a varios factores coincidentes:

a) Tal y como se señala desde el Departamento de Contabilidad y Gestión de la RTVA en los ejercicios económicos en que se mantuvieron las emisiones diferenciadas entre Canal Sur Televisión y Canal Sur 2 no se tramitaron presupuestos separados para cada canal. De forma anual y pública sí se han dado a conocer los presupuestos de cada una de las empresas que componen la RTVA, esto es, Canal Sur Televisión y Canal Sur Radio, pero no así la de los diferentes canales de emisión. No existe por tanto una información detallada en cuanto a las partidas económicas que la RTVA dedicó a su segundo canal televisivo para su presupuesto anual. Dicho lo cual se hace muy complicado determinar cuál ha sido el coste de los tres tipos de producciones o el presupuesto anual de Canal Sur 2.

b) Resulta complicado cuantificar el gasto del personal que trabajaba en Canal Sur 2 ya que, salvo las personas que dirigían este canal y tenían dedicación exclusiva, los trabajadores que realizaban programas para esta cadena también lo hacían simultáneamente para Canal Sur Televisión. Así, y a modo de ejemplo, las personas que realizaban el programa de *La Banda* para Canal Sur 2 eran los mismos que lo hacían para Canal Sur Televisión, ya que este programa se emitió durante muchos años en ambas cadenas, por lo que resultaba difícil computar qué parte del sueldo del trabajador debía ir en el presupuesto de una u otra cadena. Y lo mismo podría decirse de otros

²⁷ A modo de ejemplo en los primeros seis meses del año 2005 Canal 2 Andalucía dedicó prácticamente un tercio del tiempo total de emisión a los tres tipos de producciones antes detalladas. Por orden de importancia, las producciones externas supusieron el 39% de la programación total, el 33% correspondieron a producciones ajenas y el 28% restante a producciones propias (BOPA núm. 475, 10-07-2006, p. 26.823).

espacios como *Gol a gol* o *Teledporte*, ya que los profesionales que hacían estos programas igualmente dedicaban parte de su jornada laboral a trabajar en programas para el primer canal. O en programas específicos dedicados al cine (*Con el cine en los talones* o *Cine.Dos*), a la información medioambiental (*Espacio protegido*), o a la cultura (*El público lee, Somos más*) en la que sus presentadores y parte del equipo tenían otras responsabilidades en Canal Sur Televisión o Canal Sur Radio.

c) Durante el primer año y medio, tal y como se desprende de la información aparecida en la prensa de la época, no existía una asignación específica de la RTVA al segundo canal televisivo. Su entonces director general, Eduardo Abellán afirmó en el Parlamento de Andalucía: “Hasta la fecha, Canal 2 Andalucía se está nutriendo del presupuesto asignado a Canal Sur, al no ser todavía una sociedad filial del ente público (...) no hay un presupuesto específico para el segundo canal pero ya se ha reclamado al Gobierno andaluz que compense los costes extraordinarios de esta segunda emisión”²⁸. No obstante Abellán señaló que Canal 2 Andalucía, según sus previsiones, iba a gastar durante los primeros meses de emisión (de junio a diciembre de 1998) unos 2.000 millones de pesetas (12 millones de euros) y en 1999, esta cifra se elevaría a 3.350 millones (20 millones de euros aproximadamente). Amén de estos datos no ha sido posible confirmar si esta fue la partida finalmente empleada o si hubo variaciones en cuanto a su presupuesto anual.

d) La mayor parte de la información que se ha podido encontrar en lo referente a gastos anuales o fondos destinados a productoras externas provienen de una misma fuente: las respuestas que los responsables de la RTVA daban en las Comisiones de Control del Parlamento de Andalucía a las preguntas realizadas por los representantes políticos de los partidos de la oposición. Así, hemos podido encontrar informaciones sobre las cuentas de Canal Sur 2 en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) en el

²⁸ *El País*, 21-12-2014.

Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía (BOPA) o en el Diario de Sesiones del Parlamento de Andalucía (DSPA). Informaciones parciales, no sistematizadas, no de todos los años, pero que nos sirven para hacernos una idea global de los costes que en Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión tuvieron las producciones externas.

Tabla 2. Costes de contratación de productoras externas. Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión (2001-2010)

Año	Canal Sur TV (€)	Canal Sur 2 (€)	Total (€)
2001	23.437.387	6.431.035	29.868.422
2002	26.584.096	8.215.252	34.799.348
2003	28.698.162	8.255.592	36.953.754
2004	28.442.973	7.211.967	35.654.940
2005	30.200.006	8.612.123	38.812.129
2006	36.761.465	8.859.494	45.620.959
2007	46.241.245	11.775.892	58.017.137
2008	49.749.891	14.704.738	64.454.629
2009	44.507.011	13.890.283	58.397.294
2010	36.914.559	12.648.599	49.563.158

Elaboración propia. Fuente: BOPA (núm. 681, 19-05-2011, p. 24).

En lo referente a las producciones externas, esto es, aquellas realizadas por empresas audiovisuales con los presupuestos asignados a la RTVA, hemos de destacar el constante aumento que han supuesto estas partidas, tanto en Canal Sur Televisión como en Canal Sur 2. En el caso que nos ocupa hemos de señalar un aumento considerable de las cuantías destinadas y que se iniciaban en el primer ejercicio económico del que se tienen cifras, año 2001, cuando se dedicaron casi 6,5 millones de euros en contratar a estas empresas, hasta los más de 14,7 millones del año 2008, que marcaron su máximo histórico. En 2010, último año del que se tienen datos, la cantidad sobrepasó los 12,6 millones de euros por lo que en diez años se aumentó en casi un 100% el dinero destinado a estas partidas. La apuesta desde la RTVA

por la promoción de este sector empresarial andaluz quedó así constatada si, además, la ponemos en relación con las cantidades destinadas en Canal Sur Televisión que ascienden de los 23,4 millones en 2001 a los casi 50 millones en 2008, teniendo en 2010 una cantidad que rondó los 37 millones de euros.

Tabla 3. Selección de productoras audiovisuales con programas emitidos en Canal Sur 2

Productoras	Programas
Promico Imagen S.L.	<i>El público lee</i>
Ático 7	<i>Imaginaria</i>
Lula producciones	<i>Sinceros</i>
Sondiasdesto	<i>S.O.S. Estudiantes</i>
Digisuit	<i>Sindica2, Emplea2, Cine.Dos</i>
EB Producciones	<i>Experiencia TV</i>
CPS Producciones	<i>Integra2, Es posible</i>
Imago Producciones	<i>Mediarama, Emprendedoras, Mujeres inmigrantes</i>
Signovisión	<i>Telesigno</i>
Vamos a ver TV	<i>Cifras y letras</i>
ATN	<i>Fiesta TV, Taxi, Locos por el fútbol</i>
Tarea Sur	<i>Animales en familia</i>

Elaboración propia. Fuentes: RTVA, BOPA, BOJA, productoras audiovisuales.

Un constante aumento en la década analizada para todo el grupo RTVA con un máximo histórico en los años en los que fueron más elevados los presupuestos anuales del grupo: años 2008 (243 millones de euros de presupuesto total) y 2009 (247 millones). A estas cantidades habría que sumar los gastos ocasionados tanto por el personal de la RTVA adscrito a Canal Sur 2, como por la compra de los derechos de emisión de películas, documentales, dibujos animados o teleseries, entre otras. El propio director de la RTVA entre 2000 y 2008 Rafael Camacho publicó en su blog, con motivo del cierre de Canal Sur 2, un artículo titulado *In memoriam*, en el cual criticaba esta clausura señalando que el problema del mismo no era de índole

presupuestaria ya que “el coste anual externo de la parrilla no llegaba realmente a los 10 millones de euros”²⁹. Una televisión de bajo presupuesto y que, a su juicio, realizaba producciones con unos márgenes de beneficios muy ajustados.

Tabla 4. Selección de productoras audiovisuales con programas emitidos en Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión

Productoras	Programas
El Silencio	<i>El Vagamundo, Ratones coloraos, Paz en la tierra, El loco soy yo</i>
Mette	<i>Espacio protegido, Salud al día, Tecnópolis</i>
Cibeles Producciones	<i>Colga2 con Manu, 75 minutos, De la mano de Manu, Hacemos el humor, Hagamos el humor</i>
Itaca producciones	<i>1001 noches, El diván, El ojo público, Adivina quién viene esta noche, Buenas noches bienvenidos, La noche del mono logo</i>
Medina Media	<i>Andaluces por el mundo, Flamenkos, Pido la palabra, Mejor lo hablamos, A por Europa</i>
16 Escalones	<i>La semana más larga, El verano más largo, Andaluces levantaos</i>
Cedecom	<i>Tesis, Padre Medina, La odisea del voluntariado, Andalucía Innova, Andalucía ES</i>
MediaSur-Mediapro	<i>Andalucía es su nombre, Los habitantes del mar</i>

Elaboración propia. Fuentes: RTVA, BOPA, BOJA, productoras audiovisuales.

En cuanto a las productoras que trabajaron para Canal Sur 2 a lo largo de su historia, convivieron dos modelos. Por una parte, y tal y como observamos en la Tabla 3, aquellas empresas cuyas producciones eran exclusivamente emitidas en el segundo canal de la RTVA. Así mismo había un segundo grupo de productoras las que, junto a los programas emitidos en Canal Sur 2 también realizaban programas en Canal Sur Televisión³⁰. En la Tabla 4 detallamos algunas de las productoras más significativas que realizaron producciones audiovisuales para ambas cadenas.

²⁹ http://www.rafaelcamacho.es/2012_09_01_archive.html

³⁰ Información obtenida de las páginas web de cada una de estas empresas audiovisuales.

Este tipo de contrataciones no estuvo exenta de polémica, ya que algunos medios de comunicación y los partidos de la oposición denunciaron que la cadena autonómica no realizara convocatorias públicas para contratar estos programas y que se favoreciera a productoras que estaban relacionadas con anteriores directivos de la RTVA. El diario *El Mundo* afirmaba que entre 1999 y 2004 el 43% del presupuesto destinado a las contrataciones externas habían sido asignadas a doce productoras controladas por diez ex altos cargos del ente autonómico, que en este periodo habían recibido 53 millones de euros, frente a los 71 millones que se repartían las 30 empresas restantes que habían realizado programas para alguna de las dos cadenas de la RTVA³¹. El Partido Popular solicitaba la creación de una comisión de investigación en el Parlamento de Andalucía para estudiar si con estas contrataciones existía tráfico de influencias o información privilegiada³².

Así, y en lo referente a las productoras audiovisuales en Andalucía, faltan trabajos actualizados que profundicen y ofrezcan una visión de conjunto sobre este sector empresarial. Estudios en los que se analice el nacimiento y desarrollo del audiovisual en Andalucía, su dependencia con la RTVA, las relaciones entre el poder político y estas empresas audiovisuales, sobre los recortes de los presupuestos asignados por el ente autonómico a este sector o del impacto que la crisis económica ha tenido en el tejido empresarial andaluz. Los últimos trabajos en profundidad fueron publicados en 2009 por Fernández Quijada y Vallejo Peña y a pesar de algunas aproximaciones realizadas por el propio autor de esta tesis doctoral en trabajos anteriores, Ramos Rodríguez (2012, 2013), no disponemos más que de datos parciales y sesgados.

Sí podemos hablar la gran dependencia que las empresas que trabajaban para la RTVA tenían de este ente autonómico, ya que en muchos

³¹ *El Mundo*, 03-05-2005.

³² Ante estas denuncias el entonces director general de la RTVA Rafael Camacho se defendía afirmando: “En la política de contratación ha primado la extensión de la base empresarial bajo criterios de calidad de los contenidos, formatos y solvencia y eficiencia de las empresas», aseveró, al tiempo que recalcó que el procedimiento en la contratación «se ajusta» a la legalidad y a la directiva comunitaria que «no obliga» a concursos públicos para la adjudicación de programas”. *Abc*, 08-06-2005.

casos era el principal, y a veces, único cliente. También destacable fue la fuerte concentración de esta industria en la capital sevillana. Así en el trabajo realizado por Fernández Quijada sobre las productoras de televisión en Andalucía el autor señalaba que en torno al 90% de las horas producidas por estas empresas eran compradas por la RTVA poniendo también de manifiesto la alta concentración de productoras en Sevilla y alrededores, con un pequeño porcentaje correspondiente a la provincia de Málaga y de forma esporádica a empresas audiovisuales en otras provincias andaluzas:

“Por lo que se refiere a la localización de todo este tejido productivo, en 2004-05 el 91,02% del volumen de producción fue responsabilidad de compañías ubicadas en la provincia de Sevilla. Es muy reseñable el detalle de que más de dos terceras partes (67,39%) de la producción andaluza se realizaron en la localidad de Mairena del Aljarafe, una población de apenas 39.065 habitantes, un 0,5% del total de la región. En 2005-06 los datos eran bastante similares, con Sevilla acaparando un 87,27% de la producción, con un papel central para las productoras de Mairena del Aljarafe, que en conjunto sumaban el 61,86% de la producción andaluza” (Fernández Quijada: 2009, 198).

De los programas analizados, con la excepción de las productoras que realizaron los espacios de *Tesis*, *Sinceros* o *S.O.S. Estudiantes* (producidas en Málaga), las que realizaron los programas *Telesigno* o *Imaginaria* (ambas en Granada) o algunas con sede en Madrid o Barcelona, el resto de estas empresas que tenían programas en Canal Sur 2 estaban ubicadas en Sevilla capital o alrededores. Además fueron proporcionalmente muy pocas las que lograron trabajar con la RTVA: de hecho en 2008 y 2009 fueron tan sólo 38 productoras las que vendieron sus programas indistintamente a Canal Sur Televisión o Canal Sur 2 y en 2010 esta cifra fue de 36³³. Un dato significativo cuando lo ponemos en relación con las más de mil empresas audiovisuales censadas en Andalucía en ese periodo: 1.184 en el año 2008, 1.216 un año después y 1.274 para 2010 (Ramos Rodríguez: 2012, 6).

Aunque no es el objeto central de investigación de esta tesis doctoral, y analizando los datos parciales obtenidos, podemos concluir que la RTVA

³³ BOPA núm. 731, 10-08-2011, p. 12.

ha potenciado la creación de un tejido productivo audiovisual creciente desde los años noventa, aunque con notables dificultades desde la llegada de la crisis económica, convirtiéndose en motor de esta industria en la región, aunque sea de manera concentrada y no diversificada territorialmente. Y para ello Canal Sur 2, con un modesto un presupuesto anual (unos 10 millones por año de media) ha colaborado a potenciar este sector mediante la contratación de programas culturales, de entretenimiento, comedias de situación, *talk shows* y una gran variedad de documentales.

CAPÍTULO 4

AUDIENCIAS Y PROGRAMACIÓN

DEL SEGUNDO CANAL AUTONÓMICO ANDALUZ

En este apartado vamos a describir cómo evolucionó Canal Sur 2 desde el punto de vista de sus audiencias. Para ello mostraremos, por una parte, los porcentajes de cuota de pantalla anuales y, de forma cronológica, analizaremos los programas más vistos de cada uno de los 14 años de existencia de esta señal televisiva. En paralelo, describiremos los tres tipos de público principales a los que iba dirigido esta programación: adultos, público infantil y jóvenes.

4.1 La respuesta de las audiencias al modelo de Canal Sur 2

Como segunda señal de la RTVA vino a complementar desde su nacimiento la oferta televisiva existente en Canal Sur Televisión. Es por ello que cuando se analiza su programación, el público objetivo al que iban dirigidos sus espacios o las audiencias conseguidas no debe perderse de vista este hecho. Es un canal que nació preocupado más por la calidad televisiva del producto ofrecido que por el número de espectadores congregado ante las pantallas.

Desde su origen se tuvo muy claro cuál era el público al que iba dirigido su programación y que se englobaba en tres grandes grupos: los niños de entre cuatro y doce años, la población adolescente-juvenil con

edades comprendidas entre los 13 y los 24 años y el público adulto con un perfil socioeconómico medio y alto, eminentemente urbano, que comprendía la franja de edad entre 25 y 44 años¹. Así se realizó una apuesta por una programación basada en contenidos culturales, infantiles, juveniles, de deportes o de cine alternativo. Un nicho de mercado no ocupado por Canal Sur Televisión, que tenía un *target* diferente: un público heterogéneo, predominantemente rural, mayor de 45 años, de clase social media-baja y con una oferta de corte más generalista, donde el género predominante era el entretenimiento. En 1998, año en el que nació la segunda oferta televisiva de la RTVA, Canal Sur Televisión contaba con el 19,5% del *share*.

De hecho fue muy complicado, por la propia naturaleza especializada del segundo canal, por los objetivos para la que fue creada y por el tipo de público determinado al que iba dirigido, que contara con un número elevado de espectadores. Aun así, a lo largo de sus 14 años de vida, y sobre todo en el periodo comprendido entre 2000 y 2009, obtuvo unos niveles muy elevados de seguidores, para ser un segundo canal, con *shares* anuales que oscilaban entre el 3,5% y el 5,5%, y con espacios televisivos que llegaron a tener picos de audiencias por encima del 15%.

La principal competidora por el tipo de programación que realizaba y por el público objetivo al que iban dedicados sus emisiones era La 2 de TVE que, a finales de 1998, contaba en Andalucía con una audiencia del 8.3%. Este canal disponía, en todo caso, de una trayectoria histórica, una programación, unos medios técnicos y humanos muy superiores al andaluz.

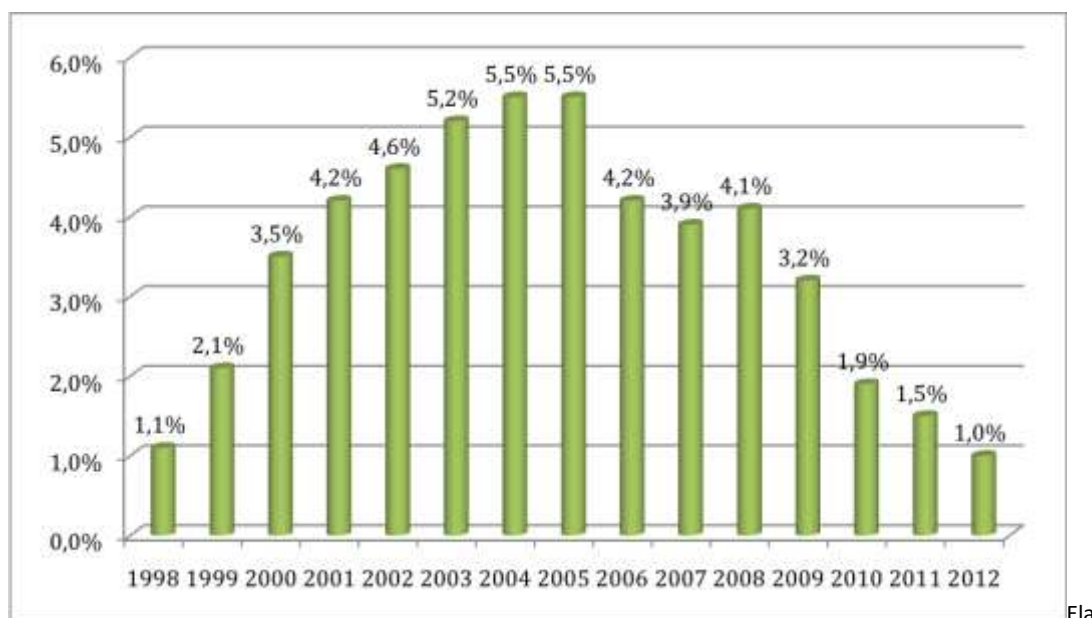
No hay que olvidar que 32 años antes del nacimiento de este segundo canal autonómico andaluz, ya comenzaban las emisiones la segunda cadena

¹ Canal 2 Andalucía, en palabras del entonces director de la RTVA, Eduardo Abellán, nació con una vocación de modernidad: “Busca a su audiencia entre los 3,3 millones de andaluces mayores de cuatro años, que pertenecen a las clases media o alta y que habitan en zonas metropolitanas. La emisión cubre ya al 80 % de la población andaluza y puede ser vista en todas las capitales y grandes municipios” (*El País*, 06-06-1998).

de TVE que surgía también con vocación cultural y con un marcado carácter minoritario².

También Canal+ ocupaba parte del nicho de mercado al que se dirigía el nuevo canal, sobre todo por su apuesta por la programación de películas sin cortes publicitarios, aunque el hecho de ser un canal de pago limitaba su penetración. En 1998 TVE registraba una cuota de pantalla en Andalucía del 24,9%, Antena 3 un 21 y Tele 5 alcanzaba el 18,4%.

Gráfico 1. Cuota de pantalla de Canal Sur 2 (1998-2012)



Elaboración propia. Fuentes: RTVA, SOFRES, Kantar Media.

Vista la evolución que experimentaría en los siguientes años, la cadena vino a ocupar un espacio televisivo que no estaba cubierto por el resto de las televisiones que emitían en la comunidad. Así a finales del año 1999 sus audiencias prácticamente duplicaron con respecto al primer año de vida, pasando del 1,1% de *share* en diciembre de 1998, al 2,1% doce meses después. Incluso a escala nacional, y comparándola con los segundos canales de otras

² Salvador Pons, productor ejecutivo de TVE en esta época, aseguraba años más tarde que el fin de la Segunda Cadena era "ahondar en las raíces culturales de nuestro país, buscando sus señas de identidad en paisajes, ciudades, historia y literatura que nos fueran propios". Su estrategia de programación se centraba en aportar valores pedagógicos con el fin de acercar la cultura a los ciudadanos" (Pérez Feijoo: 2008,113).

televisiones autonómicas (Canal 33/ K33, en Cataluña; ETB-1 en el País Vasco, Nou 2 en la Comunidad Valenciana, etcétera) fue de las que tuvo unas cuotas de pantalla más importantes a lo largo de su historia.

4.1.1 Una nueva cadena en constante crecimiento (1998-2004)

Canal 2 Andalucía tuvo desde el inicio de sus emisiones unas elevadas audiencias, que fueron en aumento constante hasta el año 2005. Los primeros datos que se tienen sobre espectadores datan de julio de 1998, apenas un mes después de su nacimiento, donde ya se alcanzó un *share* del 0,6%. Tres meses después, en septiembre, cuando en muchos lugares de Andalucía apenas empezaba a sintonizarse, cuando seguía siendo todavía poco conocido para la mayoría de la población y las emisiones apenas cubrían nueve horas diarias, las audiencias superaron el 1% de cuota de pantalla. Al final del año 1998 se conseguía el 1,1%.

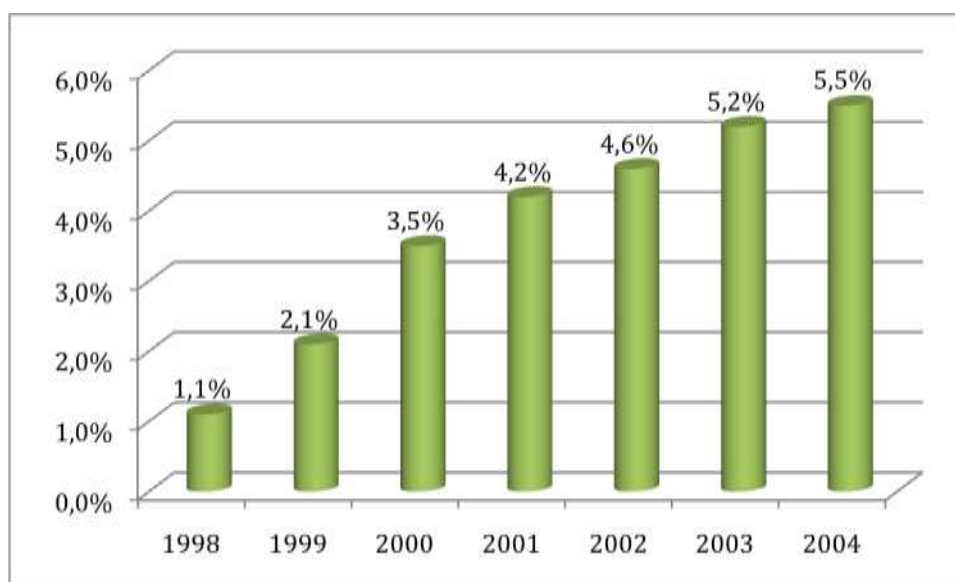
El entonces director de la RTVA, Eduardo Abellán en una sesión de control en el parlamento, en la que se hablaba de varios asuntos de este nuevo canal televisivo, como los aspectos económicos o el grado de cobertura de este nuevo canal, señalaba: “Todas las capitales de provincia y las localidades de más de 60.000 habitantes pueden captar sin problemas la señal del segundo canal, lo que significa cerca del 70% de la población andaluza. (...) Mostró su confianza en que el año que viene la cobertura alcance el 99%. Además dijo que el *share*, la cuota de pantalla de Canal 2 es del 1,1%”³.

En sus primeros meses de vida la programación comenzaba a las 16:00 horas, emitiendo hasta las 01:00 horas, completando los fines de semana dos horas más de emisión. Desde su estreno contó con programas que se convirtieron en espacios emblemáticos en este canal.

³ *El País*, 09-10-1998.

En este primer periodo se produjo un constante aumento en el número de espectadores y del porcentaje total de audiencia registrada, asentada en una programación muy determinada.

Gráfico 2. Cuota de pantalla (1998-2004)



Elaboración propia a partir de Memorias RTVA y SOFRES.

*Los datos de 1998 corresponden al periodo junio-diciembre.

El primer director de Canal 2 Andalucía, José Antonio Gurriarán destacaba la dificultad de los inicios de este canal que a pesar de contar con una programación incipiente, disponía de pocos medios humanos y técnicos y el hándicap de ser una televisión que no era sintonizaba en la totalidad los hogares de Andalucía. Entre las causas de que la audiencia aumentaran tan rápido, recuerda algunos factores: "Había gente muy motivada, con muchas ganas, haciendolo bien (...) A mí siempre me ha sorprendido por la gente joven que había. Por ejemplo Antonio de la Torre, el ahora actor, que trabajaba en este canal. (...) También me sorprendió el sector audiovisual en Andalucía por los espacios culturales que hacían"⁴.

⁴ Entrevista a José Antonio Gurriarán. Ver anexos.

Y destacaba los programas sobre temas culturales o medioambientales que se realizaron, poniéndola como modelo de televisión alternativa y para un público objetivo muy definido:

“No se buscaba una cadena que tuviera mucha audiencia sino que poco a poco fuese aumentando el número de espectadores. Se trataba de un espectador diferente, distinto... eran espectadores más selectivos. Sectores jóvenes, nuevos públicos: gente que no solía ver mucho la televisión. Las segundas cadenas como La 2 de TVE son por definición de audiencia baja, pero estables. Entonces llega Canal Sur 2 y ofrece temas culturales, institucionales, incluso seguimiento del Parlamento andaluz (...) Y empieza a conseguir audiencia poco a poco. Y había un presupuesto mínimo. Se aprovecharon todos los programas, incluso alguno que ya se habían rodado en Canal Sur y podían emitirse. Y al mismo tiempo haciendo programa nuevos, más bien baratos. Tuvo mucho éxito por ejemplo el cine sin interrupciones por publicidad”⁵.

La programación infantil en estos primeros años de vida demostró la vocación por llegar al público andaluz más joven, con una oferta muy relevante por parte de este público. Los seis programas más vistos durante el primer año de emisión, correspondieron a programas destinados a este público infantil, tanto los de dibujos animados, como aquellos otros, como *Taller de trapo* o *La Banda del sur* en los que se intercalaba con concursos, juegos o consejos para los menores.

En este primer año de misión también destacaron las audiencias conseguidas gracias a los documentales, el deporte o los programas de contenido cultural, un tipo de programación pensada para el público adulto. A pesar de llevar tan pocos meses en antena, a finales del primer año en antena, los programas más vistos ya comenzaron a situarse en el 2% del *share* de media.

La Banda del sur fue desde ese primer año el programa de referencia: en 1998 ya contó con 125 emisiones y casi 40.000 espectadores por día.

⁵ Entrevista a José Antonio Gurriarán. Ver anexos.

Tabla 5. Los diez programas más vistos. Año 1998

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Azuki</i>	Dibujos animados	67	52.000	2,7%
<i>Carlitos</i>	Dibujos animados	66	44.000	2,4%
<i>Los picapiedras</i>	Dibujos animados	80	41.000	2,4%
<i>La Banda del sur</i>	Infantil	125	38.000	2,1%
<i>Dibujos animados</i>	Dibujos animados	13	36.000	1,9%
<i>Taller de trapos</i>	Infantil	56	36.000	1,8%
<i>Solidarios</i>	Cultural	5	30.000	1,2%
<i>Gol a gol</i>	Deportivo	19	29.000	1,5%
<i>Gente de nuestro siglo</i>	Documental	11	29.000	1,2%
<i>Nosotros andaluces</i>	Documental	12	27.000	1,0%

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA.

Datos muy parecidos a los presentados durante el siguiente año, en el que también predominaron en las audiencias los programas para los menores: cuatro de los cinco programas más vistos en 1999 tuvo temática infantil. En este año también destacaron las audiencias de los programas pensados para el público adulto. Con casi 600 emisiones *La Banda del sur* volvió a convertirse en el programa de referencia de esta cadena, siendo el segundo espacio más visto y con una media de espectadores por encima del resto: alcanzó el 4% del *share* anual, cosa que no conseguía este año ningún otro programa.

Así mismo hay que destacar a *El Vagamundo* o la presencia de los ciclos de cine, que comenzaron a fidelizar a un público que descubrió en el segundo canal el lugar para ver películas sin cortes publicitarios, en versión original, clásicos en blanco y negro o cine español. El público adulto e

infantil comenzaron a perfilarse como los mayoritarios de esta nueva apuesta de la televisión pública autonómica.

Tabla 6. Los diez programas más vistos. Año 1999

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>El Vagamundo</i>	Cultural, entretenimiento	8	95.000	3,3%
<i>La Banda del sur</i>	Infantil	589	69.000	4,0%
<i>La Banda del sur. Especial</i>	Infantil	8	56.000	3,0%
<i>La pantera rosa</i>	Dibujos animados	60	55.000	2,3%
<i>Kochikame</i>	Dibujos animados	48	53.000	2,5%
<i>Ned y Stacey</i>	Teleserie	204	49.000	2,2%
<i>Gol a gol</i>	Deportivo	35	48.000	1,9%
<i>Cine</i>	Cine	3	48.000	2,5%
<i>Nuestro cine</i>	Cine	12	46.000	2,2%
<i>Cine etiqueta negra</i>	Cine	45	46.000	1,9%

Elaboración propia. Fuente: RTVA.

Si durante los seis primeros meses de emisiones tan solo el programa más visto reunió a 50.000 personas, en 1999 los diez espacios más visto rondaron esta cantidad. El público iba en constante aumento.

Así, cuando la cadena cumplió su tercer aniversario ya era la más relevante a nivel nacional, en cuanto al porcentaje de programación dedicada al público infantil. En la temporada 1999-2000 contaba con un 28,3 por ciento de espectadores de cuatro a doce años entre su audiencia y en la siguiente temporada de un 22,3% (Pérez y Núñez, 2009: 54).

En el año 2001 la audiencia media de Canal 2 Andalucía se situaba en el 4,1%, mientras que entre la población infantil el canal casi triplicaba el

seguimiento (11,1%). En este mismo año la programación infantil suponía el 21,8% de todos los espacios emitidos.

Tabla 7. Características de la audiencia de Canal 2 Andalucía por edades (2001-2004)

Edad / Años	2001	2002	2003	2004
4 a 12 años	11,1	11,3	13,9	18,9
13 a 24 años	3	3,7	4,8	5,1
25 a 44 años	4,1	4,4	5,3	5,7
45 a 64 años	3,7	4,2	4	3,7
+ de 65 años	2,9	3,3	3,5	3
Total	4,2	4,6	5,2	5,5

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA 2004, 2005.

Eso significó que la apuesta por la dirección de la cadena en programar espacios televisivos para este *target*, tuvo una notable respuesta por parte de los espectadores más jóvenes. Incluso más acentuado fue este hecho en el año 2004: cuando la media de audiencia de todas las edades era del 5,5%, entre la población infantil esta cifra se disparaba puesto que prácticamente uno de cada cinco niños que veía televisión lo hacía sintonizando Canal 2 Andalucía: un 18,9% del total.

Otro de los *target* de esta cadena, el público de entre 25 y 44 años, respondió de forma mayoritaria a la oferta televisiva. Analizando los datos de este periodo se observa que el seguimiento que éstos hacen se encuentra en sintonía con la media que este canal anualmente arrojaba, consolidándose, como su público más fiel. El público adulto supuso, de media, en torno al 30% del total de sus espectadores anuales.

Por otra parte los telespectadores mayores de 45 años no son cuantitativamente muy significativos, ya que siempre han estado por debajo de la media y su interés, como se verá a continuación, está más cercano a Canal Sur Televisión que al segundo canal.

Tabla 8. Los diez programas más vistos. Año 2000

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>El Vagamundo</i>	Cultural, entretenimiento	41	178.000	6,2%
<i>Películas dibujos animados</i>	Dibujos animados	11	140.000	6,8%
<i>Animal humano</i>	Documental	6	123.000	3,9%
<i>Batalla de sexos. Mundo animal</i>	Documental	6	108.000	3,8%
<i>La Banda del sur</i>	Infantil	352	97.000	5,5%
<i>Gol a gol</i>	Deportivo	40	89.000	3,6%
<i>La sexualidad humana</i>	Documental	11	89.000	3,3%
<i>Cine fila 2</i>	Cine	50	87.000	3,7%
<i>Siete días</i>	Informativo	36	81.000	3,1%
<i>Nuestro cine</i>	Cine	34	78.000	3,1%

Elaboración propia. Fuente: RTVA.

Durante muchos años el éxito de este canal se sustentó en buena parte en el seguimiento masivo a los programas infantiles, combinándose con aquellos destinado al público adulto. Como estamos observando en las diferentes tablas de audiencias de los programas más vistos cada año, se alternaban en el orden de preferencia del público, aquellos destinado a ambos públicos. En el 2000 se volvieron a repetir la tendencia de los dos primeros años, con espectaculares aumentos en los públicos adulto e infantil, destacando el caso del programa *La Banda del sur*, con 352 emisiones durante todo ese año y que sumó más programas que el resto de los nueve espacios más vistos durante aquel año⁶.

⁶ La programación infantil en Canal Sur Televisión fue importante desde el principio con el programa *La Isla de Flora* y posteriormente, el 31 de enero de 1994 con llegada de *La Banda del Sur*. A partir del 17 de junio de 2001 se transformaría en *La Banda* y que se emitió tanto en Canal Sur Televisión, como en Canal 2 Andalucía.

Así para entender este masivo seguimiento hay que tomar en consideración la importancia de dos programas que congregaron a un importante nivel de audiencia en los primeros años, muy por encima del resto: el programa de producción propia, *La Banda* y la serie de dibujos animados *Shin Chan*.

La Banda ha sido la columna vertebral en cuanto a la programación de los años de vida de este canal y también en la respuesta obtenida por parte de la audiencia. En 1999 fue el segundo espacio más visto de toda la cadena, con casi 70.000 espectadores por programa. En 2001 se emitieron 253 programas: 133 bajo la denominación de *La Banda* (alcanzando una audiencia media por encima de los 100.000 espectadores por programa) y otros 120 bajo el nombre *La Banda del sur* (que congregaron 89.000 espectadores diarios).

Tabla 9. Los diez programas más vistos. Año 2001

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>El Vagamundo</i>	Cultural, entretenimiento	50	193.000	7,1%
<i>El cuerpo humano</i>	Documental	7	141.000	5,2%
<i>La tierra del tigre</i>	Documental	4	119.000	5,9%
<i>Gol a gol</i>	Deportivo	46	107.000	4,4%
<i>La Banda del sur</i>	Infantil	133	103.000	6,6%
<i>National Geographic</i>	Documental	67	98.000	4,7%
<i>Vida salvaje</i>	Documental	14	96.000	4,2%
<i>National Geographic especial</i>	Documental	13	92.000	4,5%
<i>Principe de Bel Air</i>	Teleserie	97	92.000	5,6%
<i>La Banda del sur</i>	Infantil	120	89.000	4,8%

Elaboración propia. Fuente: RTVA.

Conforme estos datos se asentaron, la apuesta de la dirección por este programa infantil aumentó y en 2002 se contabilizaron un total de 380

emisiones de este espacio, con una audiencia media de 100.000 espectadores; en 2003 *La Banda* de verano sumó 84 emisiones (con 114.000 espectadores de media) y *La Banda* 459 emisiones (congregó 98.000 espectadores). En el año 2004 llegó a su máximo histórico con un total de 557 emisiones en su diversas acepciones (de lunes a viernes, matinal o vespertino y en fines de semana) y con una cuotas de pantalla que oscilaron entre el 25,2% que congregaba *La Banda de verano* de lunes a viernes por la mañana, el 19,3% conseguido en invierno o un 4,7% que seguía este espacio durante los fines de semana de todo el año.

Tabla 10. Los diez programas más vistos. Año 2002

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>El Vagamundo</i>	Cultural, entretenimiento	32	186.000	6,4%
<i>Planeta azul</i>	Documental	6	150.000	4,6%
<i>Bonanza</i>	Teleserie	126	150.000	11%
<i>Principe de Bel Air</i>	Teleserie	48	130.000	5,4%
<i>Gol a gol</i>	Deportivo	50	114.000	4,7%
<i>La Banda</i>	Infantil	380	100.000	6,2%
<i>Sinceros</i>	Entretenimiento	38	99.000	4,1%
<i>Pesadillas de la naturaleza</i>	Documental	5	98.000	5,4%
<i>Batalla de sexos mundo animal</i>	Documental	6	97.000	4,9%
<i>El mundo perdido</i>	Documental	20	94.000	6,6%

Elaboración propia. Fuente: RTVA.

Otro de los espacios que también otorgó unos niveles de audiencias muy elevados para Canal 2 Andalucía fue la serie japonesa de dibujos

animados, *Shin Chan*⁷. La historia de un niño de 5 años rebelde, travieso y díscolo aterrizó en España de la mano del segundo canal de la TV3, Canal Súper 3, en el año 2000.

Como consecuencia del rotundo éxito que esta serie infantil tuvo en Cataluña, y gracias los derechos adquiridos en común por la FORTA, comenzó a emitirse en la televisiones de otras comunidades autónomas: Galicia, Comunidad Valenciana, País Vasco, Madrid.

A finales de 2002 se incluyó en la parrilla de programación de Canal 2 Andalucía y desde 2003, se convirtió en el espacio más visto del segundo canal andaluz, programándose de forma diaria a las 21:00 horas. Y no estuvo exento de polémica⁸. Los consejeros que representaban al PP en el Consejo de Administración de la RTVA pidieron a este organismo que se estudiaran los contenidos de esta serie de dibujos animados, por considerarlos “discutibles” y emitidos a unas horas inapropiadas ya que consideraban que a esa hora había aún muchos niños viendo la televisión.

En el año 2003, y tan solo por detrás de las emisiones dedicadas a *La Banda*, *Shin Chan* se convirtió en el programa con un mayor número de emisiones anuales, con casi un cuarto de millón de espectadores andaluces que cada día seguía las aventuras y desventuras de este manga japonés. En total Canal 2 Andalucía dedicó en 2003 un 24,3% de su tiempo de emisión a programas de contenido infantil superado únicamente por los espacios de contenido cultural que supusieron el 37,6% del total anual de la cadena (RTVA: 2004, 91).

El ranking de los programas más vistos a lo largo de 2004 también lo encabezó esta serie japonesa que revalida su éxito, contando con una media diaria de 326.000 espectadores (80.000 espectadores más que en 2003) y con una cuota de pantalla del 16% (2,5% más que el año anterior).

⁷ Sobre este programa, Fernández Obregón (2004) señalaba: “Los niños mitifican a Shin Chan. Sus escatológicas salidas de tono, lo irreverente que es con su madre, sus desconsideraciones hacia su abuelo...todo resulta sugerente y divertido, justo lo que buscan los más pequeños como oposición a un mundo cargado de códigos establecidos y aprisionado por las normas”.

⁸ *Abc*, 06-10-2003.

Junto con la programación infantil la segunda gran baza en la que se apoyó la programación del segundo canal fue aquella destinada a un público adulto, de entre 24 y 44 años.

Tabla 11. Los diez programas más vistos. Año 2003

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Shin Chan</i>	Dibujos animados	246	246.000	13,4%
<i>La tierra del tigre</i>	Documental	6	212.000	6,3%
<i>El Virginiano</i>	Teleserie	110	179.000	12,5%
<i>Gol a gol</i>	Deportivo	44	138.000	5,2%
<i>Sinceros</i>	Entretenimiento	51	118.000	4,8%
<i>Principe de Bel Arir</i>	Teleserie	27	116.000	5%
<i>La Banda del verano</i>	Infantil	84	114.000	6,7%
<i>Cosas de casa</i>	Teleserie	211	112.000	7,8%
<i>Vida salvaje</i>	Documental	5	110.000	6,0%
<i>Kung Fu</i>	Teleserie	26	98.000	8,0%

Elaboración propia. Fuente: RTVA.

Tal y como aparece en la Tabla 7 *Características de la audiencia de Canal 2 Andalucía por edades*, y sin llegar a tener unos niveles tan importantes de aceptación como en el caso del público infantil, este grupo de edad respondió de forma paulatina a la oferta televisiva que propuso Canal 2. Si bien en los primeros años el número de espectadores incluidos en esta franja de edad estaba por debajo de la media de la cadena, ya en 2003 y cuando el *share* de Canal 2 era del 5,2%, se percibe un aumento en su participación: un 5,3% de penetración del canal en ese grupo de edad. En 2004 esta cifra sube hasta el 5,7%, para un *share* total de la cadena del 5,5%.

También hay que destacar, en cuanto a las audiencias, el programa de entrevistas *El Vagamundo*, los documentales *El cuerpo humano*, *La tierra del tigre*, *Planeta azul*; *National Geographic*, *Monumentos naturales de Andalucía*, el

programa de medioambiente, *Lances*, etcétera. No obstante el ranking de programas más vistos lo encabeza el espacio de entrevistas de Jesús Quintero titulado *El Vagamundo* que desde su puesta en parrilla de programación, en el año 1999 y hasta el año 2002 fue siempre líder en telespectadores. Así fue aumentando el número de espectadores en 1999 obtuvo 95.000 seguidores y en el año 2000 ascendieron a 178.000. En el año 2001 contó con casi 200.000 espectadores en cada una de las 50 emisiones que se realizaron en este año, y con una cuota de pantalla del 7,1% (la media de cadena apenas llegaba al 4,2%). En 2002 también ocuparía el primer puesto de este ranking, con 186.000 espectadores de media y una cuota de pantalla del 6,4%.

Tras este programa fueron los espacios documentales los que ocuparon los siguientes puestos en cuanto al número de espectadores. Así *El cuerpo humano* en 2001 reunió a más de 140.000 televidentes y *La tierra del tigre* a 119.000 espectadores. En este mismo 2001, y entre los diez primeros puestos, también aparecen programas pensados para este grupo de edad, como *Gol a gol* (4º posición en el ranking), *National Geographic* (6º), *Vida salvaje* (7º) o *National Geographic Especial* (8º). Entre los años 2001 y 2003 los documentales fueron el segundo espacio más visto del año. Y entre los 25 espacios más vistos de cada año siempre aparecían cuatro o cinco series documentales, con una audiencia de espectadores que superaba en muchos casos los 100.000 telespectadores por capítulo.

“Destaca, a su vez, la vocación cultural del segundo canal andaluz ya que, según TNS, fue la cadena que más tiempo dedicó a espacios de este tipo, con un 35,8% de su tiempo de emisión, o lo que es lo mismo, 8 horas y 21 minutos de promedio diario. El buen resultado en 2004 de Canal 2 Andalucía tiene su reflejo mes a mes, sobre todo en septiembre y octubre, cuando consigue sus mejores registros, 6,2% y 6% de *share* respectivamente” (RTVA: 2005, 99).

De esta primera etapa también debemos tener en cuenta la presencia de muchos de estos programas en el prime time, horario de máxima audiencia. De esta forma programas como *Tesis*, *Solidarios*, *Cine. Dos*,

Andalucía documental o *Espacio protegido* eran emitidos a diario en las franjas horarias nocturnas, que iban desde las 21:00 a las 23:00. Una forma de potenciar la cultura logrando una televisión diferente. Así lo indicaba Cristina Álvarez, directora en esta etapa de Canal 2 Andalucía:

“Nosotros defendíamos que la cultura no tenía porque ser aburrida y que la televisión está para entretener. Al público que siempre tiene que se entretiene con un libro, con un espacio de ecología, con un espacio de medio ambiente. Entretenerse no tiene por qué ser un tipo de acción tribal o entretenerse base de chismorreos o de hablar de unos y de otros. La cultura también es entretenimiento y así se programaba, desde ese concepto. La cultura entretiene y eso queríamos que fuese calando. Y que los espectadores fuesen acogiendo estos programas”⁹.

En este periodo, en lo referente a los programas pensados para el público adolescente o juvenil (de 13 a 24 años) destacaron los espacios musicales como la *Estación* o *Intermusica*, en los que se hacía un repaso de la actualidad musical tanto de Andalucía, como del resto de España y del panorama internacional. Otro de los programas que también estuvieron pensado para este tipo de público fue *Planta baja*. Este espacio permite la difusión de campañas dirigidas a los jóvenes y cubre los eventos y encuentros culturales y de ocio de este sector poblacional” (RTVA: 2003, 60). En otro formato, totalmente distinto, debe citarse la emisión de una serie de documentales titulada *La vida en un día*, en la que se hacía un seguimiento, las 24 horas del día, a distintos jóvenes de Andalucía.

En estos años también sobresalió el programa de monólogos *Sinceros*, que al estilo de *El Club de la comedia* que ya se emitía en Canal+, se convirtió en sus tres años de vida en un referente de los programas de entretenimiento, pensado para un público joven y realizado además por guionistas y actores andaluces en su mayoría.

Ya en el año 2002 ocupó la séptima posición del ranking de espacios más vistos con una media de 99.000 espectadores y una cuota de pantalla del

⁹ Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexos.

4,1%. En 2003 subió hasta la 5ª posición, con 118.000 espectadores que supusieron de media una cuota del 4,8% y en su año de despedida, 2004, retuvo a más de 100.000 espectadores semanales.

Y desde un punto de vista educativo se plantearon diversos programas pensados para un público netamente adolescente-juvenil. Uno de ellos fue *Acerca-T*, era un informativo juvenil que comenzó a emitirse en septiembre de 2004 y que presentaban dos jóvenes¹⁰. Canal 2 Andalucía tenía un informativo de esta característica, pensado para un público adolescente y de, alguna manera, también contado por un público adolescente al ser su presentador un joven de esta edad.

Otro de los espacios a destacar, netamente cultural y también centrado en sus propuestas audiovisuales para un público joven, fue *Tesis*. Cubría las actividades, investigaciones, avances y la agenda cultural de las universidades públicas de toda Andalucía. Ya en el verano de 1998, y bajo la denominación de *Verano en la Internacional*, comenzó a emitirse diariamente para informar de las actividades de la Universidad Internacional de Andalucía, UNIA, en Baeza, Jaén. Una vez acabados estos cursos estivales el espacio siguió emitiéndose con una periodicidad semanal.

Tesis no fue un programa de audiencias masivas, aunque sí hubo ediciones, cuando se programó en horario de *prime time*, en las que llegó a contar con más de 100.000 espectadores. Pero tal y como señala la directora de Canal 2 Andalucía, Cristina Álvarez, cumplía otro objetivo, el de la rentabilidad social:

“Yo decía que si *Tesis* lo veían 2.000, 3.000 o 5.000 personas, eso era una cantidad muy importante. ¿O es que no tiene mérito ese número de personas informándose sobre nuestras universidades, sobre lo que se investiga? ¿Cómo eres capaz de meter a dos o tres mil personas escuchando a un profesor universitario dando una conferencia? Eso lo permitía Canal 2. Y lo mismo con los programas de libros. Tres mil espectadores viendo a un autor, oyéndole hablar de su última obra. A lo mejor en audiencia será un 0,5%, pero son tres mil personas

¹⁰ En 2004, y según los datos de la OETI (Observatorio Europeo de la Televisión Infantil) sólo existían experiencias similares en la BBC inglesa, en la televisión pública holandesa o en la TV3 de Cataluña (RTVA: 2004, 37).

escuchando a un escritor hablando sobre su libro. Aparte, era un poco la filosofía que nosotros teníamos y éramos muy persuasivos en eso y muy insistentes. (...) Nosotros mediamos la rentabilidad de Canal 2 en cuanto a la rentabilidad social. Puede no tener mucha rentabilidad de audiencia, ni económica, pero es que la cultura tiene poca rentabilidad económica. Pero sí, y mucha, rentabilidad social”¹¹.

El año 2004 supuso el máximo en las audiencias de Canal 2 Andalucía. Como en los años anteriores la programación infantil y juvenil fue la que más respaldo obtuvo por parte de los telespectadores. Ese año, y como se ve en la Tabla 12, los diez espacios más vistos fueron seguidos, al menos por 115.000 espectadores de media, destacando en número de espectadores *Shin Chan*, con 326.000 seguidores por emisión o los 268.000 por programa de *S.O.S. Estudiantes*.

Tabla 12. Los diez programas más vistos. Año 2004

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Shin Chan</i>	Dibujos animados	323	326.000	16,0%
<i>S.O.S. Estudiantes</i>	Teleserie	14	268.000	9,5%
<i>La Banda del verano</i>	Infantil	57	149.000	8,2%
<i>La Banda</i>	Infantil	202	143.000	7,4%
<i>Gol a gol</i>	Deportivo	42	141.000	5,1%
<i>Cosas de casa</i>	Teleserie	249	134.000	7,9%
<i>Cómo bailan</i>	Documental	4	125.000	5,7%
<i>Monumentos naturales Andalucía</i>	Documental	13	116.000	5,7%
<i>Kazajstán</i>	Documental	3	116.000	3,6%
<i>National Geographic</i>	Documental	4	115.000	4,2%

Elaboración propia. Fuente: RTVA.

El final de esta segunda etapa de la historia de Canal 2 Andalucía, año 2004, coincidió con un momento muy positivo en cuanto a las audiencias que

¹¹ Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexos.

siguen en ascensos continuos y programas, como hemos visto, con cuotas de pantalla en torno al 10%. El proyecto estaba consolidado. Cristina Álvarez:

“Eso no lo dice nadie, pero yo te lo voy a decir. Era una televisión que no interesaba a los políticos porque en principio no tenía audiencia, no importaba. Y como era una televisión de la cual no se esperaba mucho, nos dejaron hacer y nos salió bien; incluso con unas audiencias espectaculares. Y yo creo que esas dos cosas fueron las que la hicieron crecer y triunfar. Porque nosotros íbamos por objetivos: yo vengo de la educación y nosotros programamos por objetivos. Los programas se aprobaban por trimestre. Vamos a hacer un programa sobre cine, por ejemplo, o sobre libros o sobre el tema que sea. O vamos a hacer un programa sobre gays y lesbianas (...). Yo creo que los programas eran muy andaluces y se identificaban con el público al que iban dirigido (...). Y ese tipo de cosas le interesaba a la gente porque había un público para eso. Conectamos con un público andaluz que no tenían nada de televisión para ellos. Hicimos una televisión para ellos que daba respuesta a sus inquietudes, a su manera de entretenerse, a sus inquietudes informativas, culturales, educativas: presentaba una Andalucía más moderna, más ecológica, valores nuevos que a lo mejor estaban por descubrir”¹².

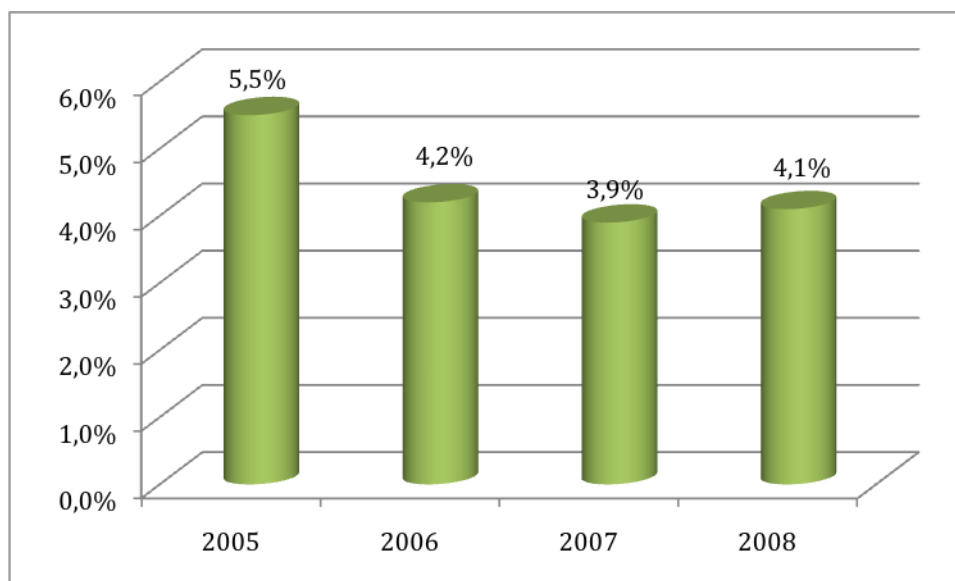
Una primera etapa caracterizada por el aumento en el número de espectadores anuales y por el predominio en los espacios culturales, documentales o películas. Asimismo fue destacable la presencia de los programas pensados para los niños, con más de medio millar de emisiones anuales de *La Banda* y con el extraordinario seguimiento de las series de dibujos animados japoneses reseñados. Poco a poco también destacar la aparición, en la clasificación de los programas más vistos, los destinados para un público juvenil con teleseries o espacios de entretenimiento netamente andaluces como *Sinceros* y *S.O.S. Estudiantes*.

¹² Entrevista Cristina Álvarez. Ver anexos.

4.1.2 La consolidación de sus públicos (2004-2008)

Con una parrilla asentada, unos programas muy definidos para cada tipo de público y las aportaciones del nuevo equipo de dirección, capitaneado por Marisa Doctor, en el periodo comprendido entre 2004 y 2008 se consiguieron mantener las audiencias elevadas que, de media, supusieron en estos cuatro años una cuota de pantalla del 4,4%, y que oscilaron entre el 5,5% del año 2005 y el 3,9% de 2007. El año 2005 fue en la historia de Canal 2 Andalucía el más importante en cuanto a las audiencias conseguidas. Se repitió el registro de 2004, revalidando su mejor resultado histórico y consiguiendo un importante hito: superar en Andalucía las audiencias de La 2, de TVE.

Gráfico 3. Cuota de pantalla (2005-2008)



Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA, SOFRES.

Tal y como observamos en la Tabla 13, en 2004 Canal 2 superó por primera a La 2 de TVE hecho, que fue consolidándose a lo largo del 2005 cuando la brecha entre ambos canales se amplió más de un 1,1% o en 2006 cuando el segundo canal autonómico sigue estando por encima, en cuanto al nivel de preferencia del público, con seis décimas de diferencia con respecto a la segunda cadena nacional. En apenas siete años de vida se consiguió consolidar sus audiencias. Marisa Doctor así lo recuerda:

“Hubo unas cuotas de audiencias increíbles sobre todo en la primavera del año 2005. Con ciertos programas llegamos a audiencias en un día de hasta el 14%, fue bestial. Tuvimos unas semanas con días en los que no bajamos en el *share* del 9%, 10%, 12%. (...) Aquí habíamos sobrepasado La 2 de TVE que se veía aquí en el territorio andaluz. Y también éramos líderes de toda la segundas cadenas en España por delante de la segunda cadenas de los catalanes de los vascos, de los gallegos.”¹³

Tabla 13. Comparativa de audiencias de Canal Sur 2 y La 2 de TVE (1998-2012)

Año	Canal Sur 2	La 2
1998*	1,1%	8,0%
1999	2,1%	7,3%
2000	3,5%	6,6%
2001	4,2%	6,4%
2002	4,6%	6,2%
2003	5,2%	5,5%
2004	5,5%	5,4%
2005	5,5%	4,4%
2006	4,2%	3,6%
2007	3,9%	3,9%
2008	4,1%	4,2%
2009	3,2%	3,6%
2010	1,9%	2,9%
2011	1,5%	2,3%
2012**	1,0%	2,1%

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA, SOFRES.

*Los datos de 1998 corresponden al periodo junio-diciembre.

** Los datos de 2012 corresponden al periodo enero-septiembre.

¹³ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

Los ciclos de cine, pensados para el público de mediana de edad volvieron a despertar el interés de los espectadores a que a lo largo de este periodo, aunque sobre todo a partir del año 2007. En los años 2005 y 2006 no fueron los programas destinados al público adulto los que tuvieron mayores índices de audiencia sino aquellos para públicos infantiles y juveniles. No obstante las películas y los documentales, que durante los 14 años de vida de este canal tuvieron siempre un importante respaldo por parte de los espectadores con emisiones constantes en las diferentes parrillas de programación, mantuvieron unas audiencias máximas por encima de los 100.000 espectadores por programa.

Tabla 14. Los diez programas más vistos. Año 2005

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Shin Chan</i>	Dibujos animados	425	313.000	15,4%
<i>El club de media noche</i>	Teleserie	65	242.000	10,7%
<i>Cosas de locos</i>	Dibujos animados	8	232.000	9,6%
<i>S.O.S. Estudiantes</i>	Teleserie	75	209.000	8,3%
<i>Cosas de casa</i>	Teleserie	7	204.000	8,6%
<i>Cuentos asombrosos</i>	Teleserie	25	198.000	8,2%
<i>Pesadillas</i>	Teleserie	73	182.000	10,9%
<i>El reino de la luz</i>	Documental	6	178.000	7,3%
<i>Gol a gol</i>	Deportes	43	166.000	5,8%
<i>Andalucía estreno</i>	Cine	13	141.000	4,7%

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA.

Así lo podemos comprobar entre los espacios más vistos de 2005, con la serie documental *El reino de la luz* o con el ciclo de cine *Andalucía estreno*. De nuevo la programación infantil y las teleseries tanto de origen andaluz

como extranjeras fueron las que coparon las clasificaciones de los programas más vistos.

La serie japonesa de dibujos animados, *Shin Chan*, siguió ocupando el primer lugar entre los espacios más vistos en este periodo. Así, en 2005 se emitieron 425 programas con una audiencia media de 313.000 espectadores y unas abultadas cuotas de pantalla del 15,4%: más del triple de la media de la cadena en este año: ningún programa en la historia de esta segunda cadena autonómica alcanzó cifras tan altas. Además también fue muy destacable el caso de otra serie japonesa de dibujos animados *Doraemon, gato cósmico* que ocupó el primer lugar en la clasificación de programas más vistos de Canal 2 Andalucía en 2006, con una cuota de pantalla del 8,9% y una audiencia media de 218.000 espectadores.

En estos años encontramos entre los diez programas con más audiencia otra serie japonesa de dibujos animados, *Cosas de Locos*¹⁴: en 2005 ocupó la tercera posición de esta clasificación con 232.000 espectadores y durante 2006 se situó en la cuarta plaza con 150.000 espectadores diarios. También es de señalar el caso de *Detective Conan*¹⁵, segundo programa en el ranking de 2006 con casi 160.000 espectadores diarios o el caso de *Kochikame*¹⁶ que ese mismo año se situó en tercer lugar en cuanto a la preferencias de los espectadores, ocupando en el 2007 la sexta plaza y en 2008 la undécima, con una media de espectadores por emisión de 140.000 televidentes.

En cuanto a producción propia, *La Banda*, siguió contando con una presencia muy significativa en las parrillas de programación del segundo canal. No obstante, en el año 2005 aún se encontraba entre los 20 programas más vistos en sus distintas presentaciones: *La Banda (L-V sobremesa)* con

¹⁴ *Cosas de Locos* es una serie japonesa de dibujos animados que retrata el día a día de la familia Tontobón, compuesta por un padre y un hijo, objetos de burlas de todo el vecindario, una madre comprensiva y el hijo pequeño Hajime que resulta ser un genio. Fue estrenada el 19 de diciembre de 2005. (RTVA: 2006, 86).

¹⁵ *Detective Conan*, dibujos animados japoneses que narra la vida del detective Shinichi Kudo, envenenado por unos hombres de negro y que, en vez de fallecer, se convierte en un niño de siete años.

¹⁶ *Kochikame*: serie japonesa de dibujos animados que trata de las historias que surgen a diario en una Comisaría de policía, ubicada en el Parque de Kameari.

135.000 espectadores diarios ocupó la posición número once del ranking; *La Banda de verano* con 114.000 (17º en el ranking) y *La Banda (s-d)* con 100.000 (21º). En los años 2006 y 2007 aún situó a nueve de sus emisiones entre los 25 programas más vistos de la cadena, pero ya en el año 2008 tan solo concitaba una audiencia diaria de 60.000 espectadores. Fue, además, de los pocos programas entre los más vistos cada año, cuya hora de emisión estaba fuera del *prime time* y con emisiones o bien en la mañana, o bien entre las 13:00 y las 14:00 horas. En este periodo aparecen varios espacios para el público adolescente-juvenil entre los más vistos. La teleserie *El club de medianoche*¹⁷, tuvo unas audiencias elevadas. Al igual que *Detective Conan*.

Tabla 15. Los diez programas más vistos. Año 2006

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Doraemon</i>	Dibujos animados	88	218.000	8,9%
<i>Detective Conan</i>	Teleserie	61	159.000	7,1%
<i>Kochikame</i>	Dibujos animados	12	154.000	5,8%
<i>Cosas de locos</i>	Dibujos animados	249	151.000	7,7%
<i>Andalucía estreno</i>	Cine	13	147.000	4,7%
<i>Instintos para matar</i>	Documental	73	138.000	5,3%
<i>La Guerra Civil en Andalucía</i>	Documental	73	132.000	4,7%
<i>S.O.S. Estudiantes</i>	Teleserie	73	127.000	4,9%
<i>Gol a gol</i>	Deportes	41	122.000	4,2%
<i>Cuentos asombrosos</i>	Teleserie	21	120.000	4,9%

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA.

¹⁷ *El club de la medianoche*, adaptó las historias de terror de R. L. Stile, con temáticas variadas: un mando a distancia que podía rebobinar nuestras vidas, una gelatina hecha con sangre de monstruo, un muñeco que cobra vida o una casa maldita fueron algunos de los temas que pudieron verse en las más de 60 capítulos emitidos (RTVA: 2007, 65).

Destacar, de entre los programas más visto, a la teleserie estadounidense *Cosas de casa*, recordada por uno de sus protagonistas, Steve Urkel, se situó en el 2005 como la quinta en el ranking de los más vistos de la cadena con más de 200.000 espectadores de media y una cuota de pantalla del 8,6%. Y también para este público sobresalió *Xena: la princesa guerrera*¹⁸, que tanto en 2007 como en 2008 congregó a 168.000 y 124.000 espectadores por temporadas con un *share* del 7,4% y del 7,2% respectivamente.

Otro de los espacios más destacados en este periodo fue *S.O.S. Estudiantes*, una teleserie de producción propia de la RTVA, realizada por guionistas y actores andaluces en su mayoría y que estuvo durante este periodo como una de las opciones preferidas, ocupando el cuarto lugar en el ranking de los más vistos en el año 2005 (209.000 espectadores de media, *share* del 8,3%), octava en el año 2006 (127.000 espectadores, 4,9% audiencia). En 2007 y 2008 siguió apareciendo como uno de los 20 programas más vistos, con más de 100.000 espectadores por emisión y cuota de pantalla por encima del 4,3%. Marisa Doctor, recuerda este periodo como el de más audiencias de toda su historia:

“Cuando yo llego hay varios programas que despuntan muchísimo y que nos hacía ser una cadena diferente. Tenía algunos programas muy buenos con un público infantil y juvenil muy establecido. En este periodo nace por ejemplo *Andaluces por el mundo* ese programa le dio mucho caché a la cadena, barrió en cuanto audiencia. También fomentamos muchísimo los programas musicales. (...) así creamos *Fiesta TV*, una franja por la tarde que iba con contenido dedicado a los jóvenes”¹⁹.

También para la población juvenil continuaron programas como *La estación*, *La noche se mueve* o *Intermúsica* espacios dedicados a mostrar la

¹⁸ *Xena: La princesa guerrera*, serie de televisión de culto de 1995, surgida a partir de un personaje secundario de la primera temporada de *Hércules los viajes legendarios*. La línea argumental de esta serie norteamericana cuenta las aventuras de la guerrera Xena, que tras varios años como temible señora de la guerra consigue redimirse de su pasado gracias al héroe Hércules.

¹⁹ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

actualidad musical a los que se les unieron otros de contenido cultural y divulgativo como *Matrícula y Planta baja* (RTVA: 2005, 57-62). El objetivo de programar espacios de contenido musical, de humor, e incluso las teleseries era consolidar a un público joven, que ya conocía la cadena gracias a programas infantiles con enormes audiencias como *La Banda*, *Doraemon* o *Shin Chan*. En palabras de Marisa Doctor “Nosotros íbamos ampliando la programación juvenil porque no queríamos perder ese medio millón de niños de *El Club de La Banda*, que ya sabían que tenían su televisión en nosotros que era Canal 2 Andalucía y estaban ahí. Ese medio millón que iba creciendo y creciendo no lo queríamos perder”²⁰.

Tabla 16. Los 10 programas más vistos. Año 2007

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Colga2 con Manu</i>	Entretenimiento	5	202.000	5,8%
<i>Ciclo James Bond</i>	Cine	12	200.000	6,1%
<i>Cifras y letras</i>	Entretenimiento	67	193.000	6,4%
<i>Xena, princesa guerrera</i>	Teleserie	37	186.000	6,0%
<i>Kochikame</i>	Dibujos animados	56	168.000	7,4%
<i>Héroes</i>	Teleserie	182	142.000	6,6%
<i>Andaluces por el mundo</i>	Entretenimiento, cultural	19	133.000	4,7%
<i>Lances</i>	Medioambiente	29	130.000	5,2%
<i>Bo bo bo</i>	Dibujos animados	58	120.000	4,9%
<i>Gol a gol</i>	Deportivo	28	112.000	3,8%

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA.

En este 2007 destacamos otros programas para el público adulto, que tras varios años en los que destacaron los espacios infantiles, vuelven a

²⁰ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

aparecer aquellos destinados a estos públicos. Una de las novedades fue el programa de humor presentado por Manu Sánchez, *Colga2 con Manu*, un espacio que con entrevistas, monólogos y gags gozó del respaldo de la audiencia: fue el programa más visto del canal, con una media de 202.000 telespectadores por emisión; y en 2008 ocupó la sexta plaza en el ranking de los más vistos, con una audiencia media de 178.000 por programa.

Igualmente *Cifras y letras* que, tras su llegada en 2007 a esta cadena, se consolidó como otros de los espacios más vistos cada año, o el caso del cine con diversos ciclos que suscitaron cuotas de pantalla significativas: *Ciclo de James Bond* tuvo, en 2007, 200.000 espectadores de media; o en 2008 cuando cinco de los diez programas más vistos correspondieron a ciclos de cine dedicados a James Bond (247.000 espectadores de media por película), Cary Grant (208.000 espectadores), Marilyn Monroe Billy Wilder y Francis Ford Coppola (por encima de los 150.000 por film. La directora del Canal 2, Marisa Doctor, lo explica:

“Recuperamos a este público, lo consolidamos. Tuvimos una programación muy particular y muy definida pensando exclusivamente en ellos. Ya teníamos el cine sin cortes publicitarios pero lo que hicimos fue dar un cine de calidad, potenciar muchos ciclos de cine. Y otra cosa también que gustaba mucho a este grupo de personas de un nivel cultural medio superior, de 25 a 44 años eran los documentales de calidad. Así emitimos buenos documentales: por ejemplo se cumplía los setenta años de la guerra civil española e hicimos una serie sobre esta temática que además fue muy premiada”²¹.

En 2008 el gran protagonista de las audiencias fue *Andaluces por el mundo*, un espacio que a pesar de haber iniciado su emisiones en diciembre de 2006, fue a partir de ese año (y durante tres años consecutivos) el programas más visto del segundo canal autonómico andaluz. En una etapa en la que las cadenas comenzaban a perder de forma constante audiencias, este programa, con una media superior a los 200.000 espectadores por

²¹ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

programa, permitió mantener unas altas cuotas de pantallas en Canal 2. Un año también en el que desaparecen, de entre los diez programas más vistos, aquellos destinados al público infantil. Este público dejaba de ver este canal atraído por la multitud de ofertas televisivas temáticas. Si desde 1998 entre los diez espacios más visto del año siempre hubo al menos dos espacios dedicados a este *target* (a veces fueron seis), en 2008 no apareció ninguno. Ni *La Banda*, ni ninguna serie de dibujos animados logró atraer la atención de los niños andaluces. En cuanto a las audiencias de los documentales debemos destacar los casos de *Planeta azul* y *National Geographic* con una media de 130.000 espectadores por programa (año 2005); *La guerra civil en España* y *National Geographic* con 120.000 espectadores de media o *Cuerpo Humano* y *Vida salvaje*, más de 70.000 (2006); *National Geographic* y *Planeta azul*, con más de 100.000 seguidores de media (2007) y *Mundo perdido* o *La guerra de independencia* en Andalucía, por encima de los 130.000 televidentes (2008).

Tabla 17. Los 10 programas más vistos. Año 2008

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Andaluces por el mundo</i>	Entretenimiento, cultural	34	247.000	7,3%
<i>Cifras y letras</i>	Entretenimiento	10	246.000	8,7%
<i>Ciclo James Bond</i>	Cine	10	246.000	8,6%
<i>Ciclo Gary Grant</i>	Cine	10	208.000	5,9%
<i>Encuentros peligrosos</i>	Documental	5	192.000	8,2%
<i>Colga2 con Manu</i>	Entretenimiento	47	178.000	5,6%
<i>Ciclo Marilyn Monroe</i>	Cine	10	171.000	5,1%
<i>Ciclo Billy Wilder</i>	Cine	9	171.000	5,3%
<i>El mundo perdido</i>	Documental	67	162.000	7,3%
<i>Ciclo Francis F. Coppola</i>	Cine	4	151.000	4,4%

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA.

Por otra parte, y si realizamos una comparación entre las segundas cadenas autonómicas, en esta etapa la andaluza se situó líder de este ranking. Así en 2005 por ejemplo tuvo más audiencia que la catalana K33 (con un 5,3%), la vasca ETB-1 (5,0%) o la valenciana Punt2 (2,4%). No obstante en estos años se comenzó a vislumbrar el descenso de los espectadores en todos los canales generalistas que van disminuyendo de forma paulatina y constante en seguidores y su cuota de pantalla.

Tabla 18. Evolución de la cuota de pantalla de las cadenas de televisión en Andalucía (2004-2008)

Año	Canal Sur TV	Canal Sur 2	TVE 1	La 2	A3	Canal+ Cuatro	Tele 5	La Sexta	Resto
2004	19,2	5,5	18,2	5,4	20,7	1,6	20,2	-	9,2
2005	20,2	5,5	16,5	4,4	21,6	0,7	19,5	-	11,7
2006	17,5	4,2	15,5	3,6	19,7	5,0	19,5	1,6	13,3
2007	16,9	3,9	14,6	3,9	17,4	6,6	19,4	3,5	13,6
2008	16,8	4,1	14,4	4,2	16,8	8	16,5	5,1	14,1

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA, SOFRES.

Si en 2004 Canal Sur Televisión contaba con una cuota de pantalla del 19,2%, cuatro años más tarde fue del 16,8%. Descenso parecidos en el resto de las cadenas que en este periodo pierden en torno al 30-40% de sus espectadores: la TVE-1 pasó del 18,2% al 14,4%; Antena 3 del 20,7% al 16,8%; Telecinco del 20,2% al 16,5%. Canal Sur 2 no fue una excepción y pasó del 5,5% en 2004 al 4,1 en 2008. Una caída en espectadores que se acentuaría a partir del siguiente año.

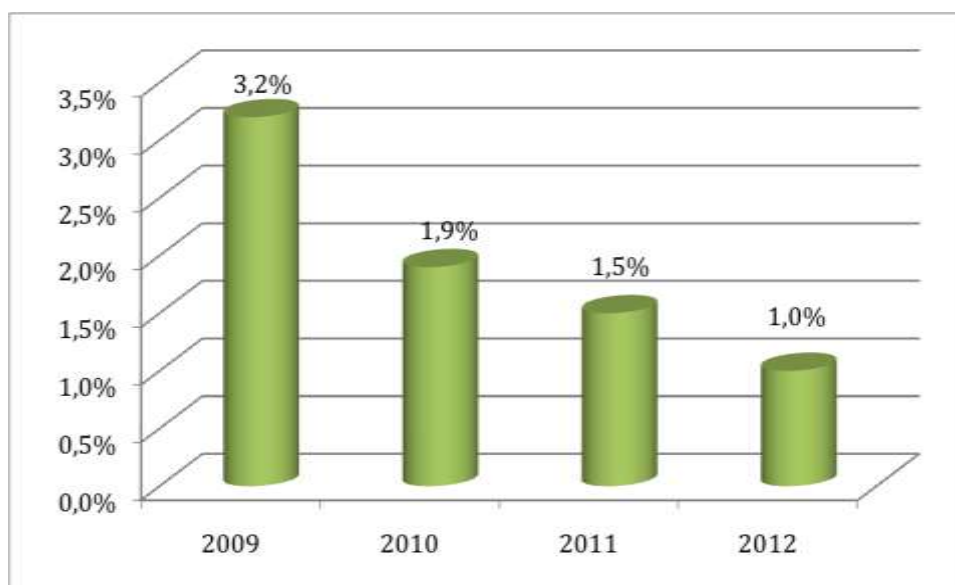
4.1.3 La llegada de la TDT: el desplome de las audiencias (2009-2012)

La consolidación durante el año 2007 en Andalucía de los nuevos canales de televisión analógicos en abierto, Cuatro y La Sexta, unida a la irrupción de la

TDT, la proliferación de las ofertas televisivas y el posterior apagón analógico a finales del año 2010 fueron algunos de los factores determinantes para entender el descenso en el número de espectadores que todas las televisiones comenzaron a notar de forma clara desde el año 2008-2009.

En el caso que nos ocupa fue muy notable esta merma en el número de telespectadores. Canal Sur 2, ya con su nueva denominación, pasó del 3,2% del *share* del año 2009 a casi la mitad en 2010 y poco más del 1% cuando se decidió cerrar la programación propia de este canal en 2012. No fue éste un fenómeno único del segundo canal de la RTVA, puesto que analizando los datos de audiencias de las cadenas existentes se trató de un hecho que se convirtió en tendencia entre las televisiones autonómicas de todo el país²².

Gráfico 4. Cuota de pantalla (2009-2012)



Elaboración propia. Fuentes Memorias RTVA.

²² En 2011, el único segundo canal autonómico por encima del 2% del *share* fue el vasco ETB-1. Canal 33 de Cataluña y Canal Sur 2, con el 1,5%, o el segundo canal de la televisión canaria, con el 1% fueron los siguientes en el ranking. Siete canales más lograron, como máximo, audiencias en ese año del 0,9%. En 2012 ETB-1 marcó un 2,1% del *share*. Los canales catalanes 3/24, 33 y Super33 entre el 1,3 y el 1,1% y Canal Sur 2, el 1%. Otros siete segundos canales autonómicos oscilaban entre el 0,9% de La Otra, de Telemadrid, y el 0,3% de la valenciana Nou24 (RTVA: 2013, 34).

La paulatina desaparición entre los programas más vistos de aquellos destinados al público infantil marcó la tendencia en esta etapa. Aun así durante el año 2009 todavía con unos niveles audiencia importantes (3,2%), varios espacios eminentemente infantiles siguen estado presentes en las preferencias de los telespectadores. *Las aventuras de Simbad*, *Kung Fu*, *Kochikame* o *La Banda de verano* aparecen entre los 20 programas más vistos de ese año. Los tres primeros espacios reúnen entre 110.000 y 177.000 espectadores por emisión. No obstante en el siguiente trienio (y analizando los 25 programas más vistos de cada uno de esos años) no apareció ni un solo programa pensado para el público infantil. Si desde Canal Sur 2 la apuesta por la programación infantil había sido una de sus señas de identidad, a partir de 2009 el público infantil andaluz cambió sus preferencias a otros canales.

Tabla 19. Los 10 programas más vistos. Año 2009

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Andaluces por el mundo</i>	Entretenimiento, cultural	83	216.000	7,0%
<i>Colga2 con Manu</i>	Entretenimiento	24	184.000	5,9%
<i>Ciclo Francis F. Coppola</i>	Cine	3	182.000	5,2%
<i>Las aventuras de Simbad</i>	Teleserie	43	177.000	7,2%
<i>Cifras y letras</i>	Entretenimiento	296	161.000	6,0%
<i>Kung Fu</i>	Teleserie	25	143.000	6,8%
<i>Ciclo Cine Español</i>	Cine	15	142.000	4,2%
<i>Animales en familia</i>	Entretenimiento, divulgativo	39	137.000	4,1%
<i>Traveler</i>	Teleserie	6	134.000	3,8%
<i>Lances</i>	Medioambiente	27	124.000	4,2%

Elaboración propia. Fuentes Memorias RTVA.

Incluso *La Banda*, presente en todos los ranking de audiencias desde el principio de este canal, desapareció totalmente entre las preferencias de los espectadores. El buque insignia del segundo canal autonómico andaluz dejó de interesar a su público objetivo a pesar de que, al menos hasta el año 2010, seguía teniendo el mismo peso en la parrilla de programación, con más de 40 horas semanales a dedicadas a este espacio. Tan solo reduciría sus horas de presencia en antena los dos últimos años de emisiones de este canal. En el año 2010 Clan TV logró congregarse al 3,4% de la audiencia, Disney Chanel obtenía el 2,2% de preferencia entre los niños andaluces o Neox²³ el 2,4%. Datos que se acentuaron en 2011 cuando Clan TV logró el 3,6% del *share*, Neox el 3% o Disney Chanel el 1,5%.

Tabla 20. Los 10 programas más vistos. Año 2010

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Andaluces por el mundo</i>	Entretenimiento, cultural	16	201.000	5,5%
<i>Ciclo noche de misterio</i>	Cine	4	149.000	5,3%
<i>Lances</i>	Medioambiente	38	130.000	4,4%
<i>Taxi</i>	Entretenimiento	274	127.000	4,4%
<i>La semana más larga</i>	Entretenimiento	35	121.000	3,6%
<i>Cifras y letras</i>	Entretenimiento	289	104.000	3,9%
<i>Animales en familia</i>	Entretenimiento, divulgativo	41	99.000	2,9%
<i>Cine clásico</i>	Cine	5	94.000	2,8%
<i>Fútbol: Liga española</i>	Fútbol	29	89.000	4,2%
<i>La pesca</i>	Medioambiente	13	84.000	4,2%

Elaboración propia. Fuentes Memorias RTVA.

²³ Neox comenzó sus emisiones regulares el 30 de noviembre de 2005 bajo la denominación Antena.Neox: en agosto de 2010 es cambiado el nombre por el que tiene en la actualidad. Su programación, originalmente estaba pensada para un público infantil (de 7 a 13 años) aunque hoy día está más diseñada para adolescentes y jóvenes de entre 13 y 22 años. Consultado el 10-12-2013: www.neox.atremedia.com

Para tratar de conseguir mantener público, desde la nueva dirección, encabezaba por Pablo Carrasco, se apostó por otro tipo de programas, más de corte generalista y de entretenimiento, que tratasen de contrarrestar la fragmentación de los públicos en las más de treinta ofertas televisivas que a lo largo de este periodo recibieron los hogares de Andalucía. *Andaluces por el mundo* en 2009 (7% de *share*, 216.000 espectadores de media) y en 2010 (5,5% del *share*, 201.000 espectadores), el concurso *Taxi* en 2011 (4,2% y 121.000 espectadores de media) y el *Carnaval de Cádiz* en 2012 (7,2% de audiencia, 209.000 televidentes) fueron los espacios más vistos en este periodo.

Si en el año 2008, los 25 programas más vistos del segundo canal superaban los 100.000 espectadores de media y una cuota de pantalla de entre el 8,7% y el 3,9% del *share*, cuatro años después, en 2012, y con la salvedad hecha de los *Carnavales de Cádiz*, las audiencias de los 25 espacios más vistos oscilaban entre el 3,5% y el 0,9% con un modesto número de espectadores entre 30.000 y 121.000. Así en 2009 hubo una quincena de espacios que superaron los 100.000 telespectadores en Canal Sur 2, en 2010 fueron sólo seis, tres el año siguiente y sólo dos en su último año de emisión. En 2012, y si tenemos en cuenta que los *Carnavales de Cádiz* se emitían de forma habitual en Canal Sur Televisión y no en el segundo canal autonómico (hecho así, posiblemente, para elevar las audiencias medias del canal) tan solo *La semana más larga*, del humorista Manu Sánchez, lograba con el 3,5% del *share* congrega a 121.000 espectadores de media.

Significativo fue también en este periodo la desaparición en la clasificación de programas más vistos de los espacios pensados exclusivamente para el público adolescente-juvenil. Así tan solo aparecían entre los programas más vistos de 2009 *Cazatesoros* (puesto 20 del ranking) o *S.O.S. Estudiantes* (22º)²⁴. Hubo algunos programas que por no estar centrado

²⁴ *Cazatesoros*, serie de aventuras estadounidense, protagonizada por una profesora de historia poco convencional que vive multitud de aventuras para encontrar reliquias de la antigüedad. Canal Sur 2 ofreció 22 capítulos de la serie que fue estrenada el 3 de febrero de 2009 (Sala de prensa RTVA).

en un público específico si congregaron espectadores de todas las edades. Estaríamos hablando de espacio como *Cifras y letras*, *Taxi*, *La semana más larga*, *Animales en familia*, deportivos como *Gol a gol*, *Fútbol: liga española (2ºDiv)*, *Baloncesto: Euroliga-ACB*, *Tododeporte*, etcétera.

Tabla 21. Los 10 programas más vistos. Año 2011

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Taxi</i>	Entretenimiento	244	121.000	4,2%
<i>La semana más larga</i>	Entretenimiento	52	118.000	3,7%
<i>Cifras y letras</i>	Entretenimiento	238	101.000	4,1%
<i>Desiertos de la tierra</i>	Documental	6	96.000	2,6%
<i>Ciclo Alfred Hitchcock</i>	Cine	4	93.000	2,6%
<i>Lances</i>	Medioambiente	34	92.000	3,1%
<i>Los habitantes del mar</i>	Entretenimiento, divulgativo	13	90.000	2,5%
<i>Fútbol: Liga española</i>	Deporte	29	88.000	3,8%
<i>El loco soy yo</i>	Cultural, entretenimiento	15	87.000	2,5%
<i>Fútbol: Liga 2ª división</i>	Deporte	5	84.000	3,7%

Elaboración propia. Fuentes Memorias RTVA.

También fue destacable fue la respuesta del público en lo referente a ciclos de cine. Así en que en 2009 sobresalían las audiencias de los films de *Francis Ford Coppola* (182.000 espectadores de media) o el *Ciclo de cine español* (142.000). En el año 2010 destacaron *Cine clásico*, con 94.000 espectadores y el *Ciclo de cine andaluz* con 73.000. En este ciclo Canal Sur 2 apostó por el cine propio mediante un programa que englobó a 15 largometrajes en las que participó La RTVA. El objetivo de esta muestra fue promocionar y difundir

las películas realizadas durante la primera década del siglo XXI en Andalucía o que contaron con la participación destacada de profesionales andaluces. Hubo cintas de directores como Chiqui Carabante, Antonio Cuadri o Manuel Martín Cuenca, y de actores como Juan Diego, Antonio de la Torre o Julián Villagrán.

Tabla 22. Los 10 programas más vistos. Año 2012

Programas	Tipología	Emisiones anuales	Audiencia	Cuota de pantalla
<i>Carnaval de Cádiz</i>	Entretenimiento	10	209.000	7,2%
<i>La semana más larga</i>	Entretenimiento	23	121.000	3,5%
<i>El loco soy yo</i>	Cultural, entretenimiento	22	93.000	2,6%
<i>Gol a gol</i>	Deporte	28	86.000	2,7%
<i>Taxi</i>	Entretenimiento	174	83.000	3,0%
<i>Cifras y letras</i>	Entretenimiento	167	76.000	3,3%
<i>Animales en familia</i>	Entretenimiento, divulgativo	25	69.000	1,9%
<i>Lances</i>	Medioambiente	23	67.000	2,3%
<i>National Geographic</i>	Documental	5	64.000	2,0%
<i>Los habitantes del mar</i>	Entretenimiento, divulgativo	15	60.000	2,1%

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA.

Buena respuesta tuvo también los documentales que aparece en este periodo entre los espacios más vistos. Resaltamos los realizados por de *Nacional Geographic* o los temáticos como *Exploración planeta* (2009, 2010) *El mundo submarino* (2010) *Desiertos en la tierra* (2011), *Los animales más peligrosos* (2012) o *Vida salvaje* (2012).

En lo referente a los programas más vistos en los 14 años de Canal Sur 2 hemos de destacar que fueron una quincena los programas que pasaron, de media, los 200.000 espectadores por emisión.

La conversión de un canal con perfil para públicos adulto e infantil-juvenil se transformó en una oferta generalista secundaria, con un perfil desdibujado ya que funcionaría como plataforma de pruebas de programas, que luego saltarían a la pantalla del primer canal. Con ello se se resintió la propia marca del segundo canal.

Tabla 23. Los 15 programas más vistos en la historia de Canal Sur 2

Programas	Tipología	Audiencia	Año de emisión	Origen
<i>Shin Chan</i>	Dibujos animados	326.000	2004	Japón
<i>Shin Chan</i>	Dibujos animados	313.000	2005	Japón
<i>S.O.S. Estudiantes</i>	Teleserie	268.000	2004	Andalucía
<i>Andaluces por el mundo</i>	Entretenimiento, cultural	247.000	2008	Andalucía
<i>Cifras y letras</i>	Entretenimiento	246.000	2008	Nacional
<i>Shin Chan</i>	Dibujos animados	246.000	2003	Japón
<i>Ciclo James Bond</i>	Cine	246.000	2008	EEUU
<i>Cosas de locos</i>	Dibujos animados	232.000	2005	Japón
<i>Doraemon</i>	Dibujos animados	218.000	2006	Japón
<i>Andaluces por el mundo</i>	Entretenimiento, cultural	216.000	2009	Andalucía
<i>La tierra del tigre</i>	Documental	212.000	2003	EEUU
<i>Ciclo Gary Grant</i>	Cine	208.000	2008	EEUU
<i>S.O.S. Estudiantes</i>	Teleserie	209.000	2005	Andalucía
<i>Carnaval de Cádiz</i>	Entretenimiento	209.000	2012	Andalucía
<i>Cosas de casa</i>	Teleserie	204.000	2005	EEUU

Elaboración propia. Fuentes: Memorias RTVA, Kantar Media.

Así, tal y como vemos en la Tabla 23 el periodo 2003-2008 se concentraron los programas más visto de la historia de Canal Sur 2, años que

correspondieron con sus cuotas de pantallas más elevadas. En cuanto a los programas más vistos hay que destacar los infantiles que coparon las dos primeras plazas de esta clasificación (*Shin Chan*) encontrándose hasta un total de cinco espacios entre los diez primeros (*Doraemon*, *Shin Chan* y *Cosas de locos*). Asimismo fueron los espacios de entretenimiento otros de los más seguidos por el público andaluz, destacando por encima del resto la producción andaluza *S.O.S. Estudiantes* que aparece entre los diez espacios más vistos, ocupando el tercer lugar en esta clasificación con casi 270.000 espectadores semanales en 2004 y repitiendo cifras también muy elevadas en 2005, con casi 210.000 televidentes por emisión.

El éxito cosechado por el espacio *Andaluces por el mundo* fue también muy significativo. Este programa fue el de máxima audiencias durante tres años consecutivos (de 2008 a 2010) encontrándose dos de sus emisiones en el ranking de los diez espacios más vistos en la historia de Canal Sur 2. Otras de las grandes categorías que podemos encontrar entre los más vistos, fue la programación pensada para un público adulto (cine y documentales).

Por nacionalidad destacaron los dibujos animados japoneses, las películas y documentales de EE.UU. y las series de producción andaluza de entretenimiento (como *S.O.S. Estudiantes*, *Andaluces por el mundo*, *Colga2 con Manu* o la retransmisión de los *Carnavales de Cádiz*).

4.2 La evolución de la programación: una televisión diferente para públicos diferentes

Desde el 28 de febrero de 1989 Andalucía disponía de su propia cadena autonómica de televisión, Canal Sur Televisión, gracias a la Ley del Tercer Canal (1983) que permitía a las comunidades autónomas crear sus propios entes audiovisuales. Fueron unos años de crecimiento en cuanto al número de ofertas televisivas ya que si hasta entonces era tan solo posible sintonizar en Andalucía TVE-1 y La 2, en los primeros meses del año 1990 comenzaron

también las emisiones de los primeros canales privados de ámbito nacional: Antena 3 (25 de enero de 1990), Tele 5 (3 de marzo de 1990) y la televisión de pago Canal + (8 de junio de 1990).

Cubierta la oferta audiovisual para una parte de la población andaluza y emulando lo que ya habían hecho o estaban haciendo otros entes autonómicos en España, la RTVA decidió poner en marcha en 1998 un segundo canal televisivo de ámbito andaluz, que complementase lo ofrecido por Canal Sur Televisión. Canal 2 Andalucía comenzó ofreciendo una programación dirigida a la audiencia infantil-juvenil y a la población adulta con un mayor nivel económico, social o cultural y que mayormente residía en los grandes núcleos urbanos de población.

Este nuevo canal nacía con la intención de atender a una población cercana a los 3,3 millones de andaluces, mayores de cuatro años que hasta la fecha no se sentían reflejados por ninguna de las ofertas televisivas existentes²⁵.

Para ello se diseñó una parrilla de programación configurada por cinco grandes bloques temáticos: espacios de contenido cultural, programas infantiles y juveniles, cine sin cortes publicitarios, documentales y deportes. Así la RTVA justificaba la existencia de este ente autonómico en su apuesta por la vertebración social, cultural y política de Andalucía gracias a sus servicios informativos y a programas como *Andalucía Directo* que permitía conocer las realidades culturales, sociales o festivas de la comunidad. Y se destacaba el papel que el segundo canal autonómico cumpliría para mostrar otra imagen de esta tierra, en la que se incluyese una Andalucía ecológica, culta, igualitaria, emprendedora o creativa:

“Ha sido decisivo para la consolidación y definición de Canal 2 Andalucía como una cadena de televisión propia, con una imagen perfectamente identificable y, sobre todo, con una oferta radicalmente diferente a las demás existentes en el ámbito andaluz. Para este canal,

²⁵ *El País*, 06-06-1998.

Andalucía ha sido siempre el territorio de referencia, y el objetivo fundamental ha ido encaminado a reforzar la imagen de esta cadena como la de una televisión alternativa, referente de los jóvenes andaluces y de los amantes del cine. Pero sobre todo, ha querido ser la cadena para todos los que buscan una televisión no sujeta a los rigores de la audiencia, preocupada por tanto por la calidad y por el servicio público” (RTVA: 2004, 60).

Unos meses antes del inicio de las emisiones, en febrero de 1998, Eduardo Abellán, director general de la RTVA, nombraba a José Antonio Gurriarán director de Canal 2 Andalucía. Este definía lo que esperaba de este nuevo proyecto, un modelo propio, con programación definida y autónoma de Canal Sur Televisión: “Lo que no quiero es que entre en Canal 2 lo que no entra en el uno. No quiero que sea el recoge basuras de la uno, quiero que tenga su personalidad. (...) Hay gente que quiere otra forma de contar las cosas y que les cuenten otras cosas que también les preocupan”²⁶. Una programación que completase la ofrecida por Canal Sur Televisión, con una línea clara en cuanto a su programación: donde quedasen recogidas manifestaciones culturales y sociales más modernas:

“No queremos recrearnos en las expresiones identitarias más conservadoras, pero sí lograr, por respeto a todos los públicos, una convivencia pacífica y armónica en la radio y televisión públicas entre nuestras tradiciones y la Andalucía moderna que se proyecta al futuro: la Andalucía de las vanguardias culturales (plásticas, escénicas, musicales, literarias,...), de las iniciativas en la Sociedad de la información y el Conocimiento, la Andalucía de las ideas. Dicho de otra manera, creemos que, para cumplir su misión de servicio público, es posible la convivencia, en la oferta audiovisual de la RTVA, de la Semana Santa, las Ferias, las romerías y la copla... con los parques tecnológicos, los emprendedores andaluces que han aprovechado las nuevas tecnologías e Internet, los grupos de investigación de las Universidades andaluzas” (RTVA: 2004, 11).

En junio de 1998 se hizo realidad y, de forma paulatina, comenzó a llegar Canal 2 Andalucía a las capitales de provincia de la comunidad.

²⁶ *El País*, 08-09-1998.

4.2.1 Primera etapa. Un nuevo concepto de televisión cultural centrado en Andalucía

Canal 2 Andalucía comenzó sus emisiones el 5 de junio de 1998 y con un protagonista principal: Federico García Lorca. Aprovechando el centenario de su muerte se había elegido esa fecha para iniciar las emisiones, con una programación destinada a su figura. Las primeras horas de vida del nuevo canal, desde las cinco de la tarde a las diez de la noche, estuvieron marcadas por la proyección de varios trabajos dedicados al poeta: *Granada paraíso cerrado*, *Federico cumple cien años*, *Viajes por los remotos países de la pena*, *Hombres que parece Lorca*, etcétera²⁷. A las diez de esa noche se celebró la gala de presentación de este nuevo canal en su pueblo natal, Fuentevaqueros, retransmitida en directo y presentada por Aurora Bautista, Juan Diego, Juan Echanove y Ana Belén.

La primera parrilla de programación, para el verano y el otoño de 1998, cubrió nueve horas en antena y comenzó a esbozar las líneas maestras de lo que sería el segundo canal autonómico. Así, durante los primeros meses, ya aparecen reflejados los tres tipos de públicos para el iba dirigido el canal: el público adulto interesado por la programación cultural, los niños y los jóvenes.

En esta primera parrilla, durante los días de diario, las emisiones se iniciaban a las cuatro de la tarde y concluían a la una de la madrugada. Así la primera hora y media estaba dedicada al público infantil, con dibujos animados como *Los picapiedra*, o la serie infantil *Taller de trapos*, un espacio realizado con marionetas para el público más pequeño²⁸. A continuación se proyectaban documentales (como *Pobladores del planeta* o *Del natural*), teleseries juveniles (*Cinco en familia* o *Loco por ti*) y *Fórmula uno*, un programa musical destinado también al público joven.

²⁷ *Abc*, 05-6-1998.

²⁸ *Taller de trapos* fue el segundo programa de la compañía Factoría de trapos: tras *La isla de flora*, emitido en Canal Sur Televisión. Esta compañía confeccionaba los muñecos, construía los decorados y contaba historias a partir de los personajes creados.

En la noche era el tiempo de la actualidad: *TodoDeporte*, con un duración de una hora, centraba sus informaciones en deportes no mayoritarios (rugby, balonmano, tenis de mesa, voleibol, deportes de aventura) y *Telenoticias*, el espacio informativo diario. Además todas las noches, a partir de las 23:00 horas, se programaba una película. Los fines de semana, y motivado por las retransmisiones deportivas, las emisiones comenzaban a las 14:00 horas, completando 13 horas interrumpidas, hasta a la 01:00 horas.

Durante el propio verano de 1998 la parrilla de programación va conformándose. Con tres tipos de programas: los que ya funcionaban en Canal Sur Televisión y paulatinamente se fueron incorporando a la segunda cadena; los nuevos programas de producción propia o bien los realizados por productoras externas y un tercer grupo compuesto por películas o documentales, algunos adquiridos *ex profeso* para Canal Sur 2, y en otras ocasiones pertenecían a la RTVA y habían sido ya emitidos con anterioridad. El director de este canal, José Antonio Gurriarán lo recuerda:

“Se trataba temas culturales, institucionales incluso como el Parlamento y cualquier programa que tuviera temática parecida. Y empieza a hacerse eso poco a poco, porque había un presupuesto mínimo y se trataba de hacer las cosas poco a poco y con poco gasto. Y se aprovecharon todos los programas, incluso alguno que ya se habían rodado por la cadena y podían emitirse. Y al mismo tiempo haciendo programa nuevos, más bien baratos. Tuvo mucho éxito por ejemplo el cine sin interrupciones por publicidad. Se trataba de un espectador selectivo diferente, distinto (...) Sectores jóvenes, nuevos públicos: gente que no solía ver mucho la televisión”²⁹.

El presupuesto para este proyecto dependía del de Canal Sur Televisión y no tenía una cantidad determinada. Hubo que conjugar la escasez relativa de recursos con la búsqueda de programación con bajo coste y con los recursos propios que facilitaba la RTVA. En los primeros meses de

²⁹ Entrevista a José Antonio Gurriarán. Ver anexos.

vida se aprovecharon alguno de los programas que ya se emitían en Canal Sur Televisión y al mismo tiempo comenzaron a crearse programas nuevos que configuraron la incipiente parrilla de programación. Esta falta de recursos económicos fue acompañada de dificultades con la recepción de la señal ya que no había suficiente equipamiento técnico. Así desde los partidos de oposición se denunciaba el sobre coste de un canal que, afirmaban, no iba a suponer los 5.300 millones de pesetas presupuestados para su primer año y medio de vida, sino más de 8.000 millones, ya que había que contabilizar los gastos generados por la instalación de 296 repetidores para distribuir la señal o el equipo humano extra para poder realizarlo³⁰. Igualmente durante el primer año de emisiones la cobertura tan solo llegó a las capitales de provincia y a sus áreas de influencia³¹.

También aparecieron problemas cuando iniciaron las emisiones ya que invadieron algunas frecuencias de otras televisiones locales ya existentes: son los casos, entre otras, de Carmona, Utrera o Andújar. Las dos primeras tuvieron que cambiar la frecuencia desde donde emitían para que éstas pudieran seguir mantenido su señal sin problemas. Distinto fue el caso de Canal 45 de Andújar³² ya que tras el inicio de la nueva transmisión y al ocupar ambas cadenas la misma frecuencia no se veía ninguna. Circunstancias que con el tiempo se fueron subsanando, pero que marcaron sus primeros meses de emisión. Así queda recogido en el estudio realizado por Manfredi y García (1999):

“La polémica en este Canal ha estado centrada en su incapacidad para llegar, desde un principio, a la totalidad de la población y el territorio. RTVA se ha comprometido públicamente a conseguir una cobertura plena a finales de 1999. Actualmente, se cifra en un 60% del territorio y un 80% de la población. El problema radica en que la red, como se ha

³⁰ *Abc*, 01-06-1998.

³¹ En comparecencia parlamentaria celebrada en octubre de 1998 Eduardo Abellán reconocía que sólo podía captar la señal del segundo canal, sin problemas, las capitales de provincia y las localidades de más de 60.000 habitantes, en torno al 70% de la población andaluza, no siendo hasta el año 1999 cuando la cobertura alcanzase al 99% de la población. *El País*, 02-06-1998.

³² *Abc*, 16-06-1998.

señalado anteriormente, es propia y se va mejorando paulatinamente, especialmente en la capacidad de emisión, que en muchos postes de emisión no sobrepasa el kilovatio” (1999: 205).

Problemas técnicos aparte, se trabajaba en la configuración de la oferta televisiva. El entonces miembro de administración de la RTVA, Bernardo Díaz Nosty señalaba que era necesario tener en Andalucía una televisión de calidad, sin ataduras comerciales y donde se valorasen los temas culturales, educativos o informativos. Un medio público que produjese en clave autonómica y no estuviese al servicio de la clase política. Un espacio que debería ocupar el nuevo canal televisivo:

“Creo que se están dando pasos, como la creación del Canal 2 para regenerar el sistema de televisión pública andaluza. No hay progreso con ideas estáticas y valores tópicos. El progreso se hace a partir de la razón y la razón está en el diálogo. Los raseros que definen la cultura audiovisual de Canal Sur son pobres. No podemos reproducir un PRI informativo. No digo que suceda, sino que hay que evitar que pueda suceder (...) Los artistas, los científicos, la gente del teatro, los deportistas. Hay que tratar de crear opinión en aquéllos que a su vez luego crean opinión en la sociedad. Es decir, una televisión pública debe inducir opinión y capacidad creativa. Cuando alimentamos a la sociedad valores cutres, casposos o retrógrados o ruralizantes, como estos debates por las tardes con señoras, no estamos activando estos mecanismos de progreso”³³.

Un servicio público que apostase por el progreso, la modernidad y la cultura como forma de seguir progresando socialmente.

4.2.1.1 La oferta para el público adulto: cultura, cine y documentales

Los contenidos culturales y divulgativos constituyeron la espina dorsal de la programación que empezaba a conformar esta nueva televisión.

³³ *El País*, 06-11-1998.

Durante los primeros meses nacieron muchas de estas propuestas. Dos de los primeros espacios en emitirse fueron *Con el cine en los talones* y *Espacio protegido* proyectos nacidos en el seno de la propia RTVA, por trabajadores de Canal Sur Televisión, que en su quehacer profesional diario se dedicaban al cine y a la información medioambiental y que con la llegada de esta segunda cadena presentaron sendos proyectos y en el mismo mes de inicio de emisiones del segundo canal, en junio de 1998, comenzaban sus programas³⁴.

En el caso de *Con el cine en los talones*, venía a complementar la oferta que del séptimo arte realizaba la cadena, con un espacio semanal en el que se daban a conocer los estrenos cinematográficos, el desarrollo de las grabaciones de nuevas películas o las críticas recibidas, haciendo siempre especial hincapié en el cine hecho en Andalucía o por andaluces. También se realizaban entrevistas en el plató, con los actores o directores de distintas películas, y de forma periódica se acudía a los festivales de cine por excelencia en Andalucía para dar cumplida cuenta de los mismos. El miércoles 10 de junio de 1998, a las 22.30 horas se estrenaba este programa.

Pocas semanas más tarde, en la noche del jueves 25 de junio de 1998 aparecía en las pantallas *Espacio protegido*. Con media hora de duración semanal iniciaba un programa dedicado a temas del medio ambiente y presentado por el periodista José María Montero, que ya se encargaba de este tipo de información en los servicios informativos de Canal Sur Televisión. Nació en un momento, desde el punto de vista mediático muy apropiado, ya que acababa de suceder la catástrofe de Aznalcóllar y se puso en valor la necesidad de espacios televisivos especializados, que trataran con rigor los asuntos relacionados con el medio ambiente.

Además de informaciones relacionadas con los espacios naturales, la flora o la fauna en Andalucía, se abordaban otras temáticas con una perspectiva más transversal y en la que el espectador se viese reflejado, al

³⁴ De ambos programas hay estudios específicos en esta tesis doctoral, donde se analiza en profundidad su nacimiento, desarrollo y evolución. Ver capítulo 5.

entender al medio ambiente como algo próximo. Informaciones que afectaban al espectador en asuntos tan cercanos como la contaminación urbana, la producción agrícola, la actividad turística, el empleo, el consumo en las ciudades o la aparición de enfermedades. Fue el primer programa informativo monográfico de estas características realizado en Andalucía, y uno de los pioneros en toda España.

Ese mismo año hay que destacar otros dos programas *Verano en la Internacional* (que acabaría convirtiéndose en *Tesis*) y *Solidarios*, que nacidos en los siguientes meses, no solo se mantuvieron durante los 14 años de vida del segundo canal, sino que aún en 2015 es posible seguir viéndolos regularmente en Canal Sur Televisión. *Verano en la Internacional* era un programa pensado para la población juvenil y adulta, en la que se daba cumplida cuenta de las investigaciones, las actividades académicas o culturales y el resto de hechos relevantes de las universidades públicas de Andalucía. En agosto del 1998 se estrenaba dando información de los cursos de verano de la Universidad Internacional de Andalucía, UNIA, en su sede de Baeza, Jaén. Este programa de divulgación tenía una duración de 15 minutos diarios y un resumen de 30 minutos el fin de semana. En el año 2001 el programa, bajo la denominación de *Tesis*, amplió su cobertura y junto a las emisiones veraniegas se emitía un programa semanal³⁵.

Por su parte *Solidarios* comenzaba sus emisiones el 30 de noviembre de 1998, y nacía para mostrar el trabajo de las ONGs y sus voluntarios, tanto en sus labores solidarias realizadas en Andalucía, como las que han llevado por todo el mundo, con la intención de sensibilizar a la población andaluza de las problemáticas sociales. Un programa concebido poco después de la catástrofe del huracán Mitch, que devastó grandes áreas de la región centroamericana, y que generó una oleada de solidaridad desde Andalucía. Sus emisiones comenzaron los domingos en horario de máxima audiencia, a las 20:00 horas. Temas como la inmigración, la pobreza, cuestiones de género,

³⁵ En esta tesis doctoral hay un apartado específico donde se analiza el desarrollo del programa *Tesis*. Ver capítulo 5.

los problemas medioambientales o la situación de los más desfavorecidos en Andalucía fueron algunos de los asuntos recurrentes de este programa.

Otros programas relevantes, que también comenzaron su andadura en estos meses, y de corte netamente informativos, fueron *Telesigno* y *Contrapunto*. *Telesigno* fue un programa informativo diario, presentado por una periodista invidente, Nuria del Saz, dirigido a la comunidad sorda de Andalucía. Nacido en Canal Sur Televisión, donde se emitía anteriormente, encontró su hueco en el segundo canal donde estuvo en antena los siguientes años. O el caso de *Contrapunto*, un programa de entrevistas presentado y dirigido por José Antonio Gurriarán del que se emitieron 108 programas entre el 9 de septiembre de 1998 y el 30 de diciembre de 2000³⁶. Con este programa se quería reivindicar la entrevista como género periodístico y de paso tratar de conseguir “dar un tono más culto y un cuidado tratamiento tanto en las palabras como en las imágenes que se usaban”³⁷.

A partir de 1999, y una vez que Cristina Álvarez fue nombrada nueva directora de Canal 2 Andalucía, se continuó con la puesta en marcha de nuevos espacios y con la configuración de una parrilla de programación que sería la columna vertebral de la cadena durante la siguiente década. Álvarez lo recuerda: “Éramos el equipo muy pequeño, éramos tres personas los que trabajamos haciendo Canal 2 Andalucía y estábamos muy cohesionados y teníamos todos una filosofía muy clara y en común en lo que se quería hacer. Y después como nadie nos ponía pegas y además tenía audiencia, empezó a tener prestigio”³⁸.

En febrero de 1999 comenzó *Imaginaria*, un programa cultural por el que pasaron más de un centenar de escritores, músicos, bailarines, flamencos, titiriteros, arquitectos y un largo etcétera en un programa realizado en directo, desde el centro de producción de Granada por la

³⁶ En el primer programa, dedicado a los contratos multimillonarios del fútbol, fueron los invitados Manuel Ruiz de Lopera (Presidente del Betis), Diego de la Villa (Presidente del Recreativo de Huelva) y Gaby Calderón (ex futbolista). Entrevista a José Antonio Gurriarán. Ver anexos.

³⁷ Entrevista a José Antonio Gurriarán. Ver anexos.

³⁸ Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexos.

productora Ático 7³⁹. En el programa, arriesgado en las temáticas tratadas y en la propuesta vanguardista de su realización: se hablaba de mundos alternativos (grafitis, la danza contemporánea, los juegos de rol, el mundo de los humoristas gráficos, cómo enseñar música...), o en la sección “Bits” de lugares interesantes y de arte hecho a través de ordenadores, con especial cuidado por las más vanguardistas propuestas en el cine, la literatura, la música o el teatro.

Contó con un sinfín de invitados entre los que destacan Albert Plá, Ángel Calvente y sus títeres, José Saramago, el defensor del pueblo andaluz José Chamizo, el artista multidisciplinar Rogelio López Cuenca, el arquitecto Salvador Moreno, Chano Lobato, El Habichuela, Antonio Muñoz Molina, Juan Cruz, José Ignacio Lapido, La Fura del Baus, o el bailarín de cubano de danza Harold Williams. La primera emisión de *Imaginaria* se emitió el 2 de marzo de 1999 y la última el 6 de julio del 2000. Uno de sus invitados, Luis García Montero, recordaba en la prensa de la época, su paso por este espacio y la propuesta del mismo:

“Se agradece, sobre todo, el respeto por la cultura y la curiosidad vital por las nuevas formas de creación. Los invitados hablan, cuentan las razones de su trabajo, explican los motivos de su dedicación, sin soportar la pedantería o los recursos del entretenimiento barato, la gracia perpetua del chiste adolescente. Pintores, poetas, novelistas, músicos, directores de cine, periodistas, videocreadores, coreógrafos pasan tranquilamente por una pantalla interdisciplinar, que no necesita dar lecciones para educar. *Imaginaria* enseña a escuchar y mirar a la gente sin convertirla en espectáculo y a respetar aquello que se desconoce”⁴⁰.

³⁹ Entre otras temáticas se trataron asuntos como la cultura africana, homosexualidad, cante jondo, cultura del agua, fans e ídolos, televisión pública, monstruos, prostitución, amistad, lenguaje del cine, cultura del agua, bufones, viajeros, Músicos felices, literatura erótica, danza, la radio, etcétera. Información obtenida en la Web de Ático 7.

⁴⁰ *El País*, 8-05-1999.

Uno de los programas más relevantes llegó de la mano de Jesús Quintero con su programa de entrevistas *El Vagamundo*, que desde finales de 1999 y hasta 2002 se convirtió en el espacio estrella para el público adulto, en cuanto a las audiencias y críticas, que permanecería en este canal hasta finales de 2002 cuando dio el salto a Canal Sur Televisión con *Ratones coloraos* obteniendo un enorme éxito y consiguiendo casi triplicar el número de espectadores.

Basado en el género de la entrevista, y en la manera tan personal de llevarlas a cabo, Quintero se acompañó de una amalgama de invitados, entre personalidades del mundo de la cultura, el deporte o la política, pasando por personajes curiosos, desobedientes, marginales o desadaptados que le permitió revivir en este canal los éxitos cosechados en anteriores programas televisivos y que le permitiría continuar la senda de nuevos proyectos exitosos durante la siguiente década en diferentes televisiones nacionales. Durante los cuatro años que estuvo este programa en antena se convirtió, además, en el espacio más visto de Canal 2 Andalucía: como hemos visto la media de espectadores por programa fue en constante aumento, duplicándose desde 1999 a 2002, y teniendo ese año 185.000 espectadores de media. Cuando saltó ese mismo año a Canal Sur Televisión, con su nuevo espacio *Ratones coloraos*, su audiencia de disparó hasta los 680.000 espectadores semanales.

También comenzaron a realizarse programas donde quedaba muy presente la idea de servicio público. Espacios en los que se trataban asuntos alejados de la agenda pública en la mayoría de los medios de comunicación, para audiencias no mayoritarias pero fundamentales para contribuir al desarrollo de la sociedad y de los ciudadanos. Espacios que servían para justificar la puesta en marcha de una cadena televisiva donde todas estas otras expresiones del ser andaluz también quedaran reflejados.

Estamos hablando de programas con contenido de género (*Somos más, Emprendedoras o Mujeres*), aquellos pensados para la población homosexual (*De frente*), los dedicados a la literatura (*Pretextos, El público lee*), los que se

centraban en reflejar deportes minoritarios, no profesionales o incluso los de categorías inferiores, realizado por los niños o jóvenes andaluces (con retransmisiones de fútbol sala, baloncesto, balonmano, atletismo o programas especializados en vela, caballo, nieve o deportes de aventura), los dedicados al mundo socio-laboral (*Índice 2000, Sindica2, Emplea2*), etcétera.

Pensados igualmente para un público adulto destacamos la notable presencia de documentales y películas. En cuanto a estas últimas, desde el principio se configuró el cine como uno de las grandes protagonistas de la parrilla de programación, que durante muchos años ocupó una posición privilegiada en las mismas y que fue una de las grandes apuestas de la cadena: películas sin cortes publicitarios, en versión original con subtítulos, con todos los títulos de crédito y donde, siempre que fuese posible, se promocionase el cine hecho en Andalucía o por andaluces, incluso emitiendo monográficos sobre la cinematografía regional. Fue, además, durante toda la historia de este canal, uno de los espacios que más público concitaba, encontrándose varios de los ciclos cinematográficos proyectados entre los diez programas más vistos de cada año. Ciclos como los dedicados a películas antiguas llamado *En glorioso en blanco y negro*, en las que tuvo como protagonista al director Basilio Martín Patino y otras muchas con notable presencia de directores españoles y que, a modo de ejemplo durante el año 2001, supusieron cerca del 14% del tiempo total de las emisiones de Canal 2 Andalucía. (RTVA: 2004, 90). El responsable de los programas de cine en Canal Sur Televisión, Francisco Gómez Zayas, afirma en entrevista para esta tesis doctoral:

“Y la película que se ponía en Canal 2 de alguna manera cumplía un poco la misma expectativa que el resto de los espacios. Iban dedicados, se suponía, a un público más inquieto, más joven. Mientras que las películas de Canal Sur Televisión eran para un gran público. Eso no quita que algunas películas de Canal 2 tuvieran mucho éxito de público y que además fueran de géneros muy populares aunque ya

habían pasado su tiempo. Tenían como un elemento de nostalgia, de revisar cosas del pasado”⁴¹.

Entre ellos hay que destacar ciclos dedicado a las artes marciales o al *spagueti western* que, a pesar de que en su momento habían sido muy populares ya no lo eran y se decidió rescatarlas para Canal 2: una forma de reivindicar este cine y una forma de atraer la atención del público, mediante este tipo de cine. Lo recuerda Cristina Álvarez:

“Y es que Canal 2 no lo conocía nadie y entonces todos los días a las siete de la tarde poníamos una película de vaqueros. Y me criticaban todos y yo decía: la gente tiene que conocernos y las películas de vaqueros es una forma de que empiecen a conocer esta cadena y entonces si ponemos una película de vaqueros es un gancho para que la gente la vea y se entere de que existe Canal 2 Andalucía. Entonces no había como ahora tantas películas de vaqueros. También quisimos programar series antiguas pero los derechos los tenía TVE y era muy difícil”⁴².

Así mismo de destacar fueron las emisiones de documentales que desde el propio día del estreno fueron protagonistas en las diferentes parrillas de programación. Y además, con unos niveles de audiencias muy elevados, no solo en estos primeros tiempos, sino durante toda la historia de este segundo canal. El documental se convirtió en una de las palancas que permitió que Canal 2 fuese consiguiendo aumentar el número de telespectadores.

“Destacamos entre ellos *Memorias de Andalucía*, serie en la que se refleja la historia de Andalucía desde 1950 a 1979; *Andalucía, un siglo de fascinación*, un programa coloquio en el que se ofrecen los elementos para comprender mejor la realidad pasada y presente a partir de la emisión de siete películas del cineasta Basilio Martín Patino sobre el Flamenco, la Copla o Casas Viejas, entre otros; *Buscando a Lorca*, serie documental de trece episodios, elaborada con la técnica del reportaje que pretende divulgar y difundir la figura del poeta y dramaturgo

⁴¹ Entrevista a Francisco Gómez Zayas. Ver anexos.

⁴² Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexos.

granadino(...) son sólo algunos ejemplos de la apuesta cultural de la programación de este nuevo canal” (Montaño: 1999, 210).

Y muchas otras como *Documentos Mediarama* que durante el verano del año 2002 se dedicaron a detallar el mundo del arte electrónico. Un proyecto surgido tras celebrarse un encuentro en el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo en La Cartuja de Sevilla, en el que se centró en el papel de la mujer en el arte electrónico y las nuevas tecnologías.

Una serie compuesta de 13 capítulos y que incluían trabajos nacionales e internacionales en animación digital en 3D y entrevistas con algunos de los artistas de este tipo de arte que participaron en este evento⁴³. Esta producción fue realizada por la productora Imago.

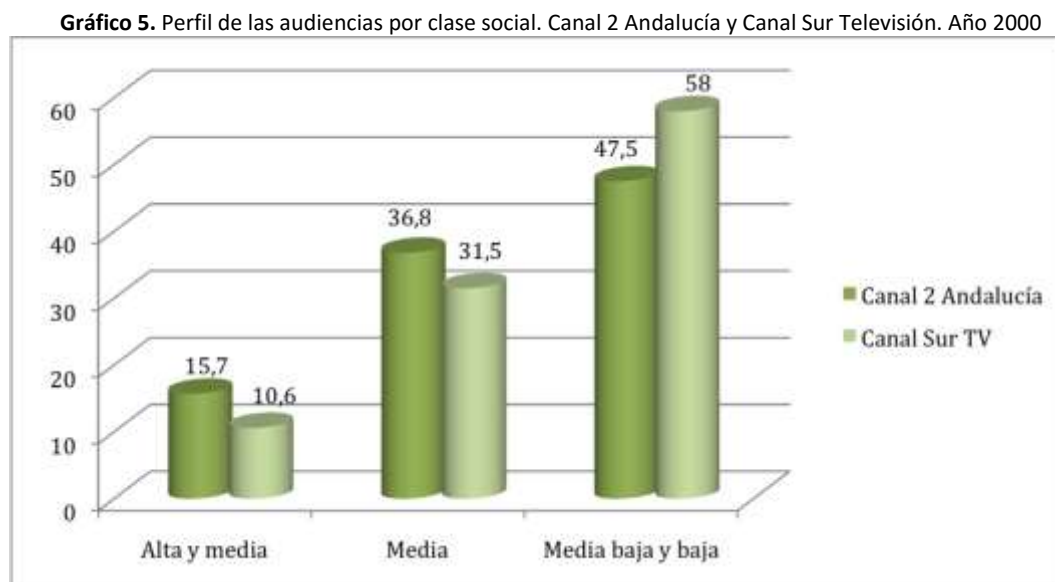
Así mismo destacaron otras series documentales que durante esta etapa supusieron un alto nivel en cuanto a las audiencias, encontrando entre los diez programas más vistos de 2001 a 2004 varias de estas producciones. Estamos hablando de espacios como *El cuerpo humano*, *La vida del tigre*, *Vida salvaje*, la saga de *National Geographic*, *El mundo perdido*, *Pesadillas naturaleza*, *Viajes insólitos*, *Bajo el cielo de Orión*, *Los océanos del hombre*, etcétera.

A modo de ejemplo, a lo largo de 2004 Canal 2 Andalucía emitió casi 500 horas de documentales (más de una hora y cuarto al día de media) siendo una gran parte de ellos series y reportajes divulgativos de producción propia, entre los que figuran *Monumentos naturales de Andalucía o Andalucía patrimonio cultural*, en los que se pusieron en valor la naturaleza y los vestigios arquitectónicos presentes en la comunidad.

Otro de los objetivos al crearse este canal fue tratar de llegar a un tipo de público diferenciado al de Canal Sur Televisión, con un nivel económico más elevado, se puede decir que se logró esta meta. Así, como vemos en el Gráfico 5 los públicos de Canal 2 Andalucía tenían una situación económica

⁴³ En este serie se incluyeron: “Entrevistas con las artistas que participaron en el evento Meriama 2001(...) entre estas creadoras destacan Jenny Marketou, Shu Lea Cheang, Cornelia Sollfrank, Angustias Bertomeu y Katiushka Borges”. *El País*, 12-06-2002.

más elevada: el 15% de era de una clase social alta o media-alta, siendo de clase media el 36,8%.



Elaboración propia. Fuentes: Anuario SGAE y SOFRES.

Datos superiores a los presentados por el primer canal de la RTVA, donde el 10,6% de sus espectadores eran de clase alta o media alta y el 31,5% de clases medias. Mientras que las clases medias-baja y bajas suponían el 58% de los espectadores del primer canal, en el caso de Canal 2 Andalucía, esta cifra era del 47,5% del total de sus espectadores.

4.2.1.2 La programación infantil: *La Banda* y *Shin Chan* como ejes vertebradores

Los programas dedicados a los niños fueron otra de las principales apuestas programáticas de Canal 2 Andalucía, que trató de buscar y de fidelizar a este público, comprendido entre los cuatro y los doce años de edad. Público que aunque ya disponía en Canal Sur Televisión, de algunos programas realizados para ellos, con la llegada de la segunda cadena desde la RTVA se apostó por que éste fuera el canal prioritario para este tipo de programación.

El espacio de referencia para este público fue *La Banda del sur*. Un programa de entretenimiento nacido en 1994, que se emitía en Canal Sur

Televisión y que ya en el verano de 1998 comenzó a tener su hueco en las parrillas de programación de Canal 2, simultaneándose en ambos canales. Más que un programa infantil, como tal, era un contenedor de programas en el que se alternaban la emisión de series de dibujos animados, con juegos o actividades grabadas en el plató de televisión y las realizadas en el exterior. Durante muchos años fueron entre 40 y 50 horas semanales las dedicadas a este espacio que combinaba el entretenimiento, la cultura y la educación. Un programa hecho no para los niños sino con los niños:

“El lema perseguido fue: aprende divirtiéndote, y la fórmula pasaba por que el entramado didáctico y educativo reposara sobre un esquema televisivo de entretenimiento y espectáculo. Además, *La Banda* ambiciona fomentar los valores propios de las sociedades democráticas, el afán por la cultura, el respeto al medio ambiente, el conocimiento de Andalucía y el valor de la solidaridad y la convivencia” (RTVA: 2004, 55).

Así en otoño de ese 1998, *La Banda del sur* ya se emitía en Canal 2 Andalucía en horario vespertino y dos ediciones diarias (de 14.00 a 15:45 horas y de 17:25 a 19:05 horas) y al mismo tiempo por las mañanas en Canal Sur Televisión. A pesar de que con el paso de los años su canal de referencia fue el segundo, durante los 14 años de existencia, *La Banda* fue posible sintonizarla en ambos canales. Ha sido tan importante su presencia en este canal que durante muchas temporadas ha llegado a ocupar hasta un tercio de la programación semanal de la segunda cadena, con unas audiencias muy por encima de la media y con cerca de 5.000 programas emitidos a lo largo de sus más de 20 años de historia.

Como se señalará a continuación, en el capítulo 5.1, dedicado a *La Banda*, otro de los aspectos destacados fue la vinculación que tuvo con su audiencia, el público infantil andaluz, gracias a *El Club de La Banda* que, en su momento álgido durante 2007, llegó a contar con más de medio millón de socios. *La Banda* ha funcionado como una especie de mecanismo articulador de los contenidos de entretenimiento, educativos y divulgativos. “En estos

años hemos emitido 5.370 horas de *La Banda* en las distintas ediciones de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía, pero es en esta última cadena donde el espacio infantil tiene un protagonismo fundamental y se convierte en el espacio líder de la tarde” (RTVA: 2004, 60).

Otro de los programas pensados para un público infantil, de tipo divulgativo y que también provenía del primer canal fue *El Club de las ideas*, un informativo diario de 50 minutos de duración, centrado en las actividades generadas en los colegios e institutos públicos de toda Andalucía, con micro espacios dedicados a la literatura, la ciencia, los viajes o la naturaleza y siempre desde el punto de vista de los más pequeños. Una revista audiovisual que servía de encuentro para la comunidad educativa (profesores, alumnos y padres) que trataba la realidad del día a día de los centros educativos, transmitiendo experiencias didácticas innovadoras, perfiles destacados de alumnos o profesores y tratando de educar a la población más joven en el consumo crítico de los medios audiovisuales.

Desde 1998 *El Club de las ideas* era posible verlo en los dos canales de la RTVA, aunque poco tiempo después se estableció en la parrilla de Canal 2, lugar en el que estuvo en antena hasta el cierre de la señal en 2012. En el capítulo dedicado a este programa se detallaron los principales hitos del mismo y su inserción en la comunidad educativa andaluza.

Un tercer espacio a destacar para el público infantil durante los primeros años de programación fue la serie de dibujos animados *Shin Chan*. Como ya hemos apuntado en el apartado dedicado a las audiencias, llegaba a finales de 2002 al segundo canal autonómico andaluz, siendo en el año 2003 pasó a emitirse diariamente a las 21:00 horas y convirtiéndose en el líder de audiencia de ese año con 246.000 espectadores de media. Cristina Álvarez, directora de Canal 2 Andalucía, recuerda: “Nos decían que esa serie de dibujos animados japoneses no tenían valores positivos para niños. Fíjate tú ahora. Y él era un niño descarado que enseñaba el culo, irreverente y yo

siempre lo defendí. Es un niño gracioso, iba un poco en la línea de Canal 2, rebelde”⁴⁴.

En el estudio realizado por Pérez y Núñez (2009) sobre los distintos tipos de programación de los segundos canales autonómicos que conformaban la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos, FORTA, entre los años 1999-2002 se estudiaba el consumo televisivo realizado por los menores y las propuestas que se hacía para este público. Se hacía especial referencia a lo ocurrido en el caso andaluz:

“Canal 2 Andalucía destaca por ser la que tiene un perfil más infantil, tanto entre las autonómicas como entre las nacionales, con un 28,3 por ciento de espectadores de 4 a 12 años entre su audiencia, en la temporada 1999/2000; un 22,3 por ciento en 2000/01 y 19,9 por ciento en 2001/2002. La catalana Canal 33 y la valenciana Punt Dos también superan en todas las temporadas el dato de La 2, así como ETB-1 en las dos últimas temporadas” (Pérez Ornia, y Núñez Ladevéze: 2009).

Como se observa en el gráfico a continuación, apenas tres años después de su nacimiento, Canal 2 Andalucía consiguió captar al público objetivo para el que iban dirigidos sus programas. Por una parte, del total de espectadores de la cadena, una tercera parte de los mismos (más del 33%) correspondían al público infantil y juvenil, con lo cual la apuesta por la dirección de la cadena por este grupo de edad tuvo una significativa respuesta por parte de los espectadores andaluces más jóvenes.

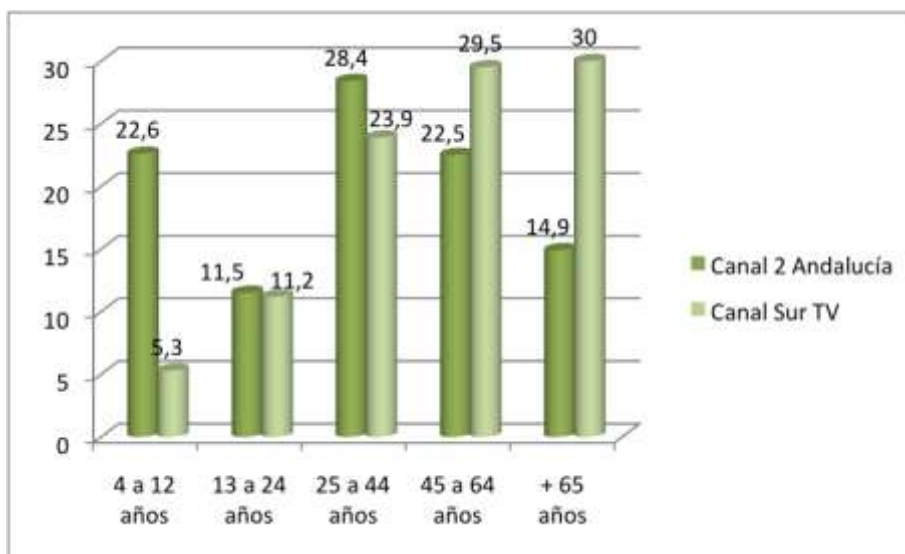
Dato que contrastaba con los índices de audiencias de niños y jóvenes en Canal Sur Televisión, que apenas suponían el 14% del total. Canal 2 se convirtió en la televisión de los más pequeños. En el año 2001 la programación infantil suponía el 21,8% de todos los espacios emitidos.

Además hay que destacar las audiencias logradas por el grupo de espectadores con edades comprendidas entre 25 y 44 años, que suponían casi el 30% de los espectadores totales del segundo canal. También se lograba congregar a otro de los públicos objetivos para el que se creó este canal, gracias básicamente a los contenidos culturales y divulgativos propuestos.

⁴⁴ Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexos.

Mientras que el 60% del público de Canal 2 era menor de 44 años, en Canal Sur Televisión la mayoría de los espectadores (59,5%) tenían 45 años o más. Los perfiles de cada cadena quedaron bien delimitados desde el principio con una programación y unos públicos muy bien diferenciados.

Gráfico 6. Perfil de audiencia por edades. Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión. Año 2000



Elaboración propia. Fuente Anuarios SGAE y SOFRES.

De estos primeros años hay que destacar la programación infantil: los dibujos animados japoneses *Azuki* o *Shin Chan* que fueron líderes anuales en 1998, 2003 y 2004; *La Banda del sur* fue el segundo espacio más visto en 1999 y logró excelentes resultados durante todos estos años, así como las emisiones de películas de dibujos animados.

4.2.1.3 A la búsqueda del público joven

El tercer gran objetivo, en cuanto al perfil de las audiencias, era lograr captar al público joven: aquel cuya edad se comprendía entre los 13 y los 24 años y para ello también se establecieron diferentes propuestas que iban desde la música, a la educación, pasando por programas meramente de

entretenimiento o aquellos que ofrecían propuestas culturales diferenciadas para las personas de esa edad.

El primer día de emisión ya aparecía en la cartelera un programa *Fórmula uno*, de carácter musical y pensado para los jóvenes. Como heredero de otros espacios que ya se habían emitido en Canal Sur Televisión como *Indios sin jefe*, *Edición limitada* o *Eclipse de rock*, y de producción propia, se diseñó *Fórmula uno*. Un programa que era homónimo al que venía emitiendo en Canal Sur Radio desde 1997 (y que desde 2001 se convertiría en *Canal Fiesta Radio*) con el que compartía la propuesta musical, las listas de los más escuchados y algunos de sus invitados.

En este programa televisivo se quiso dar a conocer grupos musicales de las ocho provincias de Andalucía, con un estilo más cercano al pop y al rock que al flamenco y sus variantes, por el que pasaron desde grupo primerizos y sin experiencia previa, a bandas más consolidadas y con discos en el mercado. Un programa en el cual se les hacía una entrevista a los miembros del grupo y en el caso de que ya lo tuvieran, se emitía un videoclip con algunos de sus temas. Cientos de grupos y solistas de toda Andalucía pasaron por este programa. Entre otras, bandas como Lory Meyers, Niños Mutantes, El Koala, Estirpe, José Ignacio Lapido, Amaral, etcétera. Ana Almagro era su productora y, en entrevista para esta tesis doctoral, explica estas intenciones:

“Sobre todo mayoría de grupos andaluces. Y como no teníamos mucho pues lo que hicimos fue buscar a todo lo grupos interesantes que estuviesen en Andalucía haciendo cosas interesantes fueran o no famosos. (...) *Fórmula uno* fue creciendo muchísimo en el boca a boca y la gente lo veía evidentemente y digamos que estaba hecho para una minoría. Una gran minoría, pero hacía una labor de servicio público total porque en la España de entonces no había casi programa musicales. Nosotros en Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía hemos sido de los que más hemos durado realizando programas televisivos musicales. (...) Y hablaba con la gente de Madrid con las discográficas y nos decía que éramos de los pocos que hacemos ese tipo de programas que por ahí no había tanto programa”⁴⁵.

⁴⁵ Entrevista a Ana Almagro. Ver anexos.

Muy sonados, por el impacto de público que tuvieron, fueron los conciertos organizados por este programa y que reunían durante los veranos al aire libre, o en invierno en salas cerradas, a miles de andaluces que escuchaban a sus grupos favoritos. Una forma de fidelizar al público con sus grupos favoritos. Heredero de este programa, con otros decorados y otros presentadores, fueron los también espacios musicales como *La estación* o *Intermúsica*: “Con una visión dinámica y desenfadada se hace un repaso a la actualidad musical andaluza, española e internacional. Las emisiones de música en directo han tenido su cabida bajo el epígrafe genérico *La noche se mueve*, el programa que ha emitido los conciertos organizados por Canal Fiesta Radio” (RTVA: 2004, 65). Siempre pensados para un público juvenil, eran emitidos en horario de tarde, habitualmente a partir de las 18:00 horas y tras las emisiones de *La Banda*.

También hubo programas pensado para un público juvenil, en los que se alternaban la formación y el entretenimiento como fue *De punta a cabo*, un programa diario cuya primera emisión comenzó en febrero de 2001 y permaneció en parrilla hasta el año siguiente. Así mediante un concurso se pretendía que los espectadores conociesen de una forma amena la geografía, historia, gastronomía, patrimonio cultural o artístico de Andalucía y cuyo premio era un viaje para conocer toda la comunidad.

Un espacio televisivo que, en su afán de continuar con su labor divulgativa, publicó un libro con el nombre del programa, en el que se detallaban las preguntas y las respuestas empleadas en este concurso⁴⁶.

El espacio estaba presentado por Pepe Begines, entonces cantante del grupo musical *No me pises que llevo chanclas* y por Ryo Matsumoto, un japonés, profesor de flamenco en Sevilla, apasionado de Andalucía y que viajaba por los pueblos de toda la comunidad dando pistas a los espectadores de los lugares por donde se encontraba o realizando un teatrillo

⁴⁶ Rodríguez Pérez (2002).

al final de cada capítulo con el presentador. Emitido a las 21:00 horas, logró colarse entre los programas más vistos durante el año 2001, congregando en las 182 ediciones de aquel año a más de 60.000 espectadores de media.

O el caso de *Sinceros*, creado en 2002 un programa de monólogos, novedoso en Andalucía y que marcó huella por su forma de hacerlo, por los años en antena y por la respuesta del público⁴⁷. Un programa que, en clave de humor, se valía del monólogo como forma de expresión y estaba dirigido mayormente a un público juvenil.

Andrés Calvo, uno de sus guionistas y director durante los primeros programas reflexionada en entrevista para esta tesis doctoral:

“El programa era apto para todos los públicos no había calificación de edad porque aunque se emitía siempre a las nueve de la noche, que se puede entender que está fuera del horario infantil. Pero desde un principio consideramos que el público infantil podía estar presente y cuidamos los guiones para evitar cosas soeces, chabacanas o que pudiesen chocar para los más jóvenes, con los niños. (...) Pero si se orientó sobre todo en un *target* que podíamos decir un público de edad universitaria, no necesariamente que estuviese en la universidad, pero de 20 años en adelante hasta 40 años. Y de hecho en las cifras de audiencia acertamos en el *target* al cual iba directo dirigido que era el propio público de Canal 2 Andalucía”⁴⁸.

Durante los tres años que estuvo en pantalla, se emitieron 114 programas, estuvo siempre entre los diez espacios más vistos de cada temporada y sirvió no solo para promocionar a los actores o guionistas andaluces, sino para captar atraer la atención de este público joven, a partir del humor, las anécdotas o las historias cómicas.

No obstante era difícil encontrar entre los programas más vistos de cada año aquellos que iban destinados a un público adolescente o juvenil. Un

⁴⁷ En esta tesis doctoral hay un apartado específico donde se analiza el desarrollo del programa *Sinceros*. Ver capítulo 4.

⁴⁸ Entrevista a Andrés Calvo. Ver anexos.

target complicado de satisfacer, ya que no solían consumir tanta televisión como el resto de las franjas de edad y era difícil llegar hasta ellos⁴⁹.

A pesar que la RTVA programó espacios específicos para este *target* fueron pocos los que lograron importantes índices de audiencia, con la excepción de *S.O.S. Estudiantes* o incluso el caso de *Shin Chan*, que a pesar de estar pensado para los más pequeños, tuvo seguidores entre el público adolescente. No es menos cierto que otro tipo de programas como *El Vagamundo*, los documentales o algunas teleseries como *Bonanza* o *El Virgiriano* era posible que tuviera a jóvenes de entre 13 y 24 años como parte de su público.

Una programación que llegó al público objetivo al que iban destinados estos espacios. Así lo considera Cristina Álvarez:

“Fue la televisión hecha con mucha verdad, con mucha autenticidad y nos movíamos mucho. (...) Implicábamos mucho, a la gente, movíamos mucho la presentación de los programas en los lugares a los que han elegido, en distintos sitios en Almería, en Córdoba, en Málaga, en todas partes. Y después yo creo que los programas eran muy andaluces y se identificaban con el público al que van dirigido al que veía la televisión, pues por ejemplo hacer el programa *De punta cabo* era un programa de niños de colegio y sabíamos que lo podían ver los niños, los padres, los amigos, los profesores. Teníamos en cuenta a la hora de crear un programa que estuviese representado colectivos que eso siempre atrae gente, trae audiencia”⁵⁰.

⁴⁹ A modo de ejemplo, y tomando como referencia el año 2003, la media de consumo diario de televisión en Andalucía era de 222 minutos. Para el público comprendido entre los 13 y 24 años esta cifra era de 148 minutos diarios, la más baja de todas las franjas de edad. Los que más televisión consumían, los mayores de 65 años (318 minutos diarios) y los de edad comprendida entre 45 y 64 años (282 minutos) (RTVA: 2004, 86).

⁵⁰ Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexos.

Tabla 24. Los tres programas más vistos en Canal 2 Andalucía (1998-2004)

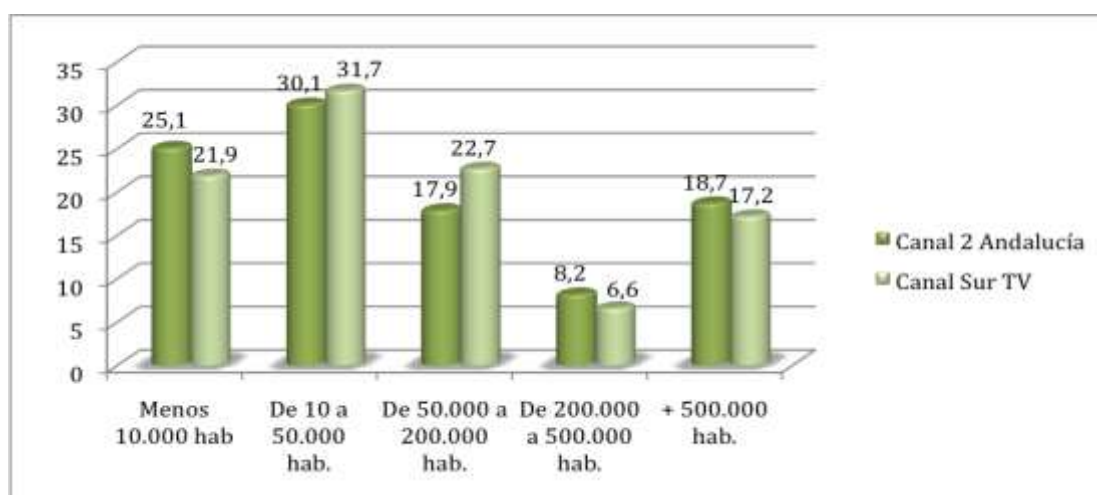
Programas	Tipología	Audiencia	Cuota de pantalla
1998			
<i>Azuki</i>	Dibujos animados	52.000	2,7%
<i>Carlitos</i>	Dibujos animados	44.000	2,4%
<i>Los picapiedras</i>	Dibujos animados	41.000	2,4%
1999			
<i>El Vagamundo</i>	Cultural, entretenimiento	95.000	3,3%
<i>La Banda del sur</i>	Infantil	69.000	4,0%
<i>La Banda del sur. Especial</i>	Infantil	56.000	3,0%
2000			
<i>El Vagamundo</i>	Cultural, entretenimiento	178.000	6,2%
<i>Película dibujos animados</i>	Dibujos animados	140.000	6,8%
<i>Animal humano</i>	Documental	123.000	3,9%
2001			
<i>El Vagamundo</i>	Cultural, entretenimiento	193.000	7,1%
<i>El cuerpo humano</i>	Documental	141.000	5,2%
<i>La tierra del tigre</i>	Documental	119.000	5,9%
2002			
<i>El Vagamundo</i>	Cultural, entretenimiento	193.000	6,4%
<i>Planeta azul</i>	Documental	141.000	4,6%
<i>Bonanza</i>	Teleserie	119.000	11%
2003			
<i>Shin Chan</i>	Dibujos animados	246.000	13,4%
<i>La tierra del tigre</i>	Documental	212.000	6,3%
<i>El Virginiano</i>	Teleserie	179.000	12,5%
2004			
<i>Shin Chan</i>	Dibujos animados	326.000	16%
<i>S.O.S. Estudiantes</i>	Teleserie	268.000	9,5%
<i>La Banda del verano</i>	Infantil	149.000	8,2%

Elaboración propia. Fuentes: RTVA, SOFRES.

Cuando fue creado Canal 2 Andalucía desde la dirección se consideró que la mayor parte de su público sería de ámbito urbano proveniente de localidades de más de 50.000 habitantes. Así en el año 2000 se realizó una encuesta para determinar este perfil con el resultado que presentamos a continuación. Aunque es verdad en las ciudades más grandes de Andalucía, aquellas mayores de 200.000 personas, el público que veía el segundo canal era porcentualmente superior al que veía Canal Sur Televisión, los datos entre ambas señales de la RTVA son prácticamente iguales. De hecho la mayor parte del público de Canal 2 residía en localidades de menos de 50.000 habitantes.

Tal y como aparece en el Gráfico 7, destacamos los niveles de penetración que tuvo el nuevo canal en las localidades andaluzas mayores de 200.000 habitantes, superando en porcentaje a los datos ofrecidos por Canal Sur Televisión. En apenas dos años de vida de esta nueva cadena televisiva se arraigó en los núcleos urbanos más poblados de Andalucía: así casi el 27% de su audiencia total residía en las grandes ciudades andaluzas.

Gráfico 7. Perfil de la audiencia por el tamaño de las ciudades de residencia de los espectadores. Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión. Año 2000



Elaboración propia. Fuente: Anuarios SGAE y SOFRES.

Porcentaje que se elevaba al 45% del total si contabilizamos a los telespectadores que residían en localidades de más de 50.000 habitantes. No

obstante, y viendo esta foto fija del año 2000, se observa como más de la mitad del público del segundo canal andaluz residía en pequeñas o medianas poblaciones, presentando unos guarismos muy similares a los ofrecidos Canal Sur Televisión, y en consonancia a la distribución geográfica andaluza mayormente rural.

Una televisión que tras apenas seis años de vida había captado el interés de una parte de la población de Andalucía, aquella que buscaba otro tipo de televisión. Bernardo Díaz Nosty, que fuera miembro del consejo de administración de la RTVA, subrayaba los éxitos de este canal:

“Se hicieron programas muy interesantes, muy renovadores, muy creativos. Se demostró que había gente con mucho talento y capacidad. Con mucha creatividad. Había informativos, buenas películas sin cortes, incluso creo que los programas infantiles que se pasaron a la segunda cadena estaban mejor que en la primera. Quiero decir que se hizo un esfuerzo muy grande. Se entendió rápidamente el sentido público de una televisión. No queríamos el tópico andaluz de bailar y tocar las palmas, queríamos proyectar la cultura generacional, de los jóvenes para formar miles de universitarios”⁵¹.

4.2.2 Segunda etapa. El refuerzo de la oferta para el público adulto e infantil

Tras la celebración de las elecciones autonómicas de marzo de 2004, el PSOE volvió a ser el partido más votado en Andalucía y, a diferencia de lo ocurrido en los anteriores comicios, consiguió obtener la mayoría absoluta en el Parlamento de Andalucía, con 61 diputados de los 109 en juego. Con este resultado los socialistas volvieron a gobernar en solitario y dejaron de necesitar para su acción de gobierno la ayuda, y los votos, del Partido Andalucista. Como consecuencia de este resultado electoral se produjeron cambios en diferentes áreas de la administración regional, que también afectó a la RTV: así Cristina Álvarez Secades, que había sido nombrada a propuesta

⁵¹ Entrevista a Bernardo Díaz Nosty. Ver anexos.

del Partido Andalucista, fue relevada de su cargo en el verano de 2004. Su sustituta fue Marisa Doctor Morillo, redactora y editora del informativo nocturno de Canal Sur Televisión *Noticias*, estuvo dirigiendo el segundo canal hasta finales de 2008.

A grandes rasgos la programación de esta cadena no sufrió grandes cambios durante los siguientes años, pues se contaba con un perfil de público muy específico y lo que se pretendía era fidelizarlo y seguir sumando nuevos televidentes al proyecto. Por una parte se mantuvo el grueso de la programación para el público adulto, con contenidos culturales y de servicio público (*Espacio protegido*, *El público lee*, *Tesis*, *Solidarios*, *Tierras altas*, etcétera), de entretenimiento, *1001 noches*, potenciando de manera muy especial las propuestas de documentales de producción propia y la proyección de ciclos de cine en versión original o de grandes clásicos como los dedicados a Billy Wilder, Francis Ford Coppola o Alfred Hitchcock.

En estos años hay que destacar la llegada a antena de dos programas de entretenimiento, pensado para un público amplio, que obtuvieron un importante respaldo por parte de la audiencia: *Andaluces por el mundo* (2005) y *Colga2 con Manu* (2007). También continuó el grueso de la programación (y de las audiencias) destinado al público infantil y con dos tipos de programas destacables: *La Banda* y las series de dibujos animados japoneses *Shin Chan*, *Doraemon* o *Cosas de locos*.

4.2.2.1 *Andaluces por el mundo*, *Cifras y letras* y *Colga2 con Manu*, principales ofertas para el público adulto

Los contenidos culturales, divulgativos, junto con el cine y los documentales continuaron en este periodo teniendo una notable presencia en las parrillas de programación. Contando con la fidelidad del público infantil que siguió siendo el baluarte en cuanto a la audiencia de la cadena, y centrados en potenciar al adolescente-juvenil, desde la dirección se trató de consolidar al

público adulto, mayor de 25 años, y con inquietud por una serie de programas que desde su creación ofrecía Canal 2. Y es que un tercio de la audiencia total provenía de este grupo de edad por los que se trataron de reforzar los contenidos para ellos:

“Tuvimos una programación muy particular y muy definida pensando exclusivamente en ellos. Ya teníamos el cine sin cortes pero que hicimos fue dar un cine de calidad, potenciar mucho los ciclos de cine. Y otra cosa también que gustaba mucho a este *target* de personas urbanas de un nivel cultural medio superior de 25 a 44 años fueron los documentales de calidad. Así sacamos documentales buenos: por ejemplo se cumplían los 70 años de la Guerra Civil española e hicimos una serie sobre este tema que fue muy premiada. Y además se mantienen estos espacios y se les da importancia en la parrilla”⁵².

En este periodo, por una parte se continuaron emitiendo una serie de programas, que nacidos en la etapa anterior seguían siendo santo y seña de esta cadena al seguir ofreciendo temáticas muy diversas y especializadas en áreas tan concretas como medio ambiente, literatura, deportes alternativos, universidad, sobre ONG o movimientos asociativos, sobre nuevas tecnologías, economía o las relaciones laboral, de actualidad cinematográfica, etcétera. Espacios que cubrían el servicio público que debía ofrecer el segundo canal.

El horario matinal estaba cubierto con programación para los niños y en las tardes también había espacios para ellos y para el público juvenil. De tal manera que fue en las noches cuando en horario *prime time* se emitían estos espacios. Así en el año 2005 tras *Shin Chan*, cada noche a las 21:00 horas, se emitían espacios de corte más cultural: *Innova mas* (los lunes), *Solidarios* (martes), *Cine. Dos* (miércoles), *S.O.S. Estudiantes* (jueves), *A caballo* (viernes), *Tesis* (sábado) y *Espacio protegido* (los domingos)⁵³. No obstante en los

⁵² Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

⁵³ Así en 2008 “el porcentaje de programación dedicado al género cultural alcanzó el 46%, según datos de TN Sofres. Asimismo, Canal Sur 2 Andalucía es la televisión generalista que más horas ofrece al público infantil, con un 22%” (RTVA: 2009, 65).

siguientes años esto cambió: se fue ampliando el tiempo dedicado al público adolescente hasta las 22:00 horas (con programas como *Fiesta TV*, *La estación*, *Planta baja*) y al mismo tiempo se incorporó a esta hora el informativo *La noche al día* (año 2006).

La llegada de nuevos proyectos que lograron concitar una audiencia más elevada fue ubicada en estos lugares preferentes: así son estrenados programas que como *Andaluces por el Mundo* (2006), *Cifras y letras* (2007) o *Colga2 con Manu* (2007) fueron líderes en audiencias y emitidos a las 22:00 horas. De la misma manera tanto las películas como los documentales siguieron ocupando un lugar preferente y durante esta etapa. El cine era emitido tres o cuatro veces a la semana al filo de las 22:00 horas y algunas series documentales, al menos una vez a la semana, ocupaban el *prime time*: *National Geographic* (año 2006, jueves 23:00 horas); *Colón al descubierto* (año 2007, miércoles 22:00 horas); *Andalucía con estilo* (año 2008, jueves 22:00 horas), etcétera.

Uno de los programas más exitosos en toda la historia de Canal 2 *Andaluces por el mundo*, se estrenó en diciembre de 2006. Con un formato innovador, grabado con un equipo humano mínimo (dos personas) y 50 minutos de duración, ha recorrido buena parte del planeta para contar las historias de cientos de ciudadanos andaluces que emigrados de su tierra explican, mostrando los lugares donde residen, qué motivos les llevaron a buscar otros países, cómo se desenvuelven en aquellos lugares o qué imagen y recuerdos tienen desde la distancia de su tierra natal.

En cada capítulo se contaban cinco o seis historias personalizadas y desde la primera emisión, dedicada a contar la vida de andaluces en la capital de México, se han visitado lugares como Kuala Lumpur y sus torres Petronas, la selva de Malasia, la riqueza medio ambiental de Costa Rica, Gotemburgo y el fiordo sueco Gullman, Madagascar o los casinos de Las Vegas en un largo etcétera

Poco después, TVE española se inspiró en este formato para crear *Espanoles por el mundo* y en la televisión aragonesa se creó en 2008 un espacio

similar titulado *Aragoneses por el mundo*. Un programa que se mantuvo siempre entre los más vistos de toda la cadena, en las temporadas que fue emitido. Posteriormente este mismo espacio dejó de emitirse en el segundo canal andaluz y pasó a Canal Sur Televisión. *Andaluces por el mundo* se estableció en las parrillas de programación en *prime time*: sus emisiones semanales eran cada jueves al filo de las 22:30 horas.

Colga2 con Manu (2007-2009) fue otro de los hitos programáticos en estos años⁵⁴. Un programa semanal de entretenimiento presentado por el humorista sevillano Manu Sánchez en el que se hablaba de actualidad, se realizaban entrevistas o se comentaban noticias con colaboradores muy particulares (como el cantante de los *Mojinos Escozios*, Inés Magia o el filósofo Vico) siempre desde el punto de vista del humor, el chascarrillo o la broma. Destacaron los hilarantes monólogos y piezas de humor realizados por el presentador, sus charlas explicativas ayudado de una pizarra que, unido a la actuación musical en directo o a la asistencia del público en plató, lograba crear un ambiente divertido y desenfadado que, además, logró tener el respaldo de la audiencias en los casi 200 programas emitidos.

El espacio había nacido como continuación de un proyecto similar que se emitió en Canal Sur Televisión, *De la mano de Manu*, manteniendo el esquema de la mayoría de sus secciones, añadiendo algunas nuevas y sobre todo permitiendo un programa más vivo, al ser emitido en directo. Con esto se lograba más interacción con los espectadores ya que éstos podían participar desde su casa, mediante llamadas, correos electrónicos o redes sociales, facilitándoseles además la opción de enviar material audiovisual mediante la web del programa.

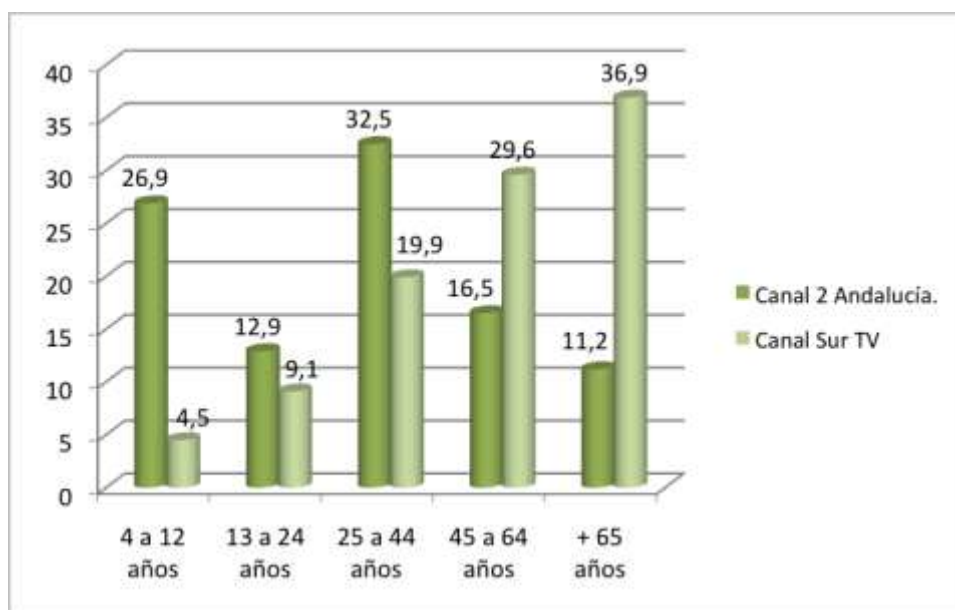
Colga2 con Manu tenía dos emisiones semanales, en horario de máxima audiencia (las 22:30 horas) y con una duración de 90 minutos por emisión. Fue el programa más visto en el año 2007 de Canal 2 Andalucía con una audiencia que cada semana congregaba a más de 200.000 espectadores.

⁵⁴ *La semana más larga*, también del presentador Manu Sánchez, estuvo en la parrilla de programación de Canal Sur 2 (2009-2011), siendo una continuación del espacio iniciado en 2008.

También el año 2007 se incorporó a la parrilla de programación, y en horario de *prime time*, al filo de las 21:30 horas, el concurso diario *Cifras y letras*, una coproducción de la FORTA para las televisiones autonómicas, en el que combinaban pruebas relacionadas con el lenguaje y otras con operaciones matemáticas siendo otro de los espacios con más seguidores. En 2007 se convirtió en el tercer programa más visto, en 2008 subió un peldaño, convirtiéndose en el segundo espacio en cuanto al número de espectadores (246.000 de media) e incluso en 2009, con un descenso generalizado de las audiencias en todas las cadenas generalistas, aun congregaba más de 160.000 diarios, logrando una notable media de pantalla: su cuota se situó en el 6%, siendo emitidos ese año casi 300 ediciones de *Cifras y letras*.

En cuanto a los perfiles de las audiencias por edades, se siguió caracterizando por ser Canal Sur 2 una televisión con presencia mayoritaria de público infantil y de la población de mediana edad. En este periodo, y tomando como referencia el año 2005 observamos como el público adulto fue el mayoritario de este canal, ya que supuso uno de cada tres espectadores de los que componían su audiencia total.

Gráfico 8. Perfil de audiencia por edades. Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión. Año 2005



Elaboración propia. Fuente anuario SGAE y SOFRES.

Así mismo observamos como el público infantil, de forma muy mayoritaria también, prefería el segundo canal autonómico: si a estos dos grupos de edad que le sumamos los jóvenes de entre 13 y 24 años, constatamos que más del 70% de la audiencia del segundo correspondía a personas con menos de 44 años de edad. En cuanto al público infantil y como se ve en el Gráfico 8, aumentó en más de cuatro puntos su presencia con respecto al año 2000, pasando del 22,6% del total a casi el 27% de este 2005. Además logró ascender levemente el porcentaje del público adolescente y juvenil que evolución del 11,5% en 2000, al 12,9% cinco años más tarde. Un tercio de los espectadores de la cadena eran menores de 24 años, cuando en Canal Sur Televisión tan solo suponía el 13% del total.

Porcentualmente descendieron el número de telespectadores mayores de 45 años que pasaron del 37% en el año 2000 al 27% en 2005. Siguió siendo por tanto una televisión con una audiencia eminentemente joven. Por su parte en este mismo año, el 65% de la audiencia de Canal Sur Televisión era mayor de 45 años. Se estaba logrando que respondiese el público al cual iba dirigido los programas que se habían creado para ellos. Por su parte Canal Sur Televisión tenía un perfil de audiencia con un público más mayor, y así más del 65% de éste tenía más de 45 años de edad. Propuestas televisivas diferentes que despertaban el interés de públicos diferenciados.

De esta época hay que destacar la incorporación de nuevos programas que completaron el servicio público para el que había sido creado este canal y con la intención de mostrar las realidades de distintos colectivos sociales, étnicos y culturales de Andalucía. Así en 2007 se estrenó *Con otros ojos* o el informativo *Andalucía sin fronteras*, en 2008, que trataba el fenómeno de la emigración contado de forma endógena por los propios protagonistas que aportaban su forma de verse, integrarse y relacionarse con una cultura, como la andaluza, que no era la propia.

Debemos finalmente destacar también al programa *Generaciones*, un espacio de divulgación cultural, a la vez que de entretenimiento, dedicado al mundo del flamenco que en programas semanales de 50 minutos, y en una

serie compuesta por 26 capítulos, se encargó de mostrar todos los palos y estilos del arte flamenco a través de un relato intergeneracional, en el que participaron desde artistas consagrados a los más jóvenes talentos, yendo de la ortodoxia más pura a las expresiones más vanguardistas o cercanas al mestizaje musical. Fue dirigido por José Luis Montoya y presentado por la bailaora Lalo Tejada, realizándose una media de siete actuaciones por programa. Una programación, como recuerda su directora Marisa Doctor, que trataba de atender a los diferentes colectivos y sensibilidades que había en Andalucía:

“Los colectivos como los homosexuales, los gitanos, los discapacitados sabían que en nosotros tenían su cadena de referencia. (...) Había otro de inmigrantes que era presentado por persona de todas las etnias que hay en Andalucía: árabes, africanos, gitanos, presentadores de todas las razas. Teníamos también el informativo de Nuria del Saz una que tenía un programa informativo presentado por una invidente: los sordomudos por ejemplo tenía su propio programa, su propio informativo y estaban con nosotros. Éramos un canal alternativo”⁵⁵.

En cuanto a la programación cinematográfica, el cine sin cortes publicitarios siguió siendo la principal referencia para el público adulto en Canal Sur 2. Así junto a los films emitidos en versión original subtitulada, el cine europeo o las *tv-movies*⁵⁶, se programan una serie de ciclos exclusivos que obtuvieron un enorme respaldo por parte de los espectadores. Ciclos dedicados a directores como Billy Wilder, Francis Ford Coppola y Woody Allen o a la actriz Marilyn Monroe. En el año 2005 se emitieron, en versión original subtitulada, un Ciclo de cine europeo⁵⁷ y una colección de

⁵⁵ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

⁵⁶ Películas grabadas para ser emitidas en la televisión, sin pasar previamente por las salas de cine. Suelen tener un presupuesto más bajo.

⁵⁷ “Heartless”, producción británica; la francesa “Le Mari de la coiffeuse”; la comedia de Lee Donalson “The Virgen of Liverpool”, o la producción irlandesa-canadiense “This is my father (RTVA: 2006, 55).

12 *tv-movies* pertenecientes al programa *Andalucía estreno*⁵⁸. El éxito en la audiencias fue notable: *Andalucía estreno* ocupó la décima posición de entre los programas más vistos del año 2005, con una media por película de casi 150.000 espectadores.

Ya en el año 2008 cinco de los diez espacios más vistos tuvieron al cine como protagonista: fueron los ciclos de James Bond, Cary Grant, los ciclos en honor a Marilyn Monroe y Billy Wilder y el de Francis Ford Coppola, con una media de entre 150.000 y 200.000 espectadores por film. Del mismo modo las películas semanales de cine clásico congregaron más de 110.000 espectadores.

Aunque sin duda la principal apuesta en cuanto a la programación para este tipo de público vino de la mano de los documentales que tanto los de producción propia, como los de producción ajena fueron puestos en pantalla, manteniendo un número de espectadores fieles por capítulo, que en la mayoría de los casos suponía 100.000 espectadores de media y unos cuotas de pantalla siempre por encima que la que tenía anualmente Canal 2. Entre otras propuestas podemos destacar:

- Año 2005: estreno de la serie documental *El reino de la luz*, segunda entrega de *Andalucía, patrimonio cultural* y la continuación de la emisión de los documentales históricos *Memoria documentada* o los de *National Geographic*.
- Año 2006: serie *Gitanos*, dirigida por Joaquín Petit, y que sirvió para adentrarse en conocer más a esta etnia con tanta influencia para la cultura andaluza, reflejando su realidad, aspiraciones y sus formas de pensar y vivir. Y otros como *A navegar*, *Caminos de Andalucía* o *Andalucía, patrimonio de la humanidad* que acercaron a los espectadores diversas realidades de la comunidad autónoma desde prismas diferenciados, complejos y complementarios que conforman la tierra

⁵⁸ Sus títulos son: "Rapados", "Vivir sin miedo", "El camino de Víctor", "Flores muertas", "Libro de familia", "María y Assou", "Más que hermanos", "Chapapote", "mobbing", "Arde la calle", "Cosas que pasan" y "Atlántida" (RTVA: 2006, 56).

andaluza. Así mismo se emitieron algunos más de contenido histórico como *Memorias documentadas*, *Poblados de colonización* o *Los presos del silencio*.

- Año 2007: se estrena la serie *Generación del 27*, para conmemorar el 80 aniversario de la constitución, por parte de un grupo de poetas andaluces, de este homónimo grupo literario. Realizada por diferentes directores andaluces, en esta serie se pudo ver la relación de poetas como Lorca, Alberti, Cernuda, Alexandre o Pedro Salinas, entre otros, con el entorno social en el que les tocó vivir, su relación con el mundo de las artes, de las mujeres o con la tauromaquia. Se emitieron cinco documentales y fueron entregadas más de 4000 copias de éstos a centros escolares, bibliotecas o clubes de lectura de Andalucía. Además la serie *Retratos* permitió un acercamiento a la vida de algunos de los protagonistas de este movimiento literario. También pudieron verse otras como *Colón al descubierto* (sobre el conquistador), *Saboreando cultura* (gastronomía), *Andalucía barroca* o *Proyecto: Nao Victoria* (sobre el viaje alrededor de la Tierra de Elcano) o *Memoria documentada* en la que se trataron temas como la bomba de Palomares, el rock andaluz de las últimas décadas o la vida de los mineros de Riotinto.
- Año 2008: los contenidos sociales de las diversas temáticas fueron los protagonistas en las parrillas de programación en el año en el que Canal 2 Andalucía se transformaba en Canal Sur 2. Entre otros señalamos *Estudiantes por la libertad* (sobre las luchas estudiantiles en la época franquista); *Molino nuevo, una calle después del infierno* (sobre la vida en los suburbios de Granada), *Entre olivos* (con el aceite y sus trabajadores como protagonistas) o *La casa de las sirenas* (sobre la vida de los homosexuales andaluces desde los años 60). También es de reseñar la serie de cinco capítulos *La Guerra de la independencia*, en el

que se intercalaban recreaciones históricas en o clásicos como *National Geographic* o documentales del oceanógrafo Jacques Cousteau.

Uno de los hitos más destacados, acontecidos en diciembre de 2007 fue el nacimiento del servicio de la *Televisión a la Carta RTVA*, que al igual que otras cadenas de notable importancia en Europa, como el caso de la BBC, permitió a espectadores de todo el mundo, vía internet, poder tener acceso a los programas que se emitían en los dos canales televisivos de la RTVA y poder ver a cualquier hora del día algunos de los principales programas de producción propia.

Así, desde finales de aquel año comenzaron a poder visionarse todas las ediciones de programas como *Es posible* (heredero de *Solidarios*) *Andaluces por el mundo*, *El Club de las ideas*, *S.O.S Estudiantes* o *1001 Noches*, entre otros. El servicio se iría ampliando con el paso de los meses y convirtiéndose en el servicio de “Canal Sur a la carta”, donde era posible ver todos los espacios de esta televisión autonómica.

De notable importancia, sobre todo en el aspecto simbólico, fue el cambio del nombre de esta señal televisiva al cumplir diez años, el 5 de junio de 2008. A partir de ese día se convirtió en Canal Sur 2 Andalucía, modificando además su imagen corporativa y los logotipos que desde entonces se identificarían con la nueva denominación. Como balance de esos diez años desde la propia RTVA se hablaba de un modelo de televisión consolidada, pensada mayormente para un público infantil y también para aquellos con edades comprendidas entre los 13 y los 44 años recalcando su apuesta por los contenidos culturales, sociales, documentales y sobre todo en el cine. Se destacó el tratamiento que se hizo sobre la programación cinematográfica al ofrecer cine gratuito sin cortes publicitarios, ciclos de clásicos en blanco y negro, los dedicados a películas europeas en versión original con subtítulos o películas y cortometrajes realizados en Andalucía o hechos por andaluces.

Además se dieron a conocer algunas de las novedades en la programación para la siguiente temporada entre las que destacaba la puesta en marcha de un nuevo informativo en cooperación con la ATEI (Asociación de la Televisión Educativa Iberoamericana) denominado NCI Noticias. Y se desglosó la programación para el verano y el otoño de ese 2008.

“A su vez, continuará emitiéndose la serie sobre la *Guerra de la independencia* y el crucial papel que jugó en ella Andalucía. Además, se ofrecerán nuevas entregas de la serie *Memoria documentada*, con protagonistas como Doñana, las Zafras de Málaga y Granada o el impacto social del turismo en la Costa del Sol. Otros espacios serán los que se sumen a la oferta, como *Andalucía de carreras*, centrado en el mundo del motor deportivo, o *Andalucía con estilo*, un repaso semanal por el estilismo y la decoración (...) El cine en versión original subtitulada, la emisión de películas sin cortes publicitarios y el estreno de los cortometrajes galardonados con los Premios RTVA continuarán dotando de contenidos al Canal”⁵⁹.

Canal Sur 2 a finales de 2008 era líder de todas las segundas cadenas existentes en las televisiones autonómicas españolas, con una cuota de pantalla del 4,1%. Durante ese año, cada día sintonizaban este segundo canal una media de 300.000 andaluces. Para celebrar este aniversario se celebró una gala en la que se dieron a conocer los hitos más señalados de su historia (“Especial 10 Años de Canal 2 Andalucía”) presentado por Manu Sánchez, con intervenciones de varios de los protagonistas de este canal, como fue el caso de la actuación en vivo que realizaron algunos de los actores de *S.O.S. Estudiantes*. Además hubo actuaciones en vivo de Miguel Poveda, Pasión Vega, David de María y Concha Buika.

En la apuesta de Canal Sur 2 por este *target* de edad, se programó dentro del *prime time*, algunos de los espacios de contenido cultural. Así en el periodo 2005-2008 programas como *Innova más*, *Solidarios*, *Tesis*, *Espacio protegido*, *Documentales*, *Cine*, *Lances*, *National Geographic*, entre otros,

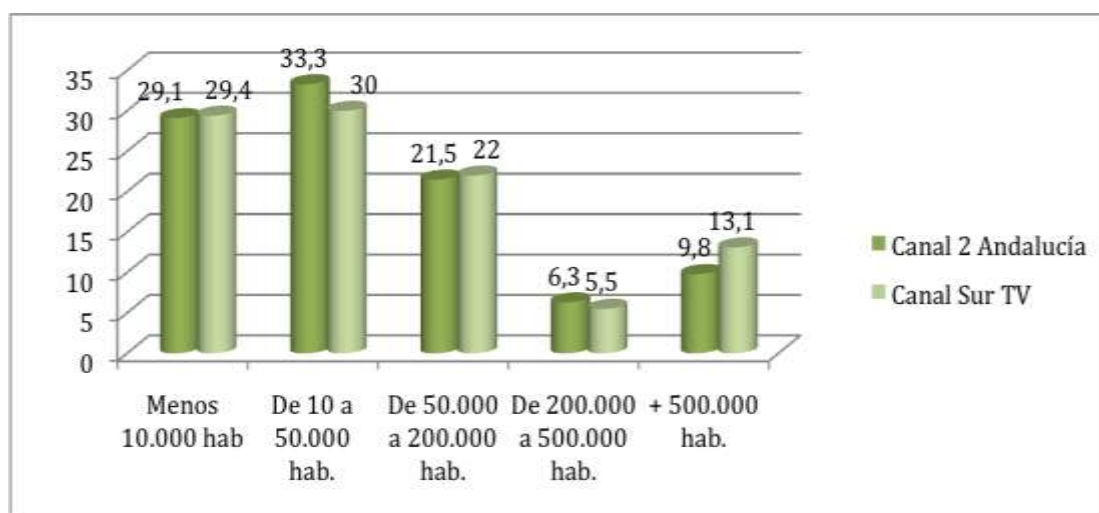
⁵⁹ *El Correo de Andalucía*, 15-09-2008.

estuvieron emitiéndose de las 20:00 horas a las 23:00 horas: “La clara vocación cultural de Canal Sur 2 Andalucía de nuevo se vio reflejada en el tiempo dedicado a este género en 2008. Casi la mitad de su programación, el 46,9%, estuvo consagrada a la cultura, o lo que es lo mismo, diez horas y 57 minutos de promedio diario” (RTVA: 2008, 45).

En cuanto al tipo de público que mantuvo en esta etapa y atendiendo al tamaño de las ciudades donde residían los telespectadores, hay que destacar que hubo significativas diferencias con respecto al periodo anteriormente analizado.

Si entre los objetivos con el que nació este segundo canal, se trataba de captar a un público urbano y que en su mayoría residiese en grandes ciudades, aquellas con más de 200.000 habitantes, esto no se logró: en estas localidades Canal 2 tan solo logró el 16% de su audiencia total, bajando más del 10% con respecto a las cifras del año 2000, cuando este segmento de población suponía el 27% del total.

Gráfico 9. Perfil de la audiencia por el tamaño de las ciudades de residencia de los espectadores. Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión. Año 2005



Elaboración propia. Fuente anuario SGAE y SOFRES.

Así mismo en este lustro aumentó el porcentaje de los seguidores de este canal que residían en localidades de menos de 50.000 habitantes: si en 2000 esta cifra suponía el 55% del total, para 2005 se aumentó hasta el 62%.

Prácticamente dos de cada tres espectadores de este canal residía en pequeñas o medianas poblaciones andaluzas. En el año de máxima audiencia para Canal 2 Andalucía podemos concluir que aumentó el porcentaje de los telespectadores que residían en localidades de menos de 200.000 habitantes y que suponían el 84% del público total. Así mismo los datos de espectadores ente uno y otro canal fueron prácticamente iguales, destacando incluso las audiencias de Canal Sur Televisión que superó porcentualmente al segundo canal en las localidades de más de 500.000 habitantes. No fue el público urbano el predominante de Canal 2 Andalucía.

4.2.2.2 Dibujos animados japoneses y *La Banda*: las propuestas para el público infantil

Durante esta segunda etapa se consolidó la presencia de *La Banda* en Canal 2 Andalucía como una especie de canal temático en el que se insertan diversos espacios destinados al público infantil. A pesar de que aún, durante estos años también se emitieron ediciones en Canal Sur Televisión, este programa siguió siendo la referencia en el segundo canal. Si tomamos a modo de ejemplo, y como referencia, los años 2005 o 2007 *La Banda* emitió durante la mayor parte del año más de 50 horas cada semana: en días de diario una hora y media por las mañanas y en las tardes otras seis horas más. Los fines de semana eran programadas seis horas en horario de tarde, además del espacio que mantenía en la parrilla de Canal Sur Televisión los domingos por la mañana, de cuatro horas de duración, a partir de las 08:00 horas.

Se siguió con el mismo esquema de programación y con espacios dedicados a los juegos, a las recomendaciones de valores, medioambientales o de libros, cuentacuentos, las secciones de los presentadores, las series de dibujos animados o el espacio dedicado a *El Club de La Banda*. El programa en este periodo potenció su presencia en distintos puntos de Andalucía y alternando las grabaciones realizadas en el plató, con otras hechas en exteriores en colegios, pero también en parque de atracciones, parques

acuáticos, espacios naturales, zoológicos, etc. Cada año asistían al plató del programa, o algunas de las actividades en exteriores, una media de entre 10.000 niños andaluces.

Fruto de esta participación, y de la vinculación de los menores con su programa, *El Club de La Banda* logró superar los 500.000 socios, una cifra histórica y que ponía de manifiesto la identificación de la infancia andaluza con este programa y constituía una interesante cantera de futuros espectadores que, conforme fueran cumpliendo años, pudiesen sintonizar otros programas más afines a sus intereses y queles ofreció este canal.

En cuanto a algunos de los hitos más destacables podemos señalar, a partir de 2004, la utilización del lenguaje de signos en algunas de las secciones del programa, o la emisión, durante el año 2005, de la serie de animación *Don Quijote de la Mancha* coincidiendo con el 400 aniversario de la primera edición de esta obra de Miguel de Cervantes. Se realizaron micro espacios, grabados en las localidades de El Toboso y Campo de Criptana, ambas en Castilla la Mancha, protagonizados por los presentadores del programa con el nombre de *Don Quijote de la Banda* o se entregaron miles de ejemplares de esta obra a los participantes de los concursos organizados por el programa. También en ese año se incorporó la mascota del programa: Bandi.

En el año 2007, coincidiendo con el 80 aniversario de la creación del grupo literario la Generación del 27, se emitieron otros micro espacios donde se enseñaba a los menores las aportaciones de algunos de los componentes de este grupo literario y se convocó a un concurso de poesía infantil, inspirado en los grandes poetas andaluces de los años veinte. Ese mismo año el Consejo Audiovisual de Andalucía realizaba un estudio en el que analizaba la presencia de programación infantil y juvenil en las dos cadenas públicas autonómicas, además de las existentes en TVE-1, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta.

Analizados más de 6.500 programas infantiles, destacaba la presencia de este tipo de espacios en Canal 2 Andalucía, donde se emitía el 38,2% de

toda la programación infantil que podía verse en Andalucía en cualquiera de las televisiones que se sintonizaban; muy por delante de La 2 (con el 18% del total), de Antena 3 con el 16% o de Canal Sur Televisión con el 7%.

También se consolidó en la parrilla el programa educativo infantil, *El Club de las ideas*, que si bien estaba desde el inicio de esta cadena, a partir del año 2004 cambió su formato, pasando de los 50 minutos de duración a los 30, emitiéndose exclusivamente en el segundo canal. Durante este periodo continuó con su objetivo de mostrar experiencias educativas diferentes en las escuelas e institutos de la comunidad autónoma (en 2006 por ejemplo estuvo presente en casi 230 centros educativos andaluces) realizándose entrevistas a miembros de la comunidad educativa (profesores, alumnos, padres) que aportaron algo valioso en el proceso educativo.

Además de sus secciones y apartados habituales podemos destacar entre otras actividades excepcionales, las llevadas durante el año 2006, cuando se realizaron piezas audiovisuales especiales con motivo del 250 aniversario del nacimiento de Mozart o en 2007 cuando, y con la ayuda de diversos centros educativos de Andalucía, se realizaron una serie de micro espacios en homenaje a los integrantes de la Generación del 27, a otros artistas como pintores, a la época en las que les tocó vivir e incluso al tipo de comida más habitual durante los años veinte en Andalucía.

En la etapa en la que dirigió la cadena Marisa Doctor hay que apuntar otras propuestas dedicadas al público infantil. Sin duda una de más exitosas, en cuanto al número de espectadores que concitaba, y que ya había iniciado en 2004, fue la presencia de la serie de dibujos animados *Shin Chan*, que fue programado durante ese año y también 2005 en horario de máxima audiencia, a las 21:00 horas, pensado en principio para un público infantil, pero que congregaba también a un público de más edad.

Analizando su presencia durante ambos años, llegaron a emitirse casi 750 capítulos de este manga japonés, entre episodios nuevos o repetidos.

Para una cadena que lograba durante esos años una audiencia media del 5, % del *share*, sin duda fue esta serie de dibujos animados la que permitió

logar unos resultados tan positivos: en el año 2004 lograba el 16% de la audiencia total. Otra teleserie de producción externa, en este caso *Doraemon*, *el gato cósmico* se convirtió en otro de los programas estrella para el público infantil: fue el espacio más visto de toda la cadena durante el año 2006, con una notable cuota de pantalla cercana al 9%, duplicando la media anual de esta cadena.

Tabla 25. Los tres programas más vistos en Canal Sur 2 (2005-2008)

Programas	Tipología	Audiencia	Cuota de pantalla
2005			
<i>Shin Chan</i>	Dibujos animados	313.000	15,4%
<i>El club de media noche</i>	Teleserie	242.000	10,7%
<i>Cosas de locos</i>	Dibujos animados	232.000	29,6%
2006			
<i>Doraemon</i>	Dibujos animados	218.000	8,9%
<i>Detective Conan</i>	Teleserie	159.000	7,1%
<i>Kochikame</i>	Dibujos animados	154.000	5,8%
2007			
<i>Colga2 con Manu</i>	Entretenimiento	202.000	5,8%
<i>Ciclo James Bond</i>	Cine	200.000	6,1%
<i>Cifras y letras</i>	Concurso	193.000	6,4%
2008			
<i>Andaluces por el mundo</i>	Entretenimiento, cultural	247.000	7,3%
<i>Cifras y letras</i>	Concurso	246.000	8,7%
<i>Ciclo James Bond</i>	Cine	246.000	8,6%

Elaboración propia. Fuente: Memorias RTVA, SOFRES.

También es de destacar, por la importancia que tuvo en cuanto al número de seguidores otra serie japonesa, *Cosas de locos* estrenada en diciembre de 2005 y consolidándose como uno de los cuatro programas más visto de la cadena. Esta serie fue creada por uno de los más importantes representantes de la comedia manga, Fujio Akatsuka, que ya había emitido con anterioridad otra serie en Canal Sur Televisión, *El secreto de Akko-chan*.

Y otras series de dibujos animados, también de origen japonés, como los casos de *Detective Conan* o *Kochikame* se situaron entre los cinco programas más vistos en 2006 y 2007, y con un *share* siempre muy por encima de la media que arrojaba la cadena al finalizar el año. No obstante comenzó a observarse un cambio significativo en las audiencias a partir del año 2007 cuando dejó de aparecer entre los programas más vistos aquellos destinados a los niños: llegó la TDT y las ofertas para este tipo de público se multiplicaban. Además los programas más vistos (*Colga2 con Manu*, *Andaluces por el mundo*, *Cifras y letras*) ya no respondían tanto al perfil específico para el que iba destinado la programación de este canal sino que se ofertaban “para toda la familia”: en estos años comenzaba a desdibujarse el perfil de espectador habitual de este canal.

4.2.2.3 Fiesta TV y S.O.S. Estudiantes: las apuestas para la juventud andaluza

La programación juvenil se potenció durante este periodo con diferentes tipos de propuestas y con un objetivo claro: mantener al público infantil que ya tenía Canal 2 Andalucía para que conforme fuesen cumpliendo años pudieran encontrar nuevos programas de interés en esta cadena:

“Íbamos ampliando la programación juvenil porque no queríamos perder ese medio millón de niños socios de *El Club de La Banda*, que ya sabían que tenían su televisión en nosotros, que era Canal 2 Andalucía y estaban ahí. (...) Estaba ya muy asentada la programación infantil con *La Banda* cuando nosotros llegamos y lo que hicimos fue incidir mucho más en no perder a los niños que estaban ya con nosotros y

que Canal 2 era para ellos su espacio. No queríamos perderlos y tratamos de fidelizarlos y amarrarlos y así creamos *Fiesta TV*, una franja por la tarde que iba con contenido dedicado expresamente a ellos. Y pusimos también una serie de situación delicada la gente joven que se llamaba *S.O.S. Estudiantes* que se hacía en Málaga estaba muy dirigido a ese público juvenil”⁶⁰.

La principal apuesta de estos años vino de la mano del espacio *Fiesta TV*, un programa contenedor de varias secciones donde la música, el cine, las series de animación, los temas relacionados con la sexualidad, el medio ambiente y la solidaridad o los espacios de divulgación e información, pensados para este tipo de público fueron los predominantes. Se estrenaba el 16 de abril de 2006 se ofrecía un programa que estuvo emitiéndose de forma regular hasta el año 2011; desde ese año, y durante algunos meses, los fines de semana pudo ver *Canal Fiesta*, un programa heredero de éste, pero con mucha menos presencia en las parrillas de programación⁶¹.

Fiesta TV fue presentado entre 2006 y 2009 por María Espejo, que ya era conocida por el público infantil andaluz al haber sido presentadora durante cinco años del programa *La Banda*, posteriormente por Vanessa Martín Alloza. El director era Juan Carlos Rivero. El espacio funcionaba, tal y como ya lo hacía *La Banda* desde hacía años, como un contenedor de espacios donde además de los contenidos propios en forma de noticias, reportajes o actuaciones musicales, se intercalaban teleseries extranjeras para jóvenes. Entre otras muchas pudieron verse algunas como *LegenZ*, *Slam Dunk*, *Doce reinos*, *Frecuencia 04*, *Creepie*, *Slam Dun*, *Bo bo bo*, *Xena la princesa guerrera*, *Las aventuras de Simbad* o *SeaQuest*.

En cuanto a su formato y horarios varió mucho en los años que estuvo en antena, pero siempre mantuvo un tramo horario similar: las tardes. Comenzó emitiéndose en 2006 entre las 20:00 y las 22:00 horas; ya en 2008 su

⁶⁰ Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

⁶¹ Para celebrar el estreno de *Fiesta TV*, se organizó un concierto con Sergio Contreras, Edurne o el Koala, entre otros, en el Palenque de Sevilla. La gala fue retransmitida esa misma en Canal 2 Andalucía. Sala de prensa RTVA.

horario de inicio se trasladó a las 18:00 horas, y a principios de 2010, cuando cambió el formato del programa y los presentadores⁶², *Fiesta TV* estableció su hora de emisión a las 17:40 horas, con casi tres horas de programa entre las producciones propias y los contenidos externos.

Entre las secciones que tuvo a lo largo de sus años podemos destacar “La Barra de Domínguez”, donde el presentador de Canal Fiesta Radio, José Antonio Domínguez, hablaba de personajes del momento y era la forma de generar sinergias entre el canal musical de radio para jóvenes y este programa televisivo. O “Top 20”, donde se presentaban los vídeos musicales más importantes, con una notable presencia de los artistas andaluces y actuaciones acústicas en el plató o las entrevistas en el set realizadas a cantantes, actores o jóvenes representantes del mundo de la cultura o la empresa.

“Otras secciones del programa son “Héroes en Zapatillas”, donde distintos personajes reciben las cámaras del programa en su casa; “Linka Web”, en la que te ofrecemos lo más destacado de la red; “Top Fiesta Fans”, una sección dedicada al fenómeno de los seguidores incondicionales; o “Top Game”, donde se repasa toda la actualidad de mundo del videojuego... A lo largo de *Fiesta TV* también se incluyen videos de interés para el público que sigue el espacio: convocatorias, giras de conciertos, viajes interesantes, concursos, ofertas u opiniones”⁶³.

Al tratarse de un programa pensado para un público joven se potenció su participación: por una parte a través de las secciones de opinión y por otra con la creación de una página web (www.fiestatv.es) con marcado carácter interactivo. Uno de los pilares más importantes de este espacio fue la música, de la mano de la sección *Top Fiesta*, que además se establecería los sábados y domingos por la mañana (al filo del mediodía) como un programa independiente de una hora de duración.

⁶² En enero de 2010 los nuevos presentadores fueron Vanessa Martín Alloza, conocida por su trabajo al frente de *Andalucía Turismo* o *La coctelera* y José Antonio Domínguez, locutor de Canal Fiesta Radio (RTVA: 2011, 65).

⁶³ Sala de prensa RTVA: http://www.canalsur.es/Fiesta_TV/70942.html?seccion=70942

Para relanzar el tramo de las tardes, que se iniciaban con *La Banda* y continuaba con *Fiesta TV*, durante varias temporadas al concluir este espacio juvenil se programaron diversas series de animación o teleseries, dirigidas a este público. Estaríamos hablando de *Cosas de Locos* en el año 2006, *Kochikame* en el 2007, *Hércules* o *Xena, la princesa guerrera* durante 2008. *Fiesta TV*, que no tuvo un número de seguidores especialmente significativo en sus años de en antena ya que ninguna de sus emisiones consiguió situarse entre los 25 programas anuales de la cadena más vistos (cosa que sí lograban series para el público juvenil-adolescente como *Xena la princesa guerrera* o *Bo bo bo*, entre otros).

Tras el éxito cosechado por el programa de monólogos *Sinceros*, que se había emitido entre 2002 y 2004, algunos de los integrantes de aquel proyecto crearon una serie de ficción, *S.O.S. Estudiantes*, también pensada para un público adolescente-juvenil, y grabada en Málaga⁶⁴. Así en septiembre del año 2004 se emitió el primer capítulo de una serie que permanecería en antena hasta finales del año 2009.

Al estilo de la estadounidense *Friends* o la española *Aquí no hay quien viva*, se creó esta serie de ficción, comedia de situación (*sit com*) en la que los protagonistas eran un grupo de estudiantes que vivían en la misma casa. La trama giraba en torno a la relación que se establece entre ellos o a la interacción que realizaban con el resto de los vecinos de su mismo bloque donde convivían un casero algo tacaño, un vecino medio loco, una intransigente profesora de ciencias o el dueño del bar cercano.

Con un humor surrealista en algunos de sus diálogos y una trama netamente andaluza con el director, los guionistas y los actores de esta comunidad autónoma, *S.O.S. Estudiantes* logró permanecer un lustro en las parrillas de programación del segundo canal, siendo muy exitosos los tres primeros años de sus emisiones ya que de 2004 a 2006 estuvo entre los diez

⁶⁴ La idea original fue de uno de los guionistas de *Sinceros*, Julio José Blanes. En la concepción del proyecto también participaron el director Juan Manuel Lara y el productor Luis Ramírez. Entrevista a Andres Calvo. Ver anexos.

programas más visto del año⁶⁵. A partir de 2007, y cuando esta comedia amplió su duración de 30 minutos a una hora, siguió teniendo el favor del público, aunque no en los puestos más altos del ranking. Así en 2008 ocupó el puesto 22 en la clasificación de los espacios más vistos del año, con una audiencia media de más de 100.000 espectadores; en 2009 esta comedia aún logró reunir a unos 60.000 espectadores por capítulo.

Otro de los programas que se lograron crear durante este periodo y pensado para este tipo de público fue el informativo *Acerca-T*, que desde el septiembre de 2004 y durante cuatro años consecutivos se consolidó en las tardes. Se trataba de un espacio diario de 15 minutos de duración, conducido por una cara conocida en el segundo canal andaluz: la de Javier Aguilar que ya había presentado *La Banda*. A pesar de ser un espacio de noticias, tanto por las temáticas tratadas, por su duración, su estructura, el gancho de un presentador joven o por el tipo de realización llevada a cabo pretendía resultar atractivo para la población adolescente-juvenil.

A modo de un informativo diario *Acerca-T* contaba con un sumario de entrada con las imágenes que resumían los temas del día, cuatro o cinco noticias donde los menores eran o bien los protagonistas directos de las mismas o bien los afectados por los hechos que se trataban, una agenda cultural y un cierre más informal, que solía ser de actividades culturales, musicales o lúdicas. El presentador, sentado en un taburete alto y con una pantalla de fondo como principal elemento de la escenografía, iba dando paso a cada uno de las noticias o reportajes, adoptando un tono cercano, informal y comprensible para los menores pero con la información como elemento central. Se emitía, de lunes a viernes, a las 19:30 horas. Además se pretendía dar a conocer asuntos noticiables en los pueblos y ciudades de Andalucía, de España o del mundo y todo ello se realizaba con una intención clara: educar informando, tratando de transmitir una serie de valores como la solidaridad, el cuidado del medio ambiente, el pacifismo o la igualdad entre

⁶⁵ En esta tesis doctoral hay un apartado específico donde se analiza el desarrollo del programa *S.O.S. Estudiantes*. Ver capítulo 5.

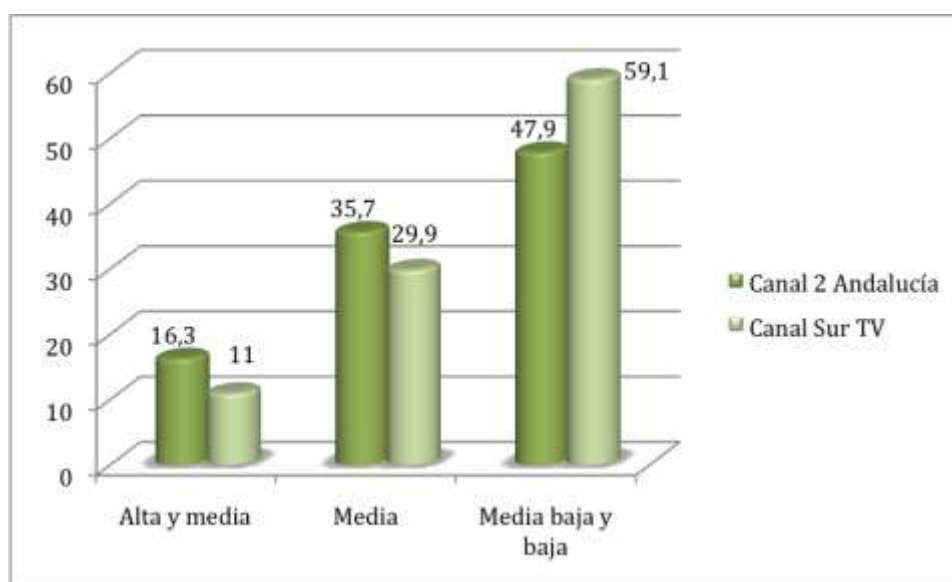
los seres humanos. Y todo ello sin olvidar la importancia de la cultura que mediante el cine, los videojuegos, la literatura o la música quedaban reflejados en este informativo. *Acerca-T* nació destinado mayormente a un público adolescente, aunque se logró conectar con otro tipo de espectadores: “Los estudios de audiencia confirman que esa es exactamente la franja de edades de los niños que ven el programa; pero sólo la mitad de la audiencia es infantil y juvenil, porque la otra mitad son adultos de entre 25 y 44 años, de lo cual se deduce un dato muy importante: que el público de *Acerca-T* son los hijos con sus padres” (RTVA: 2005, 35). Fue un espacio pionero en cuanto al formato, ya que según apuntaba el Observatorio Europeo de la Televisión Infantil, tan solo existía un informativo parecido en España, en la TV-3 de Cataluña y otras dos experiencias similares en toda Europa: en la BBC inglesa y en la televisión pública de Holanda.

“El equipo de redacción tiene presente cada día cuestiones fundamentales como son educar y formar a los niños en determinados valores, para intentar hacerlos mejores personas el día de mañana. Este proyecto pasa por mantener informados a los niños de las cosas que ocurren, las buenas y las malas, pero contadas para ellos y por ellos. Por eso, toda la información que se maneja está traducida a un lenguaje claro y fácil, intentando que sea didáctica” (RTVA: 2005, 37).

Fruto del buen hacer, y cuatro meses de su primera emisión, en enero de 2005, *Acerca-T* recibió el premio al mejor programa televisivo infantil de la temporada, por parte de la Asociación de Telespectadores de Andalucía (ATEA). Al año siguiente logró el Premio Andalucía de Periodismo 2006 y Tercer Premio de Televisión Infantil otorgado por UNICEF. En lo referente al tipo de audiencia por clase social, tal y como adelantamos con datos de la etapa anterior, se continúa con la misma tendencia en 2005. El 52% de los espectadores de Canal 2 Andalucía tenían una clase social media o media alta, por encima de los porcentajes del primer canal de la RTVA (que para estas clases sociales tan solo suponían el 40% del total) logrando así concitar a un tipo de público diferenciado, gracias a una programación diferenciada.

El público con mayores posibilidades económicas en Andalucía tuvo a Canal 2 Andalucía como cadena televisiva de referencia, tanto para las clases sociales medias-altas, como para las clases medias. Así, estabilizabas las audiencias durante este periodo en torno al 4% del *share*, con un *target* de público muy específico y constante, con una imagen renovada tras su décimo aniversario, un continuismo en cuanto al tipo de programación que se realizaba, pocos pudieron presagiar lo que ocurriría a partir de los próximos años.

Gráfico 10. Perfil de las audiencias por clase social. Canal 2 Andalucía, Canal Sur Televisión. Año 2005



Elaboración propia. Fuente: Memorias RTVA y SOFRES.

Una concatenación de factores supondrían el paulatino descenso de las audiencias y, a finales de septiembre de 2012, el cierre del Canal Sur 2.

4.2.3 Tercera etapa. Un modelo desvirtuado por la llegada de la competencia y la crisis económica

En las elecciones autonómicas de marzo del año 2008 el PSOE volvió a conseguir mayoría absoluta en el Parlamento de Andalucía y continuó

gobernando sin necesidad de tener que pactar con otros partidos políticos⁶⁶. A finales de ese año se produjo el relevo en la dirección general de la RTVA, que abandonó Rafael Camacho tras más de ocho años en el cargo, siendo sustituido por Pablo Carrasco García. Tras las modificaciones acometidas en la Ley de la RTVA, aprobada en el año 2007, el Parlamento elegía, por primera vez, a un nuevo director general de la Radio y Televisión de Andalucía.

Según marcaba el articulado de esta ley los nuevos máximos responsables de la RTVA debían conseguir, en primera votación, una mayoría de dos tercios (lo que suponía conseguir 73 de los 109 votos del Parlamento) y en el caso de no lograrlo, obtener en segunda votación tres quintos de la cámara (66 votos). Tras una tercera votación sólo se necesitaría mayoría absoluta (55 votos), aunque esta fórmula estaba restringida a la primera vez que se aplicase esta nueva ley. Con esta tercera opción, y sumando los votos del PSOE e IU, el 12 de noviembre de 2008 Pablo Carrasco se convirtió en el nuevo director general de la RTVA, por un periodo estipulado de mandato de seis años.

Carrasco, que ejercía de director de la productora audiovisual ZZJ desde 2007, ya había trabajado en la RTVA entre 1989 y 2005 en diversas responsabilidades; así mismo RTVE le fichó en 2005 donde había ejercido como Jefe de Programas y Director de Contenidos. Un perfil de director general muy relacionado con el mundo audiovisual en Andalucía. El 25 de noviembre de 2008 tomó posesión de su cargo y antes de final de año presentó su nuevo equipo de trabajo⁶⁷. Con el objetivo de lograr reducir

⁶⁶ El Partido Socialista Obrero Español obtuvo 56 escaños, el Partido Popular 47 e Izquierda Unida 6. El Partido Andalucista no logró representación. Pocos meses después, en abril de 2009, José Antonio Griñán se convirtió en el nuevo presidente de la Junta de Andalucía, sustituyendo en el cargo a Manuel Chaves, tras 19 años en la presidencia regional.

⁶⁷ Tal y como se informa desde la propia RTVA: "Entre las novedades destaca la creación de la Dirección de Programación y Emisiones, dependiente de la Dirección de Antena y a cuyo frente estará el hasta ahora director de Emisiones y Continuidad, José Luis Pereñíguez. en los próximos días dejarán sus cargos el secretario general de RTVA, José Antonio del Saz; el director de Comunicación e Imagen, Ángel Fernández Millán; el jefe de Programas de Canal Sur Radio, José María Allas; y la directora de Canal Sur 2, Marisa Doctor. Estos ceses

gastos y eliminar puestos directivos, entre otras medidas suprimió del organigrama de la RTVA la dirección de Canal Sur 2, que asumió el propio equipo de Carrasco: Marisa Doctor dejó de ser la directora del segundo canal a finales de aquel año, puesto que no fue cubierto por ningún sustituto.

4.2.3.1 El cambio hacia una programación generalista

En cuanto a la programación de estos últimos cuatro años de emisiones, se siguió apostando por contenidos pensados para los públicos infantiles y juveniles donde los espacios de referencia para estos grupos de edades siguieron siendo *La Banda* y *Fiesta TV*, respectivamente. Con algunas variantes en las parrillas de programación, *La Banda* siguió ocupando de media, dos horas matutinas de programación y otras cinco en horario vespertino, además de sus ediciones de los fines de semana. Así mismo siguió en antena *El Club de las ideas*, como espacio de encuentro para los más pequeños y con la escuela como epicentro de este programa.

Además de esos espacios, y a diferencia de otros momentos en la historia de la trayectoria de esta cadena, aparecieron muy pocas novedades dirigidas específicamente al público joven. Sí fueron programadas algunas series, que aunque destinadas a un público algo mayor, pudieron atraer la atención de la población infantil (como por ejemplo *Mutant X*, *Andrómeda*, *Kung Fu* o *Kochikame*, entre otras). Así, si en 2008 casi el 20% de la programación total estaba dirigida al público infantil, esta descendió en 2011 y 2012 ya que durante estos años se dedicó a este grupo de edad el 16% del total de lo programado.

En cuanto la población adolescente juvenil siguió teniendo en las tardes su espacio de referencia con *Fiesta TV* como programa más

supondrán la desaparición del organigrama de la Dirección de Canal Sur 2 y la Secretaría General de RTVA". Sala de prensa RTVA.

significativo, seguido de diversas teleseries o de cursos de inglés que durante algunos meses ocuparon diariamente las parrillas de programación. Los fines de semana con *Top Fiesta*, y los últimos capítulos de *S.O.S. Estudiantes*, que esaría en antena hasta 2009, serían otros de los espacios centrados en este público. Lo más característico de estos años fue, no obstante, la aparición de una serie de programas de carácter más generalista que no iban dedicados a un *target* específico sino pensado para todos los públicos. Quizá el hecho de programarlos hizo que se desdibujara el perfil de los telespectadores de este canal y que los tradicionales seguidores de Canal Sur 2 encontraran en otras cadenas una programación más afín a sus gustos. Muchos de estos programas se ofertaban desde la RTVA como “espacios para el disfrute de toda la familia”. Y fueron incluidos en los horarios de máxima audiencia televisiva, a partir de las 21:00 horas.

Entre otros programas que estarían en este segmento destacamos:

- *Andaluces por el mundo*, un programa nacido a finales de 2006 y que hasta el año 2010 estuvo en antena, con emisiones de 55 minutos semanales, siendo el preferido entre los telespectadores de la cadena. En 2009 y 2010 se convirtió en el espacio más seguido de todos los existentes en la cadena. Teniendo en cuenta la fragmentación de las audiencias, debido a la proliferación de ofertas televisivas, esta propuesta audiovisual que se encargaba de mostrar la vida de emigrantes andaluces por todo el mundo, obtuvo unos excelentes resultados, de tal manera que en estos años superó la media de 200.000 espectadores por capítulo. Tras su paso por Canal Sur 2, *Andaluces por el mundo* pasó a formar parte de la parrilla de programación de Canal Sur Televisión a finales de 2010.

- El concurso *Cifras y letras*, emitiendo desde 2007 hasta 2012, se unió en la parrilla de programación *en prime time* (al filo de las 21:00 horas) estando

situado entre los cinco o seis programas más vistos de cada temporada y programándose una media de 300 capítulos al año.

- *Animales en familia*, estrenado el 15 de septiembre de 2009 fue presentado por Tutti Márquez, que durante siete años había hecho lo propio en el programa infantil de *La Banda*. Era un espacio semanal en el que se mostraba la historia y la vida de los animales domésticos, aderezado con informaciones sobre la vida salvaje de los animales o reportajes sobre el medio ambiente y sus seres vivos. Con una intención divulgativa, pero sobre todo de entretenimiento, se pretendía fomentar el cuidado hacía los animales, dando consejos prácticos sobre cómo atenderlos y contando historias particulares de éstos o de su relación con los dueños. Un programa para un público amplio ya que: “En Andalucía, hay más de un millón de mascotas o animales domésticos censados, así como miles de caballos, animales de granja, animales salvajes en libertad, en parques y zoológicos, por lo que esta nueva apuesta televisiva de la cadena andaluza contará con la aceptación de muchos espectadores”⁶⁸. En antena hasta 2012 siempre fue uno de los programas más vistos en Canal Sur 2. No obstante su audiencia, como el del resto de espacios, fue descendiendo. Si en su primer año en antena obtuvo de media casi 140.000 espectadores cerrando el año 2012 con poco más de 60.000 espectadores por edición.

- *Taxi*, estrenado en el año 2010 y emitido diariamente, era un particular concurso en la que usuarios anónimos de este servicio de transporte se encontraban por sorpresa con un programa de televisión en el que un conocido conductor (el humorista malagueño Manolo Sarria) iba haciendo preguntas mientras les llevaba a sus destino, con la posibilidad de obtener dinero sí respondían correctamente⁶⁹. El valor de las preguntas iba en aumento conforme se sucedían las preguntas y el participante solo podía

⁶⁸ Sala de prensa RTVA. <http://blogs.canalsur.es/notasdeprensa/15-09-2007>.

⁶⁹ El formato original *Cahs Cab* nació en la BBC, y en 2006 Telemadrid puso en antena este programa con el nombre *Taxi, taxi*. (www.atn.es)

errar dos veces: a la tercera era expulsado del *Taxi*. Podían obtener ayuda externa llamando a familiares o amigos para pedirles información. Siempre situado entre los cinco programas más vistos de Canal Sur 2, fue el espacio más seguido en esta cadena en 2011. En cuanto al número de seguidores por programas osciló entre los 120.000 de media en 2010 a los 83.000 de 2012. Se emitió de lunes a viernes, en horario de *prime time*, una media de 250 capítulos por año.

- *La semana más larga*, presentado por el humorista Manu Sánchez, que heredando el formato que había realizado para esta cadena con *Colga2 con Manu*, volvió a las pantallas en el año 2010 con otro espacio en clave de humor, un programa semanal de hora y media de duración, en *prime time*, los miércoles a las 22.30 horas. Los monólogos de Manu, su pizarra con la que explicaba algunas de las noticias más relevantes, la entrevistas de actualidad o las opiniones de sus tertulios de cabecera, conformaron el esqueleto de este programa que durante los tres años que estuvo en antena mantuvo una audiencia semanal de unos 120.000 espectadores por programa y una cuota de pantalla anual del 3,6%, muy por encima de la media de la cadena, aunque muy por debajo de las cifras de espectadores logrados pocos años antes por Canal Sur 2.

- *Los habitantes del mar*, programa de reportajes estrenado en 2011, el estilo del *docu-reality*, que recorría la costa andaluza y que tenía como principales protagonistas los testimonios de las gentes del mar que, a través de sus historias y su vida cotidiana, contaban aspectos culturales, históricos, gastronómicos o sociales de las costas andaluzas, desde el litoral onubense de Ayamonte, casi en Portugal, a la zona más oriental de Andalucía en la costa almeriense, en su límite con la comunidad murciana.

En sus 50 minutos de duración semanal se ofrecía una visión del litoral andaluz y de las gentes que lo habitaban. Con casi 100.000 espectadores semanales de media fue otro de los espacios más vistos en el Canal Sur 2 en

esta etapa final de su historia. Durante este periodo fueron estos programas, pensados para un público más generalista, los que más favor del público obtuvieron en Canal Sur 2.

Tabla 26. Los tres programas más vistos en Canal Sur 2 (2009-2012)

Programas	Tipología	Audiencia	Cuota de pantalla
2009			
<i>Andaluces por el mundo</i>	Cultural, entretenimiento	216.000	7,0%
<i>Colga2 con Manu</i>	Entretenimiento	184.000	5,9%
<i>Ciclo Francis F. Coppola</i>	Cine	182.000	5,2%
2010			
<i>Andaluces por el mundo</i>	Cultural, entretenimiento	201.000	5,5%
<i>Ciclo noche de misterio</i>	Cine	149.000	5,3%
<i>Lances</i>	Medioambiente	130.000	4,4%
2011			
<i>Taxi</i>	Entretenimiento	121.000	4,2%
<i>La semana más larga</i>	Entretenimiento	118.000	3,7%
<i>Cifras y letras</i>	Concurso	101.000	4,1%
2012			
<i>Carnaval de Cádiz</i>	Entretenimiento	209.000	7,2%
<i>La semana más larga</i>	Entretenimiento	121.000	3,5%
<i>El loco soy yo</i>	Cultural, entretenimiento	93.000	2,6%

Elaboración propia. Fuente RTVA, Kantar Media.

Si en épocas anteriores los programas infantiles de manera destacada siempre habían estado entre los más seguidos por los telespectadores, en este periodo desaparecieron del ranking de los más seguidos, e incluso desde

2010 no fue posible encontrar entre los 25 programas más vistos del año ninguno dedicado específicamente a este sector de la población.

De esta última etapa es reseñable también la apuesta que se siguió haciendo tanto por la proyección de documentales, siempre pensando en ese público adulto andaluz. Se proyectaron espacios clásicos en este género relacionados con la naturaleza, el medio ambiente o las culturas ajenas como *National Geographic*, *Vida salvaje*, *El mundo submarino* o *Bajo el cielo de Orión*, junto a otros específicos en estas temporadas como fueron, entre otros, *Desierto en la tierra*, *Tierra Incógnita*, *Viajeros por Andalucía*, *Mitos de la humanidad* o *Amazonía última llamada*.

Tabla 27. Número de documentales emitidos en Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión (2009-2011)

Cadena / Año	2009	2010	2011
Canal Sur 2	985	2008	3013
Canal Sur TV	178	453	917

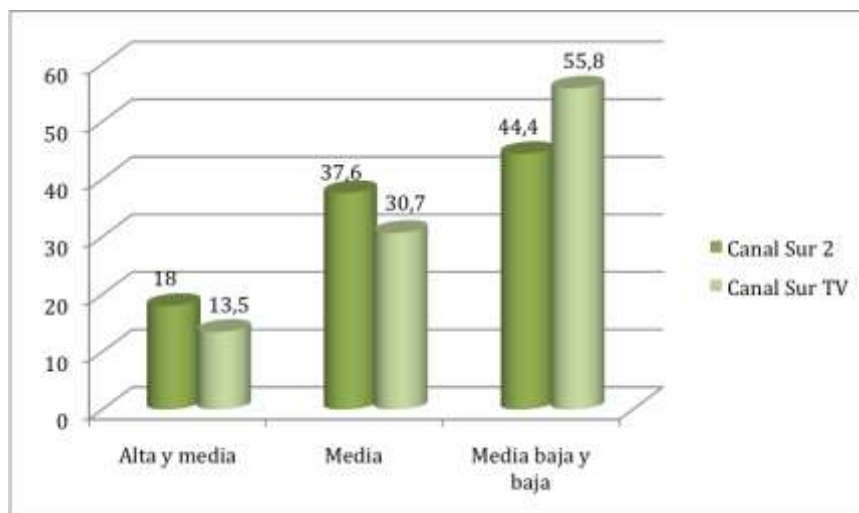
Elaboración propia. Fuente: EGEDA.

Además se continuaron estrenando proyectos centrados en Andalucía, como el caso de la serie documental sobre Blas Infante, padre de la patria andaluza que, durante 2010, emitió ocho capítulos, de una hora de duración y en horario de *prime time*, de la serie titulada *Blas Infante. Un hombre para un pueblo*. O se continuó emitiendo la serie *Guerra de la independencia*, sobre este acontecimiento bélico en tierras andaluzas. Tal fue la apuesta por estos formatos que, tras realizarse un estudio sobre la emisión de documentales en las dos señales de RTVA quedó patente, según datos de la EGEDA, que en el periodo 2009-2011 de los 7.500 documentales emitidos en la RTVA, más de 6.000 se programaron en Canal Sur 2 y poco menos de 1.500 en Canal Sur Televisión.

El cine continuó siendo otro de los platos fuertes durante el periodo 2009-2012. En 2009 sobresalieron, por la respuesta del público, el *Ciclo de Francis Ford Coppola* y el dedicado al *cine español*. Así mismo en 2010 y bajo la

denominación *Ciclo de cine Andaluz*, se emitieron 15 largometrajes y *to-movies* en las que participó la RTVA. El objetivo fue promocionar las películas realizadas durante la primera década del siglo XXI en Andalucía o que contaron con la participación de profesionales andaluces. Entre otras, se incluyeron películas de directores como Chiqui Carabante, Manuel Martín Cuenca o Antonio Cuadri y de actores como Juan Diego, Antonio de la Torre o Julián Villagrán (RTVA: 2011, 38). O con el ciclo, dedicado en 2011 a Alfred Hitchcock, quinto espacio más visto de toda la temporada. La vuelta de Jesús Quintero al segundo canal en 2011 con *El loco soy yo* y el programa de entrevistas y entretenimiento *1001 noches* fueron otros de los espacios destacados, en los que la programación derivó a un modelo algo desnaturalizado con respecto al de sus orígenes. En esta etapa se mantuvo el perfil de las audiencias en función de su clase social.

Gráfico 11. Perfil de las audiencias por clase social. Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión. Año 2010



Elaboración propia. Fuente: Memorias RTVA y SOFRES.

Como hemos venido observando desde el año 2000, el tipo de público que veía Canal Sur 2 era porcentualmente superior, en cuanto a nivel económico, al que sintonizaba Canal Sur Televisión. Las clases sociales medias y medias-altas suponía el 55% del público total del segundo canal autonómico, mientras que para el primer canal de la RTVA este porcentaje se

quedaba por debajo del 45%. Hay que destacar que casi uno de cada 5 telespectadores del segundo canal (18%) pertenecía a las clases sociales medias-altas, por lo que podemos concluir, con respecto a la situación económica de los espectadores, que sí se logró captar a un tipo de público con unos niveles económicos altos y medios.

Fue Canal Sur 2 una televisión que concitó, a lo largo de su historia, al segmento de la población andaluza con un poder adquisitivo más elevado.

4.2.3.2 La llegada de la TDT y la fragmentación de las audiencias

Estos años estuvieron marcados por la proliferación de la oferta televisiva, debido a la llegada de la TDT y por la destacada fragmentación de las audiencias: de 2008 a 2012 las principales cadenas generalistas perdieron hasta un 50% de sus telespectadores habituales. En cuanto a las nuevas ofertas televisivas hay que reseñar que se consolidaron los nuevos canales de televisión en abierto que llevaban operando desde hacía tres años y que lograron asentarse entre las preferencias de los andaluces. Así Cuatro, estaba operando desde noviembre de 2005 y La Sexta desde marzo del siguiente año. Si en 2006 las audiencias de ambas cadenas en Andalucía eran de 5% y del 1,6% respectivamente, tres años más tarde, a finales de 2009, Cuatro ya alcanzaba una *share* del 7,8% y La Sexta del 6,3%.

De igual manera irrumpieron en estos años cadenas televisivas como Clan TV, Boing, Disney Chanel, Nitro, Nova, La Sexta 2, La Sexta 3, Factoría de Ficción, Paramount Channel, etcétera, ampliando la oferta televisiva de un modo exponencial y reconfigurando los índices de audiencias de todas las cadenas generalistas existentes hasta ese momento. Una nueva realidad televisiva asentada en apenas cuatro años: en 2008 las audiencias de las cadenas de TDT apenas suponían el 5% del *share* total; un año más tarde esa cifra ascendía hasta el 9,8%; en 2010 ya suponían el 18,6% y para el último año de emisión de Canal Sur 2, en 2012, el total de las ofertas televisivas

emitiendo en TDT suponían casi uno de cada tres espectadores en Andalucía (el 30,6% del total).











En este periodo el número de espectadores atraídos por las nuevas señales se incrementó en un 600%: del 5% del total a más del 30%⁷⁰. Si a eso le sumamos las audiencias en las cadenas de pago o los de las televisiones locales, casi el 40% de los públicos en Andalucía, a finales del año 2012, se concentraron en estas nuevas plataformas televisivas, prácticamente testimoniales. Tal y como se observa en la Tabla 28, la fragmentación de las audiencias sacudió el panorama televisivo y reconfiguró una nueva realidad donde los canales generalistas perdieron entre el 30% y el 40% de sus audiencias en menos de un lustro.

Canal Sur 2 se resintió en sus audiencias debido a la fuga de los espectadores más jóvenes. Ya en 2010 superaban al segundo canal andaluz en audiencias señales como Clan TV (3,4% de cuota de pantalla a nivel andaluz), Neox (2,4%), Disney Channel (2,2%) y se acercaron mucho a los guarismo otras como Nova, La Siete, FDF o Nitro. Entre 2009 y 2010, el canal objeto de nuestro estudio, el número de espectadores en casi un 50%. En 2011 se volvió a perder casi una cuarta parte del público y en 2012, año de su cierre apenas superó el 1% del total. El caso de Canal Sur 2 no fue una excepción en el panorama de las segundas señales de las televisiones autonómicas, ya que por ejemplo en el 2010 tan solo fue superada en audiencias por ETB-1 con el 2,2% del *share*, estando por encima de otros segundos canales.

Casos como en la televisión catalana (Canal 33, 1,6%; 3/24 con el 1,1%), el canario (TVCan2, 1,0%) o el de Telemadrid (La Otra, 0,7%). Incluso en el año de su cierre y con la única salvedad de ETB-1 que mantuvo audiencias por encima del 2%, los datos arrojados por el canal andaluz no distaban mucho de los obtenidos en la televisión regional catalana (Canal 33 o Super33 con el 1,1%) y seguía superando en audiencias a sus homólogo en comunidades como Galicia, Madrid, o Asturias.

⁷⁰ Datos suministrados por el Departamento de Audiencias de la RTVA, sobre datos de Kantar Media.

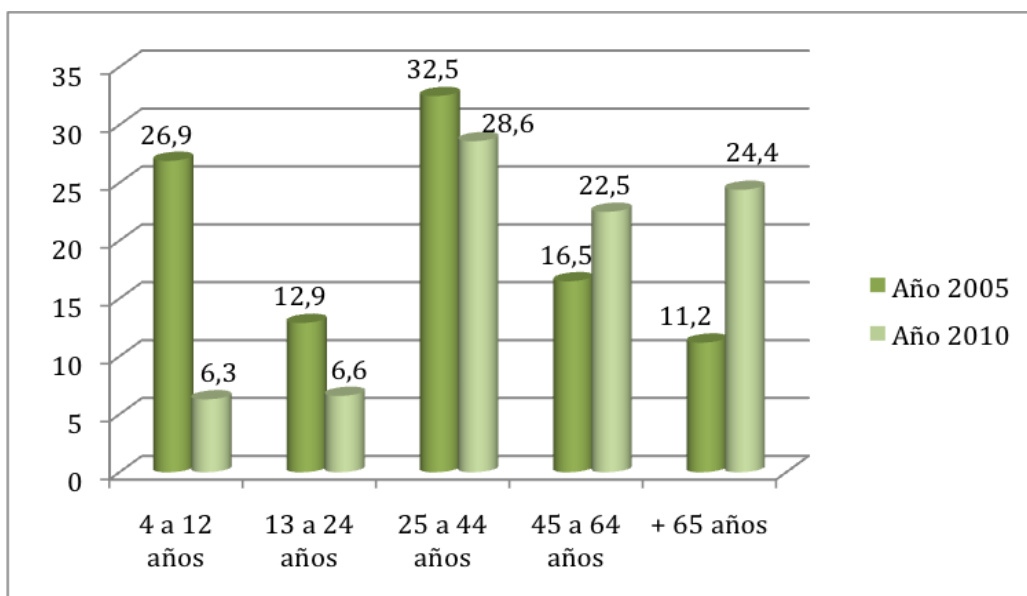
Tabla 28. Evolución anual de las audiencias en Andalucía (1998-2012)

AÑO/CADENA											TDT	TV PAGO	LOCAL	RESTO
1998	19,5	0,5	24,9	8,3	21,3	2,2	18,4							
1999	18,8	2,1	24,0	7,3	21,1	2,1	18,8					1,9	1,9	2,0
2000	17,8	3,5	23,2	6,6	20,2	2,0	20,8				0,1	1,3	2,1	2,4
2001	17,3	4,2	23,9	6,4	18,8	2,2	20,0				0,3	1,7	2,4	2,8
2002	17,2	4,6	22,9	6,2	19,5	2,0	19,6				0,2	2,3	2,6	2,8
2003	17,9	5,2	21,1	5,5	18,9	2,0	20,1				0,1	2,6	3,1	3,4
2004	19,2	5,5	18,2	5,4	20,7	1,6	20,2				0,2	5,6	2,9	0,5
2005	20,2	5,5	16,5	4,4	21,6	0,7	19,5				0,3	6,2	3,4	1,8
2006	17,5	4,2	15,5	3,6	19,7	5,0	19,5				1,6	7,9	3,3	0,5
2007	16,9	3,9	14,6	3,9	17,4	6,6	19,4				2,4	8,0	2,8	0,6
2008	16,8	4,1	14,4	4,2	16,8	8,0	16,5				4,5	6,6	2,6	0,4
2009	15,6	3,2	13,9	3,6	15,7	7,8	14,4				9,8	6,7	1,3	1,7
2010	12,7	1,9	14,1	2,9	12,5	6,5	14,9				18,6	6,4	0,1	3,3
2011	10,7	1,5	12,5	2,3	12,8	6,1	14,5				25,4	6,0	0,0	3,1
2012	10,1	1,0	10,3	2,1	13,2	5,8	13,9				30,6	5,7	0,0	3,0

Elaboración propia. Fuente: Departamento de Audiencias de la RTVA

La fuga de las audiencias en el caso andaluz hay que buscarlo en su público más fiel: los niños y jóvenes. Tal y como vemos en el Gráfico 12 en el año 2005 casi el 40% de la audiencia de Canal Sur 2 correspondía a espectadores de entre cuatro y 24 años, destacando por importancia el público con edades entre cuatro y trece años (26,9% del total). Así mismo también es de destacar al público con edades entre 25 y 44 años; uno de cada tres espectadores de este canal pertenecía a este grupo de edad.

Gráfico 12. Comparativas de las audiencias de Canal Sur 2 por edades. Años 2005-2010



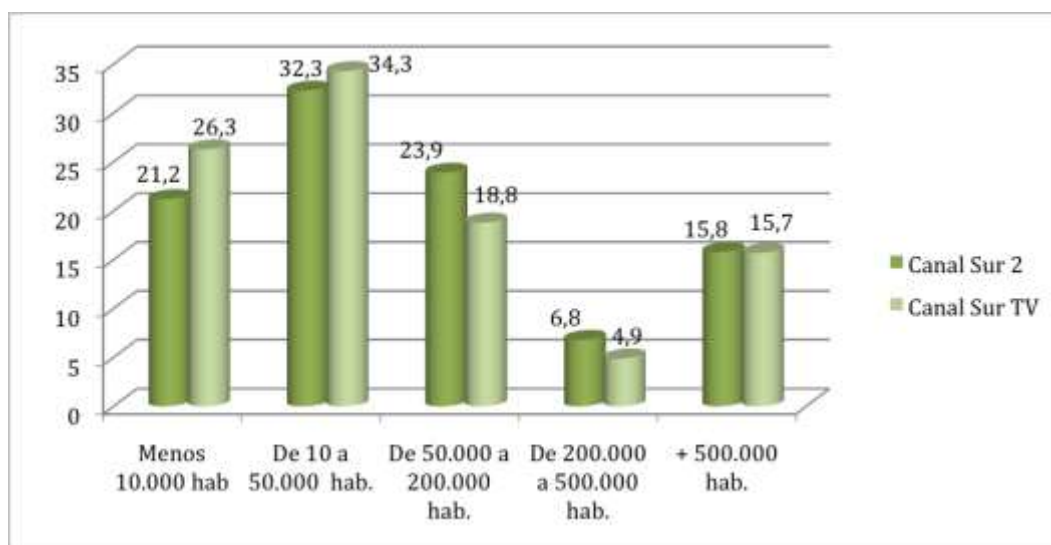
Elaboración propia. Fuente: RTVA, Barlovento Comunicación.

Apenas cinco años más tarde y analizando los datos de 2010 la suma de los espectadores de Canal Sur 2, apenas suponía un 13% de la audiencia total, destacando un exiguo 6,3% para los niños de entre cuatro y doce años, lo que confirmaba el traslado de estos espectadores a las nuevas señales televisivas y la caída en picado de la audiencia de este canal. Además si en 2005 uno de cada cuatro espectadores era mayor de 45 años, en el año 2010 prácticamente la mitad del público correspondía a esta franja de edad. Se perdió la población joven y envejeció la media de edad de los telespectadores de este canal.

Si analizamos los 25 programas más vistos en los últimos tres años del segundo canal (2010, 2011 y 2012) no apareció ni un solo programa pensado específicamente para el público infantil, cuando años atrás, y sobre todo gracias programas como *La Banda* o a los dibujos animados de origen japonés copaban la clasificación de los espacios más vistos. Si lo comparamos con los programas más vistos durante 2004, comprobaremos la abismal diferencia: aquel año hubo siete programas dedicados a los niños situados entre los 25 programas más visto del año y otros tres destinados al público juvenil. En cuanto al perfil de los espectadores por su localidad de residencia, se mantuvo la tendencia durante toda la historia del segundo canal. En el Gráfico 13 observamos cómo en 2010 descendió de manera significativa el porcentaje de televidentes que residían en localidades de menos de 10.000 habitantes: si en 2005 ese dato era del 29,1%, un lustro mas tarde se situó en el 21,2%.

Además aumentó, con respecto a periodos anteriores, el porcentaje de los espectadores de Canal Sur 2 residentes en localidades de entre 50.000 y 200.000 habitantes, suponiendo casi uno de cada cuatro espectadores totales de esta cadena (23,9%).

Gráfico 13. Perfil de la audiencia por el tamaño de las ciudades de residencia de los espectadores. Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión. Año 2010



Elaboración propia. Fuente: Memorias RTVA, SOFRES.

Porcentajes más elevados que los presentados por Canal Sur Televisión para esa misma categoría (18,8%). También fueron levemente superiores los datos entre los espectadores andaluces que residían en ciudades de entre 200 y 500 mil espectadores (6,8% de Canal Sur 2, frente al 4,9% del primer canal) o aquellos ubicados en ciudades de más de medio millón de habitantes (15,8% frente al 15,7%). Datos que no llevan a concluir que Canal Sur 2 fuese una televisión eminentemente urbana, ya que no fue la predominante en cuanto a sus espectadores: la mayor parte de sus públicos residían en pequeños municipios o en ciudades medianas (de menos de 50.000 habitantes)

4.2.3.3 La reducción de los fondos públicos y el desplome de los ingresos publicitarios

En estos años se produjo una drástica reducción de los ingresos. En los canales públicos regionales disminuyeron los fondos obtenidos por la financiación proveniente de las comunidades autónomas, lo que supuso un lastre en sus cuentas anuales. Además, y sacudidos por una crisis económica iniciada en 2007, muchas empresas cerraron, otras recortaron gastos y esto quedó reflejado en el descenso en la inversión publicitaria. Así, y según datos de Infoadex del 2012, si en 2006 se invirtieron en todas las televisiones autonómicas españolas 378 millones de euros en publicidad, ya en 2011 esta cifra fue de 198 millones de euros. Una reducción de casi el 50%.

Esta crisis afectó a la financiación de la RTVA desde dos vertientes: por una parte por la reducción de los fondos proveniente de Junta de Andalucía y por la otra por el drástico descenso de los ingresos generados por publicidad. En 2009 se alcanzó el máximo histórico de las transferencias autonómicas, que superaron los 180 millones de euros, para un presupuesto anual que rozó los 250 millones de euros (ver Tabla 29). Tres años más tarde estas las transferencias públicas apenas llegaban a los 123 millones de euros:

la asignación de la Junta de Andalucía descendió en un 30%, por lo que el funcionamiento de la RTVA, tal y cómo lo venía haciendo hasta ese momento, cambió radicalmente.

Tabla 29. Evolución de los presupuestos de la RTVA 2007-2012 (en millones de euros)

Año	Presupuesto RTVA	Financiación Pública*
2007	229,02	165,7
2008	243,2	176,8
2009	247,3	180,8
2010	238,9	172,3
2011	232,4	155,7
2012	219,6	122,8

Elaboración propia. Fuente: RTVA.

*El resto de ingresos correspondían a ingresos por publicidad, venta de productos, servicios e inmuebles o derechos de programas.

En paralelo se produjo un desplome en los ingresos por publicidad. En el periodo comprendido entre 2008 y 2012 la inversión publicitaria se redujo en casi un 30%, pasando de los 50,7 millones de euros obtenidos por publicidad en 2008, a los 19,8 logrados en el 2012. Especialmente alarmante fue el descenso producido desde el año 2010, cuando aún se contaba con 46,6 millones logrados por publicidad, descendiendo hasta los 32,5 millones de 2011 y a los menos de 20 millones en el último año de actividad de Canal Sur 2.

Una situación compleja, la publicitaria, cuyas causas podemos buscarlas además en las fusiones de las cadenas televisivas nacionales (Telecinco y Cuatro; Antena 3 y La Sexta) que han concentrado desde entonces entorno al 90% de todos los ingresos publicitarios generados anualmente, al ofrecer paquetes publicitarios que incluyen un gran número de canales televisivos. Grupos mediáticos que abarcan desde las señales generalistas y antes citadas, a los canales más especializados (Nitro, Neox,

FDF, Nova, La7, etcétera) y que les permiten ofertar a los anunciantes una gran variedad de posibilidades, en función de los públicos a los que quieran dirigir sus productos.

Tabla 30. Ingresos publicitarios RTVA 2008-2012 (millones de euros)

Año	Ingresos
2008	50,7
2009	41,2
2010	46,6
2011	32,5
2012	19,8

Elaboración propia. Fuente: RTVA.

El director general de la RTVA, Pablo Carrasco resaltaba que desde 2009 a 2012 la aportación de la Junta Andalucía y la inversión publicitaria se había reducido en más de un 30% con respecto a 2008⁷¹. Por ello, y como medidas de ahorro, se limitaron las contrataciones externas, cancelando algunos de los programas más caros y reduciendo la asignación presupuestaria en más de un 20% a los programas realizados por productoras externas (BOPA, 2011a). Así mismo se redujeron los gastos corrientes y se bajaron los sueldos a los empleados de la RTVA entre 300 y 500 euros mensuales, lo que supuso un ahorro de 9 millones de euros anuales⁷². No obstante el déficit en la RTVA fue en aumento: en 2009 se situó en 11,3 millones de euros, en 2010 la cifra fue de 8,3 millones, durante el siguiente año ascendió a 11,2 millones y para finales de 2012 la cifra se disparaba hasta los 38,6 millones. El modelo económico con el que se había financiado la RTVA no funcionaba en esta convulsa época de crisis económica y se tomaron decisiones más drásticas.

⁷¹ *El País*, 05-09-2012.

⁷² *Málaga Hoy*, 22-07-2012.

En la primera semana de septiembre de 2012 Pablo Carrasco anunciaba en una comisión del Parlamento de Andalucía la desaparición de la programación propia de Canal Sur 2 que pasaría a emitir la misma señal que Canal Sur Televisión, traducida al lenguaje de signos y con subtítulos para las personas sordas: la RTVA decidía la desaparición *de facto* del segundo canal autonómico aduciendo un ahorro que para finales de 2013 se cifraba en unos 20 millones de euros. El director de la RTVA anunciaba esta medida ante la imposibilidad de compensar las cuentas del ente andaluz únicamente con políticas de austeridad y ante la bajada de ingresos producidos en los últimos años. “La situación es muy difícil: o incrementamos ingresos o reducimos plantilla o actividad. Hemos optado por esto último”⁷³.

El 30 de septiembre de 2012 Canal Sur 2 dejó de emitir su programación propia, desapareciendo la mayor parte de los programas que hasta ese momento allí se emitían y terminando, tras 14 años, la historia de este segundo canal autonómico.

⁷³ *Diario Sur*, 05-09-2012.

CAPÍTULO 5

PROGRAMAS DESTACADOS

EN LA TRAYECTORIA DE CANAL SUR 2

En este capítulo analizaremos una selección de los programas más representativos que formaron parte de las parrillas de programación de Canal Sur 2 a lo largo de distintos periodos de su historia. A la hora de escogerlos hemos tratado de conjugar dos elementos: por una parte que fuese una muestra representativa de programas, en la que predominaran los espacios culturales o divulgativos y que estuviesen dirigidos a los principales públicos de este canal (adulto, infantil y juvenil); por otra parte hemos tratado de que la selección representara a las tres etapas históricas en las cuales hemos dividido la historia de este canal.

Como hemos detallado en el capítulo de metodología, en primer lugar hemos realizado una búsqueda, en la literatura académica, de cada uno de los espacios a analizar y de programas que en otras cadenas televisivas tuviesen un formato similar; a continuación hemos visionado una muestra de los programas seleccionados, realizando finalmente las entrevistas con los responsables de estos espacios. Los resultados se presentan bajo un esquema común, en el que se han explicado, entre otros aspectos, la temática y contenido de los mismos, las diferentes secciones que las conformaban, el tipo de realización y montaje utilizado, las influencias que han podido tener en su nacimiento o desarrollo, los hitos más significativos o la descripción de algunos de los espacios visionados.

Asimismo de cada uno de los espacios analizados se añade una ficha en la que, entre otras categorías, se ha recogido una sinopsis del programa, la tipología del mismo (cultural, educativo, infantil, etcétera) duración, presentadores, número de emisiones o años en antena en Canal Sur 2.

Para presentar los resultados hemos optado por hacerlo de forma cronológica, empezando por aquellos que ya estaban previamente en antena en Canal Sur Televisión y que tras el estreno del segundo canal continuaron sus emisiones en éste; a continuación analizamos los programas que se iniciaron con el estreno del nuevo canal en 1998, incluyendo finalmente los que fueron incorporándose paulatinamente en los siguientes años. Los programas analizados han sido:

La Banda (1998-2012).

El Club de las ideas (1998-2012).

Espacio protegido (1998-2012).

Con el cine en los talones (1998-2007).

Tesis (1998-2012).

El Vagamundo (1999-2002).

Somos más (1999-2000).

El público lee (2002-2012).

Sinceros (2002-2004).

S.O.S. Estudiantes (2004-2009).

Andaluces por el mundo (2006-2010).

5.1 La Banda

Ficha del programa

Título: *La Banda del sur* (1998-2001); *La Banda* (2001-2012).

Temática: Infantil, Entretenimiento.

Periodicidad: Diaria.

Duración: 90 minutos en franja matinal y 360 minutos en la franja de tarde, diariamente de lunes a viernes. Los sábados y domingos, 210 minutos cada día, en horario de tarde¹.

Presentadores: Pablo Miralles, Patricia Aguilera, Eva Rubio (desde 1994).

Posteriormente otros como David Arnáiz, Ana Ruiz, Juanjo Macías, Javier Aguilar, María Espejo, Felipe Delgadillo Fontao y Tutti Márquez

Directores: Carmelo Villar (1998-2001) - Gabriel del Río (2001-2015).

Años de emisión: 1998-2012.

Número de programas emitidos: 4.800 programas.

Secciones: *Juegos y concursos, Dibujos animados, Cuentacuentos, Mascotas, Recomendación de valores, Recomendación ambiental, Espacio de los presentadores, Recomendación de libros, Lecturas, Diálogos.*

Canal de emisión: Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión.

Producción: Propia.

Sinopsis: espacio de entretenimiento destinado al público infantil que, a modo de un contenedor de programas, combinaba situaciones, juegos o actividades llevadas a cabo en el plató de televisión, junto con series de dibujos animados o grabaciones realizadas en el exterior. Contó con de niños una notable participación y niñas gracias a la creación de *El Club de La Banda*, que superó el medio millón de socios. Por número de programas, horas

¹ Durante el periodo analizado (1998-2012) *La Banda* simultaneó sus emisiones con Canal Sur Televisión: en el primer canal de la RTVA se emitían 270 minutos diarios, sábados y domingo por la mañana. A lo largo de los años este programa ha variado el número de horas en antena, aunque siempre con una presencia media de entre 40 y 50 horas semanales.

emitidas y por los índices de audiencia obtenido puede considerarse como uno de los principales referentes de Canal Sur 2.

La Banda fue sin duda uno de los programas de referencia de Canal Sur 2 y el que más emisiones y con más horas en antena ha estado en las diferentes parrillas de programación del segundo canal andaluz. Fue un programa nacido para satisfacer las demandas del público infantil, con una propuesta que, a lo largo de su dilatada historia en la RTVA, tuvo dos etapas diferenciadas y que correspondieron con sus dos denominaciones: *La Banda del sur* y *La Banda*.

La Banda del sur se inició en 1994, cuando se emitió el primer programa en Canal Sur Televisión y que basaba su estructura en la presentación de diferentes aventuras, con una puesta en escena teatral, en torno a las andanzas de los presentadores-actores (Martínez Crespo: 2013, 29). Grabada sobre todo en el estudio y, eventualmente en exteriores, esta etapa prosiguió durante 1998 cuando fue creado el segundo canal autonómico andaluz y sus emisiones se simultaneaban (en Canal Sur Televisión por las mañanas y en horario vespertino en el segundo canal). A partir de 2001 el espacio cambió su estructura, presentadores y denominación y pasó a llamarse *La Banda*.

El origen de este programa lo encontramos en un programa juvenil que se llamaba *Imagina* y que había conseguido aglutinar a un grupo de trabajadores de Canal Sur Televisión interesados por las nuevas tendencias y formatos televisivos. A este equipo de profesionales, dirigidos por Carmelo Villar se les encargó desde la dirección de la RTVA realizar un programa infantil. El equipó viajó a otras comunidades autónomas para ver cómo se hacían en sus televisiones autonómicas los programas infantiles, visitando los canales gallego, valenciano y catalán.

El modelo principal de referencia fue el de TV3 y *El Club Súper 3*, idea que adaptarían al ámbito andaluz. Además se empezó a trabajar desde el principio con un grupo de pedagogos llamados “El molino de Lecrín” y que participaban en proyectos de educación alternativos. Ellos fueron los encargados de crear toda la parte conceptual-teórica del programa. Durante

los primeros años todos los guiones fueron revisados y supervisados por este grupo de trabajo como atestigua su primer director, Carmelo Villar, en entrevista realizada para esta tesis doctoral:

“Para que no hubiera mensajes racistas, mensajes machistas, peyorativos: que todo fuera correcto, que fueran guiones educativos. Nosotros estábamos por la cuestión transversal no por meterles doctrina sino por incluir valores, culturales, educativos, pero en un concepto de educación y de entretenimiento. Y creo que *La Banda* desde que empezaba hasta que acababa resultaba ese espíritu de televisión pública, de participación de los niños. (...) Y decidimos que lo que nos iba caracterizar a nosotros iba ser la identidad del niño con el programa, porque íbamos a hacer televisión de los niños y no para los niños. Y eso implicaba que queríamos hacer un proyecto de televisión en la cual la participación de los niños iba a ser vital y una parte fundamental de los contenidos”².

El lema perseguido fue el de “Aprende divirtiéndote” y esta fórmula pasaba por que lo educativo y lo didáctico reposara sobre un esquema televisivo de entretenimiento y espectáculo, fomentando los valores cívicos entre los más pequeños (RTVA: 2004, 61). Para ello se contó con la infancia como público objetivo del programa, y también como protagonista de algunas secciones. Durante estos primeros años de *La Banda del sur* la mayor parte de los programas se grababan en interior, en plató, realizando de manera ocasional especiales fuera de éste, sobre todo en los veranos. El concepto de producción del programa obligaba a visitar a los responsables de colegios de toda Andalucía, para seleccionar a los niños que iban a participar en las grabaciones. Durante una semana se preparaban los contenidos y en una o dos jornadas se grababan muchas horas de juegos, actividades y diversas situaciones. Con estas grabaciones se disponía de material suficiente para ser emitido durante varios días.

Se alternaban estas grabaciones con las aventuras dramatizadas, en clave de humor, que realizaban los presentadores-actores del programa. En

² Entrevista a Carmelo Villar. Ver anexos.

su primera etapa fueron Pablo Miralles, Patricia Aguilera y Eva Rubio. El plató contaba con una escenografía donde destacaba el color y la temática de fantasía, intercalando efectos de ordenador y un grafismo muy cuidado, acorde con el público infantil para el que iba dirigido. Estos fragmentos se intercalaban en la emisión con capítulo de series de dibujos animados como *Mazinger Z*, *Capitán planeta*, *Los Picapiedra*, *Pingu*, *Dora, la exploradora*, y *Megaman* entre otras y sobre todo con la serie manga japonesa, *Doraemon el gato cósmico*³, que se convirtió en el espacio de referencia, por la gran aceptación que tuvo entre los niños andaluces.

Imagen 2. Presentadores de *La Banda*



Fuente: Departamento de Comunicación de la RTVA.

Así para octubre de 1998 este programa infantil ya se emitía diariamente en Canal Sur Televisión de 07:15 a 09:00 horas y en Canal 2 Andalucía, de 14.00 a 15:45 y de 17:25 a 19:05 horas. Eran tantas las emisiones, más de 40 horas semanales de media, que tenían que realizarse

³ Marisa Doctor, directora de Canal 2 desde 2004 afirmaba en entrevista realizada para esta tesis doctoral, sobre esta serie de dibujos animados: “Nuestro rey era *Doraemon*, teníamos que ponerlo a las tres de la tarde pues es cuando los niños salían del colegio y llegaban y se enganchaban. Y ese el pico de audiencia en 2005 que tenía Canal 2 a las tres de la tarde: todos los días los niños viendo esta serie de dibujos animados”. Entrevista a Marisa Doctor. Ver anexos.

para ambos canales, que para la organización de tantos contenidos hubo de trabajar como si se tratase de un canal temático infantil.

Dependiendo de las horas que había que cubrir se diseñaban distintos tipos de escaletas, porque en el fondo era una especie de programa contenedor en el que se intercalaba mucha producción propia entre los contenidos ajenos, básicamente las series y los dibujos animados. Como recuerda Carmelo Villar:

“La Banda del sur parecía prácticamente un canal temático hecho por militantes de la televisión pública, donde no se le vendía ni Cola Cao ni chucherías, sino que lo que se les vendía era un contenido ético y moral positivo (...) Teníamos mucho más que ver con La Bola de Cristal de Lolo Rico, que con El Club Disney, Clan TV o los canales temáticos que hay hoy día, que son sólo comerciales”⁴.

Uno de los hitos más importantes del espacio fue la creación de *El Club de La Banda*, una especie de asociación de fans en la que se ofrecía a los más pequeños ser partícipes de este proyecto, vinculándolos al programa y, de paso, a la cadena televisiva. Tener ese carné suponía una señal de identificación, de pertenencia al programa y por extensión una vinculación con la televisión pública andaluza. Un vehículo idóneo para la comunicación entre el programa y sus telespectadores, sirviendo asimismo para educar y concienciar a los niños en valores éticos y sociales positivos (RTVA: 2005, 71).

Tomando como modelo el *Club Súper 3* de la TV3 catalana, se acabó convirtiendo en una de las asociaciones infantiles más importantes de todo el país. En 1996, cuando el programa se emitía exclusivamente en Canal Sur Televisión, ya había 80.000 socios y en 1999 la cifra superó los 140.000. Ya en 2003 los socios de este club superaron los 320.000 inscritos, llegando a superar los 500.000 socios, cifra que se alcanzó en 2007⁵.

⁴ Entrevista a Carmelo Villar. Ver anexos.

⁵ El 5 de junio de 2007, aprovechando la celebración de una Gala especial de *La Banda* grabada en el exterior, se dio la bienvenida al socio número 500.000 en el parque de Doñana,

Al principio vía postal, y posteriormente por Internet, los menores se daban de alta en *El Club de La Banda* y se les ofrecía descuentos o entradas gratuitas en las empresas que se adhirieron a este club como colaboradores. Entre otros participaron, parque de atracciones, granjas escuelas, museos, jardines botánicos, espacios monumentales, parques acuáticos y un largo etcétera. Los niños también podían enviar al programa sus cartas, dibujos, retratos, poemas, etcétera, para compartirlos con el resto de la audiencia. De hecho había una sección en el programa que recogía toda la actualidad y noticias generadas por los socios del Club y las aportaciones que estos iban realizando. Los dos directores que ha tenido este espacio, Carmelo Villar y Gabriel del Río, destacaba la trascendencia que, más allá del propio programa televisivo, ha supuesto para los niños andaluces y para su formación e imaginario la pertenencia a este club:

“En eso fuimos “top”. Fue una aventura montar eso (...) Nos dimos cuenta por ejemplo con el tema de *El Club de La Banda* de cosas súper graciosas sobre los chavales... Por ejemplo con el tema de los carnets. Pensamos si hacerlos de cartón o de un material así, pero no. Cuando empezamos a hacerlos los diseñamos como las tarjetas de crédito, como el DNI. Porque los niños querían elementos de los adultos para sentirse importantes como los adultos y lo que van a valorar es una tarjeta que esté muy “guay” muy bien hecha. (...) Y efectivamente tuvo un éxito mortal. Impresionante como empezó a crecer el club de 10.000 en 10.000 cada mes”⁶.

“Para los pequeños es muy importante el sentimiento de pertenencia a «El Club» y es sugerente para nosotros haber sido capaces de romper las barreras que los territorios, las provincias o los pueblos establecen entre ellos. *El Club de La Banda* es capaz de aunar a niños de diferentes poblaciones de Andalucía en un objetivo común: la pertenencia a un colectivo. El carné hace iguales a todos los niños que lo poseen y permite, aunque pueda parecer extraño, avanzar en la lucha contra la discriminación y la desigualdad, sean éstas por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, edad, territorialidad; independientemente de su origen familiar o social, o de las posibilidades económicas familiares”⁷.

haciéndole entrega del carné correspondiente, junto con un lote de regalos, entre los que se encontraba un viaje a Eurodisney (RTVA: 2008, 165).

⁶ Entrevista a Carmelo Villar. Ver anexos.

⁷ Entrevista a Gabriel del Río en Cruz y del Valle (2008: 342).

A partir de junio del 2001 comenzó la segunda etapa de este programa bajo la denominación de *La Banda* y se extendió desde 2001 hasta finales de septiembre de 2012. Los cambios fueron muy significativos en cuanto a decorados y a la imagen del programa, además del nombre, se cambió el logotipo, los gráficos, los efectos o los contenidos, apareciendo nuevas secciones y personajes.

También hubo cambios en la dirección del programa, Gabriel del Río se convirtió en el nuevo director, y sus presentadores: desde ese año fueron Javier Aguilar, María Espejo, Felipe Delgadillo Fontao y Tutti Márquez. Fue durante esta etapa cuando *La Banda* se consolidó aún más a en un referente dentro de la cadena, una especie de buque insignia, con cerca de 50 horas de emisión semanales, que incluía espacios de hasta dos horas en las mañanas, casi seis horas por las tardes y sendas emisiones sábados y domingos con un programa cada día de tres horas y media.

En *La Banda* se continuó alternando los espacios de producción propia con las series de dibujos animados, la mayor parte de ellas extranjeras. Se desarrollaban actividades en el plató, donde se realizaban juegos, concursos, pruebas de habilidad y conocimiento, conciertos musicales, se explicaban manualidades, se organizaban debates, se ofrecían recomendaciones de lectura. Los niños seguían teniendo una participación muy notable en el programa y se estimó que unos 10.000 niños andaluces pudieron pasar cada año por *La Banda* (Martínez Crespo, 2013: 48).

Aunque las secciones con las que contaba el programa fueron cambiando a lo largo de su historia, mantuvo una estructura básica a lo largo de los años. Comenzaba con la presentación de los contenidos del día y tenía entre sus secciones las siguientes:

-*Juegos y concursos*: con una duración variable de entre cinco y diez minutos se desarrollaba en esta sección un concurso con varias pruebas y objetivos y con múltiples concursantes.

-*Espacio de los presentadores*: cada uno de ellos disponía de una sección de unos cinco minutos de duración donde desarrollaba un personaje relacionado con una temática. Algunos de los más destacados fueron: “*CyberTutti*: espacio dedicado a Internet; *Artebanda*: donde se enseñaba a creaban y elaboraban artificios de decoración; *Trota Banda*: es un espacio que pretende acercarse a la actualidad. *Chef Filipuá*: espacio de comida para niños. *Profesor Fabien*: donde se realizaban divertidos experimentos científicos” (Cruz y del Valle: 2008, 34).

- *Recomendaciones de valores*: consejos basado en la educación en valores: solidaridad, educación vial, salud, no sexismo, etcétera.

-*Recomendaciones ambientales*: consejos sobre el cuidado y respeto del medioambiente: el reciclado, la naturaleza, el uso racional del agua, el consumo energético, etcétera. Estos espacios con una duración de entre dos y tres minutos grabados por los presentadores en localizaciones externas emitiéndose una de estas recomendaciones diariamente, de lunes a domingo.

- *Recomendaciones de libros*: espacio de emisión diaria en el que se les orientaba sobre el tipo de lectura que podían hacer, descubriéndoles autores, títulos o temáticas pensadas para el público infantil.

- *Clubes*: espacio dedicado a *El Club de La Banda* en el que se respondían las dudas de los socios sobre su forma de funcionamiento o la de su sitio web. Además se mostraban dibujos, poesías, chistes o adivinanzas que enviaban a *La Banda* sus socios.

- *Cuentacuentos*: solían tener temáticas educativas o pedagógicas, realizado por colaboradores especializados. Eran grabados habitualmente en exteriores.

- *Mascotas*: Espacio en el que los socios presentan sus animales de compañía.

- *Las series de dibujos animados*: un aspecto fundamental que conformó la estructura de los contenidos del programa fueron las series de dibujos animados. La mayor parte de ellas fueron de origen estadounidense o japonés. “Los programadores de televisión intentan mantener un nivel de audiencia alta a lo largo de la programación infantil diaria a unos costes relativamente bajos, sabiendo que los niños son grandes consumidores de dibujos animados”(Cruz y del Valle: 2008, 35).

Uno de los éxitos del programa residió, sin duda, en la figura de los presentadores por la cercanía y la empatía que tenían con el público infantil, lo que les otorgaba un plus de credibilidad, al ser identificados como iguales por los menores: “Los presentadores del espacio *La Banda* se corresponden con los jóvenes actuales de hoy, podríamos definirlos como personas “normales”, es decir sin ningún tipo de caracterización. Esto provoca un mayor grado de acercamiento con los espectadores infantiles y por lo tanto son valorados como uno de su mismo grupo social” (Martínez Crespo: 2013, 33).

Como hemos indicado se realizaron muchas salidas al exterior para la grabación de programas. Durante los veranos el espacio se llevaba a cabo en lugares como la Reserva Natural del Castillo de las Guardas, el Parque Acuático de El Puerto de Santa María o el parque de atracciones malagueño “Tivoli World”, entre otros; también se realizaban grabaciones especiales cuando había algún aniversario significativo. Por ejemplo, durante 2005 se cumplieron 400 años de la primera edición de *El Quijote*. Una buena parte de la programación del segundo canal andaluz se centró en esta conmemoración con programas o secciones especiales⁸. Según recoge la Memoria Anual de actividades de la RTVA, esta celebración estuvo muy presente en la programación pensada para los niños: “Con la emisión de la serie de

⁸ En ese año, y pensado para un público adulto, también se grabó la serie documental *Sobreviviendo a Don Quijote*, sobre la figura de Cervantes y su relación con Andalucía, y un debate del programa *El público lee*, dedicado a la obra cumbre de la literatura española.

animación que recreó la figura del ingenioso hidalgo y la serie de microespacios *Don Quijote de la Banda*. Una (...) Producción grabada en las localidades manchegas de El Toboso y Campo de Criptana y protagonizada por los cuatro presentadores de *La Banda*” (RTVA, 2006: 28). Se grabaron más de 40 capítulos de esta miniserie, que fueron emitidas en *La Banda*.

En el año 2007 también se grabaron microespacios dentro de este programa en los que, aprovechando el ochenta aniversario de la conformación de la generación del 27 se les contó a los más pequeños, mediante píldoras informativas, el logro de grandes escritores de la literatura española como Lorca, Alberti, Aleixandre o Cernuda entre otros. Aunque la mayor parte de la programación de *La Banda* se concentró en Canal Sur 2, aún se realizaban algunas emisiones en Canal Sur Televisión. Así, y a modo de ejemplo, durante 2007⁹ y en el periodo lectivo (de septiembre a junio) *La Banda* emite en horario matinal (de 07:30 horas a 09:00 horas) y por las tardes (13:15 a 19:00 horas) por Canal 2, pero durante los fines de semana era Canal Sur Televisión el que programaba el espacio de 8:00 a 11:30 horas. Por las tardes volvía al segundo canal con una emisión que comenzaba a las 15:00 horas y finalizaba a las 18:00 horas: unas de 50 horas de programación de media cada semana.

En 2007 *La Banda* situó a cinco de sus emisiones entre los 25 programas más vistos de la cadena, congregando en cada una ellas a una audiencia media de entre 73.000 y 100.000 espectadores¹⁰. Desde su nacimiento y hasta 2008 siempre estuvo entre los programas más vistos de Canal 2 y el que permitió a la cadena mantener unos niveles muy elevados de telespectadores. A partir del año 2008, (tal y como señalamos en el capítulo

⁹ En 2007, el éxito del programa es evidente a la vista de las cifras de audiencia que publica la dirección comercial de RTVA: “Más de 130.000 espectadores de media, un 57% de los niños menores de 12 años que están viendo la TV por las mañanas y más de 245.000 espectadores de media es su audiencia” (RTVA: 2008, 97).

¹⁰ A la hora de medir las audiencias anuales de Canal 2, el programa aparecía entre los 25 más vistos en sus diferentes presentaciones, en función de las horas de emisión de este espacio. Así entre los programas vistos de 2007 (RTVA: 2008, 101) aparecen en el ranking los siguientes: *La Banda* (L-V) edición tarde, *La Banda de verano* (L-V), *La Banda* (s-d), *La Banda de verano*, *La Banda verano* (S-D).

referente a las audiencias) y sobre todo desde 2010, con la irrupción de la TDT y la llegada de canales temáticos infantiles, este público dejó de ver masivamente *La Banda* y comenzaron a sintonizar algunos de los recién creados canales como Disney Channel, Clan TV o Boing.

De entre los galardones que ha recibido *La Banda* a lo largo de su historia destacamos la mención honorífica como Mejor Programa de Televisión en la V Edición del Premio de Periodismo de Consumo, que otorgaba la Unión de Consumidores de Andalucía o en 2011 que fueron galardonados con el Premio Andaluna a su Trayectoria en Defensa de los Derechos de la Infancia (por la labor que habían venido desarrollando durante diez años en defensa de los derechos de la infancia) tanto a nivel individual como el programa completo. Sin duda es de destacar el reconocimiento recibido en el año 2007 cuando la Academia de la Televisión reconoció a *La Banda* como “Mejor programa autonómico infantil”.

Tras el cierre de Canal Sur 2 *La Banda* sigue emitiéndose en Canal Sur Televisión, los sábados y domingo de 09.00 a 10.30 horas.

5.2 El Club de las ideas

Ficha del programa

Título: *El Club de las ideas*

Temática: Infantil-Juvenil, Educativo.

Periodicidad: Diario.

Duración: 50-30 minutos (según temporadas).

Presentador: Pedro Martos (1996-2011) y Mara López (2011-2012).

Director: Juan María Casado.

Años de emisión: 1998-2012¹¹.

Número de programas emitidos: 3.181.

Secciones: *Experiencia educativa, Entrevista, Perfil, Cortos, Mini-documentales, Noticias, Consultas.*

Canal de emisión: Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión.

Producción: Propia (con la colaboración de la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía).

Sinopsis: Programa infantil-juvenil dedicado a mostrar la cotidianeidad de los centros educativos andaluces, reflejando experiencias didácticas innovadoras en las aulas, difundiendo la cultura pedagógica y tratando de contribuir a mejorar la enseñanza. Con una periodicidad diaria, esta revista educativa también reflejaba las actividades relevantes que ocurrían fuera de las aulas, pero relacionadas con el proceso del aprendizaje.

El Club de las ideas se convirtió, el 25 de noviembre de 1996 y en Canal Sur Televisión, en el primer programa netamente educativo pensado para la población infantil, que nació gracias a un acuerdo de colaboración entre la RTVA y la Consejería de Educación y Ciencia. Se quiso hacer de este espacio

¹¹ El programa comenzó a emitirse en Canal Sur Televisión en noviembre de 1996. Una vez empezadas las emisiones del Canal 2, se simultaneó en ambos canales durante varias temporadas, quedando desde el año 2001 y hasta septiembre de 2012 en el segundo canal.

un lugar de encuentro de la comunidad educativa, fomentando la participación de docentes, padres y estudiantes en este proceso en el que se mostrase el día a día de los centros educativos andaluces, reflejando experiencias didácticas innovadoras, perfiles del profesorado o del alumnado destacados y, finalmente, tratando de contribuir a mejorar la enseñanza. Como objetivo transversal se trató de educar audiovisualmente a los alumnos para que consumieran de una forma crítica los contenidos de la programación televisiva y siempre con la ayuda y orientación del profesorado.

En sus dos primeras temporadas, y coincidiendo con sus emisiones en Canal Sur Televisión, fue un espacio eminentemente informativo ya que en aquellos años entró en vigor la LOGSE (Ley Orgánica General del Sistema Educativo) y se quería explicar a la comunidad educativa andaluza qué supondrían todas las modificaciones legislativas y en qué afectarían a las asignaturas, a las formas de impartir la docencia, a los centros escolares o a las nuevas habilidades y destrezas educativas solicitadas a los alumnos, entre otras temáticas.

A finales de 1998, y coincidiendo con el paso de este programa a Canal 2 Andalucía, su estructura se diversificó, se abrió el abanico en lo referente a los contenidos y se convirtió en la revista educativa televisiva que ha servido de espejo, durante más de 14 años, a lo acontecido en los colegios e institutos andaluces. Se mostró a la audiencia las prácticas docentes, innovaciones educativas y un sinnúmero de actividades relacionadas con la formación de los menores y con la actividad del profesorado en los centros educativos de las ocho provincias andaluzas.

En lo referente a la estructura del programa éste tenía una duración de 50 minutos diaria y habitualmente se emitía entre las 8:00 horas y las 11:00 horas, según temporada. Siempre partía de un tema central, de tal manera que todos los espacios de ese día estuviesen relacionados con este asunto, con contenidos casi monográficos. Como tema del día se trataron asuntos tan variados como el medioambiente, la diversidad cultural, la integración social,

el flamenco en las aulas, entre otros, con la intención de que cada una de las piezas audiovisuales versara sobre ese tema.

A modo de ejemplo, en una de las emisiones, centradas en tratar la cultura del agua, se habló de una experiencia en el Colegio Público Rural Sierra de Lújar, en las poblaciones granadinas de Los Gualchos y Los Carlos, donde los alumnos del centro aprendían como se las ingeniaban sus abuelos sin agua corriente, se visitaba en la provincia de Jaén el Museo del Agua, en el Molino de Martos, o se contaban otras informaciones relacionadas con el mismo¹².

De forma habitual, el presentador del programa introducía el tema del día y los contenidos del programa. A continuación se emitían los reportajes, seguido de entrevistas relacionadas al mismo, un panel de noticias, series documentales o fragmentos de dibujos animados (se pudieron ver fragmentos de *Mafalda*, *El mundo de Beakman*, una serie de sobre ciencia para niños, y otros documentales o piezas audiovisuales) y una agenda. El programa fue presentado casi todas sus temporadas por Pedro Martos, desde 1996 a 2011. Desde ese último año compartió esa función con Mara López, quien en 2012 se quedó en solitario como presentadora del programa.

Al ser un espacio pensado para un público infantil, y en el que éstos participaban de forma permanente, se buscó un lenguaje, tanto en las entrevistas, en las presentaciones o en los vídeos, sencillo y asequible para ellos, evitando la retórica y los términos excesivamente especializados. Como apunta Concha de la Rasilla, una de sus redactoras: “Sin renunciar a los términos y conceptos psico-pedagógicos necesarios en un programa de esta naturaleza ya que se trata de promover la familiarización del espectador con los mismos (...) y facilitar la comunicación entre profesores y padres de alumnos sobre cuestiones específicas de la enseñanza”(De la Rasilla: 2000, 58).

¹² Programa emitido el 28-11-2006.

El programa trató de romper la máxima del periodismo que afirma que las buenas noticias no son noticia. Así *El Club de las ideas* ha intentado durante todos estos años justo lo contrario: que las buenas noticias sí fuesen susceptibles de ser contadas, explicadas y transmitidas en televisión. Un espacio en el que, además de comunicar contenidos y experiencias educativas, se tuviese especial cuidado en las formas de hacerlo. Esto es, cuidando mucho tanto el fondo como la forma del proceso comunicativo. Así lo afirma su presentador Pedro Martos quien consideraba que los programas infantiles son educativos por que se aprende ellos:

“Entonces si es un programa en el que estás viendo que la gente se habla con respeto, estás construyendo un modelo. Cuando ves en un programa en el que ocurre lo contrario, pues también. Y la gente al final acaba por acostumbrarse y ve que si la gente se chilla, lo normal es eso. Eso es educativo. Nosotros hacíamos eso. Intentábamos dar un modelo de educación de una manera explícita, es decir, qué puede hacer un profesor cuando quiere enseñar matemáticas. Pues puede coger la tiza e irse a la pizarra y enseñar cómo se ha hecho tradicionalmente o puede llevarse a los alumnos al campo y hacerlo de otra manera” (Hernández Sánchez, 2014: 89).

La duración de *El Club de las ideas* hasta el año 2004 se mantuvo en 50 minutos, de los cuales 30 correspondían al espacio propiamente realizado por el equipo del programa y los otros 20 minutos eran de contenido extra, compuesto por cortos, fragmento de dibujos animados o series documentales. A partir de esa fecha se suprimieron esos 20 minutos adicionales, quedando el programa en media hora de duración, todo de contenido propio.

Las secciones del programa fueron bastante constantes durante sus años en antena y en cuanto a los géneros elegidos predominantes fueron el reportaje, la entrevista, la noticia o los documentales de corta duración.

Imagen 3. Fotograma de *El Club de las ideas*



Fuente: Departamento de Comunicación de la RTVA.

En cuanto a estos apartados, destacamos los siguientes:

- *Experiencias educativas.* Fue la sección estrella del programa. Reportajes en los que se mostraba, entre otros, una iniciativa llamativa, un proyecto especial de educación o una actividad extraescolar, llevado a cabo en los centros escolares de Andalucía. En este apartado se han tratado temas tan variados como los cambios generados en la educación secundaria con la entrada de la LOGSE, los niños super-dotados y su educación, el aprendizaje de la enseñanza musical en las escuelas, la educación en la cárcel o los colegios que incluían el teatro como actividades para el desarrollo de los alumnos. Estos espacios eran los que más duración solían tener (entre cinco y siete minutos de media), ya que se trataban en profundidad como tema central que vertebraba del programa.

- *Entrevistas.* En esta sección se buscaban a profesores de los centros educativos, expertos en la temática de la semana, a responsables de áreas relacionadas con la misma para que la complementaran y profundizaran o también a alumnos con experiencias destacas en ese área. Así, por ejemplo, con motivo del programa dedicado al “Día mundial del medioambiente” participó en este espacio Pere Subijana experto en consumo responsable y

autos del libro *Ecología para vivir mejor* (De la Rasilla, 2000). El programa dedicado a los súper-dotados, emitido el 28 de marzo de 2008, contó con el profesor e investigador Alejandro Gómez Camacho, que habló sobre el problema de las faltas de ortografía o la puntuación en los estudiantes y en otro de ellos se entrevistó a un alumno del IES Tierno Galván de Alcalá de Guadaíra, que puso en escena un musical que abordaba un tema muy presente en los centros educativos: el fracaso escolar.

- *Perfil-Anota*. Bajo esta doble denominación, usada en diferentes momentos de la vida del programa, se mostraban perfiles del profesorado y el alumnado tanto de colegios e institutos de las ocho provincias andaluzas, que hubiesen aportado algo significativo en su quehacer diario. Docentes con formas diferentes de enseñar, alumnos involucrados con proyectos fuera de las escuelas y premiados por sus aportaciones educativas fueron algunos de los perfiles aparecidos en esta sección. Ejemplos como el de José Román, profesor del Colegio José Plata de Mengíbar, en Jaén, escritor de artículos de prensa y literatura de ficción galardonado con el Premio de Escritores Noveles de la Diputación de Jaén con su libro *A dos voces* (26 de junio de 2010); Julio Anguita, político comunista que contó sus vivencias como profesor en las localidades cordobesas de Montilla o Nueva Carteya y en la granadina Alicún de Ortega, (9 de junio de 2006); Salvador Lucena, alumno del IES Los Montecillos de Coín, en Málaga, que afrontó sus estudios sobreponiéndose a los efectos de su dura enfermedad, la espina bífida (19 de febrero de 2007) o Andrés Palacios magistrado en la sección de familia de la Audiencia de Sevilla que reflexionó sobre la justicia en niños y jóvenes (23 de noviembre de 2009) fueron algunos de los cientos de personas protagonistas de esta sección.

- *Agenda*. En este apartado se anunciaba la previsión de actividades tanto en el ámbito educativo como en el cultural, con diferentes propuestas, que abarcaban a toda la comunidad autónoma sobre cuestiones tan diversas

como concursos literarios, exposiciones, jornadas educativas, conferencias, etcétera. Esta sección estuvo en antena hasta el año 2004.

- *Cortos y mini documentales.* En este apartado se englobaban diversos formatos audiovisuales desde dibujos animados, a animaciones con la ciencia de fondo o reportajes aparecidos en otros programas de Canal Sur Televisión, que complementaban temáticamente los aparecidos en *El Club de las ideas*. Por una parte se emitían fragmentos de dibujos animados de *Mafalda* que, con un contenido educativo, se intercalaba entre las secciones a modo de píldoras y con mensajes pedagógicos de fondo. También fue utilizada durante muchos años una serie de capítulos sobre ciencia para niños denominada *El mundo de Beakman*, en el que un científico loco, junto a su ayudante y a una rata gigante enseñaban curiosos experimentos de una forma entretenida¹³. Dentro de esta misma sección podemos englobar otro tipo de contenidos, realizados en programas de la RTVA como *Espacio protegido*, *Al Sur o Reporteros*: en algunas emisiones de este programa infantil se repusieron reportajes que ya habían aparecido en estos espacios y que servían para complementar y profundizar en los temas del día.

- *Consulta.* Espacio de servicio público en el cual alumnos de manera habitual, pero también profesores o padres, realizaban alguna pregunta relacionada con la escuela o con la educación, para que un experto en la materia la respondiese a cámara. Cuestiones sobre ciclos formativos de grado medio, la violencia en la televisión, el acceso a la universidad o el proceso de adaptación al colegio tras la vuelta de vacaciones fueron algunos de los temas tratados en esta sección.

¹³ El director del programa Pedro Martos, defendía la labor del entretenimiento como otra forma de aprendizaje: “Ese binomio que parece que o es educativo o es entretenido es un error. Y los profesores saben perfectamente que cuanto más entretenidos son en sus clases más educan y más éxito tienen. Si tú coges a un ponente de éxito, que habla sobre un escenario ante miles de personas, el que más éxito tiene es el que es más divertido. El que tiene más carisma. No es algo que haya que elegir si ser educativo o divertido, sino que cuanto más entretenido se es más éxito se puede tener en lo educativo” (Hernández Sánchez, 2014: 84).

En cuanto a la parte estética del programa, en lo referente a su producción de diseño comenzó usándose tanto en el plató como en todo el grafismo el contraste del marrón sobre el beige, con una gama de colores poco vivos. A partir del año 2000 esto cambió. El logotipo se modernizó, adquiriendo tonalidades pastel de azul y morado, lo que permitió ser más atractivo a la vista y menos recargado en cuanto al diseño. En los diseños en cabeceras y cortinillas se mantuvo el icono de la bombilla, imagen que caracterizó a este programa:

“Además, el fondo ayudaba a identificar que contenido se presentaba en la entradilla del presentador ya que aparecía el nombre de la sección que se presentaba. Hasta la temporada 2006-2007 se mantuvo esta imagen, cuando se le dio un aire más vanguardista en la cabecera y cortinillas. En lo que a diseño de la cabecera y cortinillas se refiere, combinando el fondo negro con destellos azules y morados. Mientras que el fondo del plató se asemeja a una encrucijada de células en colores rosados y violetas. (...) No se modificaron caretas y cortinillas hasta la temporada 2010-2011 cuando se produce el rediseño del programa con motivo de la creación del Proyecto Canal Sur por la Educación. (...) colores claros con predominio del blanco y mucho más innovador que los anteriores” (Hernández Sánchez: 2014, 40).

Otra de las características del programa fue la participación constante y activa por parte del público objetivo al que iba dirigido el espacio: la comunidad educativa. Por una parte, siendo los protagonistas de las historias que se contaban cada día, ya fuese a nivel colectivo como integrantes del centro escolar o a nivel individual explicando las experiencias personales que tanto alumnos como profesores desarrollaban. Y por otra parte incentivando tanto a los estudiantes como a los profesores para que mandasen contenidos hechos por ellos mismos para que fuesen emitidos en este programa: que no fuese un equipo externo de televisión el que contase sus experiencias sino que fuesen ellos mismos, con sus medios, con su lenguaje audiovisual y de

una forma endógena los que explicasen, gracias al espacio que les dejaba el programa, qué estaban haciendo.

Como servicio público *El Club de las ideas* también puso en marcha una iniciativa destacable: que los contenidos generados en el programa, (reportajes, entrevistas o consultas) pudieran servir a los docentes como una herramienta a la que acudir para obtener recursos educativos complementarios en su labor docente. Así se avisaba de los contenidos de los programas para que, sabiendo la temática, cada profesor o centro grabase aquellos programas que le interesasen o solicitaran copias al programa. Para ello había un coordinador en cada una de las ocho delegaciones de educación existentes en Andalucía que colaboraba en esta labor y además servía de nexo de unión entre el programa y los colegios, para que informase de cualquier experiencia o práctica docente susceptible de ser tratada en esta revista educativa.

Para facilitar que este material llegase a profesores y a centros educativos, en los primeros años de emisión se hacía de una forma física: “de las experiencias de innovación difundidas por el programa, la Consejería de educación las edita cada año en formato VHS y las pone a disposición de los centros” (De la Rasilla: 2000, 61). Con el paso de los años se fue creando tanto en la web de Canal Sur a la carta, como en un canal de YouTube, un lugar donde poder volver a ver los contenidos de este programa, además de la posibilidad de descargárselos. No obstante ese ha sido quizá uno de los aspectos en los que podría haber incidido más este programa para lograr su nivel de interacción con su público: la participación de la comunidad educativa fue un elemento clave en el programa. Lograr involucrar a los jóvenes en este espacio, en el que además de consumidores televisivos, fuesen también creadores de contenidos, los hizo involucrarse en el mismo.

Tan solo faltó algo más de interactividad en la red: “*El Club de las ideas* no ha convivido con la expansión de las redes sociales en la televisión, pero hubiera significado un importante punto de contacto entre espectadores y programa. Los jóvenes tienen una participación en redes sociales muy activa,

y esto hace que se impliquen en los programas de forma directa e instantánea” (Hernández Sánchez: 2014, 38).

Otro de los hándicaps que ha tenido este programa también fue el de los horarios en los cuales se han emitido de forma habitual: el hecho que en la mayoría de las parrillas de programación la hora de emisión fuese durante las mañanas, cuando profesores y niños estaban en clases, ha restado telespectadores y no ha servido para fidelizar estos públicos, ya que éstos debían de grabarlos o solicitarlos al programa para poder visionarlos, ya que no solía ser muy habitual que los profesores lo viesen en directo con sus alumnos mientras tenía lugar la jornada docente. Así en el año 1998 cuando se emitía aún en Canal Sur Televisión su hora de emisión diaria era las 11:00 horas; en los años 1999 y 2000 se emitía a las 10.30 horas en la primera cadena, emitiéndose a las 20.30 horas en Canal 2 Andalucía.

Cuando comenzó a emitirse de forma exclusiva en el segundo canal siempre fue programado en horario matinal: durante el año 2001 a las 12:00 horas; durante el curso escolar del 2004, el programa se emitía a partir de las 09:45 horas; en 2006 a partir de las 10.30 horas o a las 09:30 horas en el año 2011¹⁴. Mantuvo una constancia en cuanto a la franja horaria en la que se emitía, pero perdió a su público potencial que estaban en clases en esos momentos.

El Club de las ideas fue utilizado para tratar de educar la mirada del joven espectador, de fomentar su alfabetización mediática para enseñarles a consumir los medios de comunicación fomentando su capacidad crítica y su participación activa y teniendo al profesorado como su principal agente activo dentro de esta tarea.

¹⁴ Datos obtenidos de las parrillas de programación aparecidas en las *Memorias de la RTVA* de esos años (2004, 2005, 2007, 2012).

5.3 Espacio protegido

Ficha del programa

Título: *Espacio protegido*.

Temática: Medioambiental.

Periodicidad: Semanal.

Duración: variable (30, 45 y 50 minutos, según temporadas).

Presentador: José María Montero Sandoval.

Director: José María Montero Sandoval.

Años de emisión: 1998-2012.

Número de programas emitidos: 683.

Secciones: *El Mirador, En Ruta, Crónica en Verde, Medio Ambiente, Planeta Vivo, La Lupa, Cuaderno de Campo, Ciudadanos y Eco-lógico*.

Canal de emisión: Canal Sur 2 (desde octubre de 2012 a la actualidad se continúa emitiendo en Canal Sur Televisión).

Producción: Mixta (propia y Mettre).

Sinopsis: informativo de periodicidad semanal dedicado a tratar temas ambientales de actualidad que afectaban a la población andaluza y con la intención de que fuesen comprensibles para un público no especializado. Además de los asuntos del medio natural, espacios protegidos, la flora o la fauna, también tenían cabida otras temáticas como el medio ambiente urbano, la educación ambiental, el consumo del agua o los vínculos que han unido a la ecología con aspectos tan relevantes para la sociedad como la economía, el empleo o la salud.

Espacio protegido es, junto con *Tesis*, un programa cuyas emisiones comenzaron en 1998 cuando nació Canal 2 Andalucía y estuvo en antena hasta que este canal dejó de tener programación propia, siendo trasladado a

Canal Sur Televisión, donde aún continúa emitiéndose. A día de hoy lleva 16 años en antena, ha emitido más de 850 programas y unos 3.000 reportajes de producción propia.

El origen de este programa se remonta a finales de 1996, cuando Canal Sur Televisión segregó, en sus servicios informativos, el área de medio ambiente de las áreas de sociedad y cultura. A partir de ese momento empezó a consolidarse un equipo de profesionales especializados en el tratamiento de estas informaciones y a la par se comenzó a plantear la posibilidad de crear un programa específico sobre actualidad medioambiental.

Cuando comenzaron las emisiones del segundo canal autonómico, desde la dirección se consideró necesario crear un informativo de contenido medioambiental. Además, en ese mismo año aconteció uno de los hechos informativos, desde el punto de vista medioambiental, más destacados en nuestra comunidad: la catástrofe de Aznalcóllar, lo que puso en valor la importancia de equipos de profesionales y de espacios televisivos especializados que fueran capaces de tratar con rigor los asuntos relacionados con el medio ambiente.

El primer programa fue emitido el 25 de junio de 1998 a las diez y media de la noche, marcando un hito en lo referente a la información ambiental, ya que se convirtió en el primer programa informativo monográfico sobre medio ambiente en la comunidad autónoma de Andalucía. El primer equipo de redacción estuvo compuesto por José María Montero, Fátima Rodríguez, María José Guzmán e Inmaculada Vallecillos. La realización corrió a cargo de Fermín Esnoz y Esperanza Morales, con la producción Concha Zulategui y en la edición de José María Montero (Montaño: 1999, 210).

Espacio protegido fue un informativo de periodicidad semanal que trató sobre aspectos relacionados con el medioambiente, dirigido a un público amplio y no especializado en estas temáticas, y sobre todo tratando de evitar el sesgo que aparecían en otros medios de comunicación en los que estos

asuntos con frecuencia eran abordados desde un punto de vista del suceso, el espectáculo o con una gran dosis de complejidad. Como señalaba su director, José María Montero, en entrevista realizada para esta tesis: “En televisión no toda la información debe ser abordada desde la óptica del entretenimiento. Hay que mantener espacios de reflexión que permitan abordar los aspectos más problemáticos de la realidad de una manera solvente, sin que ello suponga renunciar al atractivo, al interés”¹⁵.

Imagen 4. Cabecera y fotograma de *Espacio protegido*



Fuente: Sala de prensa RTVA.

El hecho de ser un programa de periodicidad semanal les permitió trabajar los temas con más profundidad y poder ser transmitidos de una forma más didáctica para el público interesado. Noticias a las que en los informativos diarios, por razones obvias de premura e inmediatez, no se les dedicaba el tiempo necesario, en este espacio sí obtuvieron el reposo necesario para ser tratados.

Contaba con una estructura clásica en programas de este formato y duración: una breve presentación, un sumario con los asuntos más destacados que se trataban cada semana y a continuación el desarrollo de las secciones (*El Mirador*, *En Ruta*, *Crónica en Verde*, *Medio Ambiente*, *Planeta Vivo*, *La Lupa*, *Cuaderno de Campo*, *Ciudadanos* y *Eco-lógico*, entre otras). Entre estas secciones había pausas, a modo de medianillas, en las que el presentador y director del espacio desde la primera emisión, José María Montero Sandoval,

¹⁵ Entrevista a José María Montero Sandoval. Ver anexos.

resumía los temas que iban a ir apareciendo posteriormente. El programa era despedido por el mismo presentador.

Cuando Canal 2 Andalucía comenzó sus emisiones apenas había experiencias similares en la televisiones nacionales de espacios centrados específicamente en el medio ambiente. No obstante a finales de los años noventa, otros canales comenzaron a realizar propuestas en esta misma línea. Los ejemplos más destacables fueron dos: uno en la televisión autonómica valenciana y otro en TVE. Así lo recuerda José María Sandoval:

“Es muy curioso porque prácticamente los tres programas que hay en España nacieron en el mismo tiempo: el programa *Medi Ambient* de la televisión valenciana que acabó desapareciendo cuando desaparece esta televisión, *El escarabajo verde* de TVE y nosotros (...). Nacimos prácticamente con unos días o meses de diferencia. *El escarabajo verde* hacía más un tipo documental, nosotros más reportajes y el programa de la televisión valenciana era más parecido en cuanto a la forma y la estructura al nuestro (...). Aterrizamos un poco a ciegas en el sentido de que no existían ese tipo de informativos específicos de medio ambiente en televisión”¹⁶.

Espacio protegido ha tratado, a lo largo de su historia, de no ser un programa que hablara exclusivamente del medio ambiente y de las especies naturales. Ese ha sido su principal reto, para lo que ha ampliado su cobertura a cualquier noticia relacionada con la naturaleza. Así en un estudio realizado sobre el programa (Robles: 2013), se identificaron hasta una decena de temáticas, destacando por orden de importancia las relacionados con la conservación, el turismo sostenible o los espacios naturales¹⁷. Además no debe olvidarse el servicio público que prestan programas como éste a través de sus reportajes, entrevistas o documentales muy valiosos para la educación ambiental. Como apuntaba el director del espacio, José María Montero, en

¹⁶ Entrevista a José María Montero Sandoval. Ver anexo.

¹⁷ Los temas más tratados, según un estudio realizado por Robles Osorio (2013: 51 y ss.) sobre *Espacio protegido*, en el cual se analizaban las temáticas de una veintena de programas emitidos a lo largo del año 2013, por orden de importancia son: conservación, turismo sostenible, espacios naturales, biodiversidad y problemas ambientales...

entrevista para esta tesis: “Da igual si hablas de una cuestión relacionada con un territorio, con lo urbano, con un espacio protegido o una especie poco común. O sobre la contaminación. Siempre hay una voluntad de hacer educación ambiental, en el sentido de revelar causas y consecuencias de los problemas”¹⁸.

Para conseguir este objetivo trataban de conjugar varios elementos. Por una parte el uso del reportaje como género estrella, que les permitió analizar los temas con profundidad, con un notable cuidado en la imagen, la realización, el grafismo o la postproducción. No obstante también se emitían noticias que se limitaban, habitualmente, a la actualidad internacional y, ocasionalmente, entrevistas. Además utilizó un género híbrido, que el propio Montero define como “documentaje” en el que se mezclaba la estructura y los elementos del documental y el reportaje.

Así el reportaje ha sido el género predominante. Cada una de las secciones estaba compuesta principalmente por este género audiovisual, en el que además de la *voz en off* de los periodistas o de su aparición en pantalla, se trató de que fuesen los protagonistas de las historias los que las contaran a cámara: que tanto expertos, como afectados o testigos de algún hecho relevante se erigiesen en los “narradores” de sus propias historias. Su director así lo atestigua:

“Que sean ellos los que están metidos, los que están en el terreno los que están viviendo en primera línea esa cuestión los que nos lo relaten. Que la historia no sea una mirada distante, una mirada desde fuera sobre un problema, sino una mirada muy humanizada sobre el problema y eso acerca hace más asequible la información al espectador”¹⁹.

Respecto al montaje y a la postproducción, los reportajes presentaban un trabajo notable: variedad de escenarios y localizaciones, cabecera y música de arranque con gráficos sobre naturaleza acordes a la temática del

¹⁸ Entrevista a José María Montero Sandoval. Ver anexo.

¹⁹ Ídem.

programa y que funcionaban también como transición entre las diferentes secciones y piezas, rotulación de apoyo y para presentar las fuentes, *voz en off* de los propios periodistas que variaban a lo largo del reportaje y que se combinaban también con la locución a cámara. Recordamos que la presencia del reportero en el lugar de los hechos aportaba veracidad a la información dada.

Por otra parte se trató de conseguir que los temas emitidos tuviesen repercusión en el ámbito más cercano, en Andalucía. Esto es, que si se hablaba del cambio climático se huyese de las típicas imágenes de glaciares fundiéndose en la Patagonia argentina, de ríos secos en el continente africano, de especies extinguiéndose en el Amazonas o de fábricas en cualquier parte del mundo desprendiendo humo sin cesar. José María Sandoval señala en este sentido que había que trasladar estos hechos a nuestro entorno cercano, a nuestra vida cotidiana. “Estos temas sí tienen que ver con la producción agrícola andaluza, con la actividad turística en la zona litoral, con la generación de empleo o con la aparición de ciertas enfermedades emergentes. Es decir, buscar ese vínculo que haga del medioambiente cambiante algo cotidiano y doméstico”²⁰.

De igual modo se destacó la importancia que en el programa ha tenido la selección de las noticias y sobre todo el tener su propia agenda temática. El objetivo ha sido tratar de no estar mediatizados por la urgencia de la actualidad diaria pudiendo, frente a la premura del día a día, contar con una serie de temas propios, tratados con profundidad, más tiempo y con la posibilidad de buscar historias, expertos y protagonistas con más sosiego. Y de esa manera, además, fue posible adelantarse a temáticas que se acabarían convirtiendo en noticia a corto o medio plazo:

“Tener tu propia agenda, ser un especialista en esa materia hace que tú te adelantes a muchas cosas que hoy manejamos con mucha naturalidad pero que entonces no se hablaba de ellas. (...) En *Espacio protegido* se habló mucho del cambio climático, pero cambio climático

²⁰ Entrevista a José María Montero Sandoval. Ver anexo.

de cercanía no el del derretimiento de los polos o de extinción de animales en la Antártida, sino en el territorio andaluz. Hablamos de la nueva cultura del agua, que parece normal pero entonces no lo era; hay muchos elementos, como por ejemplo medio ambiente humano o todos los vínculos entre medio ambiente y salud, o medioambiente y ciudad o el medio ambiente y el empleo. Entonces eran rarezas cuando nosotros empezamos a tocarlo y le dábamos mucha atención porque estaba en nuestra propia agenda”²¹.

Uno de los asuntos más relevantes, de los hitos de este programa, fue el tratamiento que hicieron sobre la catástrofe ocurrida el 25 de abril de 1998 en Aznalcóllar, provincia de Sevilla. A causa de la rotura de una de las presas, en la que se almacenaban residuos de la mina de Aznalcóllar, propiedad de la empresa sueca Boliden, hubo un vertido tóxico en el Parque Nacional de Doñana, afectando a suelos, aguas, flora y fauna.

Esta catástrofe se ha considerado como el mayor desastre ecológico ocurrido en la historia reciente de Andalucía. Un suceso medioambiental que puso en evidencia el tratamiento que de este tema realizaron los medios de comunicación. Muchos tuvieron que improvisar secciones en sus medios para tratar un tema que, aún a día de hoy, sigue despertando interés informativo. En el caso de Canal Sur Televisión, y como se indicaba al principio de este epígrafe, el hecho de que hubiera un departamento de medio ambiente ya establecido en los servicios informativos permitió cubrir de una forma más adecuada esta situación, tanto en sus noticiarios, como en el programa *Tierra y Mar*, dedicado a la agricultura y a la pesca y que ya se emitía en Canal Sur Televisión.

Y, puesto que desde junio de 1998 *Espacio protegido* tuvo emisiones semanales en Canal 2 Andalucía, les permitió tratar este tema con más amplitud. Así lo recuerda José María Sandoval:

“Se hicieron secciones *ad hoc* como por ejemplo el diario *El Mundo* o *El País*, con mucho personal dedicado únicamente a atender esa

²¹ Entrevista a José María Montero Sandoval. Ver anexo.

emergencia. Había mucho que interpretar, que descifrar, eso fue un hito importantísimo en nuestro país, en esta comunidad. Incluso también nuestra casa, Canal Sur, fue de las que mejor atendió esa necesidad, esa urgencia, esa circunstancia, esa coyuntura informativa. (...) Nosotros nacimos en esa doble coyuntura. La actualidad que nos obligó a atender a la actualidad medioambiental, por la importancia informativa que tiene aunque ya estábamos preparados. Incluso un año antes nosotros habíamos adelantado esa información, la posible ruptura de la balsa de Aznalcóllar”²².

Otro de los hitos fundamentales en la historia de *Espacio protegido* fue la grabación de programas monográficos, documentales e incluso series de producción propia y con un equipo muy reducido tanto en personal como en lo tecnológico. Así desde 2002 la RTVA subvencionó, junto al Consejo Superior de Investigaciones Científicas, expediciones científicas a diferentes espacios naturales alrededor de todo el mundo, a sitios que mantuvieran algún vínculo ecológico con Andalucía.

De esta manera un equipo dirigido por José María Montero filmó una docena de documentales en localidades y espacios naturales de Kazajstán, Mauritania, Senegal, Argentina y Australia. Lo novedoso de estas expediciones es que fueron diseñada a la par entre científicos y periodistas. De tal modo los científicos decían a los profesionales de *Espacio protegido* en qué estaban trabajando, en qué lugar del planeta y que vínculo tenían con Andalucía. Y a partir de ahí unos y otros diseñaban juntos las expediciones, las estrategias de grabación o la producción de los viajes.

Se grabaron cuatro series, con 12 documentales en total, protagonizadas por científicos españoles que trabajaban en espacios naturales por todo el mundo. Con este modelo se grabaron dos capítulos de 30 minutos de duración de la serie *El jardín de los vientos* en Kazajstán, en Asia Central, emitido por la televisión andaluza a finales de 2003. En diciembre de 2004, se realizó una segunda expedición a Mauritania y Senegal. Esta aventura africana sirvió para componer *Mauritania: tres colores*

²² Entrevista a José María Montero Sandoval. Ver anexo.

serie compuesta de tres capítulos de 30 minutos y emitida en abril de 2005. Ese año fue galardonada, por la Universidad de Navarra, en el Festival Internacional de Televisión y Divulgación de la Naturaleza con el Premio a la Mejor Producción Española del Año.

También se grabaron en Argentina, la Pampa, los Andes y la Patagonia, durante el año 2006, dos capítulos de 50 minutos sobre las adaptaciones de las aves a los medios urbanos, las aves carroñeras o el turismo ecológico, entre otros aspectos. En esta ocasión, junto a la RTVA y al CSIC, el Parque de las Ciencias de Granada se sumó al nuevo proyecto científico cuyos trabajos se titularon *Las alas del Pampa* y *El sur infinito*. Finalmente se concluyó este periplo en 2009 con *Planeta Australia: Los archivos de la Tierra* y *La vida en las antípodas* que consistió en la grabación de dos capítulos de 50 minutos de duración cada uno, realizados en Australia y Tasmania²³. Los 12 trabajos fueron emitidos en Canal Sur 2 y posteriormente repetido en Canal Sur Televisión.

Desde el comienzo de sus emisiones han sido muchos los premios que recibió *Espacio protegido*, tanto al propio programa, a algunos de sus reportajes emitidos, o a la labor de su director y sus redactores. Más de una treintena de reconocimientos y galardones, que en su trayectoria han acompañado a la historia de este programa. Una labor que se ha labrado a lo largo de estos años a un equipo de trabajo constante, que ha tratado de no caer en el alarmismo sino en ofrecer una información rigurosa.

Entre los reconocimientos más relevantes, con más prestigio dentro del sector de la información ambiental, se destacan los siguientes: Premio Nacional de Medio Ambiente, Premio de la Fundación BBVA a la Divulgación de la Biodiversidad, Premio a la Mejor Película en el Festival Internacional Telenatura y en el Festival de Cine Científico de Ronda, o

²³ En el Canal de YouTube de Canal Sur Televisión tiene esta serie más de 120.000 visitas, un número muy importante. Como señala su director: “Los archivos de la tierra” tienen un volumen de descargas muy elevadas para un documental científico de un tema muy particular, de geología. No se habla de koalas, de animales que eso siempre es más fácil que la gente lo vea más. Es un documental sobre cristalografía y eso es más complicado que enganchar a la gente”.

Premio Mediterráneo del Paisaje (este último a escala europea). La Asociación de Telespectadores de Andalucía (ATEA) ha premiado el programa en dos ocasiones (1999 y 2008) por la calidad de sus contenidos²⁴.

Entre los aspectos menos positivos de esta experiencia televisiva hay que destacar los cambios frecuentes que tuvo en la parrilla de programación este espacio a lo largo de su historia. *Espacio protegido* era emitido los martes a las 22:30 horas cuando comenzaron sus emisiones en 1998; los domingos a las 21.30 horas durante 2006; los sábados a las 20.30 horas en 2008 o incluso los viernes a las 18.30 horas durante 2011. Esto ha dificultado el seguimiento de los espectadores, ya que resultaba muy complicado fidelizarlos cuando no había un horario permanente, sino que iba cambiando prácticamente cada temporada, una forma casi imposible, según su director para afianzar su público: “Los programas no duran porque tengan audiencia. Tienen audiencias porque duran en la parrilla en un horario y en día determinado y constante. Tenemos públicos muy fieles que no puedes estar haciéndole bailar de un lado para otro todo el tiempo”²⁵.

No obstante, durante el año 2005, cuando coincidió con el pico de audiencia de esta cadena, *Espacio protegido* se situó entre los 20 espacios más vistos de Canal 2, con una media de 118.000 espectadores en los 57 programas que se emitieron durante aquel año y con una excelente cuota de pantalla que superaba el 9,1% del *share*. Con programas como éste se puso en valor el trabajo hecho por profesionales que transmitían una información que a veces podía ser tan compleja como la medioambiental, pero sobre asuntos relevantes para los andaluces como el consumo del agua, la producción

²⁴ Los premios reúnen las características más diversas: Internacionales (Premio Mediterráneo del Paisaje, Premio Fundación BBVA, Premio Casa Mediterráneo...). Nacionales (Premio Nacional de Medio Ambiente, Premio Nacional Ecovidrio, Premio Nacional de Periodismo y Desarrollo Sostenible, Premio Nacional Alimentos Ecológicos de la Fundación Biodiversidad, Premio Nacional de Periodismo CESPAA-APIA,...). Regionales (Premio Andalucía de Medio Ambiente, Premio del Comité Andaluz de Agricultura Ecológica,...) Universitarios (Premio Tomás de Aquino de la Universidad de Córdoba, Premio de la Federación Andaluza de Ciencias Ambientales,...). Otorgados por asociaciones ecologistas (Premio Panda WWF de Comunicación Ambiental, Premio Pasos Largos, Premio Dragón Iberia, Premio Almediam,...), etcétera (Montero Sandoval, 2014: 6).

²⁵ Entrevista a José María Montero Sandoval. Ver anexos.

agrícola, el turismo, el empleo, la salud o la aparición de enfermedades entre otras:

“Nuestro trabajo consiste en general en trasladar esa información: informar es dar forma en algo que no lo tiene que no tiene mucho sentido para personas que no son especialista y darle todo el sentido eso es trabajo de especialistas. Y eso es una de las virtudes de nuestro programa y de una televisión pública que a pesar de una situación de crisis mantiene no solamente en este área sino en otras a periodistas especializados en distintas a las y eso se ve en la calidad de la información que se ofrece”²⁶.

Frente al modelo del periodista todoterreno, con *Espacio protegido* se apostó por una información especializada, donde el cuidado en la elección de los temas, la realización audiovisual o la elección de los protagonistas de las historias resultaran claves para la producción de un espacio situado entre los pioneros de todas las cadenas televisivas del estado español.

²⁶ Entrevista a José María Montero Sandoval. Ver anexo.

5.4 Con el cine en los talones

Ficha del programa

Título: *Con el cine en los talones* (1998-2002); *Cine.Dos* (2002-2007).

Temática: Cine.

Periodicidad: Semanal.

Duración: 60-30 minutos (dependiendo de las temporadas).

Presentador: Francisco Gómez Zayas²⁷.

Director: Francisco Gómez Zayas y Miguel Olid (sólo durante el primer año).

Secciones: *La ley de la calle*, *El hombre que sabía demasiado*, *Uno de los nuestros*, *Noticias de actualidad*, *Reportajes*, *Cortometrajes*.

Años de emisión: 1998-2007.

Número de programas emitidos: 455²⁸.

Canal de emisión: Canal Sur 2.

Producción: Mixta (propia y Digitsuit).

Sinopsis: programas dedicados al mundo del cine en los que se daban a conocer los estrenos semanales en las carteleras, los rodajes de las películas, las críticas recibidas o los premios otorgados en los diferentes festivales cinematográficos. Durante algunas temporadas contó con una sección en la que se proyectaban cortometrajes. Ofrecían un especial seguimiento a todo lo relacionado con el mundo del cine hecho en Andalucía o realizado por andaluces.

Con el cine en los talones y *Cine.Dos* fueron los dos programas que Canal 2 Andalucía, a lo largo de nueve temporadas, dedicó al séptimo arte. Dentro de los objetivos de la cadena, en cuanto al tipo de contenidos que se emitieron, figuraba el de ofrecer una programación cinematográfica

²⁷ En algunas temporadas co-presentaba el programa Nuria Guerrero, Inmaculada Ruiz o Mercedes Hoyos

²⁸ Fueron emitidos 174 programas de *Con el cine en los talones* y otros 281 de *Cine.Dos*

específicamente destinada a uno de los *targets* de este canal: un público de clase media, urbana y con un nivel social-educativo superior al que solía conectar con Canal Sur Televisión. Así, durante los casi tres lustros de vida de este canal se proyectaron películas hechas en Andalucía o por andaluces, cine europeo, *tv-movies*, filmes en versión original con subtítulos y ciclos de cine que dedicados a Francis Ford Coppola, Paul Newman, Alfred Hitchcock o Willy Wilder, entre muchos otros, que supusieron un éxito de audiencias y críticas. Para complementar esta oferta televisiva cinematográfica se decidió crear un programa que, con periodicidad semanal y con especial cuidado al séptimo arte en Andalucía, funcionase como una revista cinematográfica.

El programa estaba pegado a la actualidad en el sentido de que se hablaba básicamente de los estrenos, de la cartelera semanal. Junto con la emisión de *trailers* de las novedades cinematográficas, se intercalaban otras secciones en las que se hacían reportajes sobre las películas que se habían estrenado o se daban a conocer los ingresos acumulados en las taquillas por las diferentes cintas. Asimismo también se hacían entrevistas en el plató con el director o los actores y las actrices de las mismas, o se acudía a los estrenos para realizar una encuesta a los espectadores que acaban de terminar de ver la proyección y recabar su opinión. También se buscaba el punto de vista de críticos cinematográficos sobre alguna película que estuviera en la cartelera y, en ese afán de promocionar el séptimo arte se proyectaban, como parte del programa, cortometrajes hechos habitualmente en Andalucía.

En este capítulo analizaremos ambos programas ya que tuvieron un esquema muy parecido, contaron con un equipo de profesionales constante en ambas etapas y su director y presentador principal fue siempre el mismo: Francisco Gómez Zayas. El primero fue *Con el cine en los talones* que se estrenó cinco días después de la puesta en funcionamiento de Canal 2 Andalucía: así el miércoles 10 de junio, a las 22.30 horas se emitía el primer programa con una duración de 60 minutos. Con este formato estuvo en antena el programa hasta el verano de 2002 cuando fue sustituido por *Cine.Dos* en el que se mantuvo su esquema básico y la filosofía del mismo,

con leves retoques en cuanto a aspectos de la escenografía donde se grababa este espacio. El programa dejó de emitirse varias semanas durante el verano de 2002 para ajustarse y volvió a antena en el otoño de ese año: poco después el programa pasó a durar 30 minutos. Con esta denominación, *Cine.Dos*, estuvo en antena hasta el verano del año 2007, superando las 450 emisiones.

El origen del programa se remonta al momento en el que dos profesionales de la RTVA, Francisco Gómez Zayas y Miguel Olid presentaron un proyecto parecido para poner en marcha en el nuevo canal un espacio de cine. Ante esa doble petición, como apunta Gómez Zayas: “Lo que hizo la cadena fue encargárnoslo a los dos. Nos dijeron: habéis presentado los dos un proyecto parecido de cine, ambos de media hora, a ver si sois capaces de con esfuerzo hacer un programa de una hora entre los dos. En éste se incluía la emisión de cortometrajes con lo cual el programa se quedaba en unos 45 minutos”²⁹.

Durante los primeros años hubo una propuesta muy fuerte por parte de la dirección para que el programa y el recién creado segundo canal fuesen conocidos y así se estuvo presente en las grandes citas del cine en europeo (la Mostra de Venecia, el Festival de cine de Berlín, Cannes y también en España, en los Festival de Cine de San Sebastián o el de Valladolid, entre otros). Aunque sobre todo se hizo más seguimiento a los celebrados en Andalucía, tratando con especial cuidado al Festival de Cine Español de Málaga, el de Cine Europeo de Sevilla o el Iberoamericano de Huelva. Desde 2002 también comenzó a cubrirse el Festival de Cines del Sur celebrado en la capital granadina.

En cuanto a su estructura, el programa comenzaba con la careta de entrada identificativa que, de forma muy dinámica y con una música trepidante, mezclaba diversas imágenes entre las que destacaban las de la película *Con la muerte en los talones*, en el mítico plano en el que el protagonista, Cary Grant, huye por el campo perseguido por una avioneta. Éstas se intercalaban con mini fragmentos de otros filmes en los que se

²⁹ Entrevista a Francisco Gómez Zayas. Ver anexos.

adivinaba de manera fugaz a Woody Allen, un plano de *El perro andaluz* de Buñuel, películas de dibujos animados, Kim Bassinger o John Travolta, terminando con el nombre del programa. Todo en apenas 10 segundos.

Imagen 5. Cabecera y fotograma de *Con el cine en los talones*



Fuente: Departamento de Comunicación de la RTVA.

Una vez comenzado, los presentadores de forma individual o al unísono adelantaban en sumario los contenidos de esa semana e iban dando paso a las secciones. Hay que recordar que salvo las veces que el programa era grabado fuera, al estar presente en alguno de los festivales de cine a los que se acudía, las presentaciones y los pasos a las secciones se hacían en el plató con un croma para que, posteriormente en montaje se pudiesen insertar los fondos requeridos, posibilitando el uso de opciones diversas. Las secciones y apartados iban siendo presentados y cuando había entrevistas, de forma habitual también se realizaban en el plató, salvo que fuese en el marco de algún festival de cine.

Durante varios años fueron proyectados en el programa decenas de cortometrajes con los que se quería promocionar a los jóvenes andaluces que estaban comenzando en el mundo del cine o que ya se habían hecho un hueco dentro de él. En cuando a los géneros más utilizados destacaron los reportajes, en los que se analizaban las nuevas películas o las que ya estaban en cartelera y sobre todo las entrevistas realizadas a personas del mundo del cine. Así mismo aparecieron noticias, breves y mucha opinión que realizaban tanto los espectadores como los críticos cinematográficos. Cuando comenzó

el programa se decidió poner nombres de películas a algunas de las secciones, de la misma manera que el título de un film, *Con la muerte en los talones* de Alfred Hitchcock, sirvió de inspiración para poner nombre al primer programa que en Canal 2 Andalucía estaba dedicado al cine. Repasamos a continuación algunas de sus principales secciones:

- *El hombre que sabía demasiado*. Apartado en el que un crítico cinematográfico daba su opinión sobre una película que iba a presentarse en los siguientes días o de alguna que ya estuviese en cartelera.

- *La ley de la calle*. Encuestas realizadas en las salas de cine en las que, una vez terminadas las proyecciones, se les pedía la opinión a los espectadores que hubiesen asistido a las mismas.

- *Uno de los nuestros*. Sección dedicada a, modo de entrevista o de reportaje, a actores, actrices, directores y productores andaluces, sin olvidar a otros profesionales del mundo del cine como guionista, directores de fotografía, montadores o responsables de vestuario. Se repasaba su filmografía, sus trabajos actuales y sus proyectos futuros.

- *Reportajes*. Centrados en la película o las películas estrenadas, se profundizaba, con imágenes del propio filme en este nuevo trabajo. A veces tan solo se ofrecía la pieza audiovisual con un amplio resumen del film y en otras participaban, con entrevistas, los miembros del equipo técnico, el director o el reparto. Así, por ejemplo al estrenarse *Planta 4*, dirigida por Antonio Mercero³⁰ se hizo un amplio reportaje sobre esta cinta en la que se contaba la estancia de un grupo de niños que padecían cáncer en un hospital. En esta misma sección, y en otras ocasiones, se acudía a las grabaciones que estaban realizándose en ese momento en Andalucía para dar cuenta de las mismas o se mostraban trayectorias de actores y directores del mundo del

³⁰ Emitido el 29 de noviembre de 2003.

cine. Así, y como refleja la Memoria de actividades de la RTVA de 2006: “Se asistió a rodajes de cintas andaluzas como *El corazón de la tierra*, *El camino de los ingleses* o *¿Por qué se frotan las patitas?*, a la vez que informó sobre las carreras, consolidadas o emergentes, de andaluces como Antonio Banderas o Verónica Sánchez” (RTVA: 2007, 65)

- *Noticias de actualidad*. Repaso a las películas que cada semana se estrenaban en las carteleras del cine español. Normalmente en esta sección tan solo se hablaba de los nuevos títulos. Un montaje compuesto por un resumen de las películas con el propio sonido original que estos tenían, solía ser el esquema básico para las piezas de esta sección. A veces la voz en off del periodista completaba la información. Como botón, dos muestras: en el programa emitido el 29 de noviembre de 2003 se informaba sobre *En la ciudad* de Cesc Gay, una historia a cerca de las desventuras de un grupo de treintañeros en Barcelona; se realizó una mención a *La flaqueza del bolchevique*, debut en la dirección de Manuel Martín Cuenca, presentado en el Festival de Cine de San Sebastián; se habló del primer largometraje dirigido en solitario por el sevillano Santiago Amodeo y se dio cuenta el estreno, visto en San Sebastián, *The Human Stain*, que reunió a Nicole Kidman y Anthony Hopkins.

O por ejemplo en el programa emitido el 13 de diciembre de 2006, que presentó varios de los estrenos de la cartelera, dando información de *Irresistible*, protagonizada por Susan Sarandon, de la cinta *Mia Sarah*, con Fernando Fernán Gómez y Verónica Sánchez o del filme argentino *Derecho de familia*. En este apartado también se incluía un apartado dedicado a establecer un ranking de las películas más taquilleras de cada semana y del acumulado durante el tiempo que estuviesen en cartelera.

- Cortometrajes. Espacio dedicado a promocionar y mostrar los trabajos cinematográficos de corta duración y con una notable presencia de los creadores de Andalucía. En el programa pudieron verse cientos de cortos. Uno de los primeros fue *El millón*, presentado por su director Alberto

Rodríguez y su guionista Paco Baños, en julio de 1998, donde además de ser proyectado, explicaron las dificultades que sufrieron para realizarlo³¹. O los trabajos premiados en la edición del año 1999 del Festival Internacional de Jóvenes Realizadores de Granada, mostrándose imágenes los cortometrajes: *Dreamers* (Félix Viscarret), *Los días felices* (Chiqui Carabante), *Qué ciegas* (Fredius Darde) o *El rapto de Venus* (Miguel Ángel Carrasco).

En esta sección fueron emitidos trabajos realizados por los propios trabajadores de la RTVA que conformaron el colectivo *Cortocircuito*, llevando a cabo la realización de casi una veintena de cortometrajes de bajo presupuesto. Fueron emitidos en los años 1999 y 2000. Miguel Ángel Carrasco, coordinador del proyecto, lo describió así:

“La idea base consistía en realizar en cadena varios cortos para ahorrar en presupuesto y garantizar su producción. Se realizarían todos los cortos con una misma cámara de 16 mm, con los metros de película justa y con un equipo similar, en días sucesivos. (...) El criterio de unificación que se escogió por consenso fue la base de un tema abierto que no limitase la creatividad y que estableciera un nexo común. El tema elegido fue “Los pecados”. Cada director adaptó el tema bajo sus criterios otorgando de diversidad y originalidad al proyecto en su conjunto. Todos los directores formábamos parte de la plantilla de Canal Sur, con intención de implicar a la casa en un proyecto de producción propia que sirviera de inspiración a directores de fuera para futuros proyectos similares”³².

Así, se proyectaron, entre otros, *Días de perros*, de Antonio Rivas y protagonizado por Antonio Pérez Dechent; *Que me mudo*, de Rosario Zurerao o *A espaldas de Dios* de María José Salido.

³¹ En 2005, con *7 vírgenes*, se consolidó como uno de los directores noveles más destacados del cine español, película por la que además el joven actor Juan José Ballesta se hizo con la Concha de Plata. También dirigió *After* (2009) y en 2012 filmó *Grupo 7*, con 16 nominaciones a los Goya y dos premios. Su película más laureada ha sido *La Isla mínima* (2014) con la que obtuvo 10 premios Goya.

³² Sala de prensa de la RTVA, <http://blogs.canalsur.es/documentacionyarchivo/archivos/9655>

- *Especiales*. En determinadas ocasiones se emitían ediciones monográficas que se reservaban a cuando el equipo de este programa acudía a cubrir diferentes festivales de cine. Así, y como ejemplo, en el año 2000 *Con el cine en los talones* dedicó un programa especial sobre la tercera edición del Festival de Cine Español de Málaga, destacando el tratamiento a dos películas: *Tierra de Fuego* de Miguel Littin (con entrevista al director y a los actores Jorge Perugorría y Ornella Muti, de la que además se repasó su filmografía) y *Adiós con el Corazón* de José Luis García Sánchez y con Juan Luis Galiardo como actor principal. En el año 2005 *Cine.Dos* se centró en los tres certámenes más importantes celebrados en Andalucía: el Festival de Cine Español de Málaga, el de Cine Iberoamericano de Huelva y el de Cine Europeo de Sevilla. Un festival, el sevillano: “que dio pie al inicio de un ciclo de cine europeo en versión original subtitulada en Canal 2 Andalucía y que se unió a otro sobre la figura de Alfred Hitchcock y a un tercero sobre cine andaluz” (RTVA: 2006, 60).

La mayor parte de estas secciones se mantuvieron durante todo el tiempo de *Con el cine en los talones* y también durante muchos años de emisiones de *Cine.Dos*. Pero poco a poco algunas de ellas desaparecieron por diversas razones. Así lo recuerda Francisco Gómez Zayas:

“Cada vez necesitábamos ir a más sitios, nos llamaban de más lugares: de rodajes, de estrenos, de festivales. Cada vez más gente requería nuestra presencia en más sitios. Por ejemplo lo de la sección de escuchar la opinión de los espectadores a la salida del cine pues eso final lo quitamos porque íbamos muy mal de tiempo requería mucho trabajo y no resultaba tan provechoso para el programa. Otras fueron por decisión de la cadena de quitarlas. Por ejemplo el tema de la comercialidad de las películas, de cómo estaban funcionando en taquilla, desde la cadena consideraron que no era lo mejor insistir durante tantos días en que determinadas películas tenían una serie de ingresos o de espectadores, etcétera. Era mejor dedicar fuerzas en otras cosas”³³.

³³ Entrevista a Francisco Gómez Zayas. Ver anexos.

Como muchos de los otros programas analizados en esta sección, uno de los principales hándicaps que sufrieron estos espacios fue los cambios frecuentes que vivieron en las distintas parrillas de programación durante sus nueve años de vida. Durante su primer año *Con el cine en los talones* fue emitido primero los miércoles y después los viernes a las 22:30 horas; en el año 2000 pasó a los martes a medianoche y en 2001 se emitía desde principios de año los jueves a las 23.30 horas y a partir de otoño lo viernes al filo de la medianoche.

Bajo la denominación de *Cine.Dos*, y ya con una duración de 30 minutos, se respetó bastante un día de la semana, el miércoles, y un tramo horario, la noche, aunque sí hubo oscilaciones en cuanto a la hora en que era emitido. En 2003 a las 23:30 horas; durante 2004 y 2005 hubo cierta estabilidad con una hora de emisión en *prime time* (21.30 horas); finalmente en sus dos últimos años en antena, 2006 y 2007, su horario de emisión fue en torno a la media noche.

Aunque no es objeto de estudio en este apartado hay que recordar que la presencia en esta cadena del cine fue más que notable. A pesar que desde el otoño de 2007 no hubo ningún programa más dedicado a la actualidad del mundo de cine, sí se programaron de forma constante ciclos de películas dedicadas a directores o a actores y actrices muy conocidos. Emitidas en horario de *prime time* y sin cortes publicitarios fueron las protagonistas nocturnas en las rejillas de programación, y con notable respuesta por parte del público. En 2008, por ejemplo, entre los diez programas más vistos de Canal Sur 2, hubo cinco espacios relacionados con el cine.

Estos fueron los ciclos dedicados a James Bond, Cary Grant, Marilyn Monroe, Billy Wilder y Francis Ford Coppola. Cada ciclo congregó a una media de espectadores que osciló entre los 150.000 y los 250.000 espectadores por película. A partir del año 2009, Francisco Gómez Zayas fue el responsable de seleccionar las películas y su ubicación en la parrilla de

programación de Canal Sur 2. Hasta esa fecha esta labor la realizaba Juan Fabián Delgado, responsable del éxito de audiencias de estos ciclos de cine.

Por último señalamos que en el año 2003 *Cine.Dos* recibió el Premio ASECAN, otorgado por la Asociación de Escritores Cinematográficos de Andalucía, al mejor programa de televisión.

5.5 Tesis

Ficha del programa

Título: *Verano en la Internacional* (1998-2000); *Tesis* (2001-2012)³⁴.

Temática: Cultural, Divulgación, Universidad.

Periodicidad: Diaria; Semanal.

Duración: variable (10, 15, 30, 60 minutos).

Presentadores: Laura Ruiz Bernal (hasta 2005) y los redactores del programa.

Directores: Manuel Berlanga (1998-2001); Alejandro Alvarado Jódar (2001-2011).

Años de emisión: 1998-2012.

Número de programas emitidos: 1.200.

Secciones: *Toma nota*, *Autorretrato*, *i+d+i*, *Lo bueno si breve*, *La Caverna*, *Postales de verano*, *Como la vida misma*, *Aulas sin clases*, *En paralelo*.

Canal de emisión: Canal Sur 2. Actualmente se emite, quincenalmente, en Canal Sur Televisión, a las 02:25 horas de la madrugada.

Producción: Externa (Cedecom, en colaboración con la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía).

Sinopsis: Programa divulgativo cuyo principal objetivo era mostrar el trabajo, las investigaciones, las actividades académicas, culturales y sociales que se realizaban en las universidades públicas de Andalucía. Nacido en el verano de 1998 bajo el nombre de *Verano en la Internacional*, comenzó siendo un espacio diario de 15 minutos de duración, emitido únicamente en los periodos estivales, en el que se daban a conocer lo acontecido en los diferentes cursos de verano de las universidades andaluzas. A partir de 2001, con el nacimiento de *Tesis*, se amplió su frecuencia, teniendo continuidad todo el año.

³⁴ Desde 2001 y hasta 2009 la edición veraniega de este programa se denominó *Tesis en la internacional*.

Uno de los objetivos de Canal Sur 2 ha sido ofrecer a la población infantil y juvenil (además de a la población urbana de mediana edad) una programación pensada para ellos. Así se establecieron espacios de marcado carácter infantil como fueron los casos de *La Banda*, centrada en el entretenimiento, y *El Club de las ideas*, con una perspectiva más divulgativa. Pero en la elaboración de la parrilla de este nuevo canal faltaba crear espacios para el público joven. Se crearon algunos programas musicales, de series pensadas para esta audiencia, pero quedaba un espacio sin cubrir en lo referente a la divulgación y a lo educativo en el ámbito universitario. Es en este contexto cuando se decide poner en marcha este espacio.

Fue en agosto del 1998 cuando la productora Cedecom, en colaboración con la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA), estrenaba en Canal 2 Andalucía el programa *Verano en la Internacional* dedicado a cubrir los cursos de verano de esta universidad, en su sede Antonio Machado de Baeza, Jaén, con un formato de programa divulgativo diario de 15 minutos de duración. En los siguientes veranos se amplió su cobertura al resto de universidades públicas andaluzas³⁵. Ya en el año 2001 se decidió que este programa aumentara su cobertura y que, además de sus emisiones veraniegas, se ampliase su presencia durante el resto del año. Es así como nació *Tesis*, con la misma temática y con una periodicidad semanal.

Junto a alguna experiencia similar en la TV3 catalana (*Campus 33*), la idea de un programa divulgativo centrado en las universidades puede considerarse pionera en el panorama televisivo español. Durante sus ya 16 años en antena y en sus diferentes formatos (*Verano en la Internacional*, *Tesis*

³⁵ En 1999 *Verano en la internacional* se emitió desde el 24 de julio al 18 de septiembre en Canal 2 Andalucía. Durante esos meses se emitió un programa de lunes a viernes de diez minutos de duración, y los sábados un resumen de 25 minutos, que informaba sobre los cursos de verano que la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) organizaba en sus sedes de La Rábida (Huelva) y Baeza (Jaén). Con el tiempo se transformó en *Tesis en la internacional*. Desde el verano de 2007 este espacio dejó de ser diario y se programaron dos ediciones semanales de 30 minutos de duración cada una, sábados y domingos. (*El País*, 23-07-1999).

en la *internacional* y *Tesis*) se ha consolidado como un programa divulgativo, de calidad y de innovación constante que atendía durante el curso académico a la actualidad y la vida en los distintos campus y universidades, y durante los veranos hacía un seguimiento de las actividades celebradas en los distintos cursos estivales, con una importante agenda diaria y con entrevistas de los ponentes en estos encuentros académicos veraniegos.

Como por cuestión de espacio es complicado explicar el contenido de ambos formatos, hemos decidido centrarnos sobre todo en detallar el desarrollo de *Tesis*, ya que ha sido en este espacio semanal donde ha habido más oportunidad para la selección de temas, en su maduración, en la búsqueda de historias paralelas o en la profundización en las investigaciones, dando una visión mucho más amplia de lo acontecido en las universidades durante el curso académico.

Tesis ha sido un espacio básicamente de reportajes y entrevistas en profundidad, aunque sin olvidar otros formatos como las noticias breves, las “cápsulas científicas”, las agendas culturales o las actividades de extensión universitaria. Ha destacado en su trayectoria por su cuidada realización, por el uso de secciones con un formato arriesgado estético y narrativamente y por una razón de ser: informar y divulgar lo generado en las universidades y la trascendencia de estos avances para la sociedad andaluza, bajo un enfoque reflexivo y analítico. Una de las preocupaciones ha sido dar voz a los olvidados:

“Comunidades como la gitana, los afectados por la enfermedad mental y los excluidos sociales, como los sin techo o las prostitutas, han tenido también un protagonismo especial en nuestro programa. Así mismo, la vocación crítica de la Universidades ha sido recogida por *Tesis* para reflexionar sobre los pilares básicos de nuestra sociedad. El sentido actual de la democracia, la intimidad y su vulneración, la memoria histórica, los nuevos monstruos de este siglo o los tabúes

frente a la muerte, son algunos de los temas analizados en el programa”³⁶.

A veces los reportajes nacían en las propias universidades a raíz de un determinado hallazgo o investigación: por ejemplo la aportación en 2008 del Departamento de Tecnología electrónica de la Universidad de Sevilla creando uno de los componentes del satélite Nanosat, un dispositivo llamado Vectorsol que servía para posicionar al satélite respecto a un punto exacto, el Sol³⁷. Otras veces los reportajes surgían a partir de un hecho informativo, como por ejemplo las amenazas que sufrían las abejas por el conocido síndrome de despoblamiento de las colmenas; se visitó en busca de respuestas al Centro andaluz de apicultura, dependiente de la Universidad de Córdoba, donde se llevaban a cabo investigaciones para tratar de desvelar las raíces de este síndrome³⁸.

También se han realizado reportajes explicando la trayectoria de grupos de investigación, como es el caso de los avances del Departamento de Fisiología Vegetal de la Universidad de Granada en el que a partir de la extracción del ADN en plantas se perseguía obtener cultivos más resistentes a las sequías y adaptables a distintos climas³⁹. Además de la selección de los contenidos, de la búsqueda de los especialistas que explicasen de forma didáctica las investigaciones en las que se hallaban inmersos o de las historias paralelas que detallasen su repercusión en la sociedad, uno de los aspectos más destacados de este programa fue lo referente al montaje

³⁶ Información obtenida en la web de la productora de *Tesis*, Cedecom, y en las memorias anuales realizadas por la misma.

³⁷ Reportaje emitido en marzo de 2008. Consultado en http://www.cedecom.es/documental/ver_video.asp?idProducto=578&idnoticia=592

³⁸ Reportaje emitido en mayo de 2009, con la participación de investigadores del Centro andaluz apicultura, de la Universidad de Córdoba, de la COAG de apicultores. En: http://www.cedecom.es/documental/ver_video.asp?idProducto=786&idnoticia=831

³⁹ En este reportaje, emitido en febrero de 2009 en *Tesis*, además se explicaba como la modificación genética del arroz, el llamado golden rice, estaba ayudando a prevenir la aparición de cegueras en algunos países asiáticos. Consulta http://www.cedecom.es/documental/ver_video.asp?idProducto=756&idnoticia=792.

audiovisual y a la postproducción. Ofrecía una cuidada realización, en la que se conjugaban las declaraciones de los protagonistas (totales) y las situaciones e historias paralelas grabadas, con elementos añadidos en las cabinas de montaje, en las que se incorporaban, según las necesidades narrativas y visuales que cada pieza tuviera, rótulos explicativos, mapas históricos, gráficos animados, imágenes ralentizadas, saturación de colores, tratamiento digital de los sonidos, etcétera.

Imagen 6. Cabecera y fotograma de *Tesis*



Fuente: Cedecom, Departamento de Comunicación de la RTVA.

Durante los años de emisiones de este programa han sido más de una docena las secciones que han transitado por el mismo. Destacamos las que más habitualmente se empleaban, poniendo ejemplos de algunas de los temas tratados:

- *I+D+i*. Reportajes de divulgación sobre las diferentes áreas de conocimiento que abordaban los grupos de investigación de las universidades andaluzas. A través de entrevistas a profesores y especialistas se explicaban sus avances, ilustrando la teoría con su reflejo en la realidad. Esto es, mediante una o varias historias paralelas se explicaba en la práctica la cuestión central del reportaje. El ADN, las células madres, la agro-ecología, los transgénicos, la

acuicultura, la nanotecnología o la robótica han sido algunos de los temas aparecidos bajo esta categoría.

- *Autorretrato*. Entrevistas a profesores, conferenciantes, visitantes de las universidades andaluzas y a alguno de sus estudiantes. Un acercamiento a sus conocimientos, experiencias, inquietudes e incluso pasiones, una forma de conocer a un personaje para entender su mundo. Esta sección estaba grabada con dos cámaras al unísono, lo que permitía un enriquecimiento visual del resultado final, sin aparecer, como en otros géneros del programa, la *voz en off* del redactor. Decenas de entrevistados, de todas las disciplinas del saber, han pasado por esta sección, destacando, entre otros, a José Saramago, Luis García Berlanga, John Elliot, Edgar Morin, Jorge Herralde, Armand Mattelart, Pedro Duque, Margarita Salas, David Trueba, Ian Gibson, Luis Rojas Marcos, Richard Stallman, Juan Antonio Carrillo Salcedo, Alejandro Rodríguez Carrión y un largo etcétera. Además se han realizado autorretratos póstumos a personalidades como Vicente Aleixandre, Erasmo de Rotterdam o Charles Darwin.

- *Toma nota*. Reportajes de divulgación, eminentemente informativos, que trataban temas abordados en los cursos y seminarios universitarios o que han servido de análisis pausado sobre los asuntos generados en la actualidad informativa diaria. A través de entrevistas a conferenciantes, ponentes e investigadores se exponían asuntos de interés social, ilustrados mediante una historia del ámbito social, que desarrollaba las cuestiones relevantes del reportaje. Los fondos marinos de nuestras costas y el acecho de barcos caza tesoros, la situación de los campos de refugiados del pueblo saharai, la función de la televisión, el sentido actual de libertad, la relación entre arquitectura y turismo, los ruidos, el autismo o la sinestesia han sido algunos de temas que se han prestado a su reflexión y análisis.

- *La caverna*. Espacio dedicado a la reflexión, en el que se abordaban las grandes cuestiones de la humanidad y los problemas sociales con un tratamiento narrativo y estético muy particular y cuidado. Algunos de los temas tratados en esta sección respondieron a cuestiones como la felicidad, el amor, la muerte, la violencia, la astronomía, la intimidad y los sistemas de vigilancia, la democracia, etcétera.

- *En paralelo*. Repaso a la actualidad cultural en el ámbito universitario. Conciertos musicales, obras teatrales, exposiciones o cine estaban muy presentes en la vida de los estudiantes universitarios. Un reportaje dinámico y atractivo que recogía semanalmente los eventos que se desarrollaban de forma paralela a la vida académica y que han tenido su máxima expresión en los diferentes cursos de verano, con una notable agenda de estas actividades.

- *La buena sombra*. En esta sección tres o cuatro personas conocedoras del tema que se abordaba, pertenecientes en su mayoría a la comunidad universitaria, realizaban un debate de un tema propuesto. La palabra y la discusión se convertía en la clave de esta sección. El conflicto árabe-israelí, la relación entre Gibraltar y España o el problema del Sáhara occidental han sido alguno de los debates generados en este espacio.

- *Cápsulas*. Microespacio en el que se explicaba conceptos y valores relacionados con las humanidades, la cultura y la divulgación científica. La energía, el uso responsable del agua o la lectura fueron algunos de los protagonistas de este espacio. Una sección muy trabajada visual y sonoramente, invitando al televidente practicar el ejercicio de la mirada y la reflexión.

Tesis en su versión semanal tenía una duración de 30 minutos por programa⁴⁰. Durante años el espacio comenzaba con la presencia a cámara de la presentadora o de alguno de los redactores que adelantaban los temas que iba a abordarse esa semana. En otras ediciones, sobre todo a partir del año 2010 cuando se cambió la línea gráfica del programa, esta presentación se hacía con un sumario de entrada, en la que se acompañaba el resumen de los reportajes que iban a aparecer con la *voz en off* del periodista.

La duración de cada pieza audiovisual duraba de media entre siete y diez minutos, tiempo necesario para profundizar de forma reposada, y desde varios prismas, en el tema tratado. Estos reportajes contaban con una excelente mezcla de planos en movimiento, imágenes en 3D, fotografía fija y algunas otras creaciones gráficas generadas por ordenador. Los rótulos identificativos, la música utilizada o el tipo de montaje denotaban que, además de la elección y el desarrollo de los temas, la parte formal de los reportajes tuvo mucha importancia.

Debido a su duración, en cada edición semanal aparecían dos o tres reportajes, aderezados por las cortinillas o ráfagas identificativos de cada sección, además de otras piezas de menor duración como noticias breves, las cápsulas científicas o las agendas culturales. El programa terminaba con una llamada al siguiente programa, proponiendo uno de los temas que serían abordados. Su director durante más de diez años, Alejandro Alvarado señalaba:

“Muchos piensan que dichos centros son sólo cosa de jóvenes estudiantes, pero lo cierto es que en las universidades germina una gran cantidad de contenidos, propuestas, eventos y servicios que son clave para que la sociedad avance. Estos parámetros hacen de

⁴⁰ Además ha habido otros formatos, otras secciones que también han sido utilizadas por este programa y que por problemas de espacio sólo citamos: *Lo bueno si breve*, resumen en piezas de corta duración de noticias universitarias; *Programas especiales*, de treinta minutos, dedicados a temas actuales e históricos; *Postales de verano*, microespacios donde mostrar la vida cotidiana, la belleza de los lugares, personajes insólitos y acontecimientos y fiestas alrededor de las sedes universitarias; *Aulas con clase*, reportajes informativos sobre la actualidad educativa de la universidad: innovación pedagógica, nuevas titulaciones, la nueva ley universitaria andaluza, etcétera.

termómetro de todo lo que acontece, y constituyen un escaparate del progreso social y científico (...) ¿Quién mejor que los expertos para indicarle a la ciudadanía cómo está todo y hacia dónde va el mundo?"⁴¹.

Las informaciones científicas de forma habitual no tenían cabida ni en Canal Sur Televisión, ni en otros medios generalistas, con una presencia prácticamente testimonial en las escaletas de los informativos diarios ya que resultaba enormemente dificultoso aplicar la divulgación científica a formatos tan encorsetados como la noticia, con apenas un minuto de duración⁴². Resulta muy difícil desarrollar el tratamiento riguroso y en profundidad que requieren estos asuntos. Por la temática tratada y por los constantes cambios que ha sufrido en las distintitas parrillas de programación a lo largo de su historia, no ha sido un programa de grandes audiencias⁴³. No obstante, y en un balance realizado en 2008 por la productora del programa, Cedecom, apuntaban:

“En estos diez años, *Tesis* ha tenido una cuota de pantalla de 3,3 % y una audiencia media de 22.000 espectadores. Como botón de muestra, en el primer trimestre del 2004, *Tesis* se convirtió en el programa educativo español con más seguimiento por parte de la audiencia, en proporción a su horario y su territorio. Así mismo, cabe destacar algunos datos espectaculares para un programa divulgativo: cuotas de pantalla máximas del 25,8 % (domingo por la mañana) y una audiencia de 154.000 espectadores (sábado por la noche) en algunas emisiones”⁴⁴.

⁴¹ El Correo de Andalucía, 26-10-2010.

⁴² En un informe de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid se revelaba que los telediarios españoles dedican sólo un 1% de sus contenidos a información científica, a razón de 30 noticias al mes: una al día. (*El Correo de Andalucía*, 26-10-2010).

⁴³ En su edición semanal *Tesis* ha sido programada en horarios y días muy diversos: en 2003 los miércoles a las 20:30 horas; en 2005 los sábados a las 21:30 horas, en pleno horario de máxima audiencia; durante 2006 era programado los sábados a las 11.30 horas; en 2008, los jueves a medianoche; en 2011 los sábados a las 10:00 horas y en 2012 los miércoles a las 10:30 horas.

⁴⁴ <http://www.cedecom.es/>

En cuanto a sus reconocimientos hay que destacar premios y distinciones obtenidos a nivel nacional e internacional, destacando el Premio “28 de Febrero” de la RTVE-A en el año 2006, por un programa especial dedicado a la violencia de género; el premio de Medios de Comunicación que otorga el Consejo Social de la Universidad de Sevilla (2009); la participación en la Selección Oficial del Encuentro Internacional del Audiovisual Científico de París, organizado por el Centro Nacional de Investigación Científica; y el galardón al mejor programa de televisión de divulgación científica a nivel nacional recibido en 2010 en la XXVI Bienal de Cine Científico de Ronda.

Tesis, un espacio pionero en cuanto a su temática, trataba siempre de conjugar la doble vertiente que transitaba entre los avances científicos o sociales en la Universidad y su trascendencia para la sociedad andaluza. Tras 14 años en Canal Sur 2 *Tesis* ha emitido más de 1.200 programas, 4.000 reportajes, 50.000 minutos de contenido cultural y de divulgación, con 2.700 personajes entrevistados y más de ocho millones de reproducciones en su canal de YouTube⁴⁵.

⁴⁵ La preocupación de *Tesis* en los últimos tiempos de acercar los contenidos del programa a la sociedad a través de nuevos soportes y canales de información, se ve respaldada, en el caso de YouTube, con alrededor de 7.000 reproducciones diarias de sus más de 1000 reportajes disponibles. (<http://www.cedecom.es/cedecom-ext/noticia.asp?id=1587>)

5.6 El Vagamundo

Ficha del programa

Título: *El Vagamundo*.

Temática: Cultural, Entretenimiento.

Periodicidad: Semanal (habitualmente los lunes a las 22:30 horas).

Duración: 60 minutos.

Presentador: Jesús Quintero.

Director: Jesús Quintero.

Años de emisión: 1999-2002.

Número de programas emitidos: 111.

Canal de emisión: Canal Sur 2.

Producción: Externa (El Silencio, Productora de Radio y Televisión).

Sinopsis: programa de entrevistas cuyos protagonistas fueron desde reconocidos personajes del mundo político, social o cultural, hasta los más raros, curiosos y desconocidos ciudadanos anónimos, que componían un relato coral de la sociedad andaluza. Sin una estructura fija, el papel de su presentador, Jesús Quintero, y su forma de hacer las entrevistas resultaron claves para un formato televisivo que alcanzó elevados niveles de audiencias en el segundo canal autonómico andaluz.

Entre *El perro verde* y *Ratones coloraos*, *El Vagamundo*. El primer programa de éxito para Canal 2 Andalucía, con elevados niveles de audiencias durante más de cuatro años, llegó de la mano de Jesús Quintero. Conocido popularmente como *El loco de la colina* contaba con una dilatada experiencia en los medios audiovisuales y, valiéndose exclusivamente de las entrevistas, había conseguido convertirse en un referente en el mundo del periodismo en nuestro país. La selección de los entrevistados pendulaban

entre personajes de actualidad (políticos de primera línea, filósofos, artistas o gentes del mundo de la cultura en general) y ciudadanos anónimos de la calle (burlescos, raros o marginales algunos de ellos). Esto, unido a la especial forma de charlar con ellos ante la cámara, creó un tipo de programa televisivo que, si bien ya había contado con experiencias pretéritas desde los años ochenta, en otras cadenas televisivas en España (TVE, Antena 3, Canal Sur Televisión) se consolidó en la época del cambio de siglo y se alargó hasta la segunda década del siglo XXI.

De la anárquica estructura de *El Vagamundo* tan sólo se pueden decir dos cosas a ciencia cierta: que era un programa en el que tan sólo se utilizaba el género de la entrevista y que no existía ningún esquema que se repitiese habitualmente. En todo caso se podría hacer una categorización por el tipo de invitados que ha visitado este espacio, desde los más solemnes a los más extravagantes, pasando por una sección de la que a veces se valía su presentador (*Entrevistas con el más allá*) en la que se rescataban conversaciones con personas que ya fallecidas, muchas veces aún no emitidas y que a modo de homenaje permitió al presentador volver a hablar, entre otros, con Paquirri, Camarón de la Isla o Lola Flores.

A veces también se realizaban pequeños debates en clave de humor con algunos de los colaboradores fijos del programa que Quintero había descubierto y traído a plató por su peculiaridad, rareza o simpatía. Nombres como *El Risitas*, *El Peíto*, *El Jorobado de Notre Barbate* o *Angelita la Perversa* se convirtieron en personajes habituales y reconocibles de esta experiencia televisiva. En otros casos las entrevistas eran acompañadas de actuaciones musicales al final del programa, o a veces en medio de las propias intervenciones de los invitados. También en algunos espacios los invitados fueron personajes relevantes de Latinoamérica.

Para conocer a la idiosincrasia y el desarrollo de *El Vagamundo*, o de experiencias anteriores como *El loco de la colina*, *El perro verde* o *Cuerda de presos*, debemos indefectiblemente acercarnos a su creador, director y presentador, Jesús Quintero. Proveniente del mundo de la radio, se hizo

conocido a mediados de los años ochenta con su programa *El loco de la colina*, que en las madrugadas de RNE intercalaba entrevistas a intelectuales, políticos y estrellas del mundo del espectáculo, con otras realizadas a personajes únicos y peculiares que bordeaban en muchos casos el mundo de marginalidad: buscavidas, trileros, personas sin hogar, personas con minusvalías físicas o mentales, etcétera. Tras el notable éxito de esa experiencia, en 1988 exportó ese formato a la televisión naciendo *El perro verde* (TVE, 1988) y sucesivamente *Qué sabe nadie* (1990-1991); *Trece noches* (1991-1992) en Canal Sur Televisión y *La boca del lobo* (1992-1993) o *Cuerda de presos* (1995-1996) ambas en Antena 3. En todos ellos Quintero dejó su imprenta. La prensa así lo definía:

“Hay un tipo de artistas grandes no sólo por su arte, sino porque además han sabido crear un mundo propio, un mundo que antes de ellos no existía o que, por lo menos, no estaba definido ni tenía nombre. El mundo felliniano, por ejemplo, el mundo lorquiano, el mundo de García Márquez y sus *Cien años de soledad* o el mundo de Almodóvar, sin ir más lejos. El cine y la literatura están llenos de ellos. En la televisión, sin embargo, es raro encontrar alguno, quizá porque la televisión es más impersonal o sencillamente porque hay menos genialidad, menos talento. Que uno recuerde el único comunicador que ha sido capaz de crear un mundo propio es Jesús Quintero. Quizá porque siempre ha entendido la comunicación como un arte. Desde que comenzó su andadura en la radio se sintió fascinado por un tipo de personajes que han acabado identificándolo”⁴⁶.

Tras más de tres años sin pisar un plató de televisión, el primer director de Canal 2 Andalucía, José Antonio Gurriarán, inició las negociaciones para que Quintero volviese a Andalucía a una televisión recién creada, que apenas emitía doce horas al día, desconocida para un porcentaje significativo de los andaluces y para la mayoría del resto de españoles. Pero le ofreció un proyecto sin cortapisas, ni en la elección de sus personajes, ni en

⁴⁶ *El Mundo*, 10-12-2014.

su formato televisivo. Su primer programa se emitió en noviembre de 1999; así lo recuerda Gurriarán:

“Jesús Quintero me pareció un genio y tenía una forma de tratar los temas con una profundidad, ironía muy especial e incluso la provocación que él tiene en la palabra y la forma de hacerlas... Quintero era muy desafiante e inteligente. Y él decía “Canal Sur, la nuestra” con ironía y haciendo un gesto con la mano, como un corte de mangas. Anteriormente en otras televisiones había tenido muchas restricciones pero no es la nuestra y se encontró con la libertad absoluta para hacer un programa desafiante, cultural de los temas artísticos del momento. (...) Y encima de todo él es muy andaluz, reivindica, tira de los temas de Andalucía (...) Él era muy camelero, te ganaba, te generaba ambiente. Es uno de esos personajes que te dejan impactado”⁴⁷.

En la presentación de su proyecto Quintero afirmó que continuaba buscando una tercera vía, que captase la atención de todos los públicos ya que los programas multitudinarios eran asociados a la vulgaridad y los de calidad a lo minoritario. Persistía en el esquema de proyectos anteriores pero acentuó la puesta en escena de ese otro tipo de personajes que tanto éxito le supuso en su etapa de *El perro verde* y que ahora continuaba. Así aderezaba en sus espacios la visita de famosos con otro tipo de entrevistados: “Gente que va contracorriente, quemaos, desobedientes, raros (...) para componer una ópera televisiva con entrevistas humanas, a quemarropa, espectáculo”⁴⁸.

El propio nombre de sus programas había sido siempre una declaración de intenciones. Desde el mítico *El loco de la colina*, sobrenombre con el que se ha quedado el periodista onubense, pasando por su primer programa televisivo, *El perro verde* donde se hacía referencia al tipo de personajes que transitaban por sus entrevistas. O con *Cuerda de presos*, Quintero visitó durante tres meses más de una treintena de cárceles para

⁴⁷ Entrevista a José Antonio Gurriarán. Ver anexos.

⁴⁸ *El País*, 08-11-1999.

hablar con ciento cincuenta presos y descubrir cómo eran los condenados y cómo resultaba su vida entre rejas⁴⁹.

Con *El Vagamundo* el periodista dio una vuelta de tuerca a esta televisión de autor que realizaba y giró, de nuevo hacia él mismo: “*El Vagamundo* quería ser la suma y el resumen de todos los que he sido hasta ahora, un personaje cercano a mí mismo, que me permite ser yo en todas mis facetas sin necesidad de decir “Buenas noches soy Jesús Quintero”, sino, soy el vagamundo”⁵⁰. Una manera, aseguró, de tapar el pudor que, afirmaba, le daba hablar de si mismo.

Imagen 7. Fotogramas de *El Vagamundo*



Fuente: Departamento de Comunicación de la RTVA.

El Vagamundo tenía sesenta minutos de duración cada lunes por la noche, al filo de las 22.30 horas. Presentaba a los telespectadores una batería de personajes a los que daba a conocer mediante la palabra, con la entrevista como único género audiovisual. Todo ocurría dentro del plató. Quintero jugaba con las preguntas y los silencios como forma de comunicación. En

⁴⁹ Tras *El Vagamundo*, Jesús Quintero creó en 2002 *Ratones coloraos* en Canal Sur Televisión. El grupo musical *El Barrio*, compuso una canción en honor a este programa, en cuya letra aparece esta estrofa “En la casa del Quintero hay ratones coloraos. Unos ratones que se bañan, en lo digno y el pecao. En la casa del Quintero hay ratones de humildad. unos ratones que se alimentan de la falsa y la verdad. / En la casa del Quintero sólo se vive de noche suenan por los agujeros burlas y risas sin reproche En la casa del Quintero dicen que se han encontrao gente que ha ido por la vida de ratoncillos coloraos / Porque nos enseñó la vida la vida nos ha enseñao que en cada una de sus esquinas si no hay un loco hay un colgao. Porque nos enseñó la vida la vida nos ha enseñao que antiguamente existía un dicho tú sabes más que los ratones coloraos”.

⁵⁰ *Abc*, 20-02-2000.

muchas ocasiones el tiempo transcurrido entre pregunta y pregunta hacía que los invitados, ante el *horror vacui*, se viesan en la necesidad de seguir hablando. Muchas de las confidencias y mejores reflexiones han ocurrido en estos momentos. Preguntar es una manera de hablar de uno mismo, aseguraba Quintero, “Pero yo procuro además que el que responde cuente tanto de si mismo, que hasta cuente lo que no quería, lo que no suele contar a nadie”⁵¹.

Una gran mesa. Entrevistado y entrevistador sentados uno frente al otro. Una pregunta, un silencio, una calada de cigarro y un sorbo de una copa. Esa dinámica, esa rutina se repetía decenas de veces cada noche, en miles de ocasiones a lo largo de los más de tres años de *El Vagamundo*. En el plató hasta cinco cámaras servían para la realización audiovisual, para darle agilidad a un género tradicionalmente estático. Incluso una grúa, *cabeza caliente* en el argot, estaba presente, dando sensación de movilidad a las respuestas de los invitados o acercando al espectador, en algunas partes de la entrevista, desde imposibles planos cenitales. Un cuidadoso decorado facilitaba un entorno de intimidad y cercanía: un lugar donde hacer confidencias. En algunos capítulos se diseñó un túnel por el que accedían los invitados, o se instalaba un número elevado de televisiones, desde donde a veces Jesús Quintero reflexionaba.

El formato del programa podría ser definido como *talk show*, esto es, un espacio de entretenimiento en el que la palabra, la entrevista, era la protagonista. Un tipo de espacios con gran libertad creativa:

“Otorgan fuerza y capacidad de sugestión frente a otros contenidos, pues los *talk shows* se apoyan esencialmente en el ingenio, la intuición y la personalidad de su presentador para lograr extraer lo mejor de su entrevistado. En un decorado sencillo, a veces con el aditivo de actuaciones musicales o humorísticas, y con la palabra como ingrediente nuclear, los programas de entrevistas resultaron ser cómodos recursos para el diseño a un precio asequible del *prime time*” (Pedredo Esteban: 2008, 13).

⁵¹ *Abc*, 20-02-2000.

Con antecedentes tan claros en el panorama audiovisual español como los realizados por Jesús Hermida, Fernando García Tola o Mercedes Milá, entre otros, Jesús Quintero aportó su sello personal, en el fondo y la forma, desde sus inicios en el medio televisivo a finales de los años ochenta. Un tipo de producto televisivo que podía oscilar en un mismo programa desde la entrevista de actualidad y con personajes del momento, a las relacionadas con el mundo de la cultura o el arte, hasta las más surrealistas, divertidas o inclasificables charlas con un tercer grupo de invitados.

En el primer grupo participaron, entre otros, personas con una importante relevancia mediática entonces: como Alina Fernández, la hija de Fidel Castro que habló sobre la situación de Cuba o de la relación con su padre; Joaquín José Martínez, único europeo que tras ser condenado en los EEUU por un doble crimen, y pasar tres años en el corredor de la muerte, consiguió ser declarado no culpable tras un segundo juicio; o Julio Anguita, quien acudía a interpretar los datos de las últimas elecciones generales y autonómicas tras dejar la coordinación de Izquierda Unida.

También fueron habituales las realizadas a las personas del mundo de la cultura. Actores, músicos, humoristas, filósofos, escritores, cantaores de flamenco y personajes relacionados con el mundo de toro fueron contertulios de cabecera de Quintero. José Saramago, Antonio Escotado Joaquín Sabina, El Gran Wyoming, el crítico musical y defensor de la canción española Lauren Postigo, el filósofo José Antonio Marina, el torero Curro Romero, el rejoneador Rafael Peralta y un largo etcétera compartieron mesa, confidencias, reflexiones y risas.

Y después había un tercer grupo, más inclasificable y a modo de cajón de sastre, pero parte significativa del éxito de Quintero en su trayectoria como entrevistador. Esos *perros verdes*, esos *ratones coloraros* que durante tres años se convirtieron *vagamundos*, tratados de tú a tú por el presentador. En palabras del propio periodista "Jamás me he acercado a estos hombres y mujeres con ningún complejo de superioridad porque no me siento superior,

porque los conozco y sé que el más tonto me puede volver loco. Además nadie es más que nadie, eso lo tengo claro”⁵². En este grupo han pasado, entre otros, artistas musicales andaluces como el sevillano Silvio o el malagueño Rockberto, del grupo Tabletom, personas geniales, complejas, a veces marginales, pero siempre auténticos dentro y fuera de los escenarios.

O también personajes desconocidos y extravagantes, principales visitantes del mundo de Quintero: un marinero de Huelva que cometía estafas vestido de militar; el fraile Moratiel, que proclama el silencio como orden de vida y aseguraba ir a la montaña a buscar a Dios; *el Cojo Manteca*, líder punki protagonista de una revuelta juvenil; Fernando Pulido, uno de los presos más antiguos de las cárceles españolas; o un traficante de hachís que intentó pasar cuatro kilos en un partido de mundial entre España e Italia, dando en la garita con el único guardia civil al que parecía no gustarle el fútbol y que le acabó deteniendo.

Además se creó un elenco de personajes, anónimos en principio, pero que con el paso de los programas se convirtieron en habituales de *El Vagamundo* y en futuros programas de Quintero. Uno de los más significativos fue Juan Joya, *El Risitas*. Logró, gracias a este programa, una enorme popularidad, primero en Andalucía y luego en el resto del país. La primera vez que apareció en *El Vagamundo* fue el 17 de abril de 2000, donde contó cómo fue el atropello, por el que recibió una indemnización que le había permitido no trabajar prácticamente nunca y todo gracias a la evaluación de un médico “florense”. Allí le dio su primer ataque de risa constante, permanente y pegadiza. Sentado junto a su cuñado Antonio Rivero, *El Peito*, mantenían diálogos imposibles que acababan con una risa interminable que súbitamente se cortaba, rematando su intervención con el famoso “*cuñaaaa*”. Un tipo de personajes que en palabras de Jesús Quintero representaban a unos modelos muy cotidianos de seres anónimos:

⁵² *El Mundo*, 13-10-2002.

“No es difícil encontrarlos. Están en todas partes. Las calles de los pueblos y ciudades están llenas de ellos. Basta sólo con abrir los ojos y mirar sin prejuicios ni complejos de superioridad para descubrirlos. Yo reconozco que además tengo un cierto olfato y una especie de imán para atraerlos. Será que conmigo se sienten bien y yo con ellos. (...) Me río con ellos. Nunca he tenido la tentación de presentarlos como bufones para divertir a la corte o a la audiencia, que es lo que suele hacerse”⁵³.

Otros personajes populares fueron *El Peito*, socio del *Risitas*, de carcajada fácil e interminable y un único diente en la encía superior como elemento físico más destacado; *El Sabio Tarifa* y su peculiar humor; *El Jorobado de Notre-Barbate*, *Tito Triana*, un gangoso; *Henri de Lora*, cabrero de día y travesti de noche; *Sandra la Bohemia* y un largo etcétera de seres contra corriente, marginales y muchas veces marginados, a los que pretendía homenajear Quintero:

“El mundo quinteriano es un mundo habitado por bohemios, locos felices o egregios, sabios de pueblo, flamencos de mala vida, charlatanes de feria, buhoneros, poetas abuhardillados, artistas callejeros, rebeldes con causa y sin ella, supervivientes, marginales, raros y curiosos, o para decirlo en dos palabras: perros verdes. (...) Los entiende tan bien porque, de algún modo, se siente uno de ellos, porque conoce sus claves, porque también él es a su manera un marginal, un raro, un nadador contra corriente. (...) En ningún caso, ni en los más pintorescos, se pretendía, según confesión de Quintero, presentar a los perros verdes como animales de zoológico o de barraca de feria o como seres malogrados y dignos de lástima. Al contrario. Con su testimonio y su presencia en el programa se trataba de reivindicar el derecho de ser distintos. Jesús Quintero quería, de algún modo, regalarles la televisión; quería que ellos, los últimos de la fila tantas veces, se sintieran tratados como los primeros, como estrellas del espectáculo o presidentes de gobierno”⁵⁴.

⁵³ *Abc*, 20-02-2000

⁵⁴ *El Mundo*, 13-10-2002.

Fue un programa con enorme éxitos de audiencias: en sus casi cuatro años en Canal 2 Andalucía fue cada temporada el espacio más visto de todos los emitidos. El primer año se acercó a los 70.000 espectadores por programa, superando los 100.000 en 1999 y 2000. Ya durante el año 2001 alcanzó los 200.000 espectadores por semana, lo que suponía una cuota de pantalla del 7,1% cuando la media de la cadena ese mismo año era del 4,2%. En 2002 también lideraría ese ranking con 186.000 espectadores de media semanal y una cuota de pantalla del 6,4%, dos puntos por encima de la media del canal.

Tal fue el éxito cosechado que acabaría trasladándose a Canal Sur Televisión con un proyecto similar, *Ratones coloraos*, que ese mismo 2002 fue el segundo programa más visto del primer canal andaluz con un 23% del *share* y cerca de 700.000 espectadores por capítulo. Cristina Álvarez recuerda en la entrevista para esta tesis doctoral el enorme significado del formato para el canal:

“Y ese fue un programa muy importante en Canal 2 Andalucía porque fue el que relanzó el canal. Porque Quintero entonces no estaba en el mercado y revivió a la televisión en Canal 2 Andalucía. Entonces eso le dio mucha potencia a nuestro canal y mucha fuerza: es uno de los programas claves. Siempre fue igual un programa de entrevistas pero primero se llamó *El Vagamundo* y después se pasó a Canal Sur Televisión. Quintero estaba muy preocupado por las audiencias y yo le decía no te preocupes por las audiencias. De eso ya me encargo yo le decía. Y él me decía que yo era la primera directora a la cual no le importaba las audiencias”⁵⁵.

En 2001 *El Vagamundo* recibió el *Premio Ondas al programa más innovador* por su mirada original, por su estilo único y por acercar a los espectadores, de una manera sorprendente, a personajes conocidos o anónimos. En 2003 este programa recibía otro premio, la *Antena de Oro*, concedido por la Federación de Asociaciones de Radio y Televisión.

⁵⁵ Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexo.

Preguntado Jesús Quintero qué supuso para él trabajar en un canal minoritario como éste, afirmó:

“Probablemente sea parte del precio que hay que pagar por no estar dispuesto a todo por la audiencia. De todos modos yo me siento cómodo en la marginación, en las periferias, en las últimas trincheras. Me gusta que el espectador me busque, saber que si me ve o si me escucha no es porque se le imponga el poderío de un medio, sino porque entre toda la oferta me prefiere a mí”⁵⁶.

Tras su paso por *El Vagamundo*, Quintero volvería en 2011 a Canal Sur 2 con *El loco soy yo* con un formato similar y una duración de 90 minutos en cada uno de los 37 programas emitidos. Desde 2002 a la actualidad ha continuado realizando programas televisivos de entrevistas entre los que destacan los siguientes:

- *Ratones coloraos* (2002-2004) en Canal Sur Televisión.
- *El loco de la colina* (2006) y *La noche de Quintero* (2007) en TVE.
- *Ratones coloraos* (2007-2009) en Canal Sur Televisión, Telemadrid y 7RM.
- *El gatopardo* (2010-2012) y *El sol, la sal y el son* (2010-2011), *21 minutos* (2011-2012) y *Especial Antonio Gala: No os molestéis conozco la salida* (2013) en Canal Sur Televisión.

⁵⁶ *Abc*, 20-02-2000.

5.7 Somos más

Ficha del programa

Título: *Somos más*.

Temática: Feminista, Cultural.

Periodicidad: Semanal.

Duración: 60 minutos

Presentadora: Inmaculada Jabato Sarabia.

Directora: Inmaculada Jabato Sarabia.

Años de emisión: 1999-2000.

Número de programas emitidos: 37.

Secciones: *Reportajes, Entrevista, Una gran mujer, Consulta sexológica, Pasarela de modelos, Pruebas a hombres.*

Canal de emisión: Canal Sur 2 .

Producción: Mixta (propia y Lula Producciones).

Sinopsis: espacio de corte feminista en el que se analizaba la situación de la mujer en Andalucía, destacando la vida y obra de andaluzas que anónimamente, o de forma pública, contribuyeron con su ejemplo a lograr una sociedad más igualitaria. Cada semana se elegía un tema sobre el que versaban las entrevistas, tertulias y reportajes que se emitían.

El segundo canal de la RTVA, con la vocación de servicio público para el que fue creado, trató de buscar nuevos tipos de programas que mostrasen esa otra cara de la comunidad autónoma, esa parte moderna, joven, desarrollada, activa, que atendiese a perfiles, públicos y colectivos de telespectadores cuyos intereses no estaban recogidos en otros canales televisivos, ni siquiera en su primer canal.

Cuando apenas se había cumplido un año en antena de la nueva señal, en octubre de 1999 apareció un proyecto innovador: *Somos más*, espacio de

contenido feminista que pretendía hablar de la situación de la mujer desde un punto de vista igualitario al del hombre. El programa buscaba destacar y reconocer el trabajo de esos cientos de miles de mujeres que en Andalucía, además de madres y amas de casa, ejercían de empresarias, artistas, economistas, agricultoras, doctoras, estudiantes y un largo etcétera. El objetivo era conocer de primera mano el esfuerzo, los sueños, los anhelos y el quehacer diario de más de la mitad de la población de la comunidad autónoma. Este espacio fue dirigido y presentado por la periodista de Canal Sur Radio Inmaculada Jabato, quien recuerda en la entrevista para esta tesis doctoral los orígenes del proyecto:

“En ese contexto se me propone desde la dirección de la empresa esto es, a sabiendas de mi trayectoria, de mi compromiso con el feminismo, de mi premios y reconocimientos, se me propone que si quería participar o hacer este programa. (...) Se planteó como una cosa añadida a mi trabajo en la radio: hacer el programa en la televisión. El nombre y la idea de *Somos más* es mío. Las mujeres somos más de la mitad de la población. Y jugando con esa definición somos más que un arquetipo, somos más de lo que se piensa que somos, somos más que una mujer y ahí empezamos a trabajar”⁵⁷.

Cada programa se dedicaba a un tema, que sirviera de nexo de unión de todas las secciones de las que constaba. Estos solían ser tan variados como por ejemplo los dedicados a las abuelas, a las mujeres profesionales que no ejercían de amas de casa, a las mujeres gitanas o al amor. Además se planteaba un reportaje de contenido histórico en el que se daba a conocer y se ponía en valor las aportaciones, las investigaciones o la valía personal de diferentes mujeres, tanto en la época actual o durante otros periodos de la Historia.

A continuación se presentaba a la persona protagonista del día, que era con quien la presentadora debatía sobre la temática elegida. Un apartado dedicado al sexo, comentarios sobre noticias aparecidas en los medios de

⁵⁷ Entrevista a Inmaculada Jabato. Ver anexos.

comunicación con la mujer como protagonista o una prueba en la que hombres debían hacer actividades que históricamente se les había asignado a las mujeres fueron otras de las secciones habituales.

Somos más comenzaba con la imagen de la presentadora que, sentada delante de un micrófono radiofónico, miraba a cámara y explicaba la temática del día o reflexionaba sobre algunas de las problemáticas relacionadas con el feminismo, intercalando posteriormente en el montaje imágenes que reforzaban su mensaje. A continuación presentaba el contenido y comenzaban las secciones. Entre ellas destacamos:

- *Una gran mujer*. Incluía una serie de reportajes en los que se ponía en valor a mujeres que habían dejado impronta en la Historia, por sus aportaciones en diversas disciplinas del saber, su inmersión en el mundo de la política o por sus dotes artísticas. Se leía un texto escrito por el poeta José Antonio Sánchez, acompañado de imágenes de archivo o de recursos fotográficos. Así se realizaron, entre otras, piezas audiovisuales sobre la emperatriz rusa Catalina la Grande o sobre la mexicana Frida Kalho, de la que se destacó su doble faceta como pintora y poeta.

- *Entrevista*. Cada semana se elegía a una persona, mujer u hombre, a la que se le entrevistaba en relación con el tema seleccionado para esa edición. Entre otras la escritora Rosa Montero, que había hecho un trabajo muy importante visualizando a las mujeres en sus obras literarias, Carmen Michelena activista feminista e impulsora de la escuela basada en los principios de la Institución libre de enseñanza, María Luisa Balaguer Callejón, Catedrática de Derecho Constitucional de la Universidad de Málaga y defensora de los derechos de la mujer, la deportista cubana Niurka Montalvo o las también escritoras Rosa Regás, Espido Freire o Nativel Preciado fueron algunas de las entrevistadas. El presidente de Unicaja Braulio Medel, el historiador Jesús Palacios, el compositor musical Antonio Meliveo, Isabel Fayos o Rocío Martín fueron otras de los invitados a esta sección.

- *Consultorio sexual*. En este apartado se daban respuestas relacionadas al sexo y al erotismo, a cargo de la sexóloga Antonia Asensio, de la que la directora del programa recuerda: “Era muy moderna y muy cañera (...) una mujer muy potente que hablaba de sexo y de sexualidad de una manera muy transgresora”⁵⁸.

- *Pasarela de modelos*. Las mujeres anónimas andaluzas eran las protagonistas de esta sección. Personas que habían destacado en su quehacer diario en su faceta profesional, en sus dotes artísticas o en su labor solidaria eran las invitadas. La artista plástica Paka Antúnez, la pintora Inmaculada Salinas o María Dolores Morillas, responsable de una ONG juvenil, fueron algunas de las mujeres que visitaron *Somos más*.

- *Pruebas a hombres*. Como una manera de desmitificar los roles en los que se encasillaban a hombres y mujeres, según los cuales cada género se desenvuelve mejor en un tipo de actividad, se plantearon pruebas en las que los invitados al programa debían realizar una actividad “típicamente femenina”. En esta sección la co-presentaba el actor Luis Centeno y lo que se pretendía era intentar convencer a los hombres de que las destrezas no tenían que ver con el sexo de cada uno, sino que se trataba de una cuestión de habilidad. Como apunta la directora del espacio, se quería romper con esos tópicos de “Tú como hombre vas a cocinar peor que yo por qué vas a mancharlo todo o yo como mujer no puedo cambiar una rueda de coche”⁵⁹. En clave de humor, se trataba de realizar pruebas sencillas como planchar o coser. Por esta sección pasaron, entre otros, los músicos Tate Montoya y Miguel Herzog; el cantante de los *No me pises que llevo chanclas*, Pepe Begines o el periodista Paco Lobatón. La presentadora recuerda una de ellas:

⁵⁸ Entrevista a Inmaculada Jabato. Ver anexos.

⁵⁹ Ídem.

“Lo resolvíamos con mucha gracia porque se hacían propuestas a los invitados famosos que pasaron por ahí en los 37 programas que hicimos (...). Entonces pues igual tenían que hacer un cocido. Y se iba al mercado y en los puestos compraban todo lo necesario.(...) Se daban cuenta de que podían comprarlo todo, la pringa y los avíos y además hacer el puchero y tener menú para tres días: el primero fideo, el segundo día arroz y el tercero con la carne sobrante hacer croquetas o carne con tomate. Entonces era muy gracioso y creo que fue muy interesante”⁶⁰.

No siempre se mantuvieron fijas las secciones. En algunos casos se realizaban mesas redondas con colaboradoras del programa o se resolvían dudas de terminología feminista.

Imagen 8. Cabecera y fotograma de *Somos más*



Fuente: Departamento de Comunicación de la RTVA.

A modo de ejemplo, se detalla el programa emitido el domingo 5 de marzo del 2000, en el que se analizó el papel de la mujer gitana en la sociedad actual. Dos mujeres de esta etnia, María Soto Monje y Macarena Fernández, explicaron en el apartado de entrevista su particular visión de la sociedad en la que vivían y que rol desempeñaban en ésta. Luis Centeno en su sección tuvo como invitado a Daniel Moreno, copresentador del musical *Fórmula uno* de Canal 2 Andalucía y de los programas musicales *Zona libre* y

⁶⁰ Entrevista a Inmaculada Jabato. Ver anexos.

Mundo evasión en Canal Sur Radio. Por su parte la sexóloga Antonia Asensio habló del enamoramiento, la salud o el erotismo.

En la *Pasarela de modelos* participó la cordobesa María Dolores Morillas, de la ONG “Mas por igual entre todos”, cerrándose el programa con la profesora de la Universidad de Málaga Emelina Fernández, quien comentó las noticias de actualidad referidas al mundo de la mujer y un reportaje dedicada a la pintora Inmaculada Salinas.

Este programa, al combinar el protagonismo de mujeres anónimas y reconocidas, y donde la presencia del hombre también fue patente, hacía además un recorrido histórico por el universo femenino, era una clara apuesta por el servicio público para el que había sido creado, a pesar de que apenas estuvo una temporada en antena: de octubre de 1999 a junio del 2000. Además tampoco tuvo un horario fijo durante su andadura, ya que comenzó emitiéndose los martes a 21:00 horas, para pasar posteriormente los sábados en la tarde y finalmente quedar en la parrilla de programación los domingos a las 18:30 horas.

A juicio de su directora era una forma de servir a sociedad civil, de visibilizar a tantas mujeres en todas las facetas de la vida, de las que no se conocía casi nada. Fruto de una trayectoria personal en pos de la igualdad entre hombres y mujeres, sumado a su papel como directora y presentadora en *Somos más*, Inmaculada Jabato recibió el Premio Meridiana en la categoría de Medios de Comunicación Social de la provincia de Málaga en 1999, otorgado por el Instituto Andaluz de la Mujer de la Junta de Andalucía. Como apunta, *Somos más* fue un programa posiblemente nacido antes de tiempo, no obstante fue innovador. Y el balance, por lo conseguido, positivo:

“Crear en un programa ideológico porque era un programa militante e ideológico fue algo muy positivo. No era un programa para que yo, Inmaculada, hiciese lo que me apeteciera, no. Es un programa de encargo feminista, en la televisión pública y eso me pareció maravilloso, un paso adelante. Lo que pasó es que mantener esto suponía tener mucha convicción y echarle de comer, promocionar ese tipo de programas (...). Nosotros hicimos como un esquema de radio prácticamente, lo hacíamos con modestia, pero hecho con mucho

corazón, con mucha ilusión y con mucho cariño. Y preparamos los guiones los reportajes y no es tan complicado (...). Aún sin apoyos y sin creer del todo en este programa conseguimos en la estructura hacer un programa bastante digno, distraído. Pero claro, eso era como una raya en el agua. En un canal novísimo, a las nueve de la noche cuando están los informativos de los demás siempre en *prime time* tampoco teníamos muchas posibilidades. Pero yo quedé muy contenta”⁶¹.

Se quería que Canal 2 Andalucía fuese una televisión andaluza alternativa, plural, donde las cuestiones de género estuviesen también presentes. La propia directora de Canal 2, Cristina Álvarez apostaba por este tipo de espacios y defendió que los programas culturales emitidos en la televisión pública pudiesen ser amenos: “El público puede entretenerse con un libro, con un espacio de ecología o de educación. Entretenerse no tiene porque ser un tipo de acción tribal o entretenerse base de chismorreos o de hablar de unos y de otros”⁶². Y sobre este programa feminista, la entonces directora de Canal 2 Andalucía, subraya la existencia de estos ejemplos en la televisión pública andaluza:

“Doscientas mujeres andaluzas han pasado por “Somos Más”, un programa atrevido, pionero en las televisiones públicas y privadas españolas, en el que la mujer ha sido la protagonista. Escritoras, artistas, empresarias, deportistas, catedráticas, economistas, médicas, abogadas, estudiantes, jornaleras, sindicalistas, amas de casa, directoras de cine, etcétera. Han querido profundizar en el tema de la igualdad y en la toma de conciencia de esta realidad para hacer una sociedad más moderna y más justa (...) programada desde ese concepto la cultura entretiene y eso queríamos que fuese calando” (Álvarez Secades: 2001, 14).

Tras este espacio se programaron en Canal 2 Andalucía, siempre con la cuestión de género de fondo, los espacios *Emprendedoras* (2003) una serie

⁶¹ Entrevista a Inmaculada Jabato. Ver anexos.

⁶² Entrevista a Cristina Álvarez. Ver anexos.

documental de 14 capítulos, seguido de coloquio, y dedicado a mujeres empresarias de Andalucía o *Mujeres* (2004) presentado por María Bueno. Este espacio fue grabado como una *road movie* en el que la presentadora recorrió Andalucía hablando con mujeres que destacaban en sus profesiones; en su primera emisión se contó “Con los testimonios del grupo sevillano Las Niñas, con la traductora de la Universidad de Granada Julia Möller, con la alcaldesa de Aznalcóllar, Salud Santana y con la doctora en Oceanografía Águeda Vázquez”⁶³. Ambos programas fueron dirigidos por Paz Cadaval.

⁶³ *El País*, 09-03-2004.

5.8 El público lee

Ficha del programa

Título: *El público lee*. Entre octubre de 2004 y febrero de 2006 el programa se denominó *El público*.

Temática: Literatura, Cultural.

Periodicidad: Semanal (Domingos, habitualmente a las 19:30 horas).

Duración: 60 minutos.

Presentador: Jesús Vigorra.

Director: Jesús Vigorra.

Años de emisión: 2002-2012.

Número de programas emitidos: 386.

Secciones: *Tertulia, Reportajes, Botiquín de primeros auxilio, Recomendaciones literarias, Cuestionario.*

Canal de emisión: Canal Sur 2.

Producción: Mixta (propia y Promico imagen).

Sinopsis: Programa dedicado a la literatura en el que tres espectadores, aficionados a la lectura, aceptaban el encargo de leer el libro del autor invitado al programa para posteriormente comentarlo y debatirlo con él. Junto con esta tertulia entre escritor y lectores, se hacían recomendaciones de libros y aparecían reportajes relacionados con algunas de las obras presentadas. Formato adaptado del programa radiofónico homónimo que se emitía en Canal Sur Radio. El objetivo del programa era fomentar el hábito de la lectura entre el público andaluz.

El público lee tuvo a la literatura como protagonista. Presentado por el periodista Jesús Vigorra este espacio se emitió durante diez años en Canal Sur 2 con la intención de acercar a los televidentes al mundo de las letras, de una forma diferente, amena y participativa. Para ello se elegían cada semana

a tres invitados anónimos a los que se les regalaba un libro a cambio de que lo leyeran y de que acudiesen al programa para que, en un cara a cara, debatieran con el autor de la novela sobre la trama, los personajes, el estilo usado y de todas aquellas cuestiones que libremente le quisieran plantear. Para aderezar esta tertulia literaria se realizaban reportajes vinculados al libro, al género o al autor, o se hacían recomendaciones literarias por parte de personas de la cultura no relacionadas con la literatura. En otra de las secciones eran los propios espectadores los que recomendaban un libro que para ellos había resultado saludable o beneficioso y que compartían con la audiencia. Era el conocido como *Botiquín de los primeros auxilios*.

Imagen 9. Entrevista de Jesús Vigorra a Rafael Chirbes en *El público lee*



Fuente: Departamento de Comunicación de la RTVA.

El formato fue la adaptación a la televisión del programa que conducía el periodista Jesús Vigorra en Canal Sur Radio. En éste, tres oyentes acudían a los estudios charlar con el autor de una novela. Un formato de realización y de acercar la literatura al gran público evitando esquemas de programas existentes en los que se reducía a una entrevista del presentador al autor, a la lectura de algún texto y poco más. *El público lee* vino a llenar el hueco dejado en la parrilla de programación de Canal 2 Andalucía de otro programa de

literatura, *Pretextos*, que desde 1998 a 2002 tuvo la misma temática aunque con unas secciones y un esquema más tradicional⁶⁴.

Su director y presentador, Jesús Vigorra, define el espíritu de este espacio de literatura de Canal Sur 2:

“El grueso del programa eran los lectores anónimos gente desconocida que leía libros y preguntaba. (...) Y los lectores no tenían ningún tipo de complejo y eran capaces de ver cosas que ningún crítico había visto, o de las que el propio escritor no había caído. Y sobre todo era muy interesante la postura de la persona que venía al programa porque algunos de ellos decían ¿cómo voy a decirle yo esto al escritor, cómo voy a hablar sobre su forma de escribir o sobre sus personajes? (...) Y bueno en el fondo el programa era eso y parece que al hablar del libro había que ponerse muy solemnes y no hacía falta”⁶⁵.

El público lee tuvo como primer invitado, en noviembre de 2002, al escritor peruano Alfredo Bryce Echenique, con su obra *El huerto de mi amada*. En los más de diez años de emisión y casi 400 espacios emitidos cada domingo por la tarde pasaron prácticamente todos los escritores españoles o latinoamericanos de reconocido prestigio⁶⁶. Autoras y autores consagrados, por citar algunos, como Eduardo Galeano, Enrique Vila-Matas, Lorenzo Silva, Almudena Grandes, Arturo Pérez-Reverte, Antonio Muñoz Molina, Mario Vargas Llosa, Dulce Chacón, Rosa Montero, Carlos Fuentes, José Saramago, Eduardo Mendicutti, Antonio Gala, Carmen Posadas, Espido Freire o Rosa Regás. Además también fueron invitados aquellos que estaban dando sus primeros pasos en el mundo de la literatura y acudían al

⁶⁴ *Pretextos* espacio presentado y dirigido por Juan María Rodríguez, dedicado a la literatura, en el que diferentes escritores eran entrevistados en el plató del Centro de Producción de Málaga o en los propios domicilios de los autores. Permitía conocer la vida de escritores, mayormente andaluces, y hablar sobre sus más recientes obras publicadas. Junto con la entrevista y la lectura de algunos fragmentos se intercalaban contenidos como recomendaciones de libros o pequeños reportajes que completaban el perfil personal y literario del autor. Se emitieron casi 190 programas y participaron autores como Ángel González, Gustavo Martín Garzo, Carlos Castilla del Pino o Rafael Pérez Estrada, entre otros (Memoranda RTVA).

⁶⁵ Entrevista a Jesús Vigorra. Ver anexos.

⁶⁶ Sala de prensa RTVA. http://blogs.canalsur.es/elpublicolee/acerca_de-2/

programa para darse a conocer como fueron los casos de Clara Sánchez o María Dueñas, entre otras.

En este programa la entrevista fue el género por excelencia, el más utilizado y el que consumió prácticamente el 75-80% del tiempo total cada semana. Era usado tanto de forma individual, por parte del presentador del programa, como de forma conjunta por los tres invitados. En este caso este género devenía a veces en otro, la tertulia, en el que se producía un intercambio de opiniones entre el autor del libro y aquellos que les formulaban las preguntas. La estructura de *El público lee* y los géneros periodísticos utilizados se encontraban recogidos en las siguientes secciones:

- *Tertulia*. En esta sección participaban el presentador, los invitados y el autor y es la que se llevaba la mayor parte del protagonismo del programa. Lo novedoso de este esquema, y lo que aportó al mundo de los programas televisivos sobre literatura, fue precisamente esta dinámica en la que lectores anónimos que no eran conocidos públicamente y que jamás había pisado la televisión se encontraban con un académico, con un novelista o con un poeta y se creaba un puente de comunicación entre ellos. Como recuerda Jesús Vigorra:

“Muchísimos escritores se sorprendían a veces de lo que había encontrado un lector que a veces ni los críticos lo encontraban. O por ejemplo el escritor ponía algunos pequeños secretos, que ellos colocan y que confiaban en que no se descubrieran fácilmente...y nuestros lectores los encontraban. (...) Esa fue la aportación y es la que muchos escritores me comentan cuando me encuentro con ellos, lo que disfrutaban de eso. Encontrarse de verdad cara a cara con los lectores”⁶⁷.

- *Botiquín de primeros auxilios*. En esta sección personajes famosos del mundo de la cultura, aunque habitualmente no relacionados la literatura, recomendaban un libro que en algún momento de sus vidas les sirvió o les

⁶⁷ Entrevista a Jesús Vigorra. Ver anexos.

ayudó, como si se tratase de una especie de medicina. Mediante pequeñas entrevistas explicaban de qué libro se trataba, cuál era su contenido y cuánto les había servido durante su vida. Así mismo lectores anónimos también hacían estas recomendaciones, realizando su particular crítica a una obra determinada de reciente publicación. Esta sección con los años fue denominada *Lectores de cabecera*. Además con el desarrollo de la tecnología y la facilidad con la que se encontraban en los teléfonos de última generación se invitaba a los espectadores a que recomendaron un libro grabándose un vídeo breve con el móvil, de un minuto aproximadamente, que era emitido en el programa.

- *Reportajes*. A veces si el libro semanal estaba muy vinculado a una determinada ciudad se hacían pequeños reportajes sobre la misma. A modo de ejemplo Arturo Pérez-Reverte visitó en mayo de 2010 el programa para presentar su novela, *El asedio*, donde se contaba la historia del asedio de las tropas francesas a la ciudad de Cádiz. En ese programa la introducción la realizó el presentador dentro del castillo de la capital gaditana y se intercalaron en la tertulia dos reportajes sobre esta ciudad. O se grabaron micro espacios donde se recomendaban libros que tuvieran que ver con la Guerra de la Independencia de principios del siglo XIX.

Así mismo durante una temporada el presentador del programa realizaba pequeños reportajes, a modo de *reality show*, para entregar en el lugar de trabajo a los invitados del programa el libro que se habían comprometido a leer. Jesús Vigorra así lo explica en la entrevista mantenida para este tesis doctoral: “Porque no lo mismo entregar un libro en una carnicería que entregarlo en un despacho de abogados o que la barra de un bar a un camarero, o en una peluquería. Entonces iba al lugar, al sitio al hábitat natural de lector y entonces le da libro y le preguntaba qué haces a qué te dedicas”⁶⁸.

⁶⁸ Entrevista a Jesús Vigorra. Ver anexos.

- *Debate*. Con el paso de los años a la vez que se entrevistaba a escritores, a veces se elegían temas genéricos o fenómenos literarios que eran los protagonistas de esa semana. Así, y de manera no periódica, un libro de notable éxito, una obra clásica, un género literario o un autor ya fallecido eran sus protagonistas, sobre los que tanto los lectores invitados como los especialistas planteaban preguntas y buscaban respuestas, con la intención de profundizar y conocer un poco más sobre la temática de esa semana. Bajo este epígrafe se debatió sobre los libros de autoayuda, *El Código da Vinci*, *El señor de los anillos*, *Harry Potter*, la Generación del 27, Juan Ramón Jiménez, o *El Quijote*, entre otros asuntos.

- *Cuestionario*. Entrevista de corte más intimista, que solía aparecer al final del programa a modo de cierre, en la que el presentador realizaba un cuestionario cerrado a los autores, de preguntas y respuestas cortas, donde lo que se buscaba, aparcando el libro que se estaba presentando, era conocer más la personalidad del invitado, su forma de ser. Una especie de retrato más íntimo de la persona.

- *Visitas literarias*. También *El público lee*, en su afán de promocionar la lectura entre los andaluces, se dedicó a mostrar espacios relacionados con la literatura, asistiendo por ejemplo a charlas organizadas por clubes de lectura, mostrando librerías con encanto, recorriendo tabernas literarias o visitando bibliotecas singulares que poseían los andaluces en sus casas. En otras ocasiones se buscaban “excusas literarias” para hablar de libros desde otros puntos de vista. Así en el programa del 5 de octubre de 2011, por ejemplo, Jesús Vigorra introdujo el programa y realizó una recomendación literaria, dando un paseo en un globo para hablar de dos libros relacionados con este medio de transporte (*Cinco semanas en Globo*, de Julio Verne o *Amor perdurable*, de Ian McEwan).

Si tomamos dos ejemplos, uno de los inicios del programa, cuando lo visitó el hispanista Ian Gibson y otro cuando Arturo Pérez Reverte presentó su novela *El asedio*, observamos un esquema muy parecido⁶⁹. Tras la cabecera de entrada con la música identificativa, Jesús Vigorra realizaba una breve presentación del libro y del autor de la semana. En el caso de Ian Gibson lo hacía desde el plató, en el de Pérez Reverte desde la ciudad de Cádiz. A continuación entraba en escena el escritor, al que el presentador le formulaba las primeras preguntas. Tras unos minutos de charla, entre cinco y siete según edición, entraban los tres invitados anónimos en el set para comentar y debatir sobre la obra, espacio este que suponía entre 45 y 50 minutos semanales.

Al ser un espacio de larga duración se jugaba mucho con los elementos de realización para las entrevistas y la tertulia: la presencia de hasta cuatro cámaras ubicadas en otros tantos emplazamiento del plató, la alternancia de planos generales con planos detalle de los participantes e incluso la utilización de una cámara subida en una grúa, la llamada *cabeza caliente*, que permitía el movimiento en los planos, un ritmo ágil y la visión, desde distintos puntos de vista, de la tertulia que ocurría en el plató. Además en el desarrollo del debate se intercalaban otras secciones en las que se hacían reportajes relacionados con el tema central del libro, del autor o de alguna de las tramas subyacentes.

En el caso de Ian Gibson se intercaló esta tertulia con la emisión de un reportaje en el que se conmemoraba la publicación de *Ulises* del irlandés James Joyce, la recomendación por parte la cantante Mala Rodríguez de un libro para la sección *Botiquín de primeros auxilios* (recomendó *Relato de un naufrago* de García Márquez) o se dieron a conocer nuevas publicaciones.

Cuando el invitado fue Arturo Pérez Reverte, y puesto que se estaba en plena campaña institucional de promoción de la lectura “Ven a leer con Canal Sur”, se intercaló la tertulia con un anuncio para promocionar el hábito

⁶⁹ El programa sobre Ian Gibson fue emitido el 16-06-2004. El dedicado a Arturo Pérez Reverte el 23-05-2010.

de leer. En aquel programa también fueron emitidos dos reportajes sobre la ciudad protagonista de *El asedio: Cádiz*. En la sección *Botiquín de primeros auxilios* fue el actor malagueño Antonio Banderas el que participó, hablando de la importancia de la literatura en su vida, haciendo recomendaciones de libros o explicando cómo tenía organizada su biblioteca. Además aparecieron recomendaciones de lectores, grabadas por ellos mismos con sus teléfonos móviles con una estética muy parecida a la del portal YouTube y con el título “Yo Tuve un libro”. Un programa donde los lectores, en definitiva, eran protagonistas:

“Quizá la parte más bonita y cuando disfrutaba de verdad era cuando estaba sentado en el programa y veía gente que jamás había ido a la tele y que venían a hablar con el escritor o con un académico como Álvaro Pombo o Goytisolo. Y yo eso lo disfrutaba enteramente, muchísimo. Porque yo odio, y la palabra es fuerte, pero odio que la gente normal sólo salga en televisión para llorar, cuando hay desgracia, o cuando les toca la lotería. Que la gente normal, que la gente sencilla sólo aparezca en televisión para ponerse en ridículo o para enseñar las tripas eso es una cosa que yo odio y lo todo lo peor que se puede hacer en educación de un país”⁷⁰.

En el año 2010 el espacio formó parte de una campaña puesta en marcha por parte de la RTVA titulada “Ven a leer con Canal Sur” enmarcada en las actividades iniciadas por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía en el llamado “Pacto Andaluz por el Libro”⁷¹. Supuso la campaña más importante realizada por la RTVA con este objetivo, ya que concentró en tres meses la emisión de 840 anuncios de televisión y más de mil cuñas de radio en las que, además se promocionaba al programa *El público lee*. En esta actividad participaron los presentadores más conocidos de la RTVA como encargados de promocionar el hábito de la lectura. Además se invitaba a la audiencia a participar en un sencillo concurso en el que se realizaba una

⁷⁰ Entrevista a Jesús Vigorra. Ver anexos.

⁷¹ Sala de prensa RTVA. <http://blogs.canalsur.es/venaleer/rtva-pone-en-marcha-la-campana-ven-a-leer-con-canal-sur>

pregunta relacionada con la literatura y a través de un mensaje de texto de móvil se enviaba la respuesta. La pregunta de cada semana estaba relacionada con el libro, el autor o el tema que abordado en este programa⁷². Entre los acertantes se sorteaba semanalmente un libro electrónico con 500 textos de autores clásicos.

El público lee fue, además de protagonista indirecto, el mejor aliado en esta campaña de fomento de la lectura. Los meses de duración coincidieron con la publicación de los informes del Observatorio Andaluz de la Lectura en los que se daba a conocer que los índices de lectura en Andalucía eran cuatro veces inferiores a la media nacional (Gutiérrez Lozano: 2011^a, 125). Según esta institución, y entre otros resultados aparecidos, únicamente el 54,5% de la población andaluza mayor de 14 años había leído más de un libro durante el año 2009 y casi uno de cada cuatro universitarios españoles (el 22%) se declaraba no ser lector habitual.

Fueron muchos los reconocimientos que recibió este programa en su afán divulgativo. Posiblemente el más importante de todos fue el Premio Nacional al Fomento de la Lectura otorgado en el año 2006 por el Ministerio de Cultura del gobierno español por el que se premiaba anualmente a aquellas instituciones o entidades que hubiesen desarrollado una labor destacada de promoción de la lectura. Además durante ese mismo año también recibió otros reconocimientos: el Premio a la Creatividad Televisiva otorgado por la Universidad de Sevilla y el Premio al mejor programa de televisión 2006 concedido por el Gremio de Editores de Cataluña.

Anteriormente, en 2002, había sido merecedor del Premio de la Federación de Editores de España por el fomento a la lectura en televisión; en 2007 obtuvo también el Premio al mejor programa de televisión otorgado por la Federación de Gremios de Editores de España, dentro de los VI Premios de Fomento a la Lectura a los Medios de Comunicación y en el año 2011 la

⁷² La primera pregunta de este serie fue: “¿A qué ciudad española se refiere *La ciudad de los prodigios* de Eduardo Mendoza?”.

Asociación de Escritores Cinematográficos de Andalucía otorgó a *El público lee* El Premio ASECAN 2011 como mejor programa de televisión.

Este espacio televisivo fue un *rara avis* en cuanto a los horarios en los que fue emitido, ya que apenas sufrió cambios en las parrillas de programación. *El público lee* se mantuvo durante sus años en antena un mismo día, los domingos, y una hora de inicio del espacio en la franja de tarde que osciló entre las 19:00 y las 20:30 horas. Una forma muy acertada de fidelizar al público interesado por la literatura. Ese era el obtenido último del espacio, ofrecer un producto televisivo que interesante a espectadores, pero que sobre todo sirviese para captar a nuevos lectores:

“Yo me proponía hacer un buen programa de televisión. Creo que ese es el gran error de los programas de cultura que ya se ponen antes de nada el parche, la vitola de cultura... Y se trata de hacer un programa bueno: será de cultura, de ficción, será de caza o de pesca. Pero primero un programa que pueda, en principio, seducir a cuanta más gente mejor. Pero si tú lo parcelas, si lo cierras pues el hablar de cultura parece que te quitas a la gente de medio. Entonces el pequeño éxito que pudiera tener o la aceptación, que lo tuvo, era porque estaba pensado para todos: no pretendía cerrar el espacio cultural y que cupiese todo el mundo”⁷³.

Nunca fue *El público lee* un programa que obtuviese unas grandes audiencias, ya que al igual que Canal Sur 2 estaba pensando para satisfacer las necesidades de sectores determinados de la población andaluza: en este caso a los lectores. Y más en una comunidad autónoma como la andaluza de la que ya señalamos que su nivel de lectura era muy inferior al resto del estado español. No obstante hubo algunos de los programas que, o bien por su temática, o bien por la relevancia pública del autor invitado, consiguieron picos muy importantes de audiencia. Sin duda el más significativo fue cuando se emitió el programa dedicado a *El Código da Vinci* puesto que congregó a más de 200.000 espectadores y logró una cuota de pantalla cercana al 7% del *share*. También tuvieron mucho éxito los programas

⁷³ Entrevista a Jesús Vigorra. Ver anexos.

dedicados a *El señor de los Anillos*, o en las ocasiones en las que visitaba el programa algún escritor afamado como Arturo Pérez Reverte.

El domingo 17 de junio de 2012 se emitió el último programa de *El público lee*, el que hacía el número 386. La invitada fue a autora Maha Akhtar que presentaba de su último libro *Miel y almendras*.

5.9 Sinceros

Ficha del programa

Título: *Sinceros*.

Temática: Programa de humor compuesto por monólogos.

Periodicidad: Semanal (Domingos, habitualmente a las 20:30 horas).

Duración: 60 minutos.

Presentador: Juan Manuel Lara.

Director: Andrés Calvo (programas 1 al 11) y Juan Manuel Lara (del 12 al 114).

Años de emisión: 2002-2004.

Número de programas emitidos: 114.

Secciones: Cuatro monólogos por programa.

Canal de emisión: Canal Sur 2.

Producción: Mixta (propia, Andalucía Televisión Producciones y Lula Producciones).

Sinopsis: Espacio de entretenimiento dedicado al humor en el que los monólogos fueron los protagonistas. Con cuatro intervenciones en cada programa, los monologuistas actuaban en un plató con público y música en directo, sin más recursos que un taburete, un micrófono, iluminación y su ingenio como contadores de historias. El actor y director teatral Juan Manuel Lara ejerció como presentador, dinamizador y maestro de ceremonias de un programa en el que se dieron a conocer actores andaluces que a día de hoy siguen dedicados al mundo de la interpretación.

Sinceros puede considerarse como el primer programa de producción propia en Canal 2 Andalucía adscrito al género del entretenimiento y dirigido a un público joven y de mediana edad. Hasta ese momento ya estaban en la rejilla de programación espacios como *La Banda*, de corte infantil, *Planta baja*, de tipo cultural y para los jóvenes, *El Club de las ideas*,

dedicado a la enseñanza, *Fórmula uno* o *La Estación*, de contenido musical, *Espacio protegido*, sobre medioambiente, o los divulgativos como *Pretextos*, *Tesis* y *De punta a cabo*. Quizá este último espacio era el más cercano al género televisivo del entretenimiento ya que se trataba de un concurso, aunque tenía una connotación divulgativa: pretendía formar a la audiencia, dando a conocer aspectos de Andalucía en asuntos relacionados con su geografía, su economía o la sociedad.

Por tanto cuando desde la dirección del segundo canal autonómico se decidió poner en marcha este proyecto en el que se quiso atraer, junto a espectadores jóvenes, a un público adulto, urbano para fidelizarlo a esta cadena mediante un programa de entretenimiento. *Sinceros* fue un espacio de humor en vivo en el que se realizaban monólogos, una especie de mini obra de teatro en la cual un único actor se dirigía al público, contando de forma sucesiva, y en intervenciones de menos de diez minutos, bromas, anécdotas o historias con las que captar la atención del público.

Este género televisivo, nacido en EEUU, se conoce como *stand-up comedy*, cuya traducción literal podía ser “comedia de pie” o “comedia en vivo” en la cual la persona realizaba su intervención sin más recursos que un asiento alto, un micrófono, algún tipo de iluminación y su ingenio como contador de historias⁷⁴. Habitualmente este tipo de formato se desarrollaba, y aún se continúa haciendo, en teatros o bares, y una de sus características es que en ocasiones se interactúa con el público, como parte del espectáculo, teniendo incluso dentro del propio espectáculo breves conversaciones con los espectadores.

Su adaptación al medio televisivo en España corrió a cargo de *El club de la comedia*, que desde el año 1999 se emitía en Canal + y que estaba cosechando un notable éxito, a pesar de que tan solo pudiese verse en esta

⁷⁴ Como señala Pedrero Estaban (2008: 14) “El *stand-up comedy* hunde sus raíces en los poblados de colonos norteamericanos y buscadores de oro. La inexistencia de mujeres en este tipo de empresas hacía que el ocio se resolviera entre los propios hombres. Momento en el que los más atrevidos acudían al salón (lugar de encuentro entre los habitantes de estos primitivos pueblos) y se subían a un estrado, generalmente vestidos de mujer, para contar historias graciosas”.

señal de pago. Es en este contexto en el cual se decidió crear un espacio similar en la televisión pública andaluza. En Canal Sur Televisión el público objetivo mayormente era más rural y con una media de edad elevada por lo que se decidió que este nuevo espacio se estableciese en el segundo canal autonómico, cuyo perfil de espectadores estaba más de acuerdo con el tipo de programa que se ofertaba. Juanma Lara, el artífice de esta idea, así lo recuerda:

“Este proyecto nace de una propuesta que hace Luis Ramírez a Canal 2 Andalucía, a Cristina Álvarez. Es un proyecto que yo tenía ganas de hacer porque yo había hecho muchos monólogos y tenía ganas de probarlo en la radio que nunca se había hecho, monólogos en radio y la propuesta surgió, pero quisieron para televisión. Y sobre todo yo quería hacer este tipo de programas porque quería involucrar a los actores y a las gentes del teatro que había en ese momento en Andalucía. La idea es que los actores debían ser andaluces los que participarán tanto ellos como los guionistas. Siempre gente de Andalucía. Y así lo hicimos”⁷⁵.

Un proyecto con una clara visión andaluza y que de paso sirviera para promocionar a actores, actrices, guionistas, directoras o directores teatrales de la comunidad. Además se quería aprovechar el buen momento que vivía el audiovisual andaluz que producía en esos años muchos programas. Aunque en Sevilla era donde se concentraban la mayor parte de la realización de éstos, Málaga era otro foco importante. De hecho en abril de 2002, cuando se puso en marcha este proyecto, se estaba grabando en los estudios de Coín *Arrayán*, una teleserie de la RTVA por la que pasaron a lo largo de sus más de mil capítulos cientos de actores andaluces, muchos de ellos malagueños, una excelente cantera de los que se nutriría *Sinceros*.

Así se encargó al Centro Territorial de Málaga que realizase ese programa, en una co-producción entre la RTVA y Lula Producciones, a las que posteriormente se sumaría Andalucía Televisión Producciones. En cuanto al nombre el primer director del Andrés Calvo recuerda su origen:

⁷⁵ Entrevista a Juan Manuel Lara. Ver anexos.

“La diferencia que tenemos con *El club de la comedia* es que los guiones eran más personalizados. De hecho el título del programa *Sinceros* hace referencia a que el actor, el personaje que aparece en escena se sincera con el público y cuenta sus interioridades, más que contar una batería de chistes y bromas. Ese es quizás una de nuestras peculiaridades y de hecho el título del programa iba por ahí”⁷⁶.

La estructura del programa respondía a la típica del *stand-up*, con un presentador, un maestro de ceremonias que iba dando paso cada uno de los monólogos de los actores. En el caso de *Sinceros* se hacían siempre cuatro monólogos, con una duración aproximada que oscilaba entre los ocho y los diez minutos; y con unas mínimas presentaciones que realizaba Juanma Lara. Entre las intervenciones de cada uno de ellos sonaban ráfagas musicales, interpretadas por la *Free Soul Band*, que se encontraba en vivo en el propio plató.

También destacó la presencia de público en directo, que permitía romper la frialdad propia de la televisión, creando empatía con los actores, simulando un ambiente más teatral y facilitando las intervenciones e interacciones con el actor que estaba representando su monólogo. Un gran logro, en palabras de Juanma Lara en entrevista realizada para esta tesis doctoral:

“Para mí esa era una de las cosas fundamentales, porque necesitaba público en directo. Eso era fundamental. Porque los monólogos se parecen mucho a hacer teatro, y el teatro necesita público referente, es tu contertulio, es a quien tú le quieres comunicar algo. Es que tú hables con ellos y dejar que se ría, eso era fundamental, que sea más divertido, más interesante, porque se establece el fenómeno de la comunicación total. Lo otro sería como especie de prueba a la nada cuando no había público. Yo creo que el monólogo necesita público en directo”⁷⁷.

⁷⁶ Entrevista a Andrés Calvo. Ver anexos.

⁷⁷ Entrevista a Juan Manuel Lara. Ver anexos.

Una parte importante del éxito de este programa radicó la valía de los actores y las actrices que representaban sus monólogos y en el trabajo previo realizado por los guionistas del programa. Monologuistas que eran muchos de ellos primerizos, que recibieron del director del programa, y también de actores Juanma Lara, directrices sobre cómo debían actuar:

“Yo hacía el casting de actores y de monólogos: los leía, escogía lo que más me gustaba y después con los actores les daba una pauta de cómo quería que fuera aproximadamente la duración del monólogo, y darle algunas pautas de cómo podían aprovechar algunas cosas. Porque algunos de ellos eran totalmente *amateurs* y es la primera veces que hacían monólogos. Yo tenía que guiarlos. Y de ahí surgieron algunas joyas magníficas como por ejemplo Salva Reina que los primeros monólogos los hizo ahí conmigo en *Sinceros*, Álvaro Carrero que ahora está en *El Club de la comedia* (...). Y de vez en cuando yo llevaba gente que en el panorama nacional de los monólogos ya tenían un nombre como por ejemplo Alexis Valdés o Antonio Garrido que habían hecho cosas más importantes”⁷⁸.

Había una plantilla básica de guionistas que fueron los encargados de escribir la mayor parte de ellos⁷⁹. Por una parte redactando a partir de ideas propias, mediante la lluvia de ideas y el trabajo en equipo, y por la otra reelaborando los textos que traían dramaturgos o los propios actores que invitados al programa. Se realizaba un triple filtro: el del escritor, el del equipo de guionistas y el realizado por el director del programa.

Otra de las características del programa fue su escenografía. Al no tratarse de un escenario teatral, sino de un programa televisivo con público y grupo musical en directo, se optó por una puesta en escena minimalista y por una gran importancia en lo referente al tipo de iluminación elegida. En el escenario, de forma circular, se proyectaba el nombre y el logo. En su base una veintena de luces lo delimitaban. Varios postes en los que se colgaban

⁷⁸ Entrevista a Juan Manuel Lara. Ver anexos.

⁷⁹ Los encargados de la redacción y la revisión de los guiones lo conformaban un equipo formado por Andrés Calvo, Juanma Lara, Julio José Blanes, Paco Bernal, Ana López, Olga Salut y Fernando Ariza.

otros focos, con colores cambiantes, cumplían un doble objetivo: el meramente estético como parte de la escenografía y el funcional que permitía crear distintas situaciones visuales y proporcionaban una adecuada iluminación al set.

En los planos cerrados tan solo se veía uno de los postes a derecha o izquierda del monologuista y si el plano se abría se observaban todos los postes. Además el nombre del programa quedaba permanentemente proyectado sobre un fondo oscuro, negro o azul, y encima de una rejilla luminosa compuesta por pequeños cuadrados. Andrés Calvo destacaba la importancia de la iluminación en este proyecto: “Apenas había nada de fondo y todo se construía con luz. Eso fue una enorme aportación de Paco Escamilla que el jefe de iluminación de Canal Sur Televisión y que hizo un trabajo excepcional”⁸⁰.

Imagen 10. Fotogramas de *Sinceros*



Fuente: Departamento de Comunicación de la RTVA.

Importante también fue la aportación del maestro de ceremonias, Juanma Lara ya que ejerció no sólo como presentador y director de actores durante los 114 capítulos de *Sinceros*, sino que además se convirtió en el director del programa, desde el programa número doce, sustituyendo al anterior responsable. Proveniente del mundo del teatro y de la compañía malagueña *Te-atroz*, Lara era sobre todo actor, director teatral y dramaturgo

⁸⁰ Entrevista a Andrés Calvo. Ver anexos.

de reconocido prestigio y puso su sello personal en este proyecto⁸¹. Innovó en su faceta como presentador, ya que fue de los pioneros a nivel nacional en realizar micro-monólogos con los que daba paso a los actores que se iban a subir al escenario televisivo.

A veces incluso realizó monólogos en el propio programa, más allá de las mínimas intervenciones propias del presentador. Así en enero de 2003 reflexionó, en clave de humor, sobre la sensación de cansancio y hartazgo que a veces produce la celebración de las fiestas de la Navidad y el exceso en general que se reparte en todos los ámbitos: las recetas gastronómicas “exclusivas”, el exceso de basura generada, de beber en barras libres, incluso de cariño, de las compras realizadas⁸².

Aunque sin duda el éxito de este programa se ha basado en las decenas de actores que han pasado por el mismo para interpretar sus monólogos. Al principio se tomó contacto con actores que estaban trabajando en ese momento, tanto en compañías malagueñas como andaluzas e invitarles al programa. Así mismo el hecho de que se grabara diariamente en la provincia de Málaga los capítulos de la serie *Arrayán*, para Canal Sur Televisión facilitó que se fuera conociendo y que, con el tiempo, se fueran

⁸¹ Además de por su faceta teatral, Juanma Lara ha sido conocido por haber participado en decenas de series de televisión, habiendo participado entre otras en *El príncipe*, *La que se avecina*, *Al salir de clase*, *Hospital Central*, *El comisario*, *Aquí no hay quien viva*, *Cuéntame cómo pasó*, *Los hombres de Paco*, o *Aída*. Así mismo es actor de cine donde ha rodado, de forma reciente, *El Olivo* de Iciar Bollain en el año 2015, *Cenizas* de Llorenç Castañer, en 2013 y *23 F* de Chema de la Peña en 2010. (<http://www.redteatral.net/actores-juanma-lara-63072>).

⁸² Programa *Sinceros* número 40, Canal 2 Andalucía, 12-01-2003. Información obtenida en la web Memoranda de la RTVA. En la entrevista mantenida con Lara rememora otro de los monólogos que él realizó: “Me acuerdo una vez que presentando el programa que era la guerra de Irak y yo hice una presentación, porque las presentaciones yo las escribía, además de un monólogo. Y entonces hice una reflexión basándome los Monty Python y en la película *La vida de Bryan*, y que decía: joder ya está bien con la guerra y yo le decía pero ¿que nos han dado los americanos? Y nos quedábamos todos muy callados, los actores que estamos allí. Y decía uno en “un McDonalds”. Yo respondía: vale bueno, claro puedes comer, divertido, de colores. Y replicaba “¿Pero que nos han dado los árabes, qué cosas nos han dado ellos? Y uno decía: la Alhambra de Granada, el regadío, la ventana, el nombre de la mayoría de las ciudades de Andalucía, de los ríos... Y yo replicaba ¿además de los nombres, los ríos, la Alhambra, que nos han dado los árabes? Y la gente empezaba a reírse y de pronto había una persona que levantaba la mano así como con muy discreta decía “Nos han dado la sangre”. Y ahí se arrancó un aplauso entre el público fantástico y muy emotivo resultó en esa comunicación y de lo que somos”. Entrevista a Juan Manuel Lara. Ver anexos.

sumando muchos actores a un proyecto muy interesante y con una enorme proyección para todos los que movían en el mundo del teatro.

Actores como el caso de Salva Reina, *Chuki*, que proveniente de *Teatroz* dio el salto a la televisión de la mano de *Sinceros* y donde después intervino en otras series y programas de la RTVA como *S.O.S. Estudiantes*, *Bienaventurados* o *Padre Medina*; trabajando en otros programas y series de Antena 3, como *Generación D.F* o *Impares* y *Nuevos Cómicos* de la Paramount Comedy y actuando, entre otras, en películas como *La isla mínima* (2014), *321 días en Michigan* (2014) o *Cerro Muriano* (2011).

O el caso de Virginia Muñoz, quien tras participar en varias ocasiones con sus monólogos en este espacio semanal, y sin abandonar el mundo del teatro donde actuaba con las compañías Caramala o Pata teatro, continuó colaborando con el programas de televisión de la RTVA (*S.O.S. Estudiantes* o *Arrayán*), de Antena 3 (*Somos cómplices*) o protagonizando películas (*321 en Michigan* de Enrique García o *Cuarta sesión* de David Martín y Ferrán Brooks, en 2012)⁸³. También fue el caso de David García-Intriago, habitual de *Sinceros* y que continuó trabajando en programas de televisión como *Águila Roja*, *La reina del sur*, *Arrayán*, *Hospital central*, *Padre Medida*, *S.O.S. Estudiantes* o en el mundo del cine, en *321 en Michigan* y en *Un mundo cuadrado*, de Álvaro Bejines (2011)⁸⁴.

Fernando Jiménez, Olga Salut, Susana Fernández, Carmen Barquero y otros muchos completaron el elenco de actores que interpretaron sus monólogos en este espacio. Muchos de los actores y de los guionistas que habían participado en *Sinceros* continuaron en otros proyectos de Canal 2 Andalucía, como fue el caso de la teleserie *S.O.S. Estudiantes*, que se empezaría a rodar a la finalización del programa de monólogos.

Sinceros contó con un horario bastante estable emitiéndose de forma habitual los domingos por la noche, en *prime time*, en torno a las 21:00 horas.

⁸³ <http://www.virginiamunoz.com/trayectoria/>

⁸⁴ <http://www.davidgarciaintrigo.com/trayectoria/>

La respuesta de la audiencia fue mayoritaria desde la primera temporada: se había logrado captar al público para el que se había diseñado el programa.

Un espacio centrado en la población joven:

“Pero sí se orientó sobre todo en un *target* que podíamos decir un público de edad universitaria, no necesariamente que estuviese en la universidad, pero de 20 años en adelante, hasta 40 años. Y de hecho en las cifras de audiencia acertamos en el *target* al cual iba directo dirigido que era el propio público de Canal 2 Andalucía (...) El programa era apto para todos los públicos no había calificación edad porque aunque se emitía siempre a las nueve de la noche, que se puede entender que está fuera del horario infantil. Pero desde un principio consideramos que el público infantil podía estar presente y cuidamos los guiones para evitar cosas soeces, chabacanas o que pudiesen chocar para los más jóvenes, con los niños. De hecho ha llegado también a un público infantil a nuestro programa. No hay que olvidar que era un programa de comedia, de risas y todo tipo de público tenía cabida”⁸⁵.

En el primer año de emisión, 2002, se vieron un total de 38 capítulos y fue el séptimo programa más visto de esta temporada, con una media de 99.000 espectadores semanales y una cuota de pantalla del 4,1%. Mejores datos obtuvo en 2003 cuando se colocó en el rango de programas más vistos de la cadena en la quinta posición. Con casi 120.000 telespectadores por programa aumentó su cuota de pantalla rozando el 5%. Finalmente en 2004, último año en el que se emitió *Sinceros* continuó congregando a más de 100.000 espectadores: en los 39 emitidos se consiguió una cuota de pantalla del 4,2%. Datos de audiencias muy relevantes puesto que en su horario de emisión tuvieron que competir no sólo con los telediarios del fin de semana, sino con los resúmenes de los partidos de fútbol de la liga española o con el inicio de películas y series que en este *prime time* programaban el resto de las cadenas. *Sinceros* hizo bueno uno de los objetivos con los que había nacido este canal: captar a un tipo de público que no se sentía identificado con lo ofrecido en el resto de cadenas televisivas.

⁸⁵ Entrevista a Andrés Calvo. Ver anexos.

5.10 S.O.S. Estudiantes

Ficha del programa

Título: *S.O.S. Estudiantes*.

Temática: Comedia de situación, Entretenimiento.

Periodicidad: Semanal (Domingos, 21:00 horas).

Duración: 30-60 minutos (según temporada).

Director: Juan Manuel Lara (capítulos 1 al 139); Ignacio Nacho (capítulos 140 a 169).

Años de emisión: 2004-2009.

Número de capítulos emitidos: 169

Canal de emisión: Canal Sur 2.

Producción: Externa (Lula Producciones, Sondiasdesto).

Sinopsis: Serie de ficción cuya trama recreaba la vida de un grupo de estudiantes que compartían piso. La convivencia entre ellos, sus relaciones con los vecinos, el casero o con el dueño del bar en el que se reunían daba pie a una serie de situaciones divertidas. Esta comedia de situación o *sitcom* estuvo cinco años en pantalla y fue la única teleserie grabada y emitida exclusivamente para este canal.

El 15 de septiembre de 2004 se emitió el primer capítulo de la serie *S.O.S. Estudiantes*, la primera ficción netamente andaluza que se grababa desde Málaga y se emitía para el segundo canal. Tras el éxito cosechado por *Sinceros*, el programa de monólogos que había dado tan buenos resultados de audiencia y de críticas, una parte de aquel equipo de trabajo, encabezado por su director Juan Manuel Lara, el guionista Julio José Blanes y el productor Luis Ramírez, entre otros, presentaron un proyecto a la dirección, encabezada entonces por Cristina Álvarez, para realizar una *sitcom* andaluza.

La particularidad de este proyecto, realizado, guionizado y protagonizado por profesionales andaluces es que se trataba de un tipo de producto con una temática y unos personajes muy centrados en uno de los *targets* de este canal: la población joven. Como antecedentes en la propia RTVA hay que recordar varios antecedentes como *Pensión El Patio* emitida en 1989 con los Morancos y Charo Reina como principales protagonistas; *Plaza Alta*, que describía los conflictos alrededor del mundo del vino, de la mano de dos familias enfrentadas; y sobre todo la exitosa *Arrayán*, que en 2004 estaba aún en antena y llegó a lograr la grabación de más de 2.300 capítulos en sus más de trece años de vida.

S.O.S. Estudiantes era una comedia de situación en la cual se mostraba la relación que un grupo de estudiantes, en sus últimos años de carrera, mantenían entre sí y cómo interactuaban con otros personajes de su entorno, como un vecino loco, una pareja de lesbianas, una exigente profesora de Biología, el casero del edificio o el dueño de un bar cercano. Durante cinco años, esta serie de humor, con tintes surrealistas en algunos de sus diálogos, se convirtió en una constante en las parrillas de programación del segundo canal, permaneciendo durante todas las temporadas como uno de sus programas más vistos.

Este tipo de formato televisivo, las *sitcom* (abreviación inglesa de las palabras *situation* y *comedy*) corresponde a una trama cuyas acciones ocurrían habitualmente en los mismos escenarios (habitualmente de interior), con un plantilla de personajes permanentes y en el que se solían incluir risas grabadas, tras las bromas o situaciones hilarantes que se desarrollaban en sus episodios. El género solía tener una duración estándar de 25 minutos, aunque en algunos casos ésta se alargaba hasta los 40 o 50 minutos. Como modelo televisivo de este tipo de producción podrían destacarse, entre otras muchas, series estadounidenses como *Friends* o *Cheers*, y en el caso español exitosas comedias como *7 vidas* (1999), *Aquí no hay quien viva* (2003) o las coetáneas a *S.O.S. Estudiantes*, *Aída* (2005) o *La que se avecina* (2007); todas ellas de mayor duración. Un tipo de formato que no debía entenderse como

una sucesión de *gags* o *sketches* unidos, sino que necesitaban una estructura dramática perdurable en el tiempo y basada en los conflictos entre los personajes:

“La acción de este tipo de serie se desarrolla en su mayor parte en estudios decorados, y éstos están limitados a unos cuatro o cinco metros. La acción que se narra es auto conclusiva, es decir, presentan historias que comienzan y finalizan dentro del mismo capítulo. Además de estas historias, se desarrollan tramas secundarias y paralelas, saltando de una a otra. El número de personajes es limitado en cantidad y los protagonistas suelen ser cinco o seis personas. El humor que se utiliza está basado en la broma verbal, la broma visual (*gag*) y alcanza su mejor expresión en el humor de situación. El humor de situación hace recaer este sobre el desarrollo de la trama, la personalidad de los personajes y sus reacciones” (Padilla y Requeijo: 2008, 193).

A pesar del título, *S.O.S. Estudiantes* poco tenía que ver la trama con la vida de los estudiantes, ya que de hecho no hubo relaciones directas con la vida universitaria, las facultades o los profesores prácticamente hasta las últimas temporadas. Era sobre todo una comedia que, con la excusa de un grupo de estudiantes que convivían juntos, hablara sobre la convivencia de unos personajes tan singulares como los que compartían en aquel edificio.

Para ello, y por encima de los demás, eran muy importantes dos elementos: los guiones y los actores. En cuanto a los primeros, una de las características de *S.O.S. Estudiantes* era que el equipo de guionistas ya había trabajado juntos en *Sinceros* y bajo las órdenes del mismo director: Juan Manuel Lara. Esto permitía que fluyeran, de una forma más natural, no sólo el devenir de las historias, sino la caracterización y desarrollo de los personajes, los diálogos, las bromas o las situaciones cómicas que poblaban los guiones. Así lo destaca su director en la entrevista realizada para esta tesis doctoral:

“Nosotros lo que hacíamos era que los personajes son los que iban cogiendo la historia, su evolución, la evolución de su propio personaje

y después las historias que se nos ocurrían, tratando temas genéricos. Contando la historia de los personajes. Y se hacía una biblia del capítulo, somera. Por ejemplo Mónica se va de vacaciones. El padre no le da dinero. Ha de buscar cómo conseguirlo. Y luego se escribía cada una de las secuencias y se desarrollaba el guión en cada escena. La biblia general no existía como tal, eran capítulos independientes. No había una biblia que dijera todo lo que iba pasar desde el primer hasta el último”⁸⁶.

Otro aspecto fundamental de esta serie fue la caracterización de los personajes y su puesta en escena por parte de los actores. Muchos de ellos, provenientes del mundo del teatro, contaban con experiencia televisiva al haber actuado en el programa de monólogos *Sinceros*.

Imagen 11. Cabecera y fotograma de *S.O.S. Estudiantes*



Fuente: Departamento de Comunicación de la RTVA.

Describimos los personajes más significativos que conformaron esta serie y los actores que los interpretaron⁸⁷:

- *Don José*. Interpretado por José Miguel Guardiola. Era el dueño del bloque en el que se desarrollaban las historias. Era un personaje sociable, cotilla y algo “despistado” a la hora de cumplir con sus obligaciones como administrador del edificio. Otras de sus peculiaridades era su tacañería,

⁸⁶ Entrevista a Juan Manuel Lara. Ver anexos.

⁸⁷ La descripción de los personajes se basa en el visionado de la serie realizada en el Departamento de Archivo y Documentación de la RTVA de Málaga.

llevaba años sin pagar en el bar que frecuentaba, y siempre maquinaba sobre cómo ganar dinero. Su personaje, según el director Juan Manuel Lara: “Estaba basado en una serie, en un personaje inglés de hace mucho tiempo que era un tío muy muy tacaño, eran como uno de los *Ropper*, que vivía en un edificio y quería jugar con el típico equivoco de un personaje que parece malo y nunca sabes si lo es o no”⁸⁸.

- *Mónica* (Virginia Muñoz). Era la más frívola y adinerada de los cuatro jóvenes con los que compartían piso, siendo la única que no estudiaba. Tampoco trabajaba, aunque disponía siempre de dinero, vía paterna, que le permitía vivir con desahogo. Todos los años celebraba “el día sin zapatos”, único del año en el que no se compraba zapatos. A pesar de su frivolidad existían determinadas situaciones en la que demostraba ser más lista que sus compañeros.

- *Joaquín* (Rafael Castillo). Era el novio de *Mónica*. De los cuatro era el más inseguro de la casa e interpretaba a un estudiante de Veterinaria que para poder subsistir debía trabajar en un matadero y dedicar las noches a estudiar. Fue uno de los personajes “más normales” de los que poblaban este bloque de viviendas. Su relación con *Mónica* era una constante fuente de situaciones cómicas.

- *Fede* (Salvador Reina). El tercero de los habitantes de este piso de estudiantes. Músico frustrado, subsistía como cocinero. Era uno de los personajes que más situaciones graciosas e hilarantes generaba y el más vago de todos los compañeros de piso.

- *Carmela* (Olga Salut). Estudiaba Derecho y era la que siempre intentaba limar las asperezas ente los habitantes de la casa por sus continuos roces.

⁸⁸ Entrevista a Juan Manuel Lara. Ver anexos.

Interpretaba a una la ecologista y defensora de todas las causas que se le cruzaban por el camino.

- *El Loco* (David García). Era uno de los personajes más histriónicos, recordados y característicos de la serie. Interpretaba a un vecino entre misterioso y psicópata, con doble personalidad, que tenía atemorizado a buena parte del vecindario. Su humor desprendía grandes dosis de surrealismo y sus acciones y diálogos fueron de los más singulares de esta *sitcom*.

- *Pepe* (Antonio Zafra). Era el dueño del bar. Era el egoísmo personificado y la tacañería hecha empresario. Entre sus acciones habituales en el bar podían destacarse el “reciclar” las bebidas sobrantes de los clientes para volverlas a vender, rellenar los servilleteros con papel higiénico o buscar siempre los ingredientes más baratos de todos los existentes para ahorrar en gastos. Sus discusiones con Lourdes eran antológicas; fue el único que no se amilanaba ante la presencia de la profesora.

- *Lourdes* (Raquel Armayones). Fue de las últimas inquilinas en llegar a *S.O.S. Estudiantes*. Profesora de Biología, tenía un carácter tosco, duro y rozando la bordería con la que se expresaba cuando hablaba con los vecinos, el casero o el dueño del bar. Menospreciaba a sus alumnos por ignorantes y vagos; a alguno hasta le recomendó que se buscara un buen cartón para dormir debajo del puente, por que presagiaba que era lo que le esperaba en el futuro; o en otras ocasiones se la veía con el brazo en cabestrillo porque, afirmaba, estaba corrigiendo su exámenes de Biología y era agotador suspender tanto.

Juntos a éstos, muchos otros personajes, que ya en un segundo plano y sin tanta presencia en las historias principales, también formaron parte de alguna de las cinco temporadas de esta serie. Entre otros *la tía Encarna*; la

pareja de lesbianas *Lola* y *Esther*; *Flanagan*, vigilante de seguridad; las estudiantes *María Solucionado* o *Marina*, etcétera.

Al ser una comedia de situación fueron pocos y constantes los escenarios en los cuales se desarrollaban los acontecimientos que, salvo en contadísimas excepciones, siempre se grababan en plató. Así la serie tuvo como espacio habituales para sus tramas el piso donde vivían los estudiantes y su pasillo interior, las zonas comunes del bloque (ascensor, rellano, escaleras, el bar y su almacén) y de forma menos habitual (y sobre todo al final de su periplo en antena) el aparcamiento o la puerta de una facultad.

Era una serie realizada con pocos recursos en donde además de los actores, el director y los guionistas, el equipo humano era muy reducido y compuesto por los operadores de cámara, dos personas de producción, una maquilladora y tres realizadores. Así lo asegura su director Juan Manuel Lara:

“Yo sé que todo es muy precario, que el dinero era poco. A mí tampoco es que me cueste tanto trabajar así, porque incentivabas otras cosas y tampoco para hacer una *sitcom* necesita mucho más. Me hubiese gustado haber tenido iluminación puntual en vez de una de todo el set completo, para poder hacer cosas un poquito más elaboradas. Pero estaba bien, se hizo buen trabajo y había muy buenas personas que lo rodeaban, los técnicos maravillosos de Canal Sur en Málaga, los cámaras, realizadores, los iluminadores y por supuesto los actores”⁸⁹.

Se trabajaba al día, con un ritmo de grabación muy veloz. Habitualmente el director, que vivía en Madrid ,viajaba cada semana a Málaga a ensayar y grabar los capítulos. El set de grabación se encontraba en la localidad de Mollina. David García-Intriago, que interpretaba al loco en esta serie, lo recuerda así:

“Estaba grabada con unos medios que en otras producciones daban risa, y pese a eso quedó un producto maravilloso que hacía de la

⁸⁹ Entrevista a Juan Manuel Lara. Ver anexos.

carencia un arma a su favor. Muchas veces yo recibía los guiones un día antes de la grabación, iba a capítulo por día, y el tiempo jugaba muchas veces en nuestra contra. Teníamos también detractores absolutos, que decían que aquello no se podía ni emitir, no había término medio. Todo era muy precario, con muchos problemas en muchos sentidos, y pese a todo en las tres primeras temporadas hubo cosas maravillosas, a nivel técnico, de interpretaciones, de guión y de compromiso por parte de muchas personas, que a la vez eran pocas para una producción”⁹⁰.

Puesto que una parte del público andaluz de mayor edad ya tenía en Canal Sur Televisión series como *Arrayán* y para los más pequeños espacios como *La Banda*, *S.O.S. Estudiantes* tenía un *target* claro al que dirigirse: el público joven. El director del programa, destacaba que, no obstante, eran espectadores de todas las edades los que seguían la serie:

“Sí, un público juvenil pero un poquito más adulto: gente de 20 años y hacia arriba, un poquito más. Eso es lo que queríamos, ese era el objetivo. Lo que pasa es que desde la dirección nos vetaron algunos contenidos ya que el programa también estaba enganchando a los niños, a muchos niños le gustaba mucho, y entonces nos pidieron rebajar algunos tonos y algunos temas. Y lo que hicimos fue esconder detrás de algunas metáforas esas cosas. Gracias a eso, los guiones incluso resultaron ser un poquito más elaborados. Pero nuestro público era juvenil adulto”⁹¹.

En cuanto a la respuesta por parte de la audiencia fue muy destacada, sobre todo durante los primeros tres años. En su año de estreno, 2004, fue el segundo programa más visto de todos los de Canal 2 Andalucía, con una media de 268.000 espectadores semanales y una cuota de pantalla del 9,5%, que prácticamente doblaba los datos generales de las audiencias del Canal 2 de aquel año que eran el 5,5%. *S.O.S. Estudiantes*, junto a espacios como *Shin Chan* o *La Banda* fueron los programas que permitieron aumentar las

⁹⁰ Entrevista a David García-Intriago. (Medianoche: 2014).

⁹¹ Entrevista a Juan Manuel Lara. Ver anexos.

audiencias en un año, el 2004, en el que se consiguieron los mejores datos de espectadores en toda la historia del segundo canal.

Esas buenas cifras se mantuvieron durante los dos siguientes años y así en 2005, contabilizando las 75 emisiones del año (entre programas nuevos y reposiciones) congregaron a 205.000 espectadores de media y una alta cuota de pantalla del 8,3 %; en 2006 permanecieron fieles casi 130.000 espectadores semanales, aunque su cuota de pantalla ya descendió al 4,7%, estando no obstante por encima de la media de cadena en cuatro décimas. A partir del año 2007 la duración de la serie pasó de los 30 a los 60 minutos y el descenso del número de seguidores se acentuó en el periodo en el que Canal Sur 2 comenzaba a perder espectadores. No obstante se mantuvo siempre entre los 25 espacios más vistos del año. En 2007 y 2008 aún sobrepasaron los 100.000 espectadores semanales de media, con cuotas de pantalla cercanas al 4,5%.

David García-Intriago, destacaba la importancia que este programa tuvo para la segunda cadena de la RVTA:

“Lo que nació para cubrir un hueco se convirtió en Andalucía en un referente televisivo muy importante, casi una serie de culto. Había señoras que me veían por la calle y se apartaban, porque yo, que entonces tenía el pelo largo, era el loco de la tele. (...) Que alguien crea que tú eres el personaje es sorprendente; algo tendría la serie para que eso pasase fuera de la pantalla”⁹².

En su última temporada, emitida en 2009, sus datos de audiencia (2,8% de *share*) estuvieron incluso por debajo de los datos de la cadena (3,1%); no obstante casi 80.000 andaluces siguieron cada semana lo que ocurría en ese particular bloque de estudiantes, despidiéndose de antena no solo el programa, sino un formato la comedia de situación de producción propia, que no volvería a programarse en este canal. Un formato televisivo que se mantuvo un lustro en las parrillas de programación, y que en palabras de su director Juan Manuel Lara tuvo más claros que oscuros, para una serie

⁹² Entrevista a David García-Intriago . (Medianoche: 2014,2).

hecha con pocos medios económicos y técnicos pero con un elenco de actores destacado:

“En el balance, lo positivo, es que yo he repasado los programas los se he vuelto a ver y dicho (...) qué bueno era, qué buena comedia había en este programa. Estaba muy bien hecho y los actores que estaban siguen ahora mismo trabajando, están en el candelero. Salva Reina entre ellos. Y creo que se deben hacer más productos de este tipo. Y lo negativo, que dejaran de hacerse ese tipo de cosas: no por mí, porque yo no hubiera estado toda mi vida haciendo eso, tenía otros proyectos personales. Pero es una pena que se acabaran de grabarse esas cosas, que no hubiera un relevo una producción relevo de ficción, por ejemplo”⁹³.

⁹³ Entrevista a Juan Manuel Lara. Ver anexos.

5.11 Andaluces por el mundo

Ficha del programa

Título: *Andaluces por el mundo*.

Temática: Entretenimiento, Cultural, Emigración andaluza.

Periodicidad: Semanal (Jueves, en torno a las 22.30 horas).

Duración: 50 minutos.

Presentador: Mar Barrera, Lucía Carrero, Julio Muñoz y Pablo Torres (entre otros).

Director: Ricardo Medina.

Años de emisión 2006-2010. (A partir del otoño de 2010 y hasta 2011 *Andaluces por el mundo* emitió 53 capítulos más en Canal Sur Televisión)⁹⁴.

Número de programas emitidos: 101.

Canal de emisión: Canal Sur 2.

Producción: Externa (Medina Media).

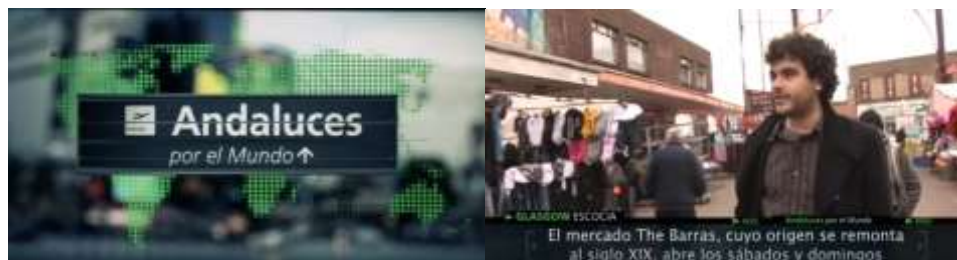
Sinopsis: Programa cuyos protagonistas eran ciudadanos anónimos andaluces, que vivían en cualquier parte del mundo y contaban cómo era su vida alejados de España. El espacio mostraba, mediante reportajes o mini documentales, el día a día de estos emigrantes, qué motivos les habían llevado a otros rincones del planeta o cómo veían y sentían Andalucía desde la distancia. Rodado con mini cámara, sin usar trípode, con un montaje dinámico y con una escasa presencia del periodista en la imagen, este formato televisivo se convirtió durante tres temporadas en el espacio más visto de Canal Sur 2.

Andaluces por el mundo inició sus emisiones el 14 de diciembre de 2006 visitando a cinco andaluces residentes en la capital de México. Con una propuesta novedosa, desconocida hasta la fecha en la RTVA, este programa

⁹⁴ En junio de 2014 esta misma productora realizó para Canal Sur Televisión *A por Europa*, con un formato similar al explicado en este capítulo, aunque limitado geográficamente al continente europeo.

mostró la vida cotidiana de estas personas, su día a día en sus lugares de residencia, explicando algunos de los motivos que les habían llevado a vivir en otros países o de qué manera sentían Andalucía desde la distancia. Con un formato televisivo que transitaba entre el reportaje y el mini documental fue su forma dinámica de realizarlo una de las características más destacadas.

Imagen 12. Cabecera y fotograma de *Andaluces por el mundo*



Fuente: Medinamedia, RTVA.

Para conseguir esta frescura y cercanía, las imágenes eran grabadas con una cámara semi profesional y sin trípode, lo que permitía al equipo técnico del programa ser más autónomos y poder acceder a más lugares para realizar las grabaciones. Además con esto lograba reducir mucho sus costes de producción. La figura del redactor asumió un papel secundario (tan sólo apareciendo en pantalla en contadas ocasiones y dejando a los entrevistados que fuesen los que contasen sus historias) aunque si aparecía la *voz en off* de éste al hacer las preguntas o al hablar de los sitios visitados. El montaje dinámico (con planos de corta duración y cambios continuos de emplazamientos) o la cuidada labor de postproducción (con la presencia recurrente de música y el constante uso de rótulos para reforzar lo que el entrevistado decía a cámara) permitieron ofrecer al espectador un programa dinámico y que durante tres años consecutivos (2008 a 2010) fuese el espacio más visto de Canal Sur 2.

Una equilibrada combinación entre el contenido y el continente que les permitió lograr elevados índices de audiencia, premios por su trabajo y

un reconocimiento desde la RTVA: a finales de 2010 trasladó sus emisiones a Canal Sur Televisión, donde estuvo en antena algo más de un año. Un programa que basó su éxito, tal y como señalan desde la propia productora que lo realizaba, Medina Media, en sus protagonistas:

“Sus historias están llenas de humanidad, de aventura, de afán de superación, de anécdotas. Son siempre historias íntimas que van a emocionar al espectador. Precisamente es en el ámbito de la intimidad, y de los afectos más profundos, donde se conserva y se acrecienta la relación con su tierra de origen. Especialmente cuando no se vive en ella. Cada capítulo cuenta con una media de cinco a seis perfiles diferentes. Distintos testimonios que narran la peripecia particular de cada uno al adaptarse a su nuevo país, y sobre todo la manera en que cada uno de ellos sigue usando, valiéndose en su día a día cotidiano, de los valores y la forma de entender la vida que aprendió en Andalucía”⁹⁵.

En cuanto al formato televisivo utilizado, y pesar de ser novedoso en el ámbito andaluz, tenía claras influencias de otros programas que ya se emitían en otras televisiones en España. Uno de los antecedentes en cuanto a este tipo de formato (que oscilaba entre la *telerealidad*, los *docu-shows* y el *infoentretenimiento*) aunque con una temática diferenciada, la encontramos en Telemadrid con el espacio *Madrid Directo* que, a mediados de los años 90, se acercó de una manera distinta a la actualidad:

“Busca alejarse de la distancia marcada por los noticiarios para acercarse más a los protagonistas de los sucesos, utilizando el directo para introducir el reportaje y el falso directo para presentar lo grabado durante el día. A todo esto hay que sumarle un imperativo: el reportero ha de aparecer en primera persona, ha de ser parte de la noticia” (Pérez Gómez: 2011, 138).

El éxito de este programa y su la forma de acercarse a la realidad más cercana hizo que el modelo fuera adaptado en otras televisiones autonómicas

⁹⁵ www.medinamedia.com

y por TVE. Heredero de este formato, y también en Telemadrid, nació en 2001 el programa *Mi cámara y yo*, un programa monográfico, en el que era tratado un único tema desde distintos puntos de vista, para ofrecer una visión general del mismo y en donde la narración se hacía en primera persona y con un protagonista claro: el ciudadano de a pie. Una especie de documental de corta duración, aderezado con pinceladas propias del género del infoentretenimiento y en el que el periodista jugaba un papel muy relevante en la construcción del hecho informativo:

“Se trata de historias contadas en primera persona y convertir al ciudadano en protagonista de la actualidad, personalizando los temas de actualidad para lograr que el espectador se implique, se identifique y sienta con ellos. El periodista se ha convertido no solo en parte activa de sus propias noticias sino que se le otorga el protagonismo absoluto en una nueva generación de programas que pretenden narrar la realidad de la manera más cercana posible, y para ello, sumergen al profesional en el mundo de los protagonistas para poder contar los hechos desde dentro, con una perspectiva diferente, hasta ahora inexistente” (Ortell Badenes: 2011, 283).

A caballo entre el documental de corta duración, el reportaje, la noticia y el infoentretenimiento este tipo de formato evolucionaría y tendría su punto álgido a partir de 2005 con *Callejeros*, emitido en Cuatro. Un programa que rompió, que llevó las cámaras a lugares marginales, de los que no solían aparecer en los telediarios: zonas de prostitución, lugares de venta de drogas, espacio donde los drogadictos consumían estas sustancias, etcétera. Se evolucionó de *reality* de *Madrid Directo* al *docu-reality* de *Callejeros*:

“Si bien los temas son propios del reportaje periodístico, no lo es la frontalidad con la que en este espacio se exponen. Los hechos son mostrados a través de personajes anónimos que ejercen de maestro de ceremonias enseñándonos todo aquello que les rodea con toda normalidad por muy sórdido que sea. A partir del éxito de *Callejeros* todas las cadenas buscan un programa poblado de personajes anónimos contando la realidad de sus vidas, debido a la notoriedad alcanzada por el programa de Cuatro aparecen desde 2005 una treintena de programas, tanto a nivel nacional como regional, que

buscan abordar la realidad desde diferentes puntos de vista pero manteniendo el modelo del reportero en primera persona, ya sea delante o detrás de la cámara pero siempre haciendo notar su presencia” (Pérez Gómez: 2011, 134).

Este formato, tal y como señala Pérez Gómez, evolucionaría hacia otro formato, el *docureality* de viaje, en el que prescindiendo de la mayor parte de los elementos morbosos, buscaron la noticia fuera de nuestras fronteras. Y además con una notable variante: el periodista cedió una parte importante de su constante presencia a cámara, que ahora se trasladó a los protagonistas de las historias.

Así, y como antecedente a *Andaluces por el Mundo*, debemos de destacar dos programas: *Afers exteriors* de TV3 (desde 2003) y *Madrileños por el mundo*, en Telemadrid (desde 2005) que mostraban la vida de los habitantes de esas comunidades autónomas que emigraron y vivían en cualquier parte del mundo. Un formato televisivo con enorme éxito y que fue adaptado a las televisiones autonómicas, a TVE y a televisiones privadas.⁹⁶

Andaluces por el mundo fue un programa semanal de 50 minutos de duración. En cada programa se viajaba a un país donde cinco o seis andaluces, que habían decidido emigrar, se convertían en los protagonistas del mismo. El equipo de grabación, durante una jornada, seguía los pasos de estos ciudadanos anónimos que servían de improvisados guías turísticos para los telespectadores ya que mostraban algunos de los enclaves más característicos del sitio donde residían y enseñaban otros que tenían algún significado especial para ellos. Al mismo tiempo, se intercalaban situaciones cotidianas de estas personas, a las que se les acompañaba a sus lugares de

⁹⁶ Bajo este formato, y desde 2005, encontramos las siguientes experiencias televisivas similares: Telemadrid- *Madrileños por el mundo*; Canal 9-*Valencians pel món*; Aragón TV-*Aragoneses por el mundo*; A7-*Asturianos en el mundo*; CMT- *Castellano-manchegos por el mundo*; RTVC- *Canarios por el mundo*; CyL7-*Castilla y León por el Mundo*; 7RM-*Murcianos por el mundo* Canal Sur 2-*Andaluces por el Mundo*; Cuatro-*Callejeros Viajeros*; TVE1-*Espanoles por el mundo* (Orwell Badenes: 2011, 284).

trabajo, en sus momentos de ocio o al domicilio en el que residían. Era una especie de programa de viajes, donde se intercaló lo afectivo, con lo turístico, lo cultural y con protagonistas cercanos al público del Canal Sur 2: andaluces como ellos.

A pesar de la enorme emigración que históricamente ha tenido Andalucía, se intercalaban en *Andaluces por el mundo* las historias de aquellas personas que llevaban décadas residiendo fuera de la comunidad autónoma, con muchas otras (la mayoría) en las que los protagonistas llevaban pocos años, a veces solo meses, en sus nuevas ciudades de residencia: “No sólo retratan a emigrantes de edad avanzada, sino a jóvenes que se han trasladado a otros países por motivos sentimentales o de trabajo. El peso del pasado emigratorio de los españoles se dibuja de manera menos evidente pero subyace a la propuesta emotiva de este formato documental”. (Gutiérrez Lozano: 2011b, 28).

En cuanto a la estructura del programa se componía de las historias contadas por sus protagonistas que participaban en cada edición: no tenía secciones determinadas como en otros formatos televisivos. Se alternaban en el esquema del programa dos formas de contar estas historias: la mayor parte de las veces se narraban por separado las vivencias de cada uno de estos andaluces, de tal modo que consecutivamente iban apareciendo en pantalla la vida de cada uno de ellos; en otras ocasiones, las menos, se iban intercalando las historias de todos los protagonistas en el programa, mezclando sus relatos de forma alterna. Sobre su estructura hay que señalar que sí hubo varios aspectos que se repitieron de forma constante⁹⁷. Analizamos a continuación algunos de los elementos característicos de este programa, cuyo discurso narrativo se mantuvo estable en sus años de emisión:

⁹⁷ Para realizar este estudio hemos visionado programas de *Andaluces por el Mundo*, que se encuentran en el departamento de Archivo y Documentación de la RTVA en Málaga.

- Cabecera. Siempre se iniciaba este programa con una careta de entrada, de unos 30 segundos de duración. Mediante una imagen generada por ordenador se mostraban varias antenas parabólicas de gran alcance de la que salían o a la que llegaban señales en forma de ondas que se acababan transformándose en nombres de ciudades o países de todo el mundo como México DF, Johannesburgo, Nueva York, Nicaragua, Londres o Skopje, entre otras. Sobre un mapa del mundo aparecía un elemento gráfico que se usó a lo largo del programa: una pantalla, como las que hay en los aeropuertos y que indican los destinos de los vuelos. Los nombres de las ciudades iban pasando velozmente por ésta hasta que terminaba con el rótulo que da nombre al programa: *Andaluces por el mundo*.

A continuación se presentaba, con imágenes reales del destino elegido semanal, un rótulo en que le se podía leer, entre otros, “Andaluces en Nueva York”, “Andaluces en Costa Rica” o “Andaluces en Escandinavia” para indicar la ciudad, el país o la región protagonista en ese día. Con apenas unas pinceladas del lugar de destino iban pasando uno a uno (como en una especie de sumario de contenidos) los protagonistas a los que se seguía en una jornada de su vida. Otras veces no se hacía tal presentación y se iban narrando de forma independiente cada una de estas historias.

- Contenidos temáticos. Los emigrantes mostraban una parte de la ciudad en la que vivían. Habitualmente eran tres o cuatro los emplazamientos en los cuales se grababa con los protagonistas y en los que, a preguntas del redactor, contaban a cámara diversos aspectos sobre sus experiencias en el extranjero. En cuanto a los contenidos temáticos que se repetían podemos enumerar los siguientes:

- a) Las razones por las cuales habían dejado Andalucía y se encontraba en ese destino. La mayor parte de ellos hacían referencia a cuestiones laborales o a cuestiones sentimentales como principales motivos por los cuales habían decidido dejar su tierra.

b) Explicaciones sobre la idiosincrasia de los habitantes de su lugar de residencia y cuestiones de la cultura propia y la cultura ajena. Así el redactor formulaba preguntas del tipo: “¿Cómo son los habitantes de aquí (lugar de destino)?”; “¿En que nos parecemos y diferenciamos de ellos?”; “¿Qué te llama más la atención en cuanto a su gastronomía, su forma de divertirse, su relación con los demás?”. Así mismo se les preguntaba sobre cuáles eran los aspectos que más les agradaban del lugar de destino y con cuáles se encontraban más en desacuerdo.

c) La imagen de Andalucía. De una forma, a veces tópica y recurrente, se les invitaba a reflexionar sobre los recuerdos que tenían sobre su pueblo, su ciudad o sobre Andalucía, destacando las cosas que más se echaban de menos. La gastronomía, las festividades, el flamenco, los entornos naturales y las playas estaban siempre entre los aspectos más rememorados, desde la distancia, por parte de los emigrantes.

d) Otro de los aspectos de los que se valían los redactores para interactuar con los invitados era rememorar las relaciones familiares y personales que habían dejado en la distancia al emigrar. De forma constante los protagonistas de las historias destacaban la añoranza que tenían al estar lejos de padres, hermanos o de amigos cercanos.

- Emplazamientos. En cuanto a los sitios más habituales a los cuales al equipo de filmación acompañaba a los protagonistas destacaban los lugares donde estaban desarrollado su actividad profesional o donde se encontraban estudiando, algunos de los espacios turísticos más emblemáticos de esa ciudad, el domicilio de los protagonistas o algunos de los sitios de ocio que éstos disfrutaban (incluyendo bares, eventos deportivos, culturales o sociales, reuniones en casa de amigos locales, etcétera).

- Elementos de realización: Varias son las peculiaridades que, desde el punto de vista de la grabación, la realización y el montaje tenía *Andaluces por el mundo*:

a) Falso directo. La grabación se hacía como si se estuviese emitiendo el programa en directo, sólo que las imágenes eran grabadas y emitidas posteriormente sin editar; tal y como se habían grabado. Era una forma de dar frescura al relato visual. Unas imágenes grabadas a tiempo real, con un equipo técnico y humano reducido a la mínima expresión (operador de cámara y redactor), con pocas posibilidades para el montaje posterior favorecían que el producto.

b) Los planos. En cuanto a la grabación hay que destacar el continuo movimiento en los planos, la ausencia del trípode o la utilización de una cámara semi profesional. Con esto se buscaba ofrecer naturalidad, mostrando lo que sucedía a su alrededor, de tal manera que el espectador se sintiese parte de lo que se les contaba. Para ello se usó mucho el plano subjetivo, por medio del cual la cámara adoptada prácticamente el punto de vista del reportero: una forma de indicar al espectador que estábamos mirando por medio de una cámara, que se movía como nuestros ojos, de una forma constante, y que nos recreaba la ficción de estar en ese lugar:

“Se trata del clásico recurso cinematográfico que nos sitúa como espectadores en la posición de un determinado personaje y nos permite mirar la escena “a través de sus ojos” enseñándonos lo que él está observando. (...) En el caso que nos ocupa, los telespectadores vamos siguiendo la información no ficcional de la mano de una cámara que, junto a un reportero/a, nos muestra la realidad. De vez en cuando aparece también una mano que estrecha la de la persona a la que se graba o, incluso, partes del cuerpo del periodista. En cuanto al relato, suele mostrarse la vida de las personas, su día a día, con una mínima intervención. Son muchos de ellos reportajes de corte social

que muestran cómo se hacen determinados trabajos o cómo se vive bajo ciertas condiciones” (Gordillo y Ramírez: 2008, 31).

c) Presencia del redactor. Aunque fue variando en función de la evolución del programa, habitualmente su presencia quedaba en un segundo plano, a pesar de estar presente. Siempre se presentaba al principio del encuentro con el invitado; a veces aparecía en algún plano entrevistando al protagonista o paseando junto a éste; otras veces se escuchaban las preguntas que le hacía a los invitados o cuando presentaba a su familia o amigos. No obstante su voz quedaba reflejada de forma intermitente ya que mediante la técnica de la *voz en off* explicaba algún monumento significativo de la ciudad, particularidades culturales del país o datos del protagonista. En algunas ocasiones aparecían ante la cámara ya fuese al principio del programa para presentar los contenidos del mismo, en forma de *medianilla* para apoyar con su presencia otros datos significativos del protagonista o del país en el que se encontraban y también era posible verlos en el cierre del programa despidiendo el espacio.

- Elementos de post-producción. La parte gráfica tomó un papel muy importante en *Andaluces por el mundo*: desde la dinámica careta de entrada, pasando por los rótulos que se utilizaban en distintas partes del programa para reforzar el mensaje que daban los protagonistas, hasta la utilización de la música en algunos momentos del relato audiovisual, el uso de efectos en el montaje, como la partición de la pantalla en dos o tres partes, con imágenes y protagonistas diferenciados, son algunos de estos ejemplos.

A modo de ejemplo detallamos uno de los capítulos analizados en los que se visitaba a ciudadanos andaluces que vivían en Nueva York⁹⁸. El programa comenzaba con la redactora subiendo unas escaleras y sin aparecer cámara, pero escuchando su voz de fondo, se le oía a decir que en esa

⁹⁸ *Andaluces en Nueva York* fue emitido el 12-09-2007.

escuela habían estudiado grandes figuras del baile como Fred Astaire o Carmen Amaya. Y concluía presentando al primer protagonista diciendo “Ese cante que suena de fondo debe ser el de Alfonso Cid, un ciudadano sevillano que lleva 10 años en Nueva York y con el que hemos quedado esta mañana”.

En ese momento la cámara, en un plano subjetivo, entraba en un cuarto en el que estaba enseñando flamenco a una alumna. Como si no hubiesen quedado con el protagonista la redactora se presentaba diciendo “*Venimos de Andaluces por el mundo*”. En una primera intervención él contaba qué hacía allí, a qué se dedicaba o cuánto tiempo llevaba residiendo en Estados Unidos. Tras esa primera toma de contacto, se cambiaba de emplazamiento. Visitaban su barrio Est Village (hay rótulo reforzando lo que decía) donde les mostraba brevemente a la cámara algunas de las calles, un monumento significativo e incluso confesaba a la redactora que su llegada a Nueva York estuvo motivada por cuestiones sentimentales, al haber seguido, a la que ahora es su esposa, desde Andalucía a EEUU. Continuaba explicando cosas personales de su vida, visitaba la guardería donde recogió a sus hijos y los presentaba a cámara. Tras esto el equipo del programa los acompaña hasta la casa donde les esperaba su esposa quien les explicaba cómo se habían conocido, que tal era Nueva York o qué le gustaba de Andalucía. Finalmente la presencia de Alfonso Cid acababa con un concierto de su grupo flamenco “El Gazpacho” conformado por personas de distintas nacionalidades.

En cuanto a las audiencias con sus primeras emisiones *Andaluces por el mundo* estuvo entre los programas preferidos por los espectadores del segundo canal de la RTVA. Ya en el año 2007 ocupó la séptima plaza al final del año entre los programas más vistos, con una media de más de 130.000 espectadores semanales. Los tres siguientes años se convirtió en el líder absoluto en cuanto a la audiencia superando los 200.000 espectadores por emisión, además en unos años difíciles para la televisión andaluza puesto

que con la llegada de las nuevas señales televisivas, fueron decayendo de forma muy notable los seguidores en este canal. No obstante durante todo el tiempo que estuvo emitiéndose en Canal Sur 2, siempre estuvo muy por encima de la media anual de la cadena.

Andaluces por el mundo recibió, entre otros reconocimientos, el Premio Asociación de Telespectadores de Andalucía en 2006, el Premio 28 de Febrero del Consejo Asesor de RTVE en Andalucía ese mismo año y el Premio Andalucía Joven 2009, otorgado por el Instituto Andaluz de la Juventud, al reconocer la calidad de este programa. Fue tal el éxito de este formato televisivo que a final de 2010 *Andaluces por el mundo* fue trasladado a Canal Sur Televisión donde estuvo en antena hasta diciembre de 2011⁹⁹.

⁹⁹ El paso de este programa a la primera cadena se produjo poco después de que el entonces presidente de la Junta, José Antonio Griñán, confesara en una entrevista que *Andaluces por el mundo* era uno de sus programas favoritos. (*Diario de Sevilla*, 21-12-2011).

TERCERA PARTE

**CONCLUSIONES,
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS Y
ANEXOS**

CONCLUSIONES

A partir de las hipótesis de partida planteadas y de la revisión de otras cuestiones de contenido relacionadas con los objetivos de esta tesis doctoral, presentamos las conclusiones de esta investigación

1. La hipótesis principal de esta investigación apuntaba a que con la llegada del segundo canal de la RTVA se ofrecería un modelo de televisión alternativo a los existentes en la Andalucía y en el que predominarían los programas de contenido cultural y divulgativo. Esta hipótesis podemos afirmar que se ha verificado parcialmente ya que una muestra muy significativa de los programas emitidos durante los años de vida de este canal respondieron al perfil previsto, centrándose además en contenidos relacionados con distintos ámbitos de la sociedad andaluza. No obstante también fue una televisión en la que tuvieron una notable presencia aquellos espacios destinados exclusivamente al ocio y al entretenimiento, muchos de ellos de producción extranjera.

- En lo referente a los programas de contenido cultural podemos citar, como se ha repasado en este trabajo, una extensa nómina de ejemplos, mayoritarios en cuanto a su número en las distintas parrillas de programación, que abarcaron desde espacios de las más variadas temáticas y perspectivas (entre otros, *El público lee*, *Tesis*, *El Club de las ideas*, *Somos más*, *Imaginaria*, *Espacio protegido*, *De frente*, *Gitanos*, *Solidarios*, *Emplea2*, etcétera), a aquellos otros que combinaron su labor divulgativa con la del

entretenimiento (como *El Vagamundo*, *La Banda*, *1001 noches*, *Andaluces por el mundo*, *Cifras y letras* o *Los habitantes del mar*). Un tipo de programas que sobresalieron además por la variedad en cuanto a sus contenidos, por la calidad de sus propuestas audiovisuales y por el servicio público que prestaron a diferentes sectores de la población andaluza que, hasta la fecha, no disponían de una televisión afín a sus intereses. La mayor parte de estos espacios fueron realizados por productoras audiovisuales externas a la RTVA.

- Esta oferta cultural se vio refrendada por un segundo gran grupo de espacios televisivos: los documentales. Éstos constituyeron una de las principales apuestas por parte de los gestores de Canal Sur 2 a lo largo de su historia. Este formato audiovisual permitió a los espectadores andaluces conocer en profundidad su entorno más cercano, así como descubrir muchas otras realidades repartidas por todo el planeta. Las temáticas centradas en Andalucía tuvieron un importante papel, con la presencia de centenares de producciones propias entre las que sobresalieron títulos como *La guerra civil en Andalucía*, *Andalucía patrimonio cultural*, *Generación del 27*, *Andalucía Barroca*, *Estudiantes por la libertad*, *Entre olivos*, *Blas Infante: un hombre para un pueblo*, etcétera. Junto a ellas destacaron la emisión de producciones internacionales, que contribuyeron a crear un canal televisivo más abierto y cosmopolita ofreciendo al espectador la posibilidad de acercarse a otros mundos gracias a series documentales como *National Geographic*, *El cuerpo humano*, *Viaje el mundo real*, *La tierra del tigre*, *Pesadillas de la naturaleza* o *El reino de la luz*, entre otras. Así entre 2009 y 2011 se emitieron 7.500 documentales en la RTVA: más de 6.000 de ellos en Canal Sur 2, el 80% del total (frente a 1.500 en Canal Sur Televisión). Y lo que es más importante, contaron con el refrendo de la audiencia: en todas las clasificaciones anuales de los programas más vistos del segundo canal andaluz, siempre han figurado dos o tres series documentales entre los diez primeros puestos.

Estos documentales presentaron, además de su variedad temática, una propuesta de realización alternativa y claramente diferenciada al que ofertaban el resto de televisiones existentes en Andalucía. Unos formatos innovadores, en los que se puso especial interés en que el resultado audiovisual fuese distinto, novedoso y a veces arriesgado, donde sobresalieron los elementos de postproducción y permitieron identificar a este tipo de programas con una cadena televisiva específica. Unos espacios culturales que como ha quedado reflejado supusieron, de media, casi la mitad de los programas emitidos cada año en Canal Sur 2. Programas necesarios que ofrecieron un servicio público de televisión con calidad y con la cultura como principal apuesta.

- Como parte de esta apuesta por la cultura hemos de citar también la importancia que tuvo el cine en la programación de Canal Sur 2. Respetando a estas producciones audiovisuales de forma íntegra, el cine fue emitido sin cortes publicitarios, en muchos casos en versión original con subtítulos y con la proyección de los títulos de crédito al terminar las películas. Los largometrajes fueron programados, durante muchas temporadas, en horarios de máxima audiencia y al menos tres o cuatro días a la semana. En la historia de este canal tuvieron mucha relevancia las películas emitidas en versión original con subtítulos, siendo frecuente el cine europeo de autor, o las producciones de habla hispana, con ciclos de cine hecho en Andalucía o por andaluces y en los que la RTVA tuvo un importante papel al subvencionar, a lo largo de su historia, decenas de las películas y *tv-movies*. Junto a éstos hay que resaltar, por el notable éxito de audiencias, los ciclos dedicados a actores o directores clásicos, como Billy Wilder, Francis Ford Coppola, Alfred Hitchcock, Cary Grant o Marilyn Monroe. Estos ciclos cinematográficos contaron históricamente con el respaldo del público andaluz, destacando los altos índices de audiencia obtenidos, sobre todo a partir de 2006, con unas cuotas de pantalla que oscilaron entre el 5% y el 8%, muy por encima de las medias anuales de la cadena. Quizá el sello de lo andaluz no era el

predominante, pero esta apuesta por la cultura cinematográfica cuenta en el haber de la trayectoria de Canal Sur 2.

2. Otras de las hipótesis de trabajo planteadas en esta tesis doctoral hacía referencia al predominio que habrían tenido en Canal Sur 2 los contenidos relacionados directamente con Andalucía. Esta hipótesis se ha cumplido en menor medida que la anterior ya que, aunque hemos detallado que fueron muchos los programas que tuvieron a las distintas realidades culturales y sociales de Andalucía como protagonista, una parte muy significativa de los espacios emitidos fueron producciones extranjeras. Estos contenidos estaban alejados de la cultura propia y, con la particularidad, además, de que algunos de ellos fueron programados en *prime time* sustituyendo a programas centrados en tratar temáticas andaluzas que ocupaban anteriormente dicha franja horaria.

Para cuantificar la presencia extranjera en las parrillas de programación de Canal Sur 2 habría que utilizar otra metodología cualitativa, de análisis de todos los contenidos emitidos y que requerirían una investigación exhaustiva que excede de los límites de esta tesis doctoral. Esta presencia de producciones foráneas se evidenció de una manera muy clara en los programas destinados al público infantil, en concreto en los dibujos animados provenientes de Japón. Dentro de esta categoría destacamos los centenares de capítulos que se emitieron cada año, destacando por encima del resto las series *Shin Chan*, *Doraemon* y *Cosas de locos*, un tipo de espacios que junto al público infantil, también tuvo importantes audiencias en públicos adolescentes y adultos.

También en el apartado de teleseries encontramos un gran número procedentes de Estados Unidos ya que, con la salvedad de la producción andaluza *S.O.S. Estudiantes*, el resto provenían de la gran industria cultural audiovisual en el mundo. Reposiciones de series como *Bonanza*, *El príncipe de Bel-Air* o *Cosas de casa* y la emisión de otras pensadas para un público juvenil

como *Kung Fu*, *Xena la princesa guerrera* o *Cuentos asombrosos* así lo demuestran. También en relación al cine y a los documentales emitidos en Canal Sur 2 sobresalieron las producciones extranjeras, entre las que predominaron aquellas que procedían de EEUU (las grandes producciones, los citados ciclos de cine o los documentales de *National Geographic* fueron algunos de los ejemplos más destacados) y en menor medida las europeas, con ciclos dedicados a países del viejo continente o a directores extranjeros.

Esta predominancia de producciones foráneas también destacó en el alto grado de seguimiento que despertó entre las audiencias. Así en el cómputo anual de los diez programas más vistos de Canal Sur 2, los espacios hechos en Andalucía apenas suponían la mitad de ellos, siendo el resto producciones japonesas o estadounidenses. De los 15 programas más vistos en toda la historia de esta cadena televisiva, nueve fueron producciones extranjeras, una de carácter nacional y tan solo cinco correspondieron a producciones andaluzas. Dos de estos espacios más vistos correspondieron a un programa *Andaluces por el mundo*, a mitad de camino entre un espacio de entretenimiento y cultural, otros dos a *S.O.S. Estudiantes*, una comedia de situación, y el quinto a la retransmisión de los Carnavales de Cádiz.

3. Este último hecho nos lleva a analizar otras de las hipótesis secundarias de esta investigación: la referente a las audiencias y a la especialización de los públicos. Se partía de la premisa de que este canal había tenido unos niveles destacados de audiencia, sustentados en un público objetivo muy determinado: la población adulta, eminentemente urbana, de clases medias y altas, con edades comprendidas entre los 25 y 44 años; los niños de entre cuatro y doce años y la población adolescente y juvenil (entre 13 y 24 años). Esta hipótesis se ha verificado de manera matizada, pudiendo distinguir notables diferencias a lo largo de las distintas etapas en la historia de este canal.

- En cuanto a las audiencias generales de la cadena su evolución se asemeja a una figura que podría parecer una *campana*; esto es, una subida constante del *share* durante la primera etapa, un mantenimiento de las mismas durante la segunda, concluyendo con un descenso pronunciado en sus últimos años de emisiones. El canal logró unas cifras ascendentes de espectadores desde su creación en 1998 hasta el 2004, año en el que se alcanzó el máximo histórico con el 5,5% de la cuota de pantalla. Además en 2004 se logró un hito muy significativo ya que se superó, por primera vez, a las cuotas de audiencias cosechadas en Andalucía por La 2 de TVE. Unas cifras que también hay que considerar como notables en el segundo periodo, entre 2005 y 2008, cuando el seguimiento se mantuvo constante, en torno al 4,5% de media, logrando además convertirse en el segundo canal autonómico más visto de los existentes en España, por encima de sus homólogos en el País Vasco (ETB-1) y Cataluña (Canal 33), cuyos segundos canales habían sido creados en los años ochenta. En el último periodo de Canal Sur 2 se produjo un descenso constante y vertiginoso en el número de espectadores: si en 2009 la cuota de pantalla era del 3,2%, cuando cesaron las emisiones, en septiembre de 2012, apenas alcanzaba el 1%.

- La población adulta se consolidó como el grupo de espectadores más numeroso de Canal Sur 2: de manera estable y constante durante sus 14 años en antena este público supuso, de media, casi un tercio del total de sus espectadores habituales. En los primeros años destacaron los altos niveles de audiencias obtenidos por la programación de contenido cultural, destacando las cuotas de pantalla logradas por los documentales o por el espacio de entrevistas, *El Vagamundo*. Con el paso de los años, y en paralelo al cambio de la oferta televisiva que fue sufriendo este canal, fueron los programas de entretenimiento los que más espectadores congregaron, con espacios como *Andaluces por el mundo*, *Taxi* o *La semana más larga*.

- El público infantil supuso también un porcentaje muy significativo de las audiencias, sobre todo en los dos primeras etapas de este canal, con

una aportación media del 25% del total de espectadores y con dos tipos de programas predominantes en cuanto al número de seguidores: *La Banda* y los dibujos animados japoneses. En estos años *La Banda* fue el principal referente con casi 50 horas de media de emisiones semanales, emitiéndose a primera hora de la mañana y en toda la franja de tarde. Por su parte los dibujos animados de éxito fueron emitidos durante muchas temporadas en *prime time*: diariamente a las 21:00 horas. No obstante a partir de 2008, con la paulatina implantación de la TDT y la proliferación de múltiples ofertas televisivas, el público infantil andaluz cambió sus preferencias a los canales temáticos recién creados, como Disney Channel, Boing o Clan TV. En 2010 se constató ese brusco descenso cuando tan solo el 6% de la audiencia de Canal Sur 2 correspondió a este grupo de edad.

No obstante, a tenor de lo constatado en esta tesis doctoral, queda en entredicho si la labor cultural o educativa de Canal Sur 2 fue efectiva y constante para este tipo de público. Hubo espacios dentro de *La Banda* que sí cumplieron ese papel de formación, educativo o incluso de entretenimiento, no podemos afirmar que los dibujos animados japoneses, tomando como ejemplo paradigmático *Shin Chan*, fueran un modelo de televisión cultural destinada a los más pequeños.

- No fueron muy significativas las audiencias procedentes del público adolescente-juvenil. Así, durante las dos primeras etapas de esta cadena, este grupo de edad (entre 13 y 24 años) apenas supuso el 12% del total de su audiencia y en los últimos cuatro años este porcentaje se redujo a la mitad. La música y las teleseries fueron el principal reclamo, ubicando estos espacios habitualmente en horario de tarde o tarde-noche. Desde 2006 se potenció la programación juvenil, con la creación de un espacio contenedor (*Fiesta TV*) en el que además de contenidos musicales se incluyeron otros tramos específicos como entrevistas, recomendaciones o teleseries juveniles. Además se trató de canalizar el enorme caudal de público infantil que en el pasado había congregado esta cadena gracias a *El Club de La Banda*, que llegó

a contar con medio millón de socios. Algunos de los presentadores de *La Banda* fueron las caras visibles de los nuevos programas pensados para este público, en proyectos como *Animales en familia*, *Fiesta TV* o *Acercá-T*. No obstante, el hecho de que fuese el sector de la población con menor consumo televisivo y que con el paso de los años lo hizo por otras vías (por ordenador, *tablets* o los teléfonos móviles) no facilitó que esta oferta se consolidara entre este perfil de audiencia adolescente o juvenil.

- Si analizamos el perfil del espectador de Canal Sur 2 por clase social, hay que señalar que en su trayectoria predominó el público de clases medias y altas, ya que supusieron casi el 55% del total de sus espectadores, por lo que gracias al tipo de programación realizada se logró captar el interés de estos segmentos de la población, que llegaron a identificarse con esta propuesta televisiva. Estos datos son sensiblemente superiores y diferentes a los ofrecidos por Canal Sur Televisión, cuyo público mayoritario en los mismos periodos fueron las clases medias y bajas, que suponían casi el 60% del total de su audiencia.

Por procedencia geográfica, y en contra de las previsiones iniciales que sostenían que la programación de Canal Sur 2 tendría un mayor número de seguidores entre el público urbano, hay que reseñar que más de la mitad de su audiencia residía en localidades de menos de 50.000 habitantes, muy en consonancia con la distribución porcentual de la población andaluza, eminentemente rural o residente en ciudades de mediano tamaño. Si además relacionamos estas cifras con las obtenidas por Canal Sur Televisión, podemos concluir que no hubo diferencias significativas en el perfil de las audiencias por el lugar de residencia: en las localidades medias y grandes de Andalucía (de más de 200.000 habitantes) ambas cadenas tuvieron históricamente el mismo porcentaje de público: en torno al 20% de su audiencia total. Canal Sur 2 no fue, por tanto, una televisión predominantemente urbana, aunque algunos de sus espacios si pudieron marcar diferencias en este sentido.

4. En cuanto a la especialización de sus contenidos para públicos concretos hemos de decir que en las tres etapas en las que hemos dividido la evolución histórica de este canal se observan dos tendencias predominantes. La primera corresponde a sus diez primeros años de vida en los que hubo una clara apuesta televisiva para cada uno de sus públicos prioritarios. La segunda tendencia, que abarcó los últimos cuatro años, se caracterizó por que comenzaron a establecerse programas pensados “para todos los públicos”, que desdibujaron la identidad originaria de esta cadena como propuesta de televisión alternativa, ya que se programaron espacios que de forma indistinta fueron emitidos en Canal Sur 2 o en Canal Sur Televisión y con un sesgo claramente generalista.

Así Canal Sur 2 ejerció como una especie de *laboratorio de pruebas* de programas televisivos para que, en el caso de que resultaran exitosos, pasaban a emitirse en la primera cadena, algo que no concuerda con los objetivos para los que fue creado este canal. Dentro de este grupo podemos citar el programa de referencia para el público adulto durante los primeros años de vida del segundo canal, *El Vagamundo*, que tras ser el espacio más visto durante cuatro temporadas la RTVA decidió en 2002 trasladarlo a Canal Sur Televisión, naciendo así *Ratones coloraos*. Curiosamente, este mismo formato y con el mismo presentador, volvería al final de esa década a Canal Sur 2 con *El loco soy yo*. O el caso de *Andaluces por el mundo* que, en antena en el desde 2006 y liderando las audiencias del segundo canal durante tres años consecutivos, se decidió a finales de 2010 continuar sus emisiones en Canal Sur Televisión.

En sentido inverso también ocurriría: con programas trasladados del primer canal de la RTVA a su segunda cadena cuando no conseguían un éxito mayoritario en la primera oferta de la televisión autonómica. El caso más evidente fue el del humorista Manu Sánchez, que tuvo en el primer canal andaluz el programa *De la mano de Manu*, siendo emitidos en Canal Sur 2 sus siguientes espacios: *Colga2 con Manu* y *La semana más larga*. No obstante en estos años volvería al primer canal con *Andaluces, somos más y mejores*. En

este sentido podemos afirmar que no hubo por parte de los gestores de la RTVA una apuesta sostenida en el tiempo por mantener la identidad en la programación de Canal Sur 2, de tal manera que sobre todo en su periodo final fue tratada como una cadena de segundo orden, siempre plegada a las necesidades del primer canal.

5. Varios fueron los factores que determinaron el final de la programación propia de Canal Sur 2. Por una parte, la llegada de nuevos operadores televisivos, que proliferaron tras la llegada de la TDT, con programaciones específicas destinadas a *targets* concretos según edad, género o aficiones. En paralelo una parte de la programación de este canal dejó de ser especializada para los públicos a los que tradicionalmente se dirigía, cambiándose a un tipo de espacios destinados a “toda la familia”. La identidad de este canal se fue perdiendo y acabó convirtiéndose en una televisión generalista más. La enorme competencia, la repetición de programas y la falta de una personalidad televisiva propia conllevó a un descenso constante de las audiencias que se tradujo en la pérdida, en sus últimos cuatro años de emisiones, de casi el 80% de sus espectadores.

También fue significativo que desde finales de 2008 desapareciera del organigrama de la RTVA la figura de director/a de Canal Sur 2, lo que puede interpretarse como una forma de restar importancia a la gestión de esta televisión. Finalmente, y motivado la difícil situación económica en la RTVA (con reducción de sus presupuestos anuales en más de un 30% entre 2009 y 2012) los gestores del ente autonómico decidieron terminar con la programación propia de Canal Sur 2. Se prefirió concentrar los recursos económicos y humanos en el modelo televisivo generalista que ofrecía Canal Sur Televisión, cerrando su segunda señal y con ello dejando desatendida una parte significativa del servicio público que debía prestar la RTVA. Y, además, eliminando una televisión de referencia para una parte de la

población andaluza que se había formado, informado o entretenido con Canal Sur 2.

6. Canal Sur 2 ha resultado ser una experiencia televisiva con luces y sombras. Como rasgos positivos hay que destacar la apuesta por parte de la RTVA de crear esta oferta alternativa a las existentes, en donde se favoreció la existencia de un sinfín de programas de contenido cultural y divulgativo, con propuestas originales, necesarias e incluso, en algunos de los casos, adelantadas a su tiempo. Una manera diferenciada de mirar a Andalucía y a los andaluces, alejándola de los tópicos que tradicionalmente poblaban los medios de comunicación y apostando por mostrar la riqueza cultural, social, educativa o artística de esta tierra. Una televisión donde destacó su oferta por el servicio público, destinada además a unos sectores muy específicos de la población andaluza que Canal Sur Televisión tenía desatendidos. Un canal que durante la mayor parte de su existencia programó espacios destinados a públicos minoritarios en horarios de *prime time*, sin preocuparse tanto por los índices de audiencias conseguidos sino por la rentabilidad social que ofrecían dichas propuestas.

En cuanto a sus principales sombras hemos de señalar algunas incoherencias de programación, ya apuntadas, que se agravaron con el cambio, en sus últimos cuatro años de vida: fue una etapa en la cual se desdibujó la identidad en su programación, preocupándose más por mantener unas audiencias elevadas mediante la programación de contenidos más generalistas. Además, se realizaron constantes cambios en los horarios de los programas culturales o divulgativos, recluyéndolos en muchas ocasiones a horarios de madrugada o dispersos durante los fines de semana. En definitiva, la historia de Canal Sur 2 supuso un intento, con hitos y algunos logros innegables, por reforzar el servicio público televisivo autonómico. Con esta investigación, además de exponer de manera crítica su evolución y algunas contradicciones, se ha buscado reflexionar sobre los

condicionantes de este servicio público, donde las distintas sensibilidades sociales deben tener cabida, donde se prime la construcción colectiva de los mensajes audiovisuales y no sea la preocupación por las audiencias o por la venta de espacios publicitarios los que definan a un medio de comunicación que pertenece a toda la sociedad. Estos modelos van en consonancia con los ofertados, desde hace décadas, por el Tercer Sector de la comunicación en medios de comunicación locales, de proximidad, donde los ciudadanos tienen un papel predominante en la elaboración del discurso mediático, por encima de los intereses gubernamentales, en ocasiones reflejados en los medios públicos, o de las exigencias del mercado, protagonistas de los medios privados. A esta televisión diseñada democráticamente por y para la sociedad civil, que apueste por la calidad, por la diversidad cultural y por la aprehensión de un medio que pertenece al conjunto de la ciudadanía y a la que en algunos momentos de su historia, como hemos visto, intentó asemejarse el proyecto de Canal Sur 2.

7. Con esta tesis doctoral hemos realizado la primera aproximación a la historia del segundo canal de la RTVA, sobre la que, en el futuro se pueden realizar trabajos más específicos y pormenorizados: el análisis de la programación por su tipología o procedencia geográfica, el estudio detallado de alguno de los espacios más emblemáticos o la relación entre identidad andaluza y Canal Sur 2 serían algunas de las líneas de investigación que servirían para profundizar en las aportaciones realizadas en esta tesis doctoral. Hemos pretendido con este trabajo colaborar en la construcción de la historia de la televisión regional mediante la sistematización de la trayectoria de un modelo televisivo diferente que se arriesgó a ofrecer retratos, a veces parciales, de esa otra Andalucía que también existe.

II. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

1. Referencias bibliográficas

- Albornoz, L. (2002): *Televisiones públicas autonómicas en España y normalización lingüística. El caso de Telemadrid: una cadena autonómica singular*. Madrid, Área Abierta núm. 2. Consultado el 10-12-2014: <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/viewFile/ARAB0202130005A/4291>
- Alfonzo, A. y Pérez Tornero, J.M. (coord.) (1998): *Hacia un sistema de radiodifusión de servicio público*. Caracas: PNUD y UNESCO.
- Allas Llorente, J. y Díaz Salgado, L. (coord.) (2004): *Libro de Estilo de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía*. Sevilla: RTVA.
- Álvarez Méndez, J. (1986): *Investigación cuantitativa/investigación cualitativa: ¿una falsa disyuntiva?* En Cook, T. D. y Reichardt, Ch. S. (Eds.) (1986): *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid: Morata, p. 64.
- Álvarez Secades, C. (2001): *Andalucía en Canal 2 Andalucía*. En De las Heras Borrero, J. et al (editores) *Modalidad lingüística andaluza, medios de comunicación y aula*. Revista digital de la Universidad de Huelva, pp. 11-16. Consultado el 23-01-2015: <http://www.uhu.es/aprela/documentos/libros/modalidad%20linguistica.pdf>
- Amezaga, J, Iturriotz Lauzirika, A., Arana Arrieta, E. (1998): *ETB-1 ispiluan: Programazioa eta edukia*. Zer: Revista de estudios de comunicación, núm 7, pp. 1137-1102. Consultado el 23-01-2015: <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer07-14-arana.pdf>
- Arriaza Ibarra, K., Nowak, E. y Kuhn, R. (eds.)(2015): *Public Service media en Europe: a comparative approach*. Nueva York: Routledge. Consultado el 01-10-2015: <https://www.routledge.com/products/9781138020689>
- Asociación Española de Investigación de la Comunicación (2012): *Manifiesto en defensa de las televisiones públicas*. Consultado el 15-09-2015: <http://teledetodos.es/index.php/noticias/item/369-manifiesto-de-la-asociacion-espanola-de-investigacion-de-la-comunicacion-ae-ic-en-defensa-de-la-television-publica> CIC
- Atkinson, D. y Raboy M. (comp.) (1998): *La radio y la televisión que servicio público: el desafío del siglo XXI*. París, Unesco. Consultado el 10-07-2014: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001134/113440Sb.pdf>

- Azurmendi, A. López, N. y Manfredi, J.L. (2011): *La reforma de la televisión pública autonómica en el nuevo marco legal audiovisual*. Medios de comunicación, mensajes y derecho a la información, COLEX.
- Baget i Herms, J.M (1993): *Historia de la televisión en España*. Barcelona, Feedback.
- (1994): *Historia de la Televisió a Catalunya*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya.
- (1999): *Quaranta anys de televisio a Catalunya*. Barcelona: Portic/CIC;
- (2003): *La Nostra: 20 anys de TV3*. Barcelona: Proa, S.A.
- Barambones Zubiria, J. (2005): *Euskarazko ikus-entzunezko itzulpenaren historia: ETB-1 erako itzulpen-egokipena eta bikoizketa*. Senez: itzulpen aldizkaria, N^o. 28, págs. 77-94. Consultado el 10-07-2015: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=1393953>
- Barlovento Comunicación (2012): *Informe sobre Audiencias en las televisiones autonómicas*. www.formulatv.com. Consultado el 31-08-2012: <http://www.formulatv.com/noticias/28646/ib3-etb2-autonomicas-mas-suben-seguidas-aragontv-tv3/> 12-09-2012
- Bassols, M., Rico, A., Torrent, A. (1997): *La llengua de TV3*. Barcelona, Empuries.
- Bericat Alastuey, E. (1998): *La integración de los medios cuantitativos y cualitativos en la investigación social*. Barcelona: Ariel, Colección sociología.
- Blumler, J. G. (1992): *Television and the public interest*, Londres: Sage
- Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (2002): Núm. 151, 24-12-2002. Consultado el 23-12-2014: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2002/151/>
- Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (2007): Núm. 252, 16-12-2007. Consultado el 23-12-2014: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2007/252/>
- Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía (1998): Núm. 215, 22-05-1998, pp.12922-3. Consultado el 23-12-2014: <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/recursosdeinformacion/bopa.do>
- Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía (2010): Núm. 506, 28-06-2010. Consultado el 23-12-2014: <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=bopa&id=50713>
- Bonaut, J. (2009): *Televisión y deporte. Origen y desarrollo histórico de la programación deportiva española (1956-1975)*. Buenos Aires, Libros en Red.
- Bustamante E. (2006): *Radio y televisión en España: Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- (2013): *Historia de la radio y la televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- Camacho Ordóñez, R. (2004): *La financiación del servicio público de televisión en España*. Sevilla, Universidad de Sevilla, Tesis doctoral
- Carreras Serra, L. (1987): *La ràdio i la televisió a Catalunya avui*. Barcelona: Edicions 62.

- Casado Salinas, J.M. y Ariza García, M.D. (1996): *Canal Sur y el desarrollo de la televisión educativa andaluza*. Revista Comunicar num. 6, pp 57-62, Huelva. Consultado el 10-10-2013: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800612>
- Castelló Cogollo, E. (2000). *Sèries de ficció de producció pròpia a les televisions autonòmiques: gèneres, estratègies de programació i aspectes culturals*. Barcelona: Bellaterra, UAB;
- Cepeda, J.S. (1987). *E.T.B. y normalización lingüística: apuntes para una reflexión*. Cuadernos de Alzate: revista vasca de la cultura y las ideas, núm. 5, págs. 5-24. Consultado el 10-08-2015: http://www.fpabloiglesias.es/editorial/revistas/cuadernos-alzate/377_cuadernos-alzate-5
- Chaparro Escudero, M. (ed.) (1997): *Radiotelevisión pública local y alternativa. Perspectivas*. Sevilla: EMA-RTV.
- (ed.) (1999): *La Democratización de los medios*. Sevilla: EMA-RTV.
- (2002): *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Sant Cugat del Vallès, Barcelona: Los libros de la frontera.
- (ed.) (2014): *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Sevilla: Imedeia-COMandalucía.
- (2015): *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos : la distopía del desarrollo*. Bogotá: Ediciones desde abajo.
- Ciaurriz Velasco, F. y Guerrero-Solé, F. (2007): *La programació de cinema a TV3 i Canal 33 Anàlisi dels anys 2005 i 2006 a la televisió catalana*. Barcelona: Observatori de la producció audiovisual, Universitat Pompeu Fabra. http://m.repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/13001/7_programacio_cinema_tv3_c33.pdf?sequence=1
- Ciller Tenreiro, C. (2000): *La televisión de Galicia: un estudio de su programación 1985-1998*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid: Servicio de Publicaciones.
- (2006): *Veinte años de la televisión de Galicia la producción audiovisual gallega en la programación de la TVG 2003-2004*. Comunicación local : da pesquisa á produción: actas do Congreso Internacional Lusocom, Santiago de Compostela, pp. 5095-5115.
- Col·lectiu Ricard Blasco (2014): *Reset RTVV. Per unes polítiques de comunicació al servei de la societat*. Valencia: Onada Edicions.
- Comisión Europea (2001): *Comunicación de la Comisión de la Unión Europea sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión*. Consultado el 06-09-2014: http://ec.europa.eu/competition/state_aid/legislation/broadcasting_communication_es.pdf
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2009): *Informe 2008 del Consejo Audiovisual de Andalucía al Parlamento de Andalucía*. Consultado el 06-04-2015 http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicaciones/iii_memoria_2008_caa.pdf

- Coromina, M. y Llinés, M. (1988): *La televisió a Catalunya*. Sant Cugat Del Vallés: Libros de la frontera.
- Cruz, M.R y del Valle, J.C. (2008): *Perfiles de la programación infantil y juvenil en Andalucía: «La Banda» de RTVA*. Revista Comunicar, núm. 31, v. XVI, pp. 339-348. Consultado el 06-09-2014: <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=31&articulo=31-2008-39>
- Cushion, S. (2012): *The democratic value of news: Why public service matters*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Dahlgren, P. (1995): *Television and public sphere: Citizenship, democracy and the media*. Londres: Sage.
- (2009): *Media and political engagement. Citizenship, communication and democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Daneson, Joan (et.al.), (1987): *Televisió de Catalunya*. Barcelona: Edmundo Montero.
- De Aguilera, M., Méndiz, A. , Castillo, A. (coord.) (1999): *La industria audiovisual y publicitaria en Andalucía. Estudios sobre un sector estratégico*. Málaga : Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Málaga.
- De Carreras i Serra, L. (1987): *La ràdio i la televisió a Catalunya avui (1980-1986)*. Barcelona: Edicions 62.
- De Lara González , A. y Ramos Rodríguez, E. (2013): *El reportaje en los programas de la televisión pública autonómica: el caso de Canal Sur 2*. En García Avilés, del Campo y Arias (eds.) *El reportaje televisivo, hibridación y auge de un género*. Elche, Alicante: VII Jornadas internacionales de periodismo, .Universidad Miguel Hernández, pp. 123-133.
- De la Rasilla, C. (2000): *El Club de las ideas una revista audiovisual para la innovación educativa*. Revista Innovación en la escuela, pp. 51-61. Consultado el 10-07-2014: http://www.investigacionenlaescuela.es/articulos/41/R41_4.pdf
- De Lasa , J (2001): *La TV també és cultura, a TV3 i al Canal 33*. Serra d'Or, núm. 493, pág. 64.
- De Mariscal y Serrano, J.G (1987): *La legalidad vigente y el segundo canal vasco de Televisión (ETB-2)*. Revista de administración pública, núm. 112, pp. 337-358.
- De Moragas Spá, M. y Garitaonandía C. (1994): *El papel de las televisiones regionales*. Bruselas: Documento presentado en la audición pública de la Comisión de Política Regional, Ordenación del Territorio y Relaciones con los Poderes Regionales y Locales del Parlamento Europeo.
- (1995): *Decentralisation in the Global Era. Television in the Regions, Nationalities and Small Countries of the European Union*. Londres: John Libbey.
- De Moragas Spá, M., Garitaonandía C. y López B. (coord.) (1999): *Televisión de proximidad en Europa: experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra: Servicio de publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona, p. 32.

- Derbrett, M. (2010): *Reinventing public service television for the digital future*. Bristol: Intellect.
- Díaz, L. (2006): *50 años de TVE*. Madrid: Alianza.
- Díaz Estévez, M. (2012): *Televisión e identidad regional. Los jóvenes andaluces ante el modelo de servicio público de la RTVA*. Tesis doctoral, Servicio de publicaciones Universidad de Málaga.
- Díaz Nosty, B. (1997): *El futuro de los canales autonómicos y los medios locales públicos regionales y locales*. En Chaparro Escudero, M. (ed.): *Radiotelevisión pública local y alternativa*. Perspectivas. Sevilla: EMA-RTV.
- (1999) *La comunicación en Andalucía*. Estado y tendencias. Madrid: Ed. Tiempo.
- (2002). *Los medios y la modernización en Andalucía*. Informe de la comunicación 2002. Madrid: Ediciones Tiempo, pp. 273-274.
- (ed.) (2010): *El futuro de la televisión*. Infoamérica-IRC, núm. 3-4. Málaga: Cátedra UNESCO de Comunicación de la Universidad de Málaga. Consultado el 27-05-2015: http://www.infoamerica.org/icr/n03_04.htm
- (2014). *Tres décadas de televisiones autonómicas: algo más que una crisis de financiación*. Cuadernos de periodistas, núm. 28. Consultado el 21-12-2014: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/tres-decadas-de-televisiones-autonomicas-algo-mas-que-una-crisis-de-financiacion/>
- Diego, P. (2010): *La ficción en la pequeña pantalla. Cincuenta años de series en España*. Pamplona: Eunsa.
- Diputación general de Aragón (1991): *Segundas jornadas sobre Televisión Autonómica*. Actas del simposium celebrado en Zaragoza 25-04-1991. Zaragoza: Diputación General de Aragón.
- Donders, K. (2012): *Public service media and policy in Europe*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Espinosa, V. y Valls, A. (2012): *Informe sobre el papel de la televisión pública en España*. Madrid: Accenture. Consultado el 21-05-2015: <http://www.forta.es/Portals/0/Fora1200.pdf>
- Fapae (2011): *Memoria anual 2010. Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles*. Madrid: FAPAE. Consultado el 10-08-2012: http://www.fapae.es/informes_memorias.asp
- Fernández Alonso, I. (2013): *Crisis financiera y medios públicos en España. Impacto de los recortes presupuestarios en las radio televisiones públicas autonómicas históricas (2008-2012)*. Nueva época, núm. 12, pp 17-30. Consultado el 10-08-2015: www.derecom.com/numeros/pdf/isabel.pdf
- Fernández Alonso, I., Sarabia Andúgar, I., Sánchez Martínez, J., Bas Portero, J.J. (2011): *Modelos de gobierno de las radiotelevisiones públicas autonómicas en España: el caso de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales*. Revista Ámbitos, núm. 20, pp. 255-270. Consultado el 10-11-2014: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16821321013>

- Fernández Gómez, E. (2012): *La programación infantil y juvenil de la televisión pública española: ¿oferta generalista o temática? El paso de La 2 a Clan TVE*. Madrid: Estudios sobre el mensaje periodístico. Vol. 18, núm. especial octubre, pp. 313-323. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Consultado el 10-08-2015: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/40985>
- (2013): *El primer año de la corporación RTVE: cambios en la programación de La 2*. Historia y Comunicación Social. Vol. 18, núm. especial Octubre. pp. 723-736. Consultado en 12-07-2014: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44003>
- Fernández Obregón, F. (2004): *Shin Chan, un compendio de contravalores*. La Laguna, Tenerife: Revista Latina de Comunicación Social, núm. 58. Consultado el 13-08-2015: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20045825obregon.pdf>
- Fernández Quijada, D. (2009): *Producción independiente de televisión en Andalucía. Aproximación a la estructura de un sector desconocido*. Revista Ámbitos, núm. 18, pp.191-209. Consultado el 12-06-2013: <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos18/13fernandez.pdf>
- Fernández Soriano, E. (1996): *La RTVA y el sector audiovisual andaluz: principios, orientaciones y resultados*. Servicio de publicaciones, Universidad de Málaga.
- (coord.) (1998): *Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional*. Servicio de publicaciones Universidad de Málaga, pp. 7-14.
- (1999): *Canal Sur, una televisión regional en Europa*. Servicio de publicaciones, Universidad de Málaga.
- Fickers, A. y Johnson, C. (2010): *Transnational Television History: a Comparative Approach*. Londres: Routledge.
- Flores Soler, F. (2000): *Panorama audiovisual de Andalucía: Entrevista con Carlos Rosado, director de la Fundación Audiovisual de Andalucía*. Ámbitos, núm 4, pp. 297-312. Consultado el 12-06-2013: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800421>
- Francés, M., Gavaldá, J., Llorca, G. y Peris, A. (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Barcelona: Gedisa.
- Galindo Cáceres, L. J. (1997): *Sabor a ti. Metodología cualitativa en investigación social*. Xalapa, México: Ed. Universidad Veracruzana.
- (1998): *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Pearson.
- (2009): *Metodología, métodos, técnicas. Relación entre problemas y preguntas*. Colima, México: Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Época II. Vol. XV. núm. 29,. pp. 149-160. Consultado el 10-11-2010: http://bvirtual.ucol.mx/descargables/977_relacion_entre_problemas_y_preguntas.pdf
- García Altadill, E. (1989): *TV3: del naixement a la consolidación*. Tesis Doctoral, Bellaterra
- García Galindo, J. A. y Vitalis, A. (dir.) (2015): *Medios de comunicación e Identidad: Estudio comparativo de dos regiones europeas: Andalucía y Aquitania (1960-2005)*. Sevilla: Ediciones Alfar.

- García Montero, L. (1999): "Canal Sur 2 está cumpliendo dignamente su papel de televisión pública". *El País Andalucía*, 8-05-1999. Consultado el 10-07-2015: elpais.com/diario/1999/05/08/andalucia/926115727_850215.html
- Giordano, E. y Zeller, C. (1999): *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*. Barcelona : Icaria Editorial, Colección Antrazyt 135.
- Giró, X.(1991): *Conflictes de televisió a Catalunya: 1959-1990*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- Gómez Aguilar, A. (coord.) (2003): *Guía del Audiovisual de Andalucía. Producción de cine y televisión 2002/03*. Sevilla: Fundación Audiovisual de Andalucía (RTVA).
- (2006): *Guía del Audiovisual de Andalucía. Producción de cine y televisión 2005/06*. Sevilla: Fundación Audiovisual de Andalucía (RTVA).
- (2008): *Guía del Audiovisual de Andalucía. Producción de cine y televisión 2008/09*. Sevilla: Fundación Audiovisual de Andalucía (RTVA).
- (2009): *Guía del Audiovisual de Andalucía. Producción de cine y televisión 2009/10*. Sevilla: Fundación Audiovisual de Andalucía (RTVA).
- (2012): *Guía del Audiovisual de Andalucía. Producción de cine y televisión y audiovisual TICs 2011/12*. Sevilla: Fundación Audiovisual de Andalucía (RTVA).
- Gómez-Escalonilla Moreno, G. (2003): *Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Madrid: Ed. Dykinson.
- Gómez Mompart, J.L. y Martínez Gallego, F.A. (2015): *Del ERE de los 1.200 al cierre de RTVV: a propósito del informe PricewaterhouseCoopers y de su contrainforme. Pequeña historia del verano de 2012*. En Marzal Felici, J.J., Izquiero Castillo, J. y Casero-Ripollés, J. (edits.): *La crisis de la televisión pública: el caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Pp 145-169. Publicaciones de la Universitat de Valencia: Aldea Global, núm. 33.
- Gómez Pérez, F. y Pérez Rufi, J (2013): *Accesibilidad a la programación televisiva para personas con discapacidad auditiva o visual: el caso de Canal Sur 2*. Madrid: CEU Ediciones. *Prospectivas y tendencias para la comunicación en el siglo XXI*, p. 331-352. Consultado el 12-06-2014: https://www.uchceu.es/actividades_culturales/2013/congresos/documentos/Fco_Javier_Gomez_Perez_Jose_Patricio_Perez_Rufi_1.pdf
- González Encinar, J.J. (1996): *La televisión pública en la Unión Europea*. Madrid: McGraw-Hill.
- González Gorosarri, M. (2011): *Albisteen kalitatea: "Euskadi Irratia, ETB eta Euskaldunon Egunkaria / Berria"*. *Jakin*, núm. 190, pp. 23-55. Consultado el 10-07-2015: http://www.euskara.euskadi.net/appcont/tesisDoctoral/PDFak/Maria_Gonzalez_TESIA.pdf
- González Hernández, M. E. (2000): *La industria audiovisual en Andalucía en la década de los noventa*. Tesis doctoral, Universidad de Sevilla. Consultado el 12-06-2013: <http://fondosdigitales.us.es/tesis/tesis/291/la-industria-audiovisual-en-andalucia-en-la-decada-de-los-noventa/>

- (2003): *La Industria Audiovisual Regional en la Era de la Globalización*. Razón y Palabra, núm. 32. Consultado el 12-09-2013: <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n32/egonzalez.html>
- González Terrón, M.(1997): *L'esport a la Televisió de Catalunya: la creació d'un canal esportiu-cultural*, Canal 33. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, UAB. Consultado el 19-06-2015: http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp058_cat.pdf
- Gordillo Álvarez, I. y Ramírez Alvarado, M. (2008): *Presencias y ausencias del cuerpo en programas no ficcionales de televisión*. In I+ C Investigar a comunicación Actas del Congreso Internacional Fundacional AE-IC, Santiago de Compostela, pp. 318-333. Consultado el 19-09-2015: <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/84.pdf>
- Gutiérrez Lozano, J.F. (2003): *El impacto social de la televisión en España. Sus orígenes en Andalucía a través de la memoria de los primeros espectadores*. Tesis doctoral, Universidad de Málaga.
- (2004): *Quince años de Canal Sur Televisión. La evolución política, de programación y de audiencia de un canal autonómico español (1989-2004)*. Barcelona: VII Congrés el Associacio d'Historiadors de la Comunicació. 25 anys de Llibertat d'expressió.
- (2010): *Public TV and regional cultural policy in Spain as reflected through the experience of Andalusian regional television*. Cultural Trends, Vol. 19, 1-2.
- (2011a): *¿El público lee? Televisión regional y cultura andaluza*. En: García, M., López, M. y Ruiz, M. J. (coords.). *Medios de comunicación y cultura: ¿cultura a medias?* Barcelona: Los libros de la frontera, pp. 125-135.
- (2011 b): *Algunas reflexiones y numerosos retos en la investigación de las relaciones entre memoria y televisión*. Revista Aurora, núm 10, pp. 19-34. http://www.researchgate.net/profile/Juan_Gutierrez_Lozano/publication/258781581_Algunas_reflexiones_y_numerosos_retos_en_la_investigacin_de_las_relaciones_entre_memoria_y_televisin/links/00b7d528f3c1d499b2000000.pdf
- (2012): *Regional television in Spain: the Andalusian case*. En: Fickers, A. y Johnson, C.: *Transnational television history. A comparative approach*. Londres: Routledge.
- Gutiérrez Lozano, J.F. y Díaz Estévez. (2011): *El reportero de calle en tiempos de crisis: "75 minutos" como ejemplo de adaptación camaleónica de nuevos formatos televisivos en la parrilla de una televisión autonómica español*. En Bort, I., García, S., Martín, M. (eds.): *Actas del IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico Nuevas Tendencias e Hibridaciones de los Discursos Audiovisuales en la Cultura Digital Contemporánea*, Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales, pp. 14-25. Consultado el 19-05-2015: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/30657/Gutierrez_Diaz_ActasIVCongreso.pdf?sequence=1
- Hanretty, C. (2011): *Public broadcasting and political interferente*. Routledge Research in Political Communication. Consultado el 19-05-2015: <https://ueaeprints.uea.ac.uk/30652/>
- Hernández Sánchez, L.M. (2014): *La programación educativa en Canal Sur Televisión: el caso de El Club de las Ideas*. Trabajo Fin de Grado, Universidad de Málaga.

- Herrero Solana, V. y Arboledas Márquez, L. (2011): *Una aproximación temática a la producción andaluza en comunicación: análisis a partir de las tesis doctorales de las Universidades de Sevilla y de Málaga*. Universidad de Sevilla. Consultado el 07-07-2015: <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/produccion-andaluza-comunicacion.html>
- Ibáñez Serna, J.L., Marín Murillo, M.F. (1988): *La estructura de la programación de ETB-ETB-1. La circulación de los programas de televisión. La programación cultural*. Kobie. Bellas artes, núm. 5, pp. 7-28. Consultado el 07-07-2015: http://www.bizkaia.eus/fitxategiak/04/ondarea/Kobie/PDF/4/Kobie_5.pdf
- Ibáñez Serna, J.L. (1995): *El Estado de las Autonomías: orígenes de ETB*. En Tusell Gómez, J. Historia de la transición y consolidación democrática en España (1975-1986). Madrid: UNED, vol. 1, pp. 535-554.
- Ibáñez Serna, J.L., Pérez, J.C. y Zalbidea, B. (2000): *Televisión y programación infantil en Euskadi*. Zer, núm. 7. Consultado el 07-07-2015: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer07-13-ibanez.pdf>
- Instituto de Estadística y Cartografía (1999): *Anuario Estadístico de Andalucía 1999*. Sevilla: Servicio de Publicaciones de la Junta de Andalucía. Consultado el 12-10-2014: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia./anuario/anuario99/index.htm>
- Iosifidis, P. (2010): *Servicio público de televisión en Europa. Retos y estrategias*. En Infoamérica-IRC (2010): *El futuro de la televisión*. Núm. 3-4, Málaga: Cátedra UNESCO de Comunicación de la Universidad de Málaga. pp. 7-21. Consultado el 12-07-2015: http://www.infoamerica.org/icr/n03_04/iosifidis.pdf
- Izquierdo, O. (2002): *Identitat simulada, identificació dissimulada Una aproximació al rol de TV3 en la construcció d'un imaginari col·lectiu cohesionador per a la societat catalana*. Trípod, 12, pp. 95-109. Consultado el 02-06-2015: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1001192>
- Jorge Alonso, A. (2004): *Mujeres en los medios, mujeres de los medios, de imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*. Barcelona: Icaria.
- Lara Padilla, T. (2010): *Personismo de portada en la fragmentación del ecosistema mediático*. Murcia : Sphera pública, Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación, núm. 10. Consultado el 22-07-2015: <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/95/109>
- Larrañaga Zubizarreta, J. (coord.) (2012): *Convergencia mediática en Euskal Irrati Telebista (EITB)*. Universidad del País Vasco, Servicio de Publicaciones.
- López, B. (1996): *Las televisiones de las regiones de Europa, una investigación pionera*. Revista Zer, núm. 1. Consultado el 07-07-2015: <http://www.ehu.es/zer/eu/hemeroteca/gaia/La-televisin-en-las-regiones-de-Europa-una-investigacin-pionera/6>
- López, N., Ortiz, M.A., Azurmendi, A. (2012): *Hacia un nuevo marco regulatorio y de gestión de la televisión pública en España: el bienio del cambio*. Revista de Comunicación de la SEECI, núm. 27 Madrid: UCM.

- López Cepeda, A.M. (2011): *Organos de control e xestión da radiotelevisión pública estatal e autonómica en España: a cualificación e profesionalidade de directores xerais, consellos de administración, comisions de control parlamentario e consellos audiovisuais*. Universidade de Santiago de Compostela, Servicio de Publicacions.
- López García, M (2012): *La oferta de contenidos audiovisuales: servicio público, libre competencia y derecho a la información*. Pamplona: Thomson Reuters.
- (2009): *Servicio público, libre competencia y derecho a la información en la oferta de contenidos audiovisuales. Régimen de la difusión audiovisual de los acontecimientos de interés general*. Tesis doctoral. Facultad de Derecho: Universidad de Málaga.
- López Romero, L. (2005): *La oferta televisiva de calidad frente a la disponibilidad del telespectador*. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, núm. 25. [CD-Rom].
- Maneiro Vila, A. (1993): *A influencia do TVG na promoción do galego*. Santiago: Lea, Torrealday.
- Manfredi Díaz, A. y García Hernández, G. (1999): *Canal Sur: 1989-1999. 10 años de la RTVA*. Revista Ámbitos, núm. 2. pp. 163-205.
- Manfredi Díaz, A. (2011): *La televisión el grupo RTVA*. En Reig, R (dir) Langa Nuño, C (coord) (2011): *La comunicación en Andalucía. Historia estructura y nuevas tecnologías*. Sevilla: Fundación pública andaluza, Centro estudios de Andalucía.
- Manfredi Mayoral, J.L. y Gómezy Méndez, J.M. (edits.) (1998): *La Industria Audiovisual en Andalucía en 1995-96*. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información: Universidad de Sevilla.
- Marqués i Ferrer (2002): *La identitat cultural valenciana: el cas de Canal 9*. Bellaterra: UAB; Empúries.
- Martín Barbero, J. (2001). *Televisión Pública, Televisión Cultural: entre la renovación y la invención*. En Rincón, O. (comp.) *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Bogota: Convenio Andrés Bello y la Fundación Friedrich Ebert.
- Martín Quevedo, M. (2014): *Los programas informativos en la Segunda Cadena: proyectos y realidades (1966-1975)*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, vol. 20, múmero especial. Consultado el 07-07-2014: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45103/42472>
- Martínez Crespo, L.A. (2012): *Análisis de los programas infantiles de televisión: la Banda (2003-2009) de Canal Sur Televisión. La realización televisiva de programas infantiles*. Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla. Consultado el 10-02-2012: http://fondosdigitales.us.es/media/thesis/1738/P_T.D.PROV10_.pdf
- Martínez García, L. D., y Prado, E. (2008): *La ficción televisiva de TV3 como productora de referentes de identidad cultural catalana*. Universitat Autònoma de Bracelona. Consultado el 07-08-2015: <http://ddd.uab.cat/record/37553/>
- Martínez Hermida, M.A. (2000): *Televisión y vídeo en Galicia. La intervención de la institución autonómica en el sector audiovisual*. Madrid: Universidad Complutense, Servicio de Publicaciones.

- Marzal Felici, J. (ed.) (2015): *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*. Publicaciones de la Universitat de Valencia: Aldea Global núm. 34.
- McBride, S. (1980): *Un solo mundo, voces múltiples*. Madrid: Paideia
- Medianoche, M. (2014): "David García-Intriago: no fue fácil hacer de Amador en *Como las al viento*". Revista on-line TV de guardia. Consultado el 12-07-2015 en <http://www.tvdeguardia.com/amador-mohedano-como-las-alas-al-viento/>
- Miguel de Bustos, J.C. y Casado del Rio, M.A. (coords.) (2012): *Televisión autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa.
- (2012) *Televisión Pública y participación*. En Lamuedra Graván, M. (ed.): *El futuro de la Televisión de Servicio Público en España: la necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid: Editorial Popular.
- Monedero Morales, C. y Ramos Rodríguez, E. (2012): *La desaparición de la televisión pública de proximidad. El fracaso de las TDT y las dificultades económicas*. Ponencia en el II Congreso internacional de Comunicación Audiovisual y publicidad: "Crisis y políticas, La radiotelevisión pública en el punto de mira". Bilbao. Consultado el 07-08-2013: http://www.academia.edu/12613459/La_desaparición_de_la_televisión_pública_de_proximidad._El_fracaso_de_la_TDT_y_las_dificultades_económicas
- Montaño Montaño, M. (1998): *La Comunicación Ambiental en Andalucía: el programa "Tierra y Mar" de Canal Sur Televisión 1990-1996*. Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla.
- (1999): *El Canal 2 de Andalucía y la información ambiental: el programa Espacio protegido*. Revista Ámbitos, núm 2, pp. 207 - 227. Consultado el 10-11-2011: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/2/montano.html>
- Montero Sandoval, J.M. coord. (2014): *Dossier Espacio Protegido. Informativo semanal de medio ambiente. Canal Sur Televisión (RTVA)*. Remitido vía telemática por el autor.
- Moreno Espinosa, P. (2003): *El periodismo informativo en televisión: lenguaje, género y estilo*. Estudios del Mensaje Periodístico, núm.9, pp. 269-280. Consultado el 10-11-2014: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=860279&orden=1&info=lin>
Fecha de consulta: 15 de agosto de 2013
- Moreno, E., Jiménez, E. et al (coord.) (2007): *Los desafíos de la televisión pública en Europa*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Nikoltchev, S. (2007): *Audiovisual Media Services without Frontiers: Implementing the rules*. Estrasburgo: Consejo de Europa.
- Noam, E. (1992): *Television in Europe*. Nueva York: Oxford University Press.
- Olmos López, A. y Navarro Moreno, J.A. (2012): *Nuevos contenidos educativos en las televisiones regionales: el proyecto de Canal Sur Televisión*. Icono 14, vol. 10, núm 3, pp. 308-325. Consultado el 10-11-2014: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/215>

- (2015): *Audiencia y servicio público en las televisiones autonómicas*. Ambitos, núm, 29. Consultado el 10-08-2015: <http://ambitoscomunicacion.com/2015/audiencia-y-servicio-publico-en-las-televisiones-autonomicas/>
- Ortell Badenes, S (2011): *La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español*. Fòrum de recerca núm. 16, pp. 279-291. Consultado el 03-12-2012: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/77227/fr_2011_21.pdf?sequence=1
- Oteo, P. (2014): "Entrevista a Felipe Delgadillo, presentador de *La Banda* de Canal Sur. Consultado en el blog del autor "Mi infancia y la de todos" el 05-08-2015: <http://tallerdetraposisladefflora.blogspot.com.es/2014/09/entrevista-felipe-delgadillo.html>
- Padilla Castillo, G y Requeijo Rey, P. (2008): *La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas*. Fonseca, Journal of Communication, núm. 1, pp. 187-218 Consultado el 20-10-2014: www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3635127.pdf
- Palacio, M. (2001): *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- (2006): *Cincuenta años de televisión en España*. En VV.AA.: Medios de Comunicación. Tendencias'06. Madrid: Fundación Telefónica.
- Parlamento de Andalucía (1987): *Ley 8/1987 de creación de la Empresa Pública de radio y televisión de Andalucía* y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión gestionados por la Junta de Andalucía. Sevilla, Servicio de publicaciones oficiales del Parlamento de Andalucía. Consultado el 18-03-2015: <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=coleccion&id=3371&cley=8>
- (1998): *Proposición no de Ley en Pleno 5-98/PNLP-05057 de creación de la segunda cadena de televisión de la RTVA*. Publicado en el Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía, núm. 223, de 16-06-1998. Consultado el 18-03-2015: <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/actividadparlamentaria/todaslasiniciativas/porproponente.do?numexp=5-98/PNLP-005057&prop=101&legislatura=5&indice=965&accion=Ver%20iniciativas>
- (2002): *Ley 10/2002 por la que se aprueban normas en materia de tributos cedidos y otras medidas tributarias, administrativas y financieras*. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, núm. 151 de 24-12-2002. Consultado el 18-03-2015: <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2002/151/2> Artículo 58. Empresa pública de Radio y Televisión de Andalucía.
- (2004): *Ley 1/2004 de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía*. Sevilla, Servicio de publicaciones oficiales del Parlamento de Andalucía. Consultado el 18-03-2015:
- (2007): *Ley 18/2007 de la radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)*. Sevilla, Servicio de publicaciones oficiales el Parlamento de Andalucía. Consultado el 18-03-2015:

- (2010): *Resolución de 15 de octubre de 2010, de la Presidencia, por la que se ordena la publicación de la Carta del Servicio Público de la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)*. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, núm. 213, 10-10-2010. Consultado el 18-07-2015: www.juntadeandalucia.es/boja/2010/213/d21.pdf
- (2011): *Resolución de 20 de enero de 2011, de la Dirección General de Trabajo, por la que se ordena la inscripción, depósito y publicación del Convenio Colectivo de la empresa RTVA, Radiotelevisión Andaluza, Canal Sur Radio, S.A., y Canal Sur Televisión*. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, núm. 30, 11-02-2011 <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2011/30/21>
- Pasquali, A. (1991): *El Orden Reina. Escritos sobre Comunicaciones*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Pedrero Esteban, L.E. (2008): *Armas de seducción catódica: los géneros de entretenimiento en la neotelevisión contemporánea*. Universidad Pontificia de Salamanca. Consultado el 20-12-2013: http://www.researchgate.net/profile/Luis_Pedrero_Esteban/publication/259979145_Armas_de_seducin_catdica_Los_gneros_de_entretenimiento_en_la_neotelevisin_contempornea/links/00b4952ee289249e92000000.pdf
- Peña Moya, J. (2013): *El nuevo modelo televisivo en España: riesgo y oportunidades para el cumplimiento de servicio público*. Tesis Doctoral: Servicio de publicaciones Universidad de Málaga.
- Peñafiel Saiz, C. (ed.) (2007): *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Peñafiel Saiz, C., Casado, M.A., Fernández, L. (2005): *La radiodifusión en la Comunidad Autónoma Vasca*. ZER. Bilbao Universidad del País Vasco, pp. 43-65. Consultado el 20-08-2012: http://www.ehu.eus/zer/eu/hemeroteca/gaia/La-radiodifusin-en-la-Comunidad-Autnoma-Vasca/244,15/11/07an_kontsultatua.
- Pérez Feijoo, P. (2008): *La evolución de la televisión local en el sistema audiovisual. Hacia la desaparición de las emisoras independientes en Galicia. El caso televigo, 1995-2007*. Tesis Doctoral, Universidad de Vigo. Consultado el 20-01-2013: <http://www.portalcomunicacion.com/ocl/download/paulinoperez.pdf>
- Pérez-Gómez, A. (2011): *Multiculturalismo Pop. El caso de los docurealities de viaje con destino Japón*. Revista Comunicación, núm. 9, vol.1, pp. 132-145. Consultado el 20-08-2014: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monografico/M10.-Multiculturalismo_Pop._El_caso_de_los_docurealities_de_viaje_con_destino_Japon.pdf
- Pérez Ornia, J.R. (ed.) (1995): *La Nueva Perspectiva Audiovisual. El Reto de la Televisión Pública Regional*. IX Conferencia de Consejeros de los Organismos Autónomos de Radio y Televisión. Madrid: Ediciones Telemadrid, Colección Ciudad de la Imagen.
- Pérez Ornia, J.R. y Núñez Ladevéze, L (2009): *Programación infantil en la televisión española: la inadecuada relación entre oferta y demanda*. Revista Telos núm. 54. Consultado el 10-12-2013: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/experienciasimprimible.asp?idarticulo=1&rev=54.htm>

- Pezzi Cereto, M. (coord.) (2003): *Estrategias y propuestas. Documento de estrategias y propuestas para la Segunda Modernización de Andalucía*. Sevilla: Junta de Andalucía y Consejería de Presidencia. Consultado el 30/12/2011: <http://www.reds-cepalcala.org/inspector/DOCUMENTOS%20Y%20LIBROS/TIC/librosegunda-modernizacion.pdf>
- Price, M.E. (1995): *Television: The public sphere and natural identity*, Nueva York: Oxford University Press.
- Ramírez Alvarado, M. (2007): *La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad: el caso de la radio y televisión de Andalucía, España*. Global Media Journal, vol. 4, núm. 8. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.
- Ramos Rodríguez, E. (2011): *Pocos machados y silenciados. Radiografía de la situación laboral de los profesionales de la comunicación en productoras audiovisuales y medios convencionales. El caso de Málaga*. Tenerife: Congreso Internacional Latina de comunicación social. Consultado el 10-12-2013: http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011_IICILCS/078_Ramos.pdf
- (2012): *Renovarse o morir: nuevos escenarios para la supervivencia de las productoras audiovisuales en Andalucía*. Málaga: Congreso Internacional Red Inav "Narrativas audiovisuales: convergencia mediática transnacionalización e intercambio cultural". Consultado el 10-12-2013: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/020.Renovarse_o_morir_nuevos_escenarios_para_la_supervivencia_de_las_productoras_audiovisuales_en_Andalucia.pdf
- (2013): *Canal Sur TV en tiempos de crisis. ¿El fin de un modelo público de televisión en Andalucía?* Ponencia en el II Congreso internacional de Comunicación Audiovisual y publicidad: "Crisis y políticas, La radiotelevisión pública en el punto de mira." Bilbao, pp. 548-560.
- Reig, R (dir.) Langa Nuño, C (coord.) (2011): *La comunicación en Andalucía. Historia estructura y nuevas tecnologías*. Sevilla: Fundación pública andaluza, Centro estudios de Andalucía.
- Reig, R., Mancinas-Chávez, A. y 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, núm. 69, pp. 571 a 617. Consultado el 10-02-2015: http://www.ull.es/publicaciones/latina/069/paper/1026_US/29es.html
- Robles Osorio, A. (2013): *La educación ambiental en la televisión andaluza. Análisis de los programas "Tierra y mar" y "Espacio protegido" de Canal Sur Televisión*. Trabajo fin de Máster. Universidad de Huelva / Universidad Internacional de Andalucía. Consultado 12-05-2015 en: http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/2841/0578_Robles.pdf?sequence=3
- Rodríguez Pérez, I.M (coord.) (2002): *Cultura Andaluza: De Punta a Cabo. Cuestionario tipo test*. Alcalá de Guadaíra, Sevilla: Editorial Mad.
- RTVA (2004): *Memoria RTVA 2001-02-03*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.

- (2005): *Memoria RTVA 2004*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.
- (2006): *Memoria RTVA 2005*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.
- (2007): *Memoria RTVA 2006*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.
- (2008): *Memoria RTVA 2007*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.
- (2009): *Memoria RTVA 2008*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.
- (2010): *Memoria RTVA 2009*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.
- (2011): *Memoria RTVA 2010*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.
- (2012): *Memoria RTVA 2011*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.
- (2013): *Memoria RTVA 2012*. Sevilla: Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA.
- RTVV (1990): *Las radiotelevisiónes en el espacio europeo*. Valencia: Ens Públic Radiotelevisió Valenciana.
- (1991): *Financiación y publicidad de las radiotelevisiónes públicas y privadas*. Valencia: Ens Públic Radiotelevisió Valenciana.
- Rúas Araujo, X. (2003): *Televisiónes públicas para todos los públicos*. *Ámbitos*, núm. 9-10, pp.363-400. Consultado el 10-12-2010: <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos09-10/ruas.pdf>
- Ruiz Alarcón, B. (2013): *Entrevista a José María Montero Sandoval*. Los porqués de la naturaleza, revista on line. Consultada el 4-08-2015: <http://losporquesdelanaturaleza.com/entrevista-a-jose-maria-montero-sandoval/>
- Ruiz González, F. (2002): "Los personajes de Jesús Quintero: La España del *cuñaaaao*" Suplemento de *El Mundo Magazine*, núm. 124. Consultado el 10-12-2014: <http://www.elmundo.es/magazine/2002/124/1013172209.html>
- Ruiz Muñoz, M. J. (2010): *Las secuelas de los tópicos folclóricos del cine español. Un diagnóstico de los formatos de entretenimiento televisivo*. *Ambitos*, núm. 19, pp. 183-196. Consultado el 10-02-2014: <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos19/11ruiz.pdf>
- Salvador Martínez, M. (1996): *La televisión pública en la Unión Europea*. Revista española de derecho constitucional, año 16, núm. 49, pp. 315-319. Consultado el 10-07-2015: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2005525.pdf>.
- Sánchez Revilla, M. (2012): *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España*. Madrid: Infoadex. Consultado el 10-12-2013: <http://www.infoadex.es/RESUMEN%202012.pdf>

- Sarabia Andúgar, I. Sánchez Martínez, J., Fernández Alonso, I. (2012): *La externalización como estrategia de creación del tercer canal. El caso de la Televisión Autónoma de Murcia*, en *Trípodos* núm. 29, pp 101-115. Consultado el 10-12-2013:
http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/artic le/view/11
- Sierra, F. (1998): *Función y sentido de la entrevista cualitativa en la investigación social*. En Galindo Cáceres, L.J. (1998): *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Pearson, pp. 277-345.
- UNESCO (1995): *Textos básicos de comunicación 1989-1995*. París: UNESCO. Consultado el 10-12-2013: <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001091/109197sb.pdf>
- (2005): *La Radiotelevision de Service Public: une selection de bonnes pratiques*. París, UNESCO.
- (2006): *Radiotelevision de servicio público: un manual de mejores prácticas*. San José de Costa Rica: UNESCO. Consultado el 10-12-2014: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf> /
- Unión Europea (1997): *Tratado de Amsterdam por el que se modifican el tratado de la unión europea, los tratados constitutivos de las comunidades europeas y determinados actos conexos*. Luxemburgo: Oficina de publicaciones oficiales de las comunidades europeas, p. 109. Consultado el 11-07-2015: http://europa.eu/eu-law/decision-making/treaties/pdf/treaty_of_amsterdam/treaty_of_amsterdam_es.pdf
- Vacas Aguilar, F. (coord.) (2000): *Televisión y desarrollo: las regiones en la era digital*. Mérida: Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología, Junta de Extremadura.
- Vallejo Peña, F. (2009): *La industria audiovisual en Andalucía y España ante el surgimiento de nuevos clusters*. *Cybergeog : European Journal of Geography*, núm 463. Consultado el 10-09-2013: <http://cybergeog.revues.org/22474>
- Vázquez Medel, M. A (1998): *La RTVA y la industria audiovisual andaluza*. En Manfredi Mayoral, J.L., Gómezy Méndez J.M. (eds.): *La Industria Audiovisual en Andalucía en 1995-96*. Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información: Universidad de Sevilla.
- Vega Jiménez, R. A.(2013): *La información deportiva en Canal Sur: una aproximación a su tratamiento en la Radio Televisión de Andalucía*. Tesis doctoral, Universidad de Sevilla.
- Vera Balanza, M.T. (2003): *La mujer, discriminada en Canal Sur*. En Díaz Nosty, B. (2003): *Los medios y la modernización en Andalucía*. Informe de la comunicación 2002. Madrid: Grupo Z, pp. 273-274.
- Vicente del Estad, R. (2011): *Inicios de Canal Sur Televisión: ¿Creación de una nueva industria audiovisual andaluza?*. Trabajo Fin de Máster, Universidad de Sevilla. Consultado el 18-12-2014: <http://fama2.us.es/fco/tmaster/tmaster04.pdf>
- Zabaleta Urkiola, I., Xamardo, N., Peñafiel, C., Agirreazaldegí, T. (1998): *La televisión de acceso público por cable y el euskara: un futuro compartido*. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 5. Bilbao: UPV/EHU, pp. 95-119. Consultado

el 11-07-2013: <http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/La-televisin-de-acceso-pblico-por-cable-y-el-euskara-un-futuro-compartido/61>, consultado el 07/11/15.

Zallo, R. (2010): *La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal*. Revista Latina de Comunicación Social, núm. 65, pp.14-29. Consultado el 18-12-2014: http://www.revistalatinacs.org/10/art/880_UPV/02_Zallo.html

--- (2012): *Retos del sistema vasco de comunicación: el papel de EITB-1*. Ponencia en el II Congreso internacional de Comunicación Audiovisual y publicidad: "Crisis y políticas, La radiotelevisión pública en el punto de mira". Bilbao, pp. 64-98. Consultado el 18-12-2014: http://www.ehu.es/ehusfera/congresoradiotelevisionpublica/files/2012/11/Ram%C3%B3n_ZALL

2. Referencias hemerográficas y consultas de sitios web

Diario ABC

ABC, "Canal 2 Andalucía comienza a emitir el viernes, destinado a la mitad de los andaluces y con problemas para sintonizarlo". Edición de Sevilla, 01-06-1999, p 46. Consultado el 6-01-2015: <http://hemeroteca.abcdesevilla.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/1998/06/01/46.html>

ABC, "Cine, deportes y documentales centran la oferta de Canal 2 Andalucía". Edición de Sevilla, 2-6-1998, p. 125. Consultado el 10-08-2013: <http://hemeroteca.abcdesevilla.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/1998/06/02/125.html>

ABC, "Homenaje a Federico García Lorca con programas especiales". Edición de Sevilla, 05-06-1998, p 125. Consultado el 6-02-2015: <http://hemeroteca.abcdesevilla.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/1998/06/05/125.html>

ABC, "Canal 2 Andalucía ha invadido la frecuencia de varias televisiones locales, entre ellas Canal 45 Andujar". Edición de Sevilla, 16-06-1998, p. 124. Consultado el 1-08-2013: <http://hemeroteca.abcdesevilla.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/1998/06/16/124.html>

ABC, "Resumen de todas las emisiones de Somos más". Edición de Sevilla, 16-01-2000. Consultado el 12-08-2015: <http://hemeroteca.abcdesevilla.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/2000/01/16/108.html>

ABC, "Aquí se pregunta y se contesta con el automático puerto. Entrevista a Jesús Quintero". Edición de Sevilla, 20-02-2000, p 194. Consultado el 10-08-2013: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2000/02/12/194.html>

ABC, "Somos más gira hoy en torno a la mujer gitana". Edición de Sevilla, 05-03-2000. Consultado el 18-08-2014: <http://hemeroteca.sevilla.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/2000/03/05/108.html>

ABC, "El director de la RTVA ve en la crítica del PP a un aprendiz chusquero de Goebbels". Edición de Sevilla, 08-06-2005. Consultado el 18-08-2014: http://sevilla.abc.es/hemeroteca/historico-08-06-2005/sevilla/Andalucia/el-director-de-rtva-ve-en-la-critica-del-pp-a-un-aprendiz-chusquero-de-goebbels_203005591340.html

ABC, "Inmaculada González y Marisa Doctor directoras de Canal Sur Televisión y Canal 2". Edición de Sevilla, 22-07-2003, p. 83. Consultado el 07-03-2009: <http://hemeroteca.sevilla.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/2003/07/22/108.html>

ABC, "El PP pide que estudien los dibujos animados de Shin Chan por inapropiados". Edición de Sevilla, 06-10-2003. Consultado el 12-08-2015: http://sevilla.abc.es/hemeroteca/historico-06-10-2003/sevilla/Andalucia/_172971.html

Diario El País

El País, "I Jornadas: Televisión pública y televisión privada, Contenidos y programación y Televisión autonómica". 23-04-1984. Consultado el 07-03-2009: http://elpais.com/diario/1984/04/23/radiotv/451519202_850215.html

El País, "Socialistas y andalucistas respaldan en el Parlamento la constitución del segundo canal de la RTVA". Edición Sevilla, 29-05-1998. Consultado el 12-10-2013: http://elpais.com/diario/1998/05/29/andalucia/896394133_850215.html

El País, "Canal 2 Andalucía comienza sin aclarar cómo se financiarán los 4.000 millones anuales que costará". Edición de Andalucía, 02-06-1998, p. 2. Consultado el 07-03-2013: <http://elpais.com/diario/1998/02/06/radiotv/>

El País, "Canal 2 Andalucía nace bajo el influjo de Lorca". Edición de Andalucía, 06-06-1998. Consultado el 21-12-2014: http://elpais.com/diario/1998/06/06/radiotv/897084008_850215.html

El País, "Entrevista a Bernardo Díaz Nosty: Una televisión pública debe inducir opinión y capacidad creativa". Edición de Andalucía, 06-11-1998. Consultado el 12-06-2015: http://elpais.com/diario/1998/11/06/andalucia/910308131_850215.html

El País, "Hay un pseudoperiodismo donde trabaja gente que no sabe nada. Entrevista a José Antonio Gurriarán". Edición de Andalucía, 08-09-1998. Consultado el 12-06-2015: http://elpais.com/diario/1998/09/08/andalucia/905206955_850215.html

El País, "El segundo canal de TV-3 inicia hoy sus emisiones en medio de la polémica". 10-09-1998. Consultado el 21-12-2014: http://elpais.com/diario/1988/09/10/radiotv/589845605_850215.html

- El País*, "El segundo canal de la RTVA costará 5.300 millones en año y medio". Edición de Andalucía, 09-10-1998. Consultado el 21-12-2014: http://elpais.com/diario/1998/10/09/andalucia/907885325_850215.html
- El País*, "La oposición ve un reparto de poder en el nombramiento de la directora de Canal 2". Edición de Andalucía, 05-02-1999. Consultado el 29-10-2013: http://elpais.com/diario/1999/02/05/andalucia/918170531_850215.html
- El País*, "Las actividades de La Rábida y Baeza, en Canal 2 Andalucía. Edición de Andalucía, 23-07-1999. http://elpais.com/diario/1999/07/23/andalucia/932682145_850215.html
- El País*, "El brujo de las entrevistas: Jesús Quintero entrevistará en Canal 2 a personajes como El Jorobado de Notre Barbate en *El Vagamundo*". Edición de Andalucía, 08-11-1999. Consultado el 10-02-2015: http://elpais.com/diario/1999/11/08/andalucia/942016949_850215.html
- El País*, "Canal 2 emitirá la primera serie sobre arte electrónico". Edición de Andalucía, 12-06-2002. Consultado el 12-09-2014 en: http://elpais.com/diario/2002/06/14/andalucia/1024006965_850215.html
- El País*, "Entrevista a Bernardo Díaz Nosty: *Los guardeses del PSOE tienen miedo al cambio*". Edición de Andalucía, 01-12-2003. Consultado el 12-09-2015 en: http://elpais.com/diario/2003/12/01/andalucia/1070234531_850215.html
- El País*, "La televisión asturiana demandará a Cascos por abocarla al cierre". 08-10-11. Consultado el 12-10-2013: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/television/asturiana/demandara/Cascos/abocarla/cierre/elpepisoc/20111008elpepisoc_6/Tes
- El País*, "Telemadrid no es una prioridad". 23-04-2012. Consultado el 12-01-2015: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/04/23/madrid/1335203596_271721.html
- El País*, "Cómo el PP arruinó Canal 9". 22-06-2012, pp. 20, 21. Consultado el 12-01-2015: http://politica.elpais.com/politica/2012/07/22/actualidad/1342910026_921650.html
- El País*, "La televisión autonómica de Canarias cierra su segundo canal". 31-07-2012. Consultado el 12-01-2013: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/07/31/actualidad/1343743480_741102.html
- El País*, "RTVA cierra la programación de Canal Sur 2 por falta de dinero". Edición de Andalucía, 05-09-2012. Consultado el 12-01-2015: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/09/04/andalucia/1346776168_528775.html

Otras publicaciones consultadas

- Diario de Sevilla*, "Canal Sur cancela *Andaluces por el mundo*". 21-12-2011. Consultado el 20-12-2014: <http://www.diariodesevilla.es/article/television/1143810/canal/sur/cancela/espacio/andaluces/por/mundo.html>

- El Correo de Andalucía*, "Canal 2 Andalucía celebra su décimo aniversario con nuevo nombre e imagen". 15-09-2008. Consultado el 03-06-2015: <http://elcorreoweb.es/canal-2-andalucia-celebra-su-decimo-aniversario-con-nuevo-nombre-e-imagen-OEEC138327>
- El Correo de Andalucía*, "Las privadas deben apoyar más la difusión científica. Entrevista a Alejandro Alvarado, director de Tesis". 26-10-2010. Consultado el 03-08-2015: <http://elcorreoweb.es/las-privadas-deben-apoyar-mas-la-difusion-cientifica-BNEC384702>)
- El Mundo*, "Canal Sur contrata con 10 ex directivos el 43% de su presupuesto para productoras". 03-05-2005. Consultado el 10-06-2014: <http://www.elmundo.es/papel/2005/05/03/espana/>
- El Mundo*, "Griñán toma posesión como nuevo presidente de la Junta de Andalucía". 23-04-09. Consultado el 03-07-2015: <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/04/23/andalucia/1240482133.html>
- El Mundo*, "El risita, ingeniero de apple". Suplemento de *El Mundo*, 12-03-2015. Consultado el 31-08-2015: <http://www.elmundo.es/enredados/2015/03/12/55018827ca47410e1b8b4570.html>
- El Punt Avui*, "Es constitueix a València el Col·lectiu Ricard Blasco" 30-09-2014. Consultado el 30-03-2015: <http://www.elpuntavui.cat/article/13-comunicacio/20-comunicacio/781555-es-constitueix-a-valencia-el-colmlectiu-ricard-blasco.html>
- La Verdad*, "La Comunidad provoca el cierre parcial de 7RM al cancelar el contrato con GTM". 30-08-2012. Consultado 31/08/2014: <http://www.laverdad.es/murcia/v/20120830/region/comunidad-provoca-cierre-parcial-20120830.html>
- Málaga Hoy*, "Atado a dos cadenas". 22-07-2012, pp 34,35. Consultado 31/09/2014: <http://www.malahoy.es/article/andalucia/1312925/atada/dos/cadenas.html>
- Sala de prensa RTVA* (2012a). "RTVA unificará sus dos parrillas, convirtiendo a Canal Sur 2 en cien por cien accesible mediante el subtítulo, traducción al lenguaje de signos y la audiodescripción". Consultado el 10-12-2014: http://www.canalsur.es/portal_rtva/web/noticia?id=10609
- (2012b): "El director de RTVA defiende la unificación de Canal Sur y Canal Sur 2 y asegura que la programación será mejor". Consultado el 10-12-2014: http://www.canalsur.es/portal_rtva/web/noticia?id=96750 (En línea. Consulta 13/09/2012)
- Sur*, "Canal Sur 2 cierra su programación para ahorrar 20 millones de euros". 05-09-2012, p.22. Consultado 31-08-2014: <http://www.diariosur.es/v/20120905/andalucia/canal-cierra-programacion-para-20120905.html>

Otros sitios web visitados

Ático Siete, http://intercambio.atico7.com/FTP_FILES/imaginaria/archivo.htm

Barlovento Comunicación,
<http://www.barloventocomunicacion.es/servicios/audiencias-tv.html>

BBC, <http://www.bbc.co.uk/>

Canal Sur a la carta, <http://alacarta.canalsur.es/television/programa>

Canal Sur, Sala de prensa, <http://blogs.canalsur.es/saladeprensa>

Cedecom, productora audiovisual, www.cedecom.es

Centro de Análisis y Documentación Política y Electoral de Andalucía, Anuarios Políticos de Andalucía, http://cadpea.ugr.es/Anuario_Politico_Andalucia.aspx.

Dialnet, <http://dialnet.unirioja.es/index.jsp>

DSPA, Diario de sesiones, Parlamento de Andalucía (2000, 5 de septiembre)

FilmAffinity, <http://www.filmaffinity.com/es/>

Google Académico, <http://www.scholar.google.com>

Google Libros, <http://www.books.google.com>

Guirriarán, José Antonio. Blog personal, <http://joseantoniogurriaran.blogspot.com.es>

Instituto Nacional de Estadística, Directorio Central de Empresas, DIRCE, <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t37/p201/&file=inebase>

Kantar Media, <http://www.kantarmedia1.es/archivos/index>

Memoranda Canal Sur, <http://memoranda.canalsur.es>

Neox, Televisión de A3 Media, www.neox.atremedia.com

Sala de prensa RTVA, <http://blogs.canalsur.es/saladeprensa>

Servicio de Archivo y documentación RTVA,
<http://blogs.canalsur.es/documentacionyarchivo>

Sociedad general de autores, <http://www.sgae.es>, <http://www.anuariossgae.com/>

Sofres, <http://www.tnsglobal.es>

III. ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS E IMÁGENES

TABLAS	
Tabla 1. Directoras/es de Canal Sur 2 (1998-2012)	113
Tabla 2. Costes de contratación de productoras externas. Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión (2001-2010)	131
Tabla 3. Selección de productoras audiovisuales con programas emitidos en Canal Sur 2.	132
Tabla 4. Selección de productoras audiovisuales con programas emitidos en Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión	133
Tabla 5. Los diez programas más vistos. Año 1998	143
Tabla 6. Los diez programas más vistos. Año 1999	144
Tabla 7. Características de la audiencia de Canal 2 Andalucía por edades (2001-2004)	145
Tabla 8. Los diez programas más vistos. Año 2000	146
Tabla 9. Los diez programas más vistos. Año 2001	147
Tabla 10. Los diez programas más vistos. Año 2002	148
Tabla 11. Los diez programas más vistos. Año 2003	150
Tabla 12. Los diez programas más vistos. Año 2004	154
Tabla 13. Comparativa de audiencias de Canal Sur 2 y La 2 de TVE (1998-2012)	157
Tabla 14. Los diez programas más vistos. Año 2005	158
Tabla 15. Los diez programas más vistos. Año 2006	160
Tabla 16. Los 10 programas más vistos. Año 2007	162
Tabla 17. Los 10 programas más vistos. Año 2008	164
Tabla 18. Evolución de la cuota de pantalla de las cadenas de televisión en Andalucía (2004-2008)	165
Tabla 19. Los 10 programas más vistos. Año 2009	167
Tabla 20. Los 10 programas más vistos. Año 2010	168
Tabla 21. Los 10 programas más vistos. Año 2011	170
Tabla 22. Los 10 programas más vistos. Año 2012	171
Tabla 23. Los 15 programas más vistos en la historia de Canal Sur 2	172
Tabla 24. Los tres programas más vistos en Canal 2 Andalucía (1998-2004)	197
Tabla 25. Los tres programas más vistos en Canal Sur 2 (2005-2008)	215
Tabla 26. Los tres programas más vistos en Canal Sur 2 (2009-2012)	228

Tabla 27. Número de documentales emitidos en Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión (2009- 2011)	229
Tabla 28. Evolución anual de las audiencias en Andalucía (1998-2012)	233
Tabla 29. Evolución de los presupuestos de la RTVA 2007-2012 (en millones de euros)	237
Tabla 30. Ingresos publicitarios RTVA 2008-2012 (millones de euros)	238
GRÁFICOS	
Gráfico 1. Cuota de pantalla de Canal Sur 2 (1998-2012)	139
Gráfico 2. Cuota de pantalla (1998-2004)	141
Gráfico 3. Cuota de pantalla (2005-2008)	156
Gráfico 4. Cuota de pantalla (2009-2012)	166
Gráfico 5. Perfil de las audiencias por clase social. Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión. Año 2000	188
Gráfico 6. Perfil de audiencia por edades. Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión. Año 2000	192
Gráfico 7. Perfil de la audiencia por el tamaño de las ciudades de residencia de los espectadores. Canal 2 Andalucía y Canal Sur TV. Año 2000	198
Gráfico 8. Perfil de audiencia por edades. Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión. Año 2005	204
Gráfico 9. Perfil de la audiencia por el tamaño de las ciudades de residencia de los espectadores. Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión. Año 2005	211
Gráfico 10. Perfil de las audiencias por clase social. Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión. Año 2005	222
Gráfico 11. Perfil de las audiencias por clase social. Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión. Año 2010	230
Gráfico 12. Comparativas de las audiencias de Canal Sur 2, por edades. Años 2005-2010	234
Gráfico 13. Perfil de la audiencia por el tamaño de las ciudades de residencia de los espectadores. Canal Sur 2 y Canal Sur Televisión. Año 2010	235
IMÁGENES	
Imagen 1. Evolución de los logotipos del segundo canal de la RTVA	120
Imagen 2. Presentadores de <i>La Banda</i>	246
Imagen 3. Fotograma de <i>El Club de las ideas</i>	258
Imagen 4. Cabecera y fotograma de <i>Espacio protegido</i>	266
Imagen 5. Cabecera y fotograma de <i>Con el cine en los talones</i>	278
Imagen 6. Cabecera y fotograma de <i>Tesis</i>	289

Imagen 7. Fotogramas de <i>El Vagamundo</i>	299
Imagen 8. Cabecera y fotograma de <i>Somos más</i>	310
Imagen 9. Entrevista de Jesús Vigorra a Rafael Chirbes en <i>El público lee</i>	315
Imagen 10. Fotogramas de <i>Sinceros</i>	330
Imagen 11. Cabecera y fotograma de <i>S.O.S. Estudiantes</i>	337
Imagen 12. Cabecera y fotograma de <i>Andaluces por el mundo</i>	345

IV. ANEXOS. TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS REALIZADAS

(En CD Adjunto)

I. José Antonio Gurriarán. Director de Canal Sur 2	2
II. Cristina Álvarez Secades. Directora de Canal Sur 2	5
III. Marisa Doctor Morillo. Directora de Canal Sur 2	13
IV. Bernardo Díaz Nosty. Miembro del Consejo de Administración de la RTVA	21
V. Carmelo Villar Lerma. Director de <i>La Banda del sur</i>	25
VI. José María Montero Sandoval. Director de <i>Espacio protegido</i>	32
VII. Francisco Gómez Zayas. Director de <i>Con el cine en los talones</i>	40
VIII. Inmaculada Jabato Sarabia. Directora de <i>Somos más</i>	47
IX. Jesús Rodríguez Vigorra. Director de <i>El público lee</i>	52
X. Andrés Calvo Serrano. Director de <i>Sinceros</i>	57
XI. Juan Manuel Lara. Director de <i>Sinceros</i> y <i>S.O.S. Estudiantes</i>	61
XII. Ana Almagro Oliva. Productora musical de Canal Sur 2	69

ANEXOS.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS REALIZADAS

En este apartado presentamos las transcripciones de las entrevistas realizadas con motivo de la realización de esta tesis doctoral. Cada una de éstas se encuentra precedida por una ficha en la se recogen el nombre de la persona entrevistada, su responsabilidad (si la conversación giró en torno a un programa en concreto se especifica su cargo en el mismo), la duración de la entrevista y su fecha de realización.

Índice

I. José Antonio Gurriarán. Director de Canal Sur 2	2
II. Cristina Álvarez Secades. Directora de Canal Sur 2	5
III. Marisa Doctor Morillo. Directora de Canal Sur 2	13
IV. Bernardo Díaz Nosty. Miembro del Consejo de Administración de la RTVA	21
V. Carmelo Villar Lerma. Director de <i>La Banda del sur</i>	25
VI. José María Montero Sandoval. Director de <i>Espacio protegido</i>	32
VII. Francisco Gómez Zayas. Director de <i>Con el cine en los talones</i>	40
VIII. Inmaculada Jabato Sarabia. Directora de <i>Somos más</i>	47
IX. Jesús Rodríguez Vigorra. Director de <i>El público lee</i>	52
X. Andrés Calvo Serrano. Director de <i>Sinceros</i>	57
XI. Juan Manuel Lara. Director de <i>Sinceros</i> y <i>S.O.S. Estudiantes</i>	61
XII. Ana Almagro Oliva. Productora musical de Canal Sur 2	69

I. José Antonio Gurriarán. Director de Canal Sur 2

Cargo: primer director de *Canal Sur 2* (1998-1999)

Fecha de la entrevista: 30 de mayo de 2015

Duración: 20 minutos

Realizada: telefónicamente

PREGUNTA. *¿Cómo se gesta la idea de crear un segundo canal en la RTVA? ¿Quiénes son los principales artífices? ¿Con qué objetivos nace Canal 2 Andalucía?*

RESPUESTA. La idea era dedicar una segunda cadena con mayor atención a programas de tipo cultural a Andalucía. La primera cadena era más de tipo informativo y la segunda se quería que tuviera más énfasis en temas socio-culturales, de ciencia y de temáticas diferentes. Y así arrancó, precisamente en el aniversario de la muerte de García Lorca y se hizo un programa en directo. También hubo muchos temas de tecnología en Andalucía. Y se contrataron series más culturales. Se era consciente de que las segundas cadenas siempre tenían una menor incidencia en la audiencia en el número de telespectadores. No se buscaba una cadena con gran audiencia sino una con un público constante y que fuera en aumento poco a poco. Y así fue.

P. *¿En qué momento se involucra en este proyecto? ¿Cuál es su papel? Entre sus haberes, ¿cuáles destaca como los más significativos?*

R. Yo había sido director del diario Pueblo, también de los servicios informativos y me lo pidió Eduardo Abellán, el ir a dirigir esta cadena. Entonces yo tenía interés en hacer cosas nuevas y no solo por ser una cadena de temas cultural... sino también de temas sociales de todo aquello que pudiera servir para la vertebración social de Andalucía y para eso podría servir esta televisión. Así por ejemplo, pusimos a una presentadora invidente, Nuria Del Saz, que ninguna presentadora en ninguna tele del mundo había tenido una presentadora invidente. Esta chica tenía 17 años y había tenido una emisora en casa de sus abuelos, que creo que era mecánico en Sevilla. Y entonces ella era muy valiente y le llamé y le ofrecí. Me pareció un detalle muy bueno que ya desde su casa hiciera una radio ella sola para comunicarse con la gente y le ofrecí trabajar en este programa. Yo de todas maneras fui a la ONCE buscando a algún experto para que me dijera si ella estaba capacitada, pero en seguida me di cuenta de que Nuria ya era una chica muy valiente y muy capacitada mentalmente... Y pese a ser invidente pudo hacer todo perfectamente.

Estuve poco tiempo en Canal Sur, me jubilé. Pero ella siguió muchos años haciendo su programa . Ella lo hacía muy bien y le daba un aspecto social e institucional a la cadena muy bueno. Yo tengo una minusvalía yo sufrí un atentado hace muchos años y por eso me gustaba o me gustó poder ofrecer este plan a esta persona invidente y con una sensibilidad y una capacidad muy especial. Yo además estaba muy sensibilizado con todo este tema.

También destacó *El Vagamundo*, de Jesús Quintero. Me pareció un genio. Tenía una forma de tratar los temas con una profundidad, ironía muy especial e incluso la provocación que él tiene en la palabra y la forma de hacerlas... Quintero era muy desafiante e inteligente. Y él decía "Canal Sur, la nuestra" con ironía y haciendo un gesto con la mano, como una especie de corte de mangas. Anteriormente en otras televisiones había tenido muchas restricciones pero no en la nuestra y se encontró con la libertad absoluta para hacer un programa desafiante, cultural de los temas artísticos del momento... Y encima de todo, él es muy andaluz, reivindicativo de los temas de Andalucía. A Quintero la había conocido porque había hecho muchas entrevistas y se había portado muy bien conmigo: me había realizado entrevista largas en Radio Nacional de España. El era muy camelero, te ganaba, te generaba ambiente. Es uno de esos personajes que te dejan impactado, los programas de Quintero. Sobre *Contrapunto*, yo realizaba las entrevistas y reportajes que Canal Sur 2 tuviese un tono culto en el uso de la palabra y de la imagen. También trataba temas tecnológicos

P. *¿Cómo fue el primer día de emisiones?*

R. En cuanto al primer día, el día que comenzaron las retransmisiones en Fuentevaquero recuerdo mucho nerviosismo que teníamos junto con los colaboradores y el director general, Eduardo Abellán. Estábamos nerviosos porque todo saliese bien, teníamos mucho interés de que fuese bien y mucho miedo de que algo podía fallar. Afortunadamente todo salió maravilla, todo estuvo genial y estábamos muy expectantes, con muchas ganas de comenzar este canal: el primer día fue muy bueno. También recuerdo, en el poco tiempo que estuve como director de Canal Sur 2 también en la grabación de la fiesta de Rocío que teníamos la posibilidad de mostrar que está pasando en Almonte y al mismo tiempo con otra cámara grabar en ese mismo momento lo que ocurría por ejemplo en Sevilla eso estuvo muy bien. Fuimos capaces de hacer cosas que entonces no se habían hecho.

P. *¿Cómo fueron las audiencias en los meses que estuvo dirigiendo Canal 2 Andalucía?*

R. No se buscaba una cadena que tuviera mucha audiencia, sino que poco a poco fue aumentando el número de espectadores. Las segundas cadenas como la de televisión española son de audiencia baja, pero estables. Entonces la de Canal Sur 2 trataba temas culturales, institucionales incluso como el parlamento y cualquier programa que tuviera temática parecida. Y empieza a hacerse eso poco a poco porque había un presupuesto mínimo y se trataba de hacer las cosas poco a poco y con poco gasto. Y se aprovecharon todos los programas, incluso alguno que ya se habían rodado por la cadena y podían emitirse. Y al mismo tiempo haciendo programa nuevos, más bien baratos. Tuvo mucho éxito por ejemplo el cine sin interrupciones por publicidad. Se trataba de un espectador selectivo diferente, distinto. Sectores jóvenes, nuevos públicos: gente que no solía ver mucho la televisión. A mí me sorprendió que la audiencia aumentaran tan rápido. En tres años estaba al nivel de La 2 de TVE. Y eso tenía que ver porque había gente muy motivada, con muchas ganas, haciendo las cosas bien. A mí siempre me ha sorprendido por la gente que había por la gente joven por la gente por ejemplo, Antonio de la Torre, el ahora actor, que trabajaba en Canal Sur. Él empezó en el aniversario de la muerte de Lorca. También me sorprendió el sector audiovisual en Andalucía, por los espacios culturales que se hacían, por la música, el flamenco... había mucho flamenco. Por ejemplo, temas medioambientales y que tuvo mucha importancia con mucho éxito yo esto lo había hecho ya en el diario Pueblo del que yo era director. Hablar del medio ambiente. Fue Canal Sur 2 un buen ejemplo posiblemente el mejor ejemplo, cuanto a España de una televisión alternativa, de un segundo canal

P. *A modo de conclusión, ¿cree que el Canal 2 ha servido para ayudar a vertebrar la identidad cultural andaluza? ¿Ha servido para ofrecer una televisión diferente? ¿Qué hemos perdido al quedarnos sin este canal?*

R. En Canal Sur 2 había muy buenos redactores y redactoras, muy buena gente, con mucha gana de trabajar. Me sorprendió mucho gente que hacía las cosas bien que trataba los temas diferentes. Canal Sur 2 ha aportado mucho a Andalucía, a los andaluces. Yo de todas formas estuve poco tiempo, al final de mi vida periodística: después estuve en Bruselas y no he podido seguirlo del todo pero sí está claro que aunque yo soy gallego y con mucha vocación de andaluz, sí me di cuenta de lo que significó esa televisión aportar mucho la gente. El poder dar información desde Almería hasta Huelva, información como expresión cultural y social.

II. Cristina Álvarez Secades. Directora de Canal Sur 2

Cargo: directora de *Canal Sur 2* (1999-2004)

Fecha de la entrevista: 22 de junio de 2015

Duración: 50 minutos

Realizada: en persona

PREGUNTA. *Cuénteme el origen de Canal 2 Andalucía ¿cómo se gesta y cómo se involucra? ¿Qué oferta presentaba? ¿A qué público iba dirigido?*

RESPUESTA. Bueno en realidad lo que lo que sucede es que la RTVA ya podía tener un segundo canal, se nos concede una segunda cadena y se decide crear Canal 2 Andalucía y ocupar ese espacio. Entonces yo formaba parte del Consejo de administración cuando se creó, y el director era Eduardo Abellán. Era un canal andaluz dirigido que quería cubrir una oferta que no había en el mercado. Canal Sur Televisión en realidad era una televisión dirigida a un público tiene su derecho, pero faltaba ese otro público. La televisión pública debía atender a todos los públicos: a los mayores, pero también a la gente más joven a los niños, que fue cuando *La Banda* se hizo en Canal 2 que toda la mañanas teníamos este programa, durante muchas horas. Quería ser una televisión alternativa dirigida a otro tipo de público, a un público joven con nivel cultural, con formación. Cubrir esos espacios que no cubría Canal Sur Televisión de una televisión cultural moderna, y dirigida a un público joven niños y un público culto. E insistimos mucho que el nombre de identidad y el que era una televisión alternativa a Canal Sur Televisión e incluso a muchas de las televisiones que existían en España en ese momento. Entonces al poco tiempo de ponerse en marcha ya tuvo más audiencia, superó la audiencia de La 2 de TVE. Canal 2 era una televisión que defendíamos porque la cultura no tenía porque ser aburrida y que la televisión debía estar también para entretener. El público puede entretenerse con un libro, con un espacio de ecología o de educación. Entretenerse no tiene porque ser un tipo de acción tribal o entretenerse base de chismorreo o de hablar de unos y de otros. La cultura también es entretenimiento y así se programada desde ese concepto la cultura entretiene y eso queríamos que fuese calando. Y que los espectadores se fuesen acogiendo a este programa.

P. *El nombre de Canal 2 Andalucía, ¿tuvo mucho debate?*

R. Se decía si poner el mismo nombre como ahora tiene o como tuvo después, Canal Sur 2, o ponerle Canal 2 Andalucía que era el que defendíamos. Porque de hecho soy de la opinión que siempre se tuvo que llamar Canal Andalucía. Canal Sur los hay en Iberoamérica o Tele Sur o

nombres similares. El sur es un concepto muy amplio: el sur no tiene porque ser el sur de Andalucía. Estábamos haciendo una televisión para Andalucía y bueno hubo mucho debate con el nombre. Al final se decidió que se llamase Canal 2 Andalucía después se lo quitaron: para mí fue un error. De hecho no todos los canales del grupo RTVE se llaman de la misma manera, pueden tener distintos nombres. O por ejemplo, mira Mediaset que tiene distintos canales y cada uno con un nombre distinto no es un problema con este grupo podría haber pasado así con la RTVA. Profundizar en este tema, en el nombre era una forma de darle entidad al canal porque se insistió mucho desde los andalucistas que fuera un canal andaluz.

P. *La parrilla de programación ¿cómo la diseñan? ¿Se fijan en otras cadenas televisivas existentes?*

R. Al principio se tuvo una programación más corta, de unas siete horas. Y yo cuando llegue en el año 99 tenía la programación todo el día: faltaban tan solo la noche que la pusimos en marcha en el 2001. El primer programa que se puso para cubrir toda la noche fue el Canal turismo con eso ocupamos las 24 horas de programación. Se ponía por las noches y este Canal turismo permitió que la televisión estuviera 24 horas al día funcionando: a los tres años ya emitíamos sin interrupción. Un poco nos basamos en otros canales. Pero nosotros queríamos darle a todo el sello andaluz porque Andalucía es muy particular tiene su identidad tiene su manera de ser y no nos valía pasar la voz de televisión española para aquí. Vimos también por ejemplo el Canal Arte y vimos también que los presentadores fuesen andaluces. Que los presentadores no tuviesen porque forzar su acento y hablar como se habla aquí tener que corregir su habla. Eso después lo hacen ellos para que me llamen de otras televisiones pero aquí no deberíamos eso. Cuando yo llegué ya había programas puestos.

P. *¿Considera exitoso el proyecto de Canal 2 Andalucía? ¿Qué destaca?*

R. Tuvimos una suerte o varias suertes por la que yo creo que fue el éxito de Canal 2 Andalucía. Eso no lo dice nadie, pero yo te lo voy a decir. Era una televisión que no interesaba a los políticos porque en principio no tenía audiencia, no importaba. Y como era una televisión de la cual no se esperaba mucho, nos dejaron hacer y nos salió bien; incluso con unas audiencias espectaculares. Y yo creo que esas dos cosas fueron las que la hicieron crecer y triunfar. Porque nosotros íbamos por objetivos: yo vengo de la educación y nosotros programamos por objetivos. Este trimestre (como los programas se aprobaban por trimestre) vamos hacer un programa sobre cine por ejemplo, o sobre libros o sobre el tema que sea. O vamos a hacer un programa sobre gays y lesbianas. Bueno esos programas fíjate tú que son programas que están guardados y que nunca

se volvieron a emitir, nunca más se volvieron a poner. Y yo me acuerdo que hace dos años hubo un encuentro de ATEI y yo tenía una mesa redonda y puse el programa *Emprendedoras* que era un programa de mujeres emprendedoras, andaluzas, y no gustó a la dirección que lo emitiese. Y con decirte que ahí están todos los programas guardados. Y tiene una actualidad total y además eran programas muy bien hechos: por ejemplo *Solidarios* o *La Banda*, programa del que reivindicamos que tan solo se emitiese en Canal 2, que le diese identidad a esta nueva cadena televisiva.

Después una cosa muy curiosa que todo mundo me lo criticó al principio. A Canal 2 no lo conocía nadie y entonces todos los días a las siete de la tarde poníamos una película de vaqueros. Y me criticaban todos. Y yo decía: la gente tiene que conocernos y las películas de vaqueros es una forma de que empiecen a conocer esta cadena y si ponemos una película de vaqueros es un gancho para que la gente la vea y se entere de que existe Canal 2 Andalucía. Entonces no había como ahora películas de vaqueros. También quisimos programar series antiguas pero los derechos lo tenía televisión española y era muy caro. Y no podemos poner todo lo que quisiésemos. También hicimos otra cosa importante y es que los programamos los programas los presentamos en los sitios al lugar donde tenía que ver ese programa. Por ejemplo *Tesis* el de los presentamos en la universidad, *El Vagamundo* también lo presentamos en la Universidad de Málaga lo llevamos a Quintero allí y no había nadie: la gente sentada por las escaleras. Nos movíamos mucho llevando a los sitios los programas. Sobre todo lo que buscábamos para reforzar la identidad de Andalucía. O por ejemplo el programa *De punta a cabo*, un concurso que incluía de Punta Umbría a cabo de Gata y era todo sobre Andalucía. Después tuvimos también concursos con niños. Reforzar vamos con concursos y reportajes nuestra programación. Todos los programas eran sobre Andalucía. Espacio protegido era sobre Andalucía.

P. *¿Qué programa considera que tuvo una relevancia especial durante los años que dirigió esta cadena?*

R. *El Vagamundo*. Fue un programa muy importante en Canal 2 Andalucía porque fue el que relanzó el canal. Porque Quintero entonces no estaba en el mercado y revivió a la televisión en Canal 2 Andalucía. Entonces eso le dio mucha potencia a nuestro canal y mucha fuerza: es uno de los programas claves. Siempre fue igual un programa de entrevistas pero primero se llamo *El Vagamundo* en Canal 2 Andalucía y después se pasó a Canal Sur Andalucía. Quintero estaba muy preocupado por las audiencias y yo le decía: no te preocupes por las audiencias. De eso ya me encargo yo, le decía. Y él me decía que yo era la primera directora a la cual no le importaba las audiencias. También *1001 Noches* que estuvo una eternidad, más de 1001 noches. Políticamente lo que se quería con Canal 2 era cubrir

un espacio que lo ocupase una cadena de la RTVA. Y se empezó a ver que había audiencia, que nos llevábamos todos los premios. Yo creo que incluso Canal 2 Andalucía le dio prestigio a Canal Sur Televisión. En su época fuerte le dio prestigio. Además yo fui la primera mujer directora de una televisión en España y la primera mujer directiva en la RTVA: en eso también fuimos innovadores. Fuimos la primera televisión que tuvo una presentadora ciega, eso ninguna televisión la tuvo y muchas de ellas no la ha tenido después con el paso de los años, Nuria del Saz que estaba por las mañanas.

P. *Hay tres grandes públicos al cual va dirigido Canal 2 Andalucía: el público infantil, juvenil y el público adulto formado y más culto. ¿Cómo se programaron espacios televisivos para cada público?*

R. Para el público infantil, *La Banda* fue el referente. Se le dio mucha participación a los niños y a los colegios visitaban el programa y cuando se creó el carnet de *La Banda*. No existía Disney Channel ni Clan TV y el canal de referencia para los niños en Andalucía. Fuimos la primera televisión que pusimos *Shin Chan* porque no decían que esa serie de dibujos animados japoneses no tenía valores positivos para niños. Fíjate tú ahora y el era un niño descarado que enseñaba el culo irreverente y yo siempre lo defendí. Es un niño gracioso iba un poco en la línea de Canal 2, rebelde. Fundamentalmente el infantil después también podemos destacar *El Club de las ideas* que también era un programa educativo cultural pensado para los niños, que comprendía desde primaria, infantil y hasta secundaria. Nos parecía que había un vacío. En ese sentido más adelante creamos *Tesis* que venía a suplir o a cumplir un hueco que no estaba lleno que eran los estudiantes de las universidades y comenzó este programa de televisión en la UNIA en la Universidad de verano en Baeza y después se extendió a todas las universidades de Andalucía. Era un programa de una mentalidad impresionante, muy buen programa. Aparte luego había programa musicales, varios programas musicales como *Fórmula uno*, Juan Carlos Rivero los dirigía. Lo bueno que tenía Canal 2 Andalucía es que todo el mundo estaba muy comprometido con el proyecto. Los de dentro y los de fuera.

P. *¿Qué papel jugaron las productoras audiovisuales en Canal 2 Andalucía?*

R. Nosotros teníamos como objetivo potenciar la industria audiovisual en Andalucía, las productoras pero no las de siempre, sino las pequeñas. Así por ejemplo *De punta a cabo* la hizo una productora que nunca más hizo ningún programa para esta televisión. O *Tesis* por ejemplo, uno de los programas que hicimos con la productora Cedecom, que entró en Canal Sur haciendo este programa. Y para la RTVA los programas no eran caros porque a las productoras les interesaba más entrar que cobrar y eso sirvió para Canal 2. Era como un escaparate para las productoras. O por ejemplo,

Imago producciones, que hizo *Mujeres, Emprendedoras* y después *De frente* también lo hizo una productora que fue la única producción que hizo para nosotros. Hubo muchas productoras, al menos unas 10, y sus programas fueron los primeros y los últimos programas que hicieron para nosotros. Después había muchos espacios de producción propia y para los jóvenes estaban al principio espacios para el fomento de la lectura, de literatura, *Pretextos* después *El público lee* de Jesús Vigorra. El de *Pretexto* no era muy dinámico y buscamos otra opción. Antes de quitar un programa buscábamos cambiar el formato, buscar algo más atractivo. Como *Pretexto* no funcionaba mucho buscamos otro programa. No dijimos “no sirve un programa de libros” sino “buscamos otra opción”. Vamos a cambiar el formato porque los libros pueden tener espacio en Canal 2. Aparte nos pasa también con el programa de mujeres. Primero había uno de mujeres que se llama *Somos más* que presentaba Inmaculada Jabato, durante un tiempo. Después no funcionó también y no quitamos ese espacio, sino que hicimos otro programa que se llamaba *Mujer emprendedora* una que se llamó *Mujeres*. Buscábamos caras nuevas otros formatos. Aparte una de las cosas que también pretendíamos era que los presentadores de los informativos fuesen jóvenes. Por ejemplo, Marta Paneque, que comenzó como presentadora en Canal 2 tuvo mucha polémica porque había mentalidad de que la gente joven no era convincente para las noticias y había que pelear por ello. Nosotros teníamos una cosa clara y nos empeñamos mucho por conseguirla y apostamos por Marta Paneque. La idea era crear una televisión moderna pero el ambiente no era tan moderno en muchos de los casos.

P. *¿Qué situación tenían dentro de la RTVA y que relación había con Canal Sur Televisión?*

R. A nosotros nos dejaron hacer. Rafael Camacho fue un gran director general que apoyó mucho Canal 2: el mayor apoyo que tuvimos fue por él. Tuvimos que pelear con mucha gente porque de pronto veían que un programa de Canal 2 Andalucía funcionaba y se lo querían llevar a Canal Sur. Y eso nosotros no lo queríamos. Los programas que se emitieron en Canal 2 no se pueden repetir en la primera ni viceversa. La identidad de la televisión decíamos nosotros, era dar sus programas y si cambiaban programas de una cadena a otra pues se perdía la identidad eso conseguimos. Es un concepto erróneo. Así no tienen audiencia porque no hay definición. Tú no dices bueno voy a ponerme un canal. Quitar un Canal 2 y ahora quieren hacerlo con Andalucía Televisión pero con lo que cuesta poner un canal nuevo es muy difícil. Otra opción que se podía hacer antes de quitar la señal de Canal 2 era repetir programas había muchísimos programas grabados. Pero nosotros luchamos mucho por ello. Hay muchas claves que le dieron el éxito a Canal 2.

P. *¿El servicio público y Canal 2 Andalucía?*

R. Servicio público lo teníamos, sin duda. Canal Sur Televisión era una televisión para todos los públicos. Una televisión pública sin público no tenía sentido, cada público necesitaba su televisión. Yo decía que si Tesis la ven 2000, 3.000 o 5.000 personas, eso era una cantidad muy importante. ¿O es que no tiene mérito ese número de personas informándose sobre nuestras universidades, sobre lo que investiga? ¿Cómo eres capaz sino de meter a dos o tres mil escuchando a un profesor universitario dando una conferencia? Eso lo permitía Canal 2. O lo mismo con los programas de libros. Tres mil espectadores viendo a un autor oyéndole y viéndole hablar de su última obra. Eso a la mejor en audiencia será un 0,5%, pero son 3000 personas escuchando a un escritor hablando sobre su libro. Aparte era un poco la filosofía que nosotros teníamos y éramos muy persuasivos en eso y muy insistentes. Éramos el equipo muy pequeño éramos tres personas los que trabajamos haciendo Canal 2 Andalucía y estábamos muy cohesionados y tenemos todos una filosofía muy clara y en común. Lo que queríamos lo que se quería hacer. Y después como nadie los ponía pegas y además tenía audiencia y empezó a tener prestigios...Nosotros mediamos la rentabilidad de Canal 2 Andalucía en cuanto a la rentabilidad social. Puede no tener mucha rentabilidad de audiencia, mi eco económica, pero es que la cultura tiene poca rentabilidad económica. Pero tiene rentabilidad social porque todo el mundo veía Canal 2 Andalucía, hablaban de ella. Nos dieron muchísimos premios de verdad. Porque nosotros no íbamos buscando premios, nos los daban como yo he visto después que si iban buscando premios, pidiendo premios... yo te doy esto y tú a cambio me das un premio. Canal 2 recibió muchísimos premios, llego y caló y fue una época dorada de la televisión

P. *Estuvo desde el 1999 al 2004, ¿Qué otras cosas recuerdas de la programación? ¿Qué hechos considera hitos en los años que dirigió este canal? ¿Algún recuerdo que especial?*

R. Cuando murió Carlos Cano le hicieron un homenaje en La Habana y fuimos a grabar allí un documental. El tenía un coro de niños cubanos y tuvieron problemas porque no les dejaban salir. Entonces fuimos. Organizaron un festival con la consejería de turismo y de cultura de la Junta de Andalucía y fuimos el equipo de Canal 2 Andalucía con Clara Montes: fue en el Teatro Español de La Habana. Aprovechamos una semana en la Habana inolvidable y grabando toda la Habana un documental sobre La Habana. Otra cosa importante fue cuando se descubrió a Pasión Vega que no la conocía nadie y a mí me encanto y la dio a conocer Jesús Quintero.

Posiblemente no se acordaba ni ella, aparte se dio a conocer en el programa de Canal 2 Andalucía. Allí fue la primera entrevista, donde se dio a conocer, donde se descubrió como cantaba. Después quiso hacer también un programa para Canal 2 Juanito Valderrama. Nosotros

buscábamos a todos los cantantes andaluces que estuvieran en activo por ejemplo Juanito Valderrama, y hacíamos conciertos de él, de Pasión Vega, Clara Montes y grabábamos un programa de una hora con un concierto. Le poníamos un poco de ambiente en el plató y se grababa. Conciertos de Canal 2, conciertos musicales.

P. *¿Cómo se comportaron las audiencias durante los años que usted dirigió este canal? ¿A qué atribuye el éxito?*

R. Fue una historia impresionante. Las audiencias fueron subiendo del 1% el primer año hasta los años 2003 y 2004 con más del 5% de audiencia. Llegamos a alcanzar cotas del 6%... Era una televisión hecha con mucha verdad, con mucha autenticidad y nos movíamos mucho. Era como La2 de Televisión española, pero aquí en Andalucía la gente nos veía de verdad. Porque la gente decía mucho que veía los documentales de La 2 pero aquí realmente la gente veía estos programas. Implicábamos mucho la gente, movíamos mucho la presentación de los programas en los lugares a los que han elegido, en distintos sitios en Almería, en Córdoba en Málaga, en todas partes. Y después, yo creo que los programas eran muy andaluces y se identificaban con el público al que van dirigido, al que veía la televisión. Por ejemplo *De punta cabo* era un programa de niños de colegio y sabíamos que se programa lo verían los niños, sus padres, los amigos, los profesores. Teníamos en cuenta a la hora de crear un programa que estuviese representado colectivos que eso siempre atrae gente, trae audiencia. O por ejemplo *Solidarios*: hacíamos una fiesta al año o a los dos años e invitábamos a todas las ONG que habían colaborado. Había también medios económicos ahora creo que eso no se podría hacer porque no hay muchos fondos.

Yo creo que el éxito de la audiencia estaba en que fueron programas muy novedosos que conectaron mucho con el público al que iban dirigidos. Además los programas de cine Canal 2 Andalucía fueron los primeros en los que se pusieron las películas íntegras, sin cortes publicitarios: la primera en España. Que ponía las películas enteras, con todos los créditos. Era nuestro lema. Una película no se puede poner sin créditos porque estamos mutilando la obra. Cualquier director hasta debería quejarse por eso y pedir una indemnización. Entonces era una televisión que tenía mucha importancia. Era muy rigurosa en las formas. Nosotros poníamos todos los créditos y a lo mejor hacía que la gente se fuera... pero tenía su público. Y ese tipo de cosas le interesaba gente porque había un público para eso. Conectamos con un público andaluz que no tenían nada de televisión para ellos. Hicimos una televisión para ellos que daba respuesta a sus inquietudes, a su manera de entretenerse, de sus inquietudes informativos, culturales, educativos como que presentaba una Andalucía más moderna, más ecológica, de medio ambiente. Presentaba valores nuevos que a lo mejor estaba por descubrir.

P. *¿Que otros géneros se propusieron en las diferentes parrillas de programación de Canal 2 Andalucía?*

R. *Acerca*T era un informativo juvenil que lo presentaban dos chavales de 16-17 años de los que estaban en *La banda* y después empezaron a presentar este programa informativo para jóvenes. La única televisión que tuvo un informativo de esta característica. Pero para jóvenes adolescentes para otro tipo de público. También había deportes de todo tipo. Deportes en los que salía la mujer, éramos una televisión que teníamos muy en cuenta la cuestión de género. A mí eso siempre me preocupó mucho la igualdad y fui una defensora acérrima de la igualdad y cada vez que podía hacía algo para ello. La gente nos llamaba y siempre que podíamos respondemos a las necesidades de la gente de los andaluces, de los colectivos. Y entonces retransmitíamos partidos femeninos de baloncesto o fútbol sala o deporte de todo tipo, minoritarios. No era la televisión del fútbol. Después entró el fútbol de segunda B, después si cambió un poco, fue irreconocible. Pero en esa primera época así fue, con ese sentido. Yo creo que cambió la filosofía después de que yo me fuera y también la situación.

P: *¿Puede distinguir diferentes etapas en la historia de este canal?*

R. Yo creo que la mejor etapa fue en la que yo fui directora, pero porque coincidieron muchas cosas. Hubo un director general que lo apoyó mucho, Rafael Camacho estuvo muy bien. Después también estuvo con en la época de Marisa Doctor y empezaron a cambiar cosas. Empezaron con el tema del nombre que le pusieron Canal Sur 2. Y no era el nombre por una cabezonería si no que definía la identidad de Canal 2 Andalucía. Y queríamos que fuese una televisión andaluza alternativa, plural, dirigida para un público joven, programas culturales y el nombre era parte de eso. No era un capricho. Todo eso se empezó a desvirtuar y empezaba a dar igual. Le vamos a poner Canal Sur 2 para que sean todas iguales. Y lo peor es que fueron emitiéndose programas de Canal Sur Televisión en Canal Sur 2 y nosotros no estábamos de acuerdo con eso. Los programa del segundo canal eran los nuestros y no debían emitirse en Canal Sur, para que la gente tuviese claro qué canal quería ver y qué canal estaba viendo. Eso acabó difuminando la identidad con el tiempo, empezaron a repetirse programas. Ya uno no sabía si estaba viendo Canal Sur Televisión o Canal Sur 2. Eso también va con la mentalidad de las personas que en ese momento dirigía la cadena, eso va con cada persona. Y después llegó Pablo Carrasco que fue cuando quitó la figura de director de Canal Sur 2 La última directora fue Marisa Doctor y después ya desapareció del organigrama esta figura.

III. Marisa Doctor Morillo. Directora de Canal Sur 2

Cargo: directora de *Canal Sur 2* (2004-2008)

Fecha de la entrevista: 16 de junio de 2015

Duración: 35 minutos

Realizada: telefónicamente

P. *¿Cómo se involucra en el proyecto?*

R. Me involucro en el año 2004 cuando me llama Rafael Camacho, director general de la RTVA y en agosto hace el cambio, me nombra directora. Yo no había hecho programación, no tiene nada que ver el mundo de la programación con el mundo de los informativos. En los informativos se vive al día y la noticia nace y muere casi el mismo momento. Pero en el mundo de la programación es una duración de meses preparación de meses y estudiar analizar mucho es preparar una estrategia es ver que queremos hacer cómo lo queremos hacer y siempre el fruto es a largo plazo de meses, años. Desde 2004 me meto ahí, tenía un poco mis reticencias con el tema de la programación porque nunca lo había hecho pero el saldo muy positivo muy bueno me involucré muchísimo, de lleno. Lo que pasa es que Canal 2 Andalucía ya estaba, era una cadena muy asentada, llevábamos unos cuantos años de andadura y coincidió con el año 2005 fue el mejor año en la historia de Canal 2 de todos. De audiencias, de consolidación, de identificación con el espectador. Fue el año de su éxito, porque ahí hubo unas cuotas de audiencias increíbles sobre todo en la primavera del año 2005 con ciertos programas, llegamos a audiencias en un día de hasta el 14%: fue bestial. Tuvimos unas semanas de días que no bajamos del 8% y acabamos el año muy bien, acabamos con el 5,5% de audiencia en el año 2005. Ese año fuimos líderes ese año en Andalucía de segundas cadenas de todas las que se venía acá, incluida La 2 TVE. Aquí habíamos sobrepasado televisión española que se veía aquí en el territorio andaluz Y también éramos líderes de toda la segunda cadenas en España por delante de la segunda cadenas de los catalanes de los vascos, de los gallegos y sobre todo de los catalanes

P. *Se habla de potenciar la programación infantil, juvenil, lo cultural y el cine. ¿Qué programación se encuentra al llegar? ¿La continua?*

R. Canal 2 Andalucía tiene una programación muy diferenciada complementaria de Canal Sur TV y está consolidada, con una programación de servicio público y complementara a Canal Sur TV. Pero es una cadena alternativa y cuando yo llego hay varios programas que despuntan muchísimo, que les hace ser diferente a la cadena. Y ya tenía

algunos programas muy buenos con un público infantil juvenil y adulto y muy cultural. En el año 2006 llegaba por ejemplo *Andaluces por el mundo* ese programa fue le dio mucho caché a la cadena: este programa barrio en cuanto audiencia. También fomentamos muchísimo los programas musicales. Estaba ya muy asentada la programación infantil con *La Banda* cuando nosotros llegamos y lo que hicimos fue incidir mucho más en no perder a los niños que eran nuestro y que Canal 2 suponía para ellos su espacio. No perderlos, finalizarlos y amarrarlos. Y así creamos *Fiesta TV*. Una franja por la tarde que iba con contenido dedicado exclusivamente a los jóvenes y metimos también una serie de situación dedicada a este público que se llamaba *S.O.S. Estudiantes* que se hacía en Málaga y estaba muy dirigido a ese público juvenil con lo cual quedó claro que queríamos asentar a un público que había ido creciendo con nosotros con Canal 2 Andalucía, como su referente y queríamos que siguiera con nosotros.

P. *¿Además trataron de consolidar público urbano, culto de 25-44 años?*

R. Recuperamos y consolidamos a un público o más bien lo consolidamos que era más o menos nuestra y era la franja de los 25 a los 44 años. Tuvimos una programación muy particular y muy definida pensando exclusivamente en ellos. Ya teníamos el cine sin cortes publicitarios pero lo que hicimos fue dar un cine de calidad, potenciar mucho ciclos de cine. Y otra cosa también que gustaba mucho a este *target* de personas urbanas de un nivel cultural medio superior de 25 a 44 años eran los documentales de calidad. Así emitimos documentales buenos: por ejemplo se cumplía los 70 años de la guerra civil española e hicimos una serie sobre esta temática que además fue muy premiada. También se cumplieron se hicieron un centenario del Quijote y realizamos documentales sobre estas temática o incluso nos llevamos al equipo de *La Banda* a la Mancha y grabamos allí una serie, disfrazados como Don Quijote.

Empezamos a emitir también los cortometrajes que antiguamente sólo se emitían en salas de cine, pero la televisión no se veían y nosotros empezamos a emitir los cortos. La RTVA ha dado un premio en todos los festivales de cortos en Andalucía y lo que hacíamos nosotros después lo proyectamos en Canal 2 Andalucía. Y después en los ciclos de cine había una dedicado al cine andaluz. Al cine que la RTVA producía. Sabes que nosotros tenemos que dedicar un 5% o 6% de nuestro presupuesto al cine hecho en Andalucía, o que tuviera actores andaluces, o que el director fuese andaluz, o que se rodara en Andalucía. Parte de nuestro dinero estaba dedicado a esto; entonces esas películas hechas en Andalucía o por andaluces también tenían su ciclo propio en Canal 2. *El público lee*, con el que también fomentamos mucho la lectura, cambiamos el formato lo hicimos más abierto. Y por ejemplo nos dedicamos a *Bestsellers*, por ejemplo, el código da Vinci y recuerdo que llegamos a barrer con

audiencias enormes en el público le con un 7% o más. Muy cultural, estaba dedicado todo a gente muy preparada, muy formada con nivel de estudios altos cultural a otro tipo de público y gente joven también. Teníamos un *target* impresionantemente formado. Y lo perdimos lo perdimos cuando cerramos, eso lo perdimos y ese público debería haber ido a Canal Sur TV. Y cuando la nueva dirección llegó debía haber seguido con ese público porque ése era nuestro público futuro para Canal Sur Televisión. La nueva dirección quitó este canal y se cargó la posibilidad de que Canal Sur creciera.

P. *¿Que otros programas estaban pensado específicamente para este tipo de público?*

R. Todos los tramos tenían algo. Por ejemplo, medio ambiente: *Espacio protegido*. Homosexuales, nosotros fuimos la única televisión pionera en España en dedicar un programa a colectivo gay un programa que se llamó *De frente*. También a los discapacitados con distintos programas durante el tiempo de Canal 2 después de los discapacitados. También por ejemplo los gitanos. Teníamos también mucho deporte sábados y domingo, pero no fútbol de profesional sino deportes minoritarios ese tipo de deportes que la gente no solía ver tanto: los sábados y domingo por la mañana le dedicábamos ese espacio a estos deportes minoritarios, significaban otro tipo de público. Y eso que no nos importaba tanto la audiencia y eso que en mi etapa fue muy buena. Pero para nosotros era más importante la rentabilidad social de nuestra programación llegar a hacer una programación diferente que llegara a un tipo de gente diferente y eso era lo más importante más que el porcentaje de audiencia. Que colectivos como los homosexuales, los gitanos, los discapacitados pues sabían que en nosotros tenían su cadena de referencia. Los sordomudos por ejemplo tenía su propio programa su propio informativo y estaban con nosotros. Había otro que la de inmigrantes en la que era presentado por persona de todas las etnias qué hay en Andalucía: árabe, africanos, gitanos, presentadores de todas las razas.. Teníamos también el informativo de Nuria del Saz una que tenía un programa informativo presentado por una ciega. Era un canal alternativo.

P. *Respecto al servicio público que se daba, ¿Qué aportó Canal Sur 2?*

R. Canal 2 era distinto, diferente, una alternativa distinta a lo que había. Dábamos un servicio público. Aparte nosotros damos un servicio público porque estábamos dirigiéndonos a las necesidades sociales culturales del ciudadano. Y además era un servicio público de calidad, con programación de calidad y encima tenía audiencia. Demostramos en ese tiempo que sí puede hacer una cadena pública con audiencia de calidad. Y eso lo conseguimos y ahí están los datos. No es que yo te lo diga y están

los programas y esta las experiencias. No es que yo te lo diga es que lo puede mirar los datos están ahí.

P. *Háblenos de La banda y El Club de la Banda, todo un fenómeno andaluz para la infancia en nuestra comunidad.*

R. Igual ha bajado ahora, pero llegamos a tener 500.000 socios. Medio millón de niños asociados a un club. Ni los equipos de fútbol, ninguno tenía medio millón de niños asociados a este Club. El programa se grababa por una parte en el plató y fuera. Siempre venían niños de colegios de todas partes. Después salíamos mucho fuera y hacíamos y grabamos el programa, por ejemplo en el parque de atracciones Tívoli World de Málaga allí nos íbamos y grabamos un montón de programas para el verano o al puerto de Santa María, donde había parque de atracciones y allí con niños hacían juegos y todo eso y grabamos para el verano. Y después hacíamos la fiesta de *La Banda* que las hacíamos fuera invitábamos a grupos musicales y tenemos una invierno y otra en verano por ejemplo en verano nos íbamos a la playa y en invierno a pueblos del interior de Andalucía.

Y tenían un éxito increíble llenábamos *La Banda* porque además era muy educativa. Y todos los presentadores eran gente a la cual le gustaran los niños. Cuando hacíamos los casting le preguntábamos si les gustaban los niños y a todos le gustaba mucho los niños; si no era imposible, no podía funcionar el programa. Y además ese programa era muy educativo porque te digo por ejemplo cuando fue el aniversario de Don Quijote hicimos que los presentadores grabarán una serie haciendo del Quijote de Dulcinea. Y por cada uno tiene su papel: Felipe por ejemplo era cocinero dentro del programa los niños les enseñaba cocinar y otros presentadores también como el inventor de ciencia le señaló los niños científico. En un programa divertido como Canal 2 *La Banda* entretenida y educada y formaba. Entreteníamos, divertíamos y formábamos.

P. *¿Qué hitos piensa que son los más destacados que ha tenido en los cinco años como directora? ¿De cuál me puede hablar?*

R. Canal 2 fue el primer canal que tuvo un ciclo de cine en versión original. Eso ayuda al espectador a familiarizarse con otros idiomas. Normalmente eran en inglés o en francés. Y eran en versión original y que sobre todo mirábamos en el festival de cine de Sevilla que es un festival europeo. Entonces poníamos películas en francés o inglés fundamentalmente. Pero también había en otros idiomas y es así hasta poníamos los subtítulos como si fueran películas de noruego, sueco. Pero fundamentalmente programas en inglés y francés que era lo que después estudió los colegios, también en alemán y que servía para reforzar el

aprender los idiomas. Nosotros siempre buscando la finalidad cultural y educativa la finalidad educativa de casi cada cosa que programa damos.

P. *¿Tenían otros modelos a la hora de hacer vuestra programación? ¿Mirabais a otros canales autonómicos de España, a La 2 TVE o a canales europeos?*

R. Normalmente mirábamos a las segundas cadenas de España. Sobre todo a La 2 de televisión española porque era la más puntera la que llevaba más tiempo. Y tenemos también mucho contacto con el resto de las televisiones autonómicas y los segundos canales también nos servían de referencia la de TV3, la ETB-1 del País Vasco por ejemplo. Y por ejemplo había unos dibujos animados *Shin Chan* que enseñan el culo, que se bajaban los pantalones que generaron mucha polémica y todo eso generó mucho follón. Pero los primeros en ponerlos fueron los de TV3 los catalanes y como nosotros la Forta compartíamos proyectos y compartimos fondos y dineros pues estos tipos de programaciones cada uno paga una parte y así pues podíamos hacerlo más barato. *Shin Chan* lo podemos meter en *La Banda* y compartíamos gasto con el resto de las televisiones autonómicas.

Canal Nou tenía una segunda cadena. Telemadrid también, pero no programaban mucho y después fueron decayendo: pero ellos programaban un poco en realidad. Pero la segunda cadena fuerte además de Canal 2 fue la catalana Canal 33 y la ETB-1 del País Vasco fueron las cadenas más fuertes en todo el Estado español. Y también por ejemplo los primeros presentadores de informativos de Canal 2 fueron entre otros algunos están Canal Sur Televisión como Marta Paneque, e Victoria Romero, Sergio Morante, Nuria Del Saz. Pero uno de los que hizo el casting fue Antonio de la Torre hizo un casting entra trabajar con nosotros en Canal 2 Andalucía de los informativos y después fue al deporte estuvo trabajando en deportes en Canal Sur y después la carrera que conocemos del actor. También recuerdo *El vagamundo* que empezó en Canal 2 Andalucía en el año 1999. Después hizo los otros y pasó a la uno, pero empezó con nosotros.

P. *Hubo propuestas alternativas, distintas: de naturaleza universitaria, entrevistas, de temáticas diferenciadas.*

R. Por ejemplo, un programa sobre la mujer, *Emprendedoras*, sobre inmigración *Con otros ojos*, el de homosexuales que se llama *De frente* el de personas con discapacidad... Y de flamenco hubo de todo: *El duende*, *Llama viva*, *Generación flamenco*. También a la integración a los gitanos una serie de animación que se llamaba *Andaluna* y *Samir* hecho junto con la con la junta de Andalucía para intentar integrar a los inmigrantes también apoyo al menor con estas series en la cual se intentaba cuidar a los menores había muchos programas. Y nuestro rey de dibujos animados que *Doraemon*.

Teníamos que ponerlo a las tres de la tarde pues es cuando los niños salían del colegio y llegaban y se enganchara y era el pico de audiencia que teníamos Canal 2 Andalucía a las tres de la tarde: todos los días los niños viendo esta serie de dibujos animados.

P. *Háblenos ahora de las productoras audiovisuales en Andalucía ¿Piensa que sirvió para promocionar esta industria audiovisual andaluz?*

R. Nosotros todo lo que estoy contando, todos los documentales casi todos los programas nos lo hacía gente de fuera, productoras de fuera. Nosotros dimos muchísimo trabajo y asentamos esta industria en Andalucía, ese tejido industrial. *La guerra civil en Andalucía, Colón al descubierto, Andaluces por el mundo, Memoria documentada, Sobreviviendo a Don Quijote, Retratos gitanos, Andalucía Mágico, La vida en un día, Con otros ojos.* Todos eso nos lo hacían productoras, con lo cual le dimos muchísimo trabajo a mucha gente fuera del propio Canal Sur.

P. *Hablamos de la última etapa, ¿Cómo empieza a caer la audiencia desde el 5,5% en el año 2005 hasta el uno y pico por ciento final del 2009? ¿Que hace que haya este fracaso? ¿Por qué deja de tener audiencias y seguimiento?*

R. Nuestro año fue el 2005 en el que conseguimos nuestro récord de audiencia ese año estábamos en el 5,9% de audiencia y creo acabamos diciembre con el 5,5%. Lo mejor de toda la historia de Canal 2 Andalucía en la primavera del 2005 te digo que llegamos a rozar ese 6% y hubo días que pasamos el 14% 15% de audiencia. O sea que todo tenía muchísimo interés todo tiraba muchísimo de la audiencia. La TDT fue muy significativo porque ahí se diversificó mucho las audiencias. Entonces muchos canales infantiles entraron y el público se perdió. Y ya en el año 2008-2009 llegó la nueva dirección y entonces y en 2009 se acabó. Cambia la dirección de la casa y cambia la estrategia la casa: a mí me quitan de ahí y se pierde todo lo que había. También la crisis creo que también que se afecta mucho y la falta de recursos por parte de la Junta de Andalucía. Un error absoluto cerrar Canal 2 era un error. No costaba tanto.

P. *¿Cómo fue el cambio de nombre de Canal 2 Andalucía a Canal Sur 2? ¿Por qué se hizo?*

R. Cuando cumplimos 10 años en el año 2008 le cambiamos el nombre. En realidad cuando cumplimos los 10 años se lo cambiamos porque la gente lo conoce como Canal Sur 2 y aunque la marca era muy fuerte Canal 2 Andalucía, muy potente, en la calle la gente lo conocía como Canal Sur 2. Y no es que cambiáramos el nombre sino no realmente le pusimos el nombre con el que la gente llamaba a esta cadena.

P. *Al final de 2008 deja de dirigir Canal Sur 2, ¿Qué ocurre en enero del 2009?*

R. A finales de 2008 dejo la dirección, ya no formo parte de este proyecto. Llega Pablo Carrasco y él es el director general y asume las dos direcciones la de Canal Sur TV y de Canal Sur 2 y las asume el con lo cual desaparecemos del organigrama. Yo fui la última directora de Canal Sur 2 así de claro. E Inmaculada González lo mismo la última directora de Canal Sur TV.

P. *Ha estado muchos años en Canal Sur 2 y viendo un poco todo los 14-15 años, ¿Hay etapas dentro de la historia de Canal Sur 2?*

R. Aparte yo creo que no habido etapas porque evidentemente cuando nace se van tomando decisiones y se van creando una cosa que no existía es una casa. Que vas llenándola poco a poco es como una casa que iba llenándolas de cosas poco a poco aprendo cosas en los rincones más intentando arreglarla. Entonces poco a poco se va haciendo: no hay una etapa muy grande no hay una diferenciación muy grande. Lo único que ocurre que Canal 2 empieza y sube y sube y crece todo el tiempo. A lo largo de la fase se va a ir incorporándolo cosas proyectos programas necesidades que vas teniendo. Se incorporan cosas a la programación va cambiando desechando otras pero siempre va subiendo no hay ninguna etapa diferente. Realmente es muy poco tiempo hay muy pocos años. Si hay una etapa cuando yo me voy y a la siguiente dirección y es la caída del Canal 2, por una gestión de dirección equivocada. Y errónea y se va cayendo. Y la crisis también hará lo suyo la falta de recursos de dinero de ingresos publicitarios. Una televisión cuando tiene buena audiencia es porque tiene buena programación: las dos iban de la mano, era un canal muy bueno.

P. *¿Qué ha perdido Andalucía con el cierre de Canal Sur 2 que le parece que no tengamos esa oferta cultural?*

R. Ha perdido un canal que era referencia de televisión, con una programación alternativa, diferente, de calidad y de servicio público y muy cultural. En ese sentido lo hemos perdido esta televisión eminentemente cultural, un canal muy cultural es lo que hemos perdido todo los andaluces. Y ahora es muy difícil recuperarla; yo creo que con voluntad se puede todo eso está claro no me cabe la menor duda y creo que quien quiere puede hacerlo y con voluntad se puede hacer claro que se puede recuperar. También tienes ayudar el que te pongan recursos si no hay recursos personales humanos no se puede hacer de otra manera pero no llegar hasta esos niveles. Pero la crisis ha hecho mucho daño. En mi época 2005 fue el pico nuestro de Canal 2 y también el de Canal Sur estará más de un 20% y nosotros cerca del 6%. Entonces fueron épocas muy buenas. Pero hoy es distinto pero entre abrir una oferta con abrir la TDT, la crisis y una gestión de aquella manera... pues no se puedo. Aparte el público era gente joven y si se pierde ese público han cambiado los hábitos

de consumo de televisión hay otro tipo de gente se ve Youtube Internet. Nosotros sabíamos que los jóvenes no ven tanto la televisión, tienen otros soportes que es fundamentalmente el móvil. Pero podríamos habernos adaptado una programación pensado para ellos y darles a ellos una oferta adaptada al soporte, que lo , más que el propio ordenador... que tampoco lo usan. La tableta o el móvil si pero ni siquiera el ordenador. El móvil es ya un ordenador se podrían haber adaptado pero ahora mismo es que los jóvenes no están en ninguna tele no son de los que se sientan a ver la televisión es muy difícil. Nosotros íbamos ampliando la programación juvenil porque no queríamos perder ese medio millón de niños de *El Club de la Banda*, que ya sabían que tenían su televisión en nosotros que era Canal 2 Andalucía y estaban ahí. Ese medio millón no lo podemos perder va creciendo pero final lo perdimos, ahora ya es muy difícil.

IV. Bernardo Díaz Nosty. Miembro del Consejo de Administración RTVA

Cargo: miembro del Consejo de Administración de la RTVA (1995-2000)

Fecha de la entrevista: 12 de septiembre de 2015

Duración: 30 minutos

Realizada: personalmente

PREGUNTA. *¿En qué momento y por qué se decide crear un segundo canal?*

RESPUESTA. Había una crítica de bastantes sectores sociales a lo que era Canal Sur. Incluso dentro del Consejo de Administración, yo hablaba con dirigentes del Partido Socialista, al cual yo no pertenecía, y les expresaba mi consternación por el hecho que no se pudiese variar la programación, y que aquellos contenidos en lugar de promover el desarrollo cultural, integral, político, social de Andalucía con una programación incomprensible en ocasiones desde mi punto de vista. La persona más receptiva, o más interesada, era el Consejero de la Presidencia, Gaspar Zarrías. Un día escuchó la posibilidad de cambiar aquello, incluso me pidió un informe. Un informe que se materializó y que conllevó a la apertura de un segundo canal. Ese segundo canal se hizo en Málaga, las personas que participaron en la configuración y sus contenidos estaban en la Facultad. Habíamos previsto una programación diferente a la que finalmente salió porque no se incluía el trasvase las programaciones infantiles a la segunda cadena, que era algo que no estaba inicialmente previsto y que los directivos del canal pensaron en una segunda cadena sin esta programación y por la tarde poner telenovelas... Por lo cual, el resultado final no fue el esperado. Hay que decir que los primeros tiempos del Canal 2 las programaciones, las películas sin cortes,... dieron un relativo juego para aquella época donde las audiencias estaban en un 3-4%. Entonces, el Partido Andalucista, que entonces estaba en Gobierno, impusieron que se llamase Canal 2 Andalucía. Sorprendentemente, somos convocados los miembros del Consejo a propuesta del partido socialista y nos presentan el plan de abrir el Canal 2. Ignorando que lo habíamos propuesto nosotros, y así pasó. Esta historia jamás se había escrito ni dicho nada, ni reconocido en ningún medio.

P: *¿Y cómo evolucionó este segundo canal? ¿Era apoyado por los partidos?*

R. Cuando aquello no funciona, Gaspar Zarrías me dice que debo de ser más contundente, a lo cual yo le digo que me tienen colgado de tanto meterme con Canal Sur. Es entonces Chaves quién lo hace. Viendo que la 2 se estaba desvirtuando y ya no era el proyecto inicial y que la uno tampoco iba bien, aquello que desde la lógica crítica tenía que funcionar,

no quedó más remedio que fomentar el debate. Aquello fue enriquecedor. Entonces le hice una propuesta a Zarrías, tú dices que hay un granero, que hay una clientela, que hay una gente que quiere eso, pásalo a la 2 y haz un canal uno saneado, esto es un problema de cambiar las cosas. Tu pones los informativos en la uno, los programas rosa en la uno y todo ese resto pásalo a la dos. Al canal romero le decía yo de broma. Es que venían los alcaldes de las localidades a protestar por qué ellos no salían, por qué no se grababa su pueblo, por eso le decía que esto parecía el romero. Parecía un cachondeo todo eso.

P. Cuando hacen la propuesta de este segundo canal ¿Contaban con otro referente? ¿La 2 de TVE?

R. Sí, sabíamos que había unos segundos canales, de otras televisiones autonómicas donde se trataba de dar mucho más sentido. Es una época estupenda para la televisión. En ese momento gobernaba en Extremadura el partido socialista. Hubo un proyecto desde Andalucía que tenía que ver con la estructura ideológica. Era hacer una televisión coaligada, para entrar en Madrid. Que se convierta prácticamente en nacional. Fue otra anécdota más, se habló y ya está.

P. ¿Por qué no era un espacio para Canal 2 emitir programas o televisión infantil?

R. Se entendió que los programas infantiles no eran adecuados. La posición de la dirección de la cadena era muy mercantil. Había un informe por entonces que se recomendaba a Canal Sur de que no hiciese gala de su condición de medio público. Que lo público estaba mal visto y que desarrollase más bien la faceta comercial. Que había una cuota muy amplia y que había que desarrollar la faceta comercial. Los programas infantiles no tenían ningún arrastre publicitario, solamente en Navidad y verano, pero el resto del año no. Mientras que por la tarde se estaba experimentando que la publicidad de las novelas y los culebrones, atraía mucha publicidad destinada a las mujeres. ¿Qué ocurría?, que cuando el niño llegaba de la escuela a la casa se sentaba a ver la televisión y no había infantiles, se ponía a ver programas que no eran de niños.

Eso no está empíricamente comprobado, pero sí había cifras de audiencia que indicaban que se podía hacer la hipótesis que estamos derivando la hora de la tarde. Esa es una razón económica y creo que tiene un efecto brutal. Después, otra propuesta que se hizo en muchas ocasiones, sobre todo a raíz del éxito que tenía CNN+, era el hacer un canal informativo. Con algo residual de lo que ya tienes haces un canal barato y bueno, pero tenían la idea que era carísimo, no había voluntad política. Todos, digo todos, decían que no la veían, que era mejorable. Todos la criticaban, no había coherencia a las políticas públicas. Debería de ser transversal como la Educación, la Sanidad... No se llegó a acuerdos ni con Izquierda Unida,

ahora no sé qué va a pasar. Tienes que basarlo en la calidad. Yo lo comparaba con TV3, con el estrato social dominante. Tenían una audiencia enriquecida, aquí no, aquí el perfil era de escasa formación, más rural que urbano.

P. *¿Qué cosa positiva podría destacar de la vida de Canal Sur 2?*

R. En aquel momento se hicieron cosas interesantes, había una chica sueca que hizo un programa sobre videoclips, que gustó mucho. Una sueca hablando en andaluz. Se hicieron programas muy interesantes, muy renovadores, muy creativos. Se demostró que había gente con mucho talento y capacidad. Con mucha creatividad. Había informativos, buenas películas sin cortes, incluso creo que los programas infantiles que se pasaron a la segunda cadena, estaban mejor que en la primera. Quiero decir que se hizo un esfuerzo muy grande. Se entendió rápidamente el sentido público de una televisión. No queríamos el tópico andaluz de bailar y tocar las palmas, queríamos proyectar la cultura generacional, de los jóvenes para formar miles de universitarios. Decidimos coger a los mejores universitarios de Málaga y Sevilla, y que esos mejores formasen un equipo y recorrieran Andalucía para competir. Competir con materiales que luego se emitirían: informativos, hablar con la gente,.. eso no costaba nada, pero la productora se opuso. Era tirar de cantera, era algo coherente, pero no hubo manera. El Consejo no quiso.

P. *¿Había mucha diferencia de audiencia entre Canal Sur y Canal Sur 2?*

R. Sí. Está la teoría del gran público. En un canal donde los jóvenes no están, y muy sesgado hacia la gente mayor, hacia lo rural, hacia la gente de clase media-baja, lo que estabas era encriptándolos o blindándolos, dentro de una estructura o un esquema. Era el granero de votantes. La gente se había acostumbrado a un tipo de programación y era muy difícil sacarla de ahí.

P. *Había programas concretos, como El Vagamundo, de Jesús Quintero, que al pasar a Canal Sur duplicó la audiencia.*

R. El hábito, en efecto, de que no se cambiaba de canal. Antiguamente no se cambiaba de canal. Hice una encuesta en la Facultad en los 90 sobre la percepción de la televisión y Canal Sur era la televisión de los abuelos. De hecho, Málaga es una ciudad muy poco consumidora de Canal Sur. Creo que es la cuota más baja de las capitales de Andalucía. La gente joven no ve Canal Sur, la gente incluso te dice que ha quitado los canales de las Tele-tienda y que no tiene sintonizada Canal Sur. Me da mucha pena, aquel compromiso era un compromiso ideológico, de defensa de lo nuestro, de trabajar para algo para lo cual nos pagaban, y me decía que yo estaba obsesionado con Canal Sur, a lo que yo correspondía que estaba

comprometido, que es muy distinto. Y sobre todo porque creo que había televisiones mejores, como la de Asturias. Tan claro como que vino gente de la BBC que no se creía que con tan poco dinero se podía hacer una televisión con calidad.

P. *¿Cómo era la estructura de Canal Sur 2?*

R. La estructura era mínima. La componían tres personas, el presupuesto era mínimo. Poco autónomo, muy dependiente. Con muchas estructuras externas. Yo nunca quise saber de eso ni lo que intentaban ni si la externalizarían. Se podrían haber hecho muchas cosas que nunca se hicieron, pero bueno, en algún archivo u ordenador estarán recogidas todas las propuestas.

P. *¿Cuáles fueron los factores que definieron el cierre definitivo de Canal Sur 2?*

R. Como ocurrencia, porque no lo sé, me pareció que era mejor no cerrarlo, que si hiciesen el Canal de noticias.

V. Carmelo Villar Lerma. Director de *La Banda del sur*.

Cargo: director del programa *La Banda del sur* (1994-2001)

Fecha de la entrevista: 3 de julio de 2015

Duración: 35 minutos

Realizada: telefónicamente

P. ¿Cómo nace la idea de *La Banda*? ¿Cómo comienza en Canal Sur y cuál es su evolución con los años?

R. Pues *La Banda* empieza antes que Canal 2 en 1994. Y básicamente de lo que se trataba era que teníamos un programa juvenil anterior a *La Banda* que se llamaba *Imagina* donde había conseguido aglutinar a un grupo de trabajadores de Canal Sur televisión, digamos inquieto, digamos la gente más modernista. Y cuando terminó este programa de televisión pues se planteó la posibilidad de utilizar el perfil de este equipo y comenzar hacer un programa infantil que de una forma u otra ayudará a sentar a una marca que hasta ese momento Canal Sur televisión no había tenido. Buscar una identidad que se estaba buscando porque hasta entonces tan solo grababan dos o tres temporadas de programas, pero no se iba a más. Entonces nosotros nos sonaba eso de hacer una televisión para niños un poco a chino. Estábamos todos bastante alejados del mundo de la televisión infantil. Entonces cuando nos lo encargaron lo que hicimos fue pedir un poco de medios, que nos permitieran viajar a ver otros programas de televisión que estaban haciendo por ahí en otras televisiones. Nos dijeron que nos fijáramos en otros modelos de televisión, en los clubes infantiles. Entonces el productor que era Pedro López Luna y que sigue siéndolo todavía, lleva más de 20 años, el guionista; un malagueño que se llama Enrique Díaz y yo pues estuvimos viajando y viendo como se hacía otros programas.

Estuvimos en TV3 y como se hacía *El Club súper 3*, que sin duda era el programa emblemático de todos los niños y aquello funcionaba tremendamente. También vimos como la hacía la televisión valenciana que también tenía otro punto, y también otros creaciones fantásticas. Y cuando comenzamos a ver cómo estaban haciéndolo otras televisiones autonómicas con los niños y con el club nos dimos cuenta que ellos tienen un plus del cual nosotros carecíamos, siquiera el plus lingüístico. Ellos no tenían que preocuparse en darle contenido especial sus programas puesto que el sentido público del programa que buscaban era la lengua vernácula. Que se hiciera un programa para niños en su propia lengua, la

que se hablaba en esa comunidad el gallego, el valenciano o el catalán. Nosotros nos dimos cuenta de que no teníamos ese plus lingüístico y que tenemos que hacer otro tipo de cosas que incidieron en el perfil público y comprometido que queremos darle. Entonces conocimos a unos pedagogos de vanguardia que participaban en proyectos alternativos de educación “El molino de Lecrín” con ellos diseñamos toda la parte teórica del programa, pues decidimos que lo que nos iba caracterizar a nosotros iba ser la identidad del niño con el programa porque íbamos a hacer la televisión de los niños y no para los niños. Y eso implicaba que queríamos hacer un proyecto de televisión en la cual la participación de los niños y de los chavales iba a ser vital y una parte fundamental de los contenidos. Y así nos tiramos siete años en el primer canal.

P. ¿Y cómo articular eso, hacer una televisión de los niños y no para los niños?

R. Lo hicimos a través de los colegios, contratamos un gabinete de animación sociocultural que se encargaba de eso con los colegios. Cuando veíamos un colegio que nos parecía interesante pues el animador sociocultural hablaba con los responsables del colegio, se pone en contacto con ellos se seleccionaba a los niños que iban a participar y se tiraban durante una semana preparando los contenidos que teníamos, que había preparado y entonces los niños venían un día a grabar con nosotros al plató y con lo que grabamos en un día sacábamos contenidos para toda la semana. Por ejemplo había una sección que me acuerdo muy bien que se llama “Presenta a tu colegui”, en el cual un niño presentaba a su amigo, a su colegui... Y lo hacían unos de otros: presentaban se ponían delante de la cámara y explicada en porque era su amigo. Después había otra que era un mensaje en el cual los chavales transmitían mensajes básicamente de contenido cívico... Había muchísima secciones en las que básicamente participaban los niños y lo que conseguimos ciertamente fue un nivel de identidad con ellos tremendo.

También lo que pasa es que quizás fuera un concepto de la televisión para niños que tenían más que ver con proyectos anteriores que la que hay hoy día. Hoy día es un vehículo para manipularlos comercialmente. *La Banda del sur* éramos entonces militantes de la televisión pública y creíamos que al niño había que transmitirle un tipo de mensajes cívicos, que les ayudarán a formarles como mejores personas. Teníamos mucho más que ver con *La Bola de cristal* de Lolo Rico, que del Club Disney, del Clan TV o los canales temáticos que hay hoy día, que son sólo comerciales. El programa tenía otra perspectiva ya que junto a la participación de los niños había espacio dramático con los cuatro presentadores, aventuras, cuestiones geográficas, historia... Estamos todo el día con lo que en esta parrilla arriba y abajo inventando cosas nuestra: la verdad que fue una época apasionante muy bonita.

P. Viendo un poco la parrilla de programación cuando comenzáis a estar en Canal 2 emitís mañana y tarde muchísimas horas: cinco por la mañana dos o tres por la tarde, también los fines de semana... ¿Era prácticamente el programa de Canal 2 Andalucía, el buque insignia?

R. Sin duda estábamos muchísimas horas en antena teníamos una gran presencia en la parrilla y era el que daba más audiencia de la cadena. Era el que permitía de una forma u otra a que programas que tenía menos audiencia pues tuviera menos problemas porque tenemos una media muy alta en *La Banda del sur*, sobre todo para lo que era un segundo canal autonómico, que como se sabe los segundos canales autonómicos solían tener poca audiencia porque su perfil son más urbanos más minoritarios... cuando estaba *La Banda del sur* parecía que estaba por una parte Canal 2 con sus programas culturales y nosotros. *La Banda del sur* parecía prácticamente un canal temático hecho por militantes de la televisión pública, donde no se le vendía ni Cola-cao ni chucherías sino que lo que se les vendía era un contenido ético moralmente positivos.

P. En el 2001 o 2002 por ejemplo se ve que entre los 10 programas más vistos estaban tres o cuatro espacios de *La banda*.

R. Bueno sí, la verdad lo que sólo fuera el buque insignia es que también en cierto sentido tenía que ver sobre todo con la serie de dibujos animados. Ahí la serie que marcó época absolutamente fue *Doraemon el gato cósmico*, que yo creo que es una marca que aún hoy está muy relacionada al programa y aunque ahora yo no veo al programa no sé cómo lo tendrán pero creo que aun hoy estos dibujos animados siempre fue un activo desde que conseguimos a media de los 90 los derechos de este gato de este manga japonés, siempre los resultados de audiencia fueron increíblemente bueno aunque no le veo mucho pero sí es cierto que ha marcado una época y a toda una generación de andaluces.

P. ¿Cómo se estructuraba el programa teniendo tantas horas semanales de emisión? ¿Cómo organizadores todo eso?

R. Pues haciendo encaje de bolillos: no daba tiempo a pesar de que grabamos muchísimo. Estábamos en plató una semana sí y otra no, creo recordar. Creo que compartíamos espacio con otro programa. Básicamente lo que solíamos hacer era trabajar durante cuatro jornadas de la semana el tema de los dramáticos y todo ese tipo de historias y después en un día grabar a los colegios para dos semanas más o menos era así. Lo que ocurre es que si teníamos una sala de montaje prácticamente para nosotros las 24 horas del día y lo que van jugando era como especie de un puzzle lo que montábamos. Depende de las horas que teníamos hacíamos distinto tipo de escaletas porque éramos un programa contenedor en el que introducía mucha producción propia entre los contenidos ajenos, básicamente las

series y los dibujitos animados. Como tenía distintos contenidos metías cosas diversas, pero todo iba programado. Y vas integrando distintos elementos, distintos contenidos los nuevos con los antiguos. Y ahí fue donde empezamos a tratar a *La Banda del sur* casi como un canal temático a la hora de programar, como si tuvieras un canal infantil temático como hoy por ejemplo el club Disney o clan TV. Tú tenías una serie de contenidos que tienes que estar poniéndolo, has de hacerlo rentable porque los tenías contratados y lo vas añadiendo y poniendo en función del día la semana o del fin de semana. Pero básicamente de la estructura y el funcionamiento de *La Banda del sur* en canal 2 cuando tenía edición de la mañana y por la tarde era muy similar a como se hace la parrilla de la promoción de un canal temático.

P. *¿Cuándo empieza a emitirse La Banda del sur en Canal 2 Andalucía ¿se simultanea con Canal Sur Televisión?*

R. Mientras fui director, hasta el año 2001, estábamos los dos canales. El equipo de realización era un realizador y tres ayudante de realización básicamente. El realizador y uno de los ayudantes grababan en directo y los otros dos ayudantes montaban en dos sesiones todas las cosas que se iban grabando. Se les daba la escaleta, el material nuevo y ellos lo iban montando. Y había mucha gente trabajando, había muchas horas por cubrir. Me llamó la atención que las cosas que funcionaban las repetimos un poquito más y las que menos, menos. Y es que hasta entonces en la televisión andaluza no había existido un programa con una entidad y una duración tan grande como para plantearse lo que hacíamos nosotros. Empezamos también a descubrir que los niños cuando le gusta una cosa se las puedes poner 20 veces y temíamos con las remisiones (repeticiones) esperábamos quejas ... pero a los chavales les gustaba lo antiguo muchas veces más que las cosas nuevas. A veces emitíamos una mismo espacio 5-6 veces y si tenía gracia pues eso lograba mucha más audiencia que otra cosa que a lo mejor era la primera vez que la poníamos.

Cuando pasamos a Canal 2 empezamos primero por la tarde y por la mañana estábamos en Canal Sur Televisión. Creo recordar que así era. En principio la mañana en la cual los niños estaban yendo al colegio emitíamos en canal sur de 7:30 a 9 de la mañana más o menos y después ya 4 o 5 horas por la tarde lo hacíamos en el segundo canal. Y después ya dejamos la emisión de la mañana en Canal Sur Televisión y empezamos a emitir exclusivamente en Canal 2, mañana y tarde. Y aparte *La Banda del sur* siempre sido un programa de producción propia. En el año 1994 cuando comenzamos la estuvimos haciendo con una productora pero la grabábamos fuera aunque el equipo personal eran de Canal Sur producción propia y después... no estábamos muy a gusto con la productora, Sandetel, porque era todo muy antiguo: las instalaciones y todo el tema técnico daba mucho coñazo y al final conseguimos que nos

llevaran al plato donde hemos estado muchísimos años, en el plato de Retevisión hasta hace 3-4 años. Era un plató de alta definición y de 16/9. Fuimos el primer programa de Canal Sur en emitir oficialmente en 16/9 entonces era una avance de la hostia y además nos llevamos una ayuda de la Unión Europea porque iniciamos así. Era un plato de Retevisión que se hizo con motivo de la expo y recibimos esta ayuda por hacer ese tipo de emisión. Y ahí ha estado *La Banda del sur* prácticamente hasta hace tres o cuatro años grabando.

P. *Además de los niños que iban al plató, se hacían también grabaciones fuera, sobre todo en los veranos, y por toda Andalucía...¿Qué recuerda de esas actividades?*

R. Sí, sin duda lo que hacíamos eran reportajes sobre sitios graciosos de Andalucía. Lo mismo grabamos a los niños del Puerto de Santa María haciendo una regata, aprendiendo a hacer vela, que un reportaje en una granja de cocodrilos en Málaga o en una granja escuela. Hacíamos muchos exteriores. Todo lo que nos parecía interesante aeromodelismo, todas las cosas que le interesaba los niños de aventuras y tal lo grabado fuera, incluso con los presentadores. Además lo que hacíamos a veces era dramatizar el reportaje. Lo planteábamos como una situación por ejemplo en la granja de cocodrilos planteábamos la banda en la granja de cocodrilos y era una especie de aventura de los personajes y los cocodrilo mientras visitaban esta granja y tocamos los cocodrilos y esas cosas.

P. *¿El éxito del programa tuvo que ver con la actitud de los trabajadores? ¿Con las ganas de hacer cosas nuevas?*

P. Sí, yo quizás de lo que más orgulloso me siento es que en cierto sentido marcamos un hito en el trabajo en equipo. Una forma poco habitual en esta casa y lo logramos. Y también tenía que ver con el perfil que tenemos en el programa que estábamos "los raritos" lo que nos preocupaba mucho la imagen, que nos preocupada que era lo último que estaba pasando por ahí, las nuevas tendencias en realización, en grafismo. La verdad que me siento muy orgulloso de cómo se implicó todo los profesionales de la casa y el cariño con el que no sólo los curritos sino también los jefes, los mandos intermedios trataban al programa. Como todo el mundo tenía claro que era una producción propia de la casa que era un orgullo de la casa y que recibía muchos premios. Y dentro de lo difícil que es funcionar con todos los temas burocráticos en una televisión como Canal Sur, yo lo único que me acuerdo es que estoy muy agradecido como todo el mundo se portaba con nosotros.

Era una cosa impresionante. Todo el mundo quería ser partícipe, todo el mundo echaba un cable. La parte gráfica era la más moderna y entre ellos quien tenía una idea venía por ejemplo y aportaba esa idea que podía

utilizarse en el programa... mira esto yo no sé qué. Yo la verdad que los 6-8 primeros años de *La Banda del sur*, hasta el 2001 fueron en ese sentido una aventura fantástica. Los realizadores de los presentadores, en un riguroso casting era muy buenos también con mucha formación profesional, actores. En cierto sentido fue una escuela fantástica para todo lo que estuvimos allí metidos. Después un funcionamiento muy democrático, muy poco encorsetado donde la gente opinaba abiertamente, todos: proponía ideas el productor también propone ideas, participaban en una dinámica muy distinta a la que conocemos hoy en esta casa y en aquellos tiempos era pionera.

P. *Todo eso se notaba por ejemplo en El Club de la Banda que llegó a tener hasta 500 mil seguidores en Andalucía*

R. En eso fuimos top. Fue una aventura montar eso. Realmente hay que decir que de quien de verdad nos basamos fue en el modelo de club de la TV3. Nos dimos cuenta por ejemplo con el tema del club de la banda de cosas súper graciosa sobre los chavales... Por ejemplo con el tema de los carnets. Pensamos si hacerla de cartón o de un material así, pero no, cuando empezamos a hacerla la diseñamos como la de crédito, como el DNI. Porque los niños quieren elementos de los adultos para sentirse importarte como los adultos y lo que van a valorar es una tarjeta que esté muy guay muy bien hecha. Diseñamos una tarjeta para el club que era impresionante, como una tarjeta de crédito y efectivamente tuvo un éxito mortal. Impresionante como empezó a crecer el club de 10.000 en 10.000. De hecho hasta me abrieron expediente en aquella época porque el club empezó a crecer tan rápidamente que no teníamos personal para responder con rapidez a todos los niños. Y en una entrevista que hice en *El País* me hizo una doble página y destacó algo así como el director de personal no me había dado los profesionales adecuado y que estaba rompiendo 10.000 ilusiones de niños y con 10.000 cartas y me abrieron un expediente por esas declaraciones. Al final pusieron más personal y conseguimos sacar lo que es *El Club de la Banda* para adelante. Primero con carné y después buscando actividades que resultarán más baratas a los niños con descuentos del 10% en parque acuáticos, actividades, en un montón de cosas.

P. *¿Qué significaba para los niños tener esta tarjeta de El Club de la Banda? ¿Qué les aportaba?*

R. Es un poco cómo una señal de identificación de pertenencia a Andalucía, a la televisión de Andalucía. Era algo así como pertenecer pues a un equipo de fútbol, tener una visa de un banco. Los niños se sentían parte de algo muy grande. Creo que conseguimos en cierto sentido establecer un proceso de identificación de los niños andaluces con su

televisión autonómica que no había ocurrido con anterioridad y que lamentablemente después tampoco ha continuado.

P. *Se habla de Canal 2 como garante del servicio público. ¿Cómo piensas que colaboró La Banda con esto?*

R. El equipo de *La Banda del sur* hasta 2001 era un equipo militante de la televisión pública. Teníamos clarísimo que la televisión tenía que ser de los niños no para los niños, que tenía que ser una televisión que enriquecieran y que ayudará a formarles. En este sentido fuimos absolutamente pioneros. Por ejemplo todo lo que se emitía en los programas era revisado y supervisado por un grupo de pedagogos. Había un equipo de pedagogos supervisando cada uno de los guiones para que no hubiera mensajes racistas mensajes machistas, peyorativos que todo fuera correcto que fueran guiones educativos. Nosotros estábamos por la cuestión transversal no por meterle doctrina sino por incluir valores, culturales, educativos, pero en un concepto de educación y de entretenimiento. Y creo que *La Banda del sur* desde que empezaba hasta que acababa resultaba ese espíritu de televisión pública, de participación de los niños, de compromiso con lo público. Creo en ese sentido fuimos uno de los buques insignia en esta casa.

P. *¿Que se ha perdido desde el punto de vista televisivo con la desaparición de Canal 2? ¿Que ha supuesto para Andalucía el cierre de este canal?*

R. El verdadero sentido de los canales público no los encuentras en los canales generalistas autonómicos como Canal Sur Televisión. Y el segundo canal es la justificación que han sacado los políticos para justificar tanta manipulación. Y donde de una forma u otra se sueltan un poco los proyectos más minoritarios pero los más interesante son en los segundos canales. Y pasó en Canal 2, pero también por ejemplo la otra de Telemadrid, su segunda cadena en su momento tuvo un marchamo cultural de modernidad de televisión pública impresionante o también con los catalanes su segundo canal, Canal 33. No tenían nada que ver con los primeros canales que todos han salido de una forma otra ranas y se han convertido en televisiones públicas con muy poco espíritu público..

VI. José María Montero Sandoval. Director de *Espacio protegido*

Cargo: director y presentador del programa *Espacio protegido*

Fecha de la entrevista: 16 de junio de 2015

Duración: 40 minutos

Realizada: telefónicamente

P. *Cuéntame en qué momento decide comenzar este programa, ¿cómo es el origen de Espacio protegido?*

R. Todo esto parte de una particularidad no muy conocida muy singular y es que en el año 96 Canal Sur Televisión se convierte en la primera televisión en España autonómica pública o privada que segrega el área de medio ambiente de sociedad y cultura y se convierte en un área específica. Es decir desde el año 96 medio ambiente es un área de informativos por el que la responsable de informativos ésa fue la primera particularidad se decide que el peso específico que tiene esas informaciones dentro de las ofertas que a diario hace los servicios informativos de canal Sur televisión precisan de un espacio particular. Me nombran responsable en el año 96 esto fue un elemento un tanto peculiar porque no ha ocurrido en ninguna televisión en España. No se ha segregado medio ambiente de cultura y sociedad sino que estaban incluidos y ellos lo separan y a partir de ahí eso hace que gane mucho peso el tratamiento de las cuestiones de medio ambiente en los informativos diarios y que empieza a considerarse la posibilidad de crear un programa específico de actualidad medioambiental.

Y sobre ese tema estuvimos mucho tiempo dándole vuelta a algunos compañeros de la casa la idea no fue solamente mía sino de un grupo de gente hasta que en el año 1998 y prácticamente al nacer el segundo canal coincide con toda la catástrofe de Aznalcóllar y en ese momento supone un momento muy particular de cómo se tratan todos los problemas medioambientales en los medios generalistas. Es decir todo el tema de Aznalcóllar hacen que medios generalistas de radio prensa y televisión tuvieran que la manera de los casos nosotros no teníamos esa estructura que tuvieron que improvisar una sección de medio ambiente porque durante meses el peso específico que tuvo toda la información sobre esta catástrofe en todos los medios que antes ocupaban del medio ambiente con menor profundidad tuvieran que dedicarse a ello a esa emergencia. Nosotros nacemos en esa coyuntura en esa doble coyuntura la actualidad que nos obliga atender a la actualidad medioambiental por la importancia

informativa que tiene aunque ya estábamos preparados. Incluso un año antes nosotros habíamos adelantado esa información la posible ruptura de la balsa de Aznalcóllar esa es una coyuntura y la otra el propio nacimiento de Canal 2 donde desde el principio se considera que tiene que haber un informativo de medio ambiente

P. *¿Que circunstancias confluieron para el nacimiento de Espacio protegido?*

R. Si confluyen las circunstancias de que el propio canal y los servicios informativos ya llevaban apostando desde hacía dos años por prestar más atención a la información medioambiental. Viene toda la catástrofe de Aznalcóllar y hace que esa atención se multiplique y aparezca también en otros muchos medios de comunicación; nace el segundo canal... Y todo eso confluye al mismo tiempo y además el cuarto elemento es que ese proyecto de informativo ya existía un grupo de personas de Canal Sur Televisión ya habíamos diseñado lo que podría ser ese informativo que estaba en espera a ver en algún momento encontraba encaje dentro de la programación y automáticamente cuando nace el segundo canal se considera que es uno de los elementos de la parrilla de servicio público nuestro canal.

P. *Háblenos de servicio público y la cultura como lo hace vuestro programa. ¿De qué manera contribuye a este principio que debían cumplir los medios públicos? ¿Lo consigue?*

R. Sin duda ninguna existe el elemento de servicio público en esta área. Al salirte de la presión de los informativos diarios, que muchas veces no te permiten por razones obvias atender de forma correcta a problemas complejos, tratas mejor los temas, informas de una manera más correcta y clara. Uno de los elementos principales características es que nos hace falta un poco de margen, de tiempo para pensar las cosas, tener reposo y más tranquilidad. Y se logra justamente que el público no especializado, que ciudadanos no conocedores de los temas se interesasen y se informen. Porque aunque algunos son temas muy complejos todos tienen que ver con su calidad de vida, con sus oportunidades de trabajo con sus condiciones de salud que todos esos temas puedan ser interpretados y conocidos entendidos de una manera mucho más clara mucho más asequible fácil que en un informativo diario que por razones obvias por cuestiones de tiempo no se pueden hacer las cosas con el reposo que requieren este tipo de información.

P. *Cuando comenzáis el programa tenéis modelos de otros programas en España o de otro público del segundo canal ¿Algún modelo que hayáis seguido?*

R. Pues es muy curioso porque prácticamente los tres programas que hay en este tema en España nacieron en el mismo tiempo. Un programa

Medioambient de la televisión valenciana que acabó desapareciendo cuando desaparece esta televisión. Y *El escarabajo verde*, de TVE y nosotros. Hemos hablado muchas veces los tres directores y es muy curioso porque nacimos prácticamente con unos días o meses de diferencia entre unos. *El escarabajo verde* hacía más tipos documentales . Nosotros más reportajes y el programa de la televisión valenciana era más parecido en cuanto a la forma y la estructura al nuestro. Los tres lo hemos hablado muchas veces, aterrizamos un poco a ciegas en el sentido de que no existían ese tipo de informativos específicos de medio ambiente en televisión pero que si veníamos con el bagaje de haber hecho ese tipo de información en los informativos de nuestras Televisiones

P. *Hábleme un poco en el origen cuando empieza en 1998 ¿Qué estructura es la que tiene el programa? ¿Cómo se organizan los contenidos?*

R. Yo creo que el primer elemento que nos planteamos es que no tenemos porque estar necesariamente vinculado a la actualidad, a esa presión de la actualidad. No tenemos porque seguirla ya que eso te impide en muchas ocasiones poder trabajar con el reposo que necesitas. Entonces cuando ha sido posible hemos ido ligando la actualidad y cuando no hemos tenido esa presión hemos decidido hemos creado una agenda propia de temas y vemos en cada momento cual es el tema más interesante para tratarlo tengan o no tengan actualidad informativa. Desde el comienzo sí ha habido ese planteamiento de no estar sometido a la actualidad. Un segundo elemento muy característico que también ocurre con otros programas por ejemplo como el de *Tierra y Mar*, yo también ahora dirijo, es que hay que personalizar mucho los temas que los protagonistas de telespectadores aparezcan, que yo no lo cuente. Que sean ellos los que están metidos, los que están en el terreno los que están viviendo en primera línea esa cuestión nos lo relate la historia que no sea una mirada distante una mirada desde fuera sobre un problema sino una mirada muy humanizada sobre el problema y eso acerca hace más asequible la información al espectador.

Es una información que a veces puede ser elevada y compleja y en el caso de medio ambiente tiene mucho peso científico. Entonces es importante no apegarse de la actualidad por, no vivir condicionado por ella... y así tenemos más margen de maniobra y profundidad. Y luego tratar de buscar temas que vinculen el medio ambiente con elementos de nuestra vida cotidiana. Romper esa idea de que las cuestiones ambientales son cosas que ocurren lejos de casa, en ámbitos que no tienen que ver con nuestro ámbito cotidiano: por ejemplo cuando se habla de cambio climático no hacer que cambio climático sea algo que eso llamo con la fusión de un glaciar en Argentina Patagonia o con la desaparición de especies en la Antártida, sino que hay que trasladarlo a nuestro entorno inmediato traducirlo en elementos de nuestra vida cotidiana. Es decir si

tiene que ver con la producción agrícola andaluza o con la actividad turística en la zona litorales o con la generación de empleo o con la aparición de ciertas enfermedades emergentes es decir buscar ese vínculo que haga del medioambiente cambiante algo cotidiano doméstico

P. *¿Cómo se consigue hablar de temas universales en clave andaluza?*

R. Es uno de los temas más difíciles, no intentar cuando no piensan cambios climáticos que sea en lo más cercano sin duda ese es el reto y eso lo que explica que esta crisis en general en los medios y en la vida ha generado y es el valor que tiene el periodismo especializado. En una situación como ésta, de crisis el periodismo especializado se resiente y desaparece. Vuelve el modelo del periodista todo terreno baratito que cobra por pieza. Eso hace que cuando haya que enfrentarse a temas complejos si no tienes a un periodista especializado va a ser muy difícil hacer esa traducción, entender el problema y sobretodo hacérselo comprender a personas que no son especialistas en esa cuestión. Nuestro trabajo consiste en general en trasladar esa información: informar es dar forma en algo que no lo tiene, que no tiene mucho sentido para personas que no son especialista y darle todo el sentido eso es trabajo de especialistas. Y eso es una de las virtudes de nuestro programa y de una televisión pública que a pesar de una situación de crisis mantiene no solamente en este área sino en otras a periodistas especializados en distintas a las y eso se ve en la calidad de la información que se ofrece

P. *¿Que estructura tenéis en vuestro programa y qué tipo de géneros habéis utilizados durante este tiempo?*

R. No se trataba de que esta gente tuviera su historia y nosotros nos acopláramos. Lo novedoso es que diseñamos juntos las cosas; no se había hecho nunca, nos sentábamos juntos los científicos y los comunicadores, ellos nos decían en qué están trabajando, donde, en qué parte del planeta y que vínculo tenían eso con Andalucía y a partir de ahí diseñamos juntos una estrategia, una expedición conjunta en el que se adaptase su trabajo a nuestras necesidades y viceversa. Hicimos 12 documentales con este modelo. Una serie que se llamó el jardín de los vientos en Kazajistán que fueron dos capítulos de 30 minutos después hicimos Mauritania tres colores que fueron tres capítulos de 30 minutos que grabamos en Mauritania y Senegal y que fue premiado como el mejor documental televisivo del año. Además grabamos en Argentina en La Pampa dos capítulos de 50 minutos y después hicimos *Planeta Australia* que fueron dos capítulos de 50 minutos en Australia y Tasmania muy interesante.

En la ciencia-teca del CSIC se puede consultar en un repositorio *online* se pueden ver todos tus documentales científicos todos los nuestros y además se usa muchos en tema de divulgación científica y fue un modelo

diferente de hacer documentales una manera distinta de trabajar científicos y comunicadores. Además con un formato de producción *low-cost* de bajo coste que entonces era novedoso ahora se está de moda. Íbamos prácticamente el mismo equipo que va a una rueda de prensa: muy poca gente, para entendernos, con unos costes muy reducidos y haciendo participar muchos elementos públicos. Financiaba el CSIC, también la RTVA, la fundación española para la ciencia y tecnología. Colaboraron con nosotros mucha gente más: se sumó el Parque de las ciencias de Granada sumamos muchas instituciones y recursos públicos para hacer este material que es muy de servicio público hasta el punto que como curiosidad que el último de todo que se llama *Planeta Australia* los archivos de la tierra es un documental de 50 minutos sobre el origen de la tierra el origen de la vida en la tierra, de cristalografía, y de como investigadores andaluces investigan en este lugar en Australia sobre esta cuestión que cuando la escuchas suena muy compleja porque fundamentalmente estás hablando de geología. Y si te metes en Youtube, y es por iniciativa de la casa Canal Sur Televisión, ves que hay más de 120.000 visitas un número muy importante de descargas *Planeta Australia*: los archivos de la tierra un volumen de descarga muy elevados para un documental científico de un tema muy particular que nos hablar de koalas que no son las de animales que eso siempre fácil que la gente lo ve estás hablando de cristalografía es más complicado que la gente se enganche.

P. *En cuanto a los públicos, teniendo en cuenta que es un segundo canal de una televisión regional, cuando empezáis a hacer el programa: ¿Sois conscientes de que vais a un público distinto?, ¿Hacéis el programa conscientemente pensando en esos públicos?*

R. Te das cuenta que inicialmente es un formato sobre todo en el tema de realización es bastante atrevido para lo que suele ser un informativo. Porque sabemos que el nicho que nos dirigíamos era un público joven y urbano y ahí podíamos arriesgar un poco. Podíamos hacer otro tipo de realización poner una música distinta estos mismos documentales de lo que te hablado las hemos hecho un poco de esta manera con esa intencionalidad de saber que se tu público potencial y buscarle intencionadamente

P. *¿Cómo os han tratado las audiencias? ¿Habéis podido fidelizar a vuestro público?*

R. Eso nos ha hecho bailar muchísimo en el tema de las audiencias porque hemos bailado mucho en la parrilla en todos los horarios en todo los día hemos tenido muy poco reposo y si no hay reposo es muy difícil tener público. Se dice que los programas siguen en antena porque tienen audiencia y es al contrario: tienen audiencia porque tienen continuidad en el tiempo. Si no te dan tiempo, un día concreto, un reposo específico un poco de margen para que te fidelices a tu público es muy difícil tener

audiencia. Justamente al contrario: los programas no duran porque tengan audiencia. Tienen audiencias porque duran en la parrilla a un horario y en día determinado y constante. Tenemos públicos muy fieles que no puedes estar haciéndole bailar de un lado para otro todo el tiempo. Y luego desgraciadamente aunque ya si te las herramientas y sabemos que se puede medir que se puede hacer un consumo diferido de lo que ves no tiene que para el domingo las ocho de la mañana para ver tu programa sino que te lo puedes descargar ver en otro momento alguien que se la subir a Youtube puedes hacer un otro momento pero todo eso no se mide no aparecen audiencias. Entonces juega en contra de nosotros: no juegas con las mismas reglas que otros programas porque esa parte de consumo diferido que este tipo de audiencia lo hace con más intensidad que otra por edad por interés por lo que sea eso sin embargo no aparece medido.

Solamente te cuenta lo otro, entonces no es del todo justo evaluarlo de esta manera y sobre todo un público al que iba dirigido Canal Sur 2 y un programa como el nuestro y que nuestro público ve de otra manera. Yo tengo un hijo de 22 años y ve la tele de otra manera completamente distinta: cuando le da la gana. Cuando quiera, cuando se programa, no cuando le obliga la televisión y eso es importante. Y eso no se mide. La gente ve la tele cuando quiere, como quiere y donde quiere. Pero eso no se está registrando, eso no se está midiendo, no se pone encima de la mesa a la hora de evaluar las virtudes del programa, que como el nuestro se descarga mucho o se comparte, se ve de otro modo.

P. *¿Qué hitos, momentos claves y significativos en vuestros años de vida podrías destacar?*

R. Aznalcóllar para todo medios en general se dieron cuenta la importancia de la información medioambiental . Se hicieron secciones *ad hoc* como por ejemplo, el diario El mundo o el diario El país con mucho personal dedicado únicamente a atender esa emergencia. Había mucho que interpretar que descifrar eso fue un hito importantísimo en nuestro país en esta comunidad...incluso también en nuestra casa en Canal Sur Televisión fue de las que mejor atendió esa necesidad esa urgencia esa circunstancia esa coyuntura informativa. Y más hitos que hayamos encontrado en esta época es el tener mucha propia agenda. No estar sometido necesariamente a lo que la realidad mande. Un día podías llegar tarde pero a veces es mejor llegar tarde al hecho de la urgencia, la actualidad, pero hacerlo con mucha más profundidad. Y tener tu agenda también te permite adelantarte a las historias: tener tu propia agenda ser un especialista en esa materia hacen que tú te adelantes a muchas cosas que hoy manejamos con mucha naturalidad pero que entonces no se hablaban de ellas. Y todo porque ya son parte la agencia diaria.

Por ejemplo, en *Espacio protegido* se hizo mucho sobre cambio climático pero cambio climático de cercanía no del derretimiento de los polos o de extinción de animales en la Antártida, sino en el territorio andaluz. Hablamos de la nueva cultura del agua que parece normal pero entonces no lo era; hay muchos elementos como por ejemplo, medio ambiente humano o todos los vínculos entre medio ambiente y salud, o medioambiente y ciudad o el medio ambiente y el empleo. Entonces eran rarezas cuando nosotros empezamos a tocarlo y le dábamos mucha atención entonces habitualmente porque estaba en nuestra propia agenda y después poco a poco fueron apareciendo en las vendía en la agenda cotidiana de los medios. Y por tanto en los ciudadanos el información diaria general pero los hitos son justamente eso no tanto el hecho puntual que lo habido por ejemplo Aznalcóllar y otro más y trabajarlo con profundidad con profundidad sino sobre otra agenda propia eso lo más destacado adelantarte saber temas que se convirtió noticia a corto medio plazo que va a estar en la agencia promedio y que te adelantas y también las preocupaciones

P. *¿Qué temáticas son las que más habéis utilizado?*

R. La intención es poner las temáticas que trabajamos encima de la mesa. En temas que a lo mejor mucha gente no tienen en su cabeza. No es solo un programa asociado solamente al medio ambiente con espacio y con especies. Y claro que hemos hablado de esto y tiene su peso en el programa, todo lo que es naturaleza en sentido estricto. Pero las cosas siempre quisimos equilibrarlas con otros elementos. El medioambiente urbano, su relación con el empleo, con la salud con otros territorios donde también está presente las condiciones ambientales. Y por supuesto hemos hablado de educación ambiental que es una especie de tinte que tiñe todo. Da igual si hablas de una cuestión más relacionada con un territorio o con lo urbano o con un espacio protegido o con una especie poco común. O sobre la contaminación. Siempre hay una voluntad de dotar de hacer educación ambiental en el sentido de revelar causas y consecuencias de los problemas. No es nuestra función educar en el sentido, no es nuestra función de los objetivos ni estamos cualificado para eso somos periodistas, comunicadores. Pero hay una voluntad educativas sin duda: no te quedas en el suceso te quedas en el proceso: sus causas y consecuencias ayudando a los demás que entienda e interpreten que es lo que está ocurriendo y que sepa qué papel juega en esa historia

P. *Lo mejor y lo peor de los 15 años de Espacio protegido.*

R. Lo mejor a ver dispuesto a largo del tiempo y con todos los cambios que habido y todo los aires de estos más de 15 años de un equipo muy comprometido con la información que hace. Es un equipo muy especializado: eso es lo mejor el factor humano en lo más difícil en lo más

complicado es el determinante y en televisión si hay algún medio de comunicación donde tener equipo tiene sentido es en Televisión. Uno puede tener una idea maravillosa pero es una cadena de personas que puede ser buenísima. Pero puede no funcionar absolutamente nada si no hay compenetración. Y lo peor los bailes que hemos tenido en la parrilla de programación: los horarios que lleva los programas de un sitio a otro de un día otro de una duración a otra y que hace que no fidelice al público ya que se traiciona tu relación con la audiencia. Eso es una pena porque confundes, no sabe muy bien dónde encontrarte , en que día y en qué hora. Esa es la parte menos buena que yo visto de estos años; lo negativo.

P. *¿Cómo valora la creación de Canal Sur 2 y qué te parece su desaparición?*

R. Fue una apuesta muy inteligente en el sentido de que nuestro futuro como medio está conseguir interesar a las audiencias jóvenes. Y si no sembramos en ese territorio a medio plazo la cosecha que vamos a recoger será muy pequeña: cosecha de audiencia, de atención, de interés. Desde ese punto de vista no es muy inteligente dejar ese territorio baldío: me parece preocupante muy preocupante porque nuestro futuro depende en gran medida de que seamos capaces de atraer la atención de esa gente joven, de ese público que ya no le interesa tanto la tele. Los jóvenes son nuestro futuro y hay que cuidarlo.

VII. Francisco Gómez Zayas. Director de *Con el cine en los talones*

Cargo: director y presentador de los programas *Con el cine en los talones* y *Cine.Dos*

Fecha de la entrevista: 29 de junio de 2015

Duración: 45 minutos

Realizada: telefónicamente

P. *¿En qué momento y de qué manera se involucras en los programas de cine de Canal 2 Andalucía?*

R. El programa de cine empezó justo cuando comenzaba las emisiones de canal 2, que después de que llamo Canal Sur 2. El programa de cine empieza a la par que el canal. Este iniciaba las emisiones el 5 de junio de 1998 y recuerdo que el primer programa de cine se emitió cinco días después, el 10 de junio. Y fue un encargo que nos hicieron los directivos de entonces que estaban poniendo marcha la cadena. Me hablaron a mí, porque yo ya había hecho muchas intervenciones sobre temas de cine en otros medios antes de entrar en la RTVA y luego también en Canal Sur Televisión a lo largo del tiempo, también había hecho algunas presentaciones de películas que se ponían en la cadena, había participado en la radio sobre diversos programas sobre cine, había hecho todos los años programas especiales sobre el festival de cine iberoamericano de Huelva, que comenzó al mismo tiempo del inicio de Canal Sur Televisión.

De hecho me encargaron este proyecto a mí y también a un compañero que él presentó un proyecto a la cadena para hacer un programa de cine en esas mismas fechas y de hecho lo que hizo la cadena fue encargárnoslo a los dos. Nos dijeron, habéis presentado los dos un proyecto parecido de cine, ambos de media hora, a ver si sois capaces de con esfuerzo de hacer un programa de una hora entre los dos. En ellos se incluía la emisión de unos cortometrajes con lo cual el programa se quedaba en unos 45 minutos. Y así fue como arranco el programa. En principio dudamos entre varios nombres y de entre ellos se eligió *Con el cine en los talones* Después este compañero que se llama Miguel Olid, que es doctor en Ciencias de la Comunicación Audiovisual y que tiene una tesis magnífica sobre Eduardo García Maroto. La cadena consideró que el estuviera en otras actividades en otros programas y entonces me dejó a mí como director único del programa, aunque yo desde principio aparte de redactar algunas

informaciones, algunos reportajes del programa, siempre fui director y presentador.

P. *Con el cine en los talones... ¿Cómo es esta etapa y qué secciones teníais? ¿Había invitados en el plató? ¿Cómo se desarrolla la estructura del programa?*

R. El programa estaba pegado a la actualidad en el sentido de que nos ocupábamos fundamentalmente de los estrenos, de la cartelera semanal. Además a veces también hacíamos reportajes sobre la película o las películas que se habían estrenado esa semana. Asimismo también venían el director o los actores de las películas y los teníamos en directo en el plató. A veces también hacíamos una especie de sondeo o de encuesta a las personas que estaban viendo la película que acababan de terminar de hacerlo para que nos diesen su opinión. También había algún espacio para el cine clásico. Estaba también la opinión de algún crítico sobre alguna película que estuviera en la cartelera. Había otra sección sobre las taquillas, sobre el número de espectadores de las películas más vistas. Lo básico mas o menos se mantuvo durante todo el tiempo, *Con el cine en los talones* y también de muchos años de *Cine.Dos*. Pero poco a poco aquellas secciones, algunas de ellas dejaron de hacerse por problemas de infraestructuras. Porque cada vez necesitamos ir a más sitios, nos llamaban de más lugares: de rodajes, de estrenos, de festivales. Cada vez más gente requería nuestra presencia en más sitios.

Por ejemplo, lo de la sección de escuchar la opinión de los espectadores a la salida del cine pues eso final lo quitamos porque íbamos muy mal de tiempo, requería mucho trabajo y no resultaba tan provechoso para el programa. Otra fueron por decisión de la cadena de quitarlas. Por ejemplo el tema comercial de las películas, de cómo estaban funcionando en taquilla, en un momento que desde la cadena consideraron que no era lo mejor, insistir durante tantos días en que determinadas películas tenían una serie de ingresos o de espectadores, etc. Era mejor dedicar fuerzas en otras cosas. Recuerdo que la primera etapa las secciones tenían un nombre que tenían que ver con títulos de películas por ejemplo la opinión de los espectadores se llamaba "*La ley de la calle*" o la opinión por ejemplo de los críticos se llamaba "*El hombre que sabía demasiado*". Había también una sección dedicada a un andaluz o andaluza que podía ser una entrevista donde se repasaba su filmografía. Podría ser director productor, actor, guionista, director de fotografía y se llamaba "*Uno de los nuestros*". Y así se organizó el programa al principio.

P. *Y cuando comienza este programa con el Cine en los talones ¿Tenéis algún lugar a donde mirar para el diseño de vuestro programa, para coger ideas para vuestra estructura? Por ejemplo La 2 de TVE, ó experiencias de otros países de América Latina o de Europa...*

R. Pues la verdad que no, porque yo fui lector de Fotogramas desde que tenía 14 o 15 años y luego de muchas otras publicaciones como por ejemplo, el caso de Dirigidos, incluso hice mis prácticas profesionales allí, y de alguna otra publicación de cine. Y hombre los programas de Televisión Española pues por ejemplo ya estaba en antena *Días de cine*, pero a mí por ejemplo en la concepción del programa si utilicé elementos de otros programas lo dice de una forma inconsciente. Creo que a Miguel Olid que era el compañero que ideó también un esquema parecido al programa y con el que te dije que codirigí el programa durante un año o año y medio no me acuerdo, pues tampoco recuerdo que utilizara otros programas de televisión. Entre otras cosas porque nunca pensamos que íbamos a tener los medios y la posibilidad de ir a tantos sitios como hacia el programa de TVE. Fue un poco una sorpresa que al final coincidiéramos en muchos festivales, sobre todo la primera etapa en la cual hubo una propuesta muy fuerte por parte de la dirección de Canal 2 para que se nos viera, que se nos conociera y hemos estado en la Mostra de Venecia, en la Berlinale, en varios festivales internacionales y al final se quedó reducido prácticamente a los festivales que tienen lugar en España y sobre todo lo que tienen lugar en Andalucía.

P. ¿ Colabora en la programación de las películas que se inician en Canal Sur 2 o era básicamente el responsable de los programas de cine?

R. Pues curiosamente con eso ha tenido que ver cuando se quita el programa de antena es decir a partir del año 2007 que es cuando yo paso al departamento que contribuye a la programación de cine en Canal Sur Televisión, a partir de la adquisición que hacemos de los derechos de emisión de películas, y orientando, indicando donde, en qué franjas horarias se podrían emitir las películas tanto en Canal Sur Televisión como de Canal 2. Pero mientras yo hacía ambos programas de Televisión de cine, yo no intervine. Había un asesor cinematográfico entonces que era Juan Delgado, veterano, un hombre que ha escrito libros sobre cine y él era el que lo hacía. La primerísima etapa de Canal Sur Televisión tuvo a Benito Martínez como jefe de ese departamento que se llama de producción ajena y después Juan Delgado y después le sustituyó yo. Lo que sí verdad es que los dos o tres primeros años de Canal Sur 2, *Con el cine los talones* sí que me pidieron que hiciera la presentación de espacios dedicados al cine.

Uno era cine en blanco y negro y se llamaba en "*Glorioso en blanco y negro*" y se ponía lógicamente películas que no estaban en color y que se recordaba la gente joven que también hubo el cine en blanco y negro y fantástico hubo muchísimas películas que yo presenté por ejemplo *Los sobornados*, *Sed de mal* de Orson Welles, muchas película de las cuales no me acuerdo ahora. Y después hubo otro espacio que también presentaba yo con películas de relativa actualidad pero sobre todo de cine de autor.

Recuerdo haber hecho la presentación de por ejemplo *La edad de la inocencia* de Scorsese *El inocente* de Visconti como dos ejemplos que tengo. Una idea de cuáles eran las películas que se veían en este ciclo. Recuerdo también que cuando se emitían glorioso blanco y negro, cuando se murió el japonés Akira Kurosawa hice una presentación de su película y además la tuve que hacer porque yo me había ido a Venecia. Y entonces me llamaron y dije menos mal porque además Kurosawa se dio a conocer en Europa, y todo occidente, gracias al éxito que tuvieron sus películas que tuvieron sus films en festival de Venecia y en concreto esta, que fue la seleccionada y no era raro que esté allí con el fondo de Venecia hablando del japonés recién fallecido.

P. ¿Tiene claro el público al cual va dirigido tanto su programa, como el cine que se emite en el Canal Sur 2?

R. La cadena apuesta desde un primer momento por una franja de espectadores por un gran sector de espectadores que quizás Canal Sur Televisión tenía un poco descuidado. O sea una clase media urbana, con un nivel social educativo superior al que suele conectar con Canal Sur Televisión, que está más centrada en una audiencia mayor, rural y de un nivel educativo no muy alto. En cambio Canal 2 porque iba todo lo contrario iba un público más joven más urbano y más preparado por así decirlo. Los primeros años había fundamentalmente tres pilares por una parte el cine y la cultura y todo lo que era Andalucía pero que no se recogía los espacios de Canal Sur Televisión. Por ejemplo por un programa *Solidarios* dedicado principalmente a las ONG y a las personas y organizaciones que se dedicaban a la solidaridad, de favorecer la integración de colectivos, de personas que estaban en riesgo de exclusión social. De modo que por ahí iban un poco las cosas. Luego conforme se van ampliando las horas de programación se apostó incluso por gente más joven. Incluso por niños. Y fue por ejemplo la época de *La Banda* en la cual consumió una gran cantidad de hora de programación, casi toda la mañana. Y fundamentalmente era eso.

Y la película que se ponían en Canal 2 de alguna manera cumplían un poco la misma expectativa que el resto de los espacios. Iban dedicados, se suponía, a un público más inquieto, más joven. Mientras que las películas de Canal Sur Televisión eran para un gran público. Eso no quita que algunas películas de Canal 2 tuviera mucho éxito de público y que además fueran de géneros muy populares aunque ya habían pasado su tiempo. Tenían como un elemento de nostalgia, o de revisar cosa del pasado. Llego a ver incluso un ciclo de *espagueti western* o de un ciclo de artes marciales que en su momento fue un ciclo muy popular, muy poco valorado desde el punto de vista crítico o intelectual, pero se pensó que ese era el momento y el espacio idóneo para hacerlo era en Canal 2. Aunque ya

había pasado el tiempo de cine de artes marciales o de *western* por ejemplo.

P. *Se programan películas sin cortes publicitarios, algunas en versión original. ¿Se busca un público muy determinado? ¿Era para un público minoritario esas películas?*

R. El de Canal 2 iba fundamentalmente dedicado a los jóvenes a la clase media urbana, se intentaba que fueran personas con un cierto nivel formativo. En cambio lo de los cortes fíjate que eso sí que fue una apuesta de Canal Sur Televisión. De hecho el espacio estrella de la cadena durante mucho tiempo fue "súper-cine" que se anunciaba así, súper cine sin cortes. Porque lo que se intentaba era captar el mayor número posible de espectadores y se pensaba que los cortes publicitarios contribuía a alejar a los espectadores de la película.

P. *En el año 2008 que estaba con la programación de la películas, hubo ciclo de cine con muchas audiencia Billy Wilder, Coppola, James Bond...*

R. A las 10 de la noche varios días a la semana la gente consumía mucho cine en Canal Sur 2. El programa de cine se quita en 2007 y desde ese año a 2009 dejo un poco de lado el cine y dirijo *Al sur*. Solo ocasionalmente hago programas especiales sobre festival de cine de San Sebastián o lo más importante de Andalucía Málaga, Sevilla, Huelva, el de cines del Sur de Granada... a eso me dedico entre el 2007 y el 2009. El exitazo de los ciclos de Coppola, de James Bond es obra de Juan Fabián Delgado que tuvo un acierto tremendo en la programación. Cuando yo lo relevo es verdad que algunos ciclos se mantuvieron también incluso hubo algunos de Histchock o James Bond...que también funcionó muy bien, que tuvieron mucho éxito. Se limitó a las primeras películas de Sean Connery y también se preparó uno sobre Clint Eastwood pero al final le a la cadena le dio miedo que la audiencia de Canal 2 fuera superior a la de Canal Sur Televisión y se decidió que el ciclo de Clint Eastwood pasara la primera cadena. Eso de lo que yo me acuerdo.

También en Canal Sur 2 hubo en ciclo de cine negro que mezclaba un poco títulos clásicos como *La jungla de asfalto* de Giorgio Stone con obras más reciente como *Fuego en el cuerpo*. Hubo hasta el último momento mucho cine, sí. Hubo también muchas películas antes de llegar yo a la programación hubo también un preámbulo de lo que ahora se está haciendo que ahora se puede ver el cine en versión original subtitulada pues en Canal 2 Andalucía ya se ofrecía esto. Recuerdo que se proyectaron películas de muchos países aunque fundamentalmente de las películas inglesas ya que la mayor parte del cine que se proyecta es en inglés y lo que se puede escuchar son películas en inglés y ocasionalmente en otros idiomas. Pero en su momento en esos se ciclos de versión original

subtitulada la película vietnamita *Color la papaya verde* películas italianas como *El inocente* o *Confidencia* de Visconti, en fin hubo película de muchos países. Y hubo también una atención en Canal 2 tanto con las películas andaluzas. Las películas hechas en Andalucía. Periódicamente se ponía un ciclo al que llamábamos "Uno de los nuestros" nuestro cine y muchas de esas películas además las podíamos publicar como nuestro cine ya que nosotros Canal Sur Televisión habíamos contribuido a su financiación y ahí se vieron películas que algunas de ellas habían tenido un éxito un recorrido en el cine desde "solas" a "déjate caer" por ejemplo o bien películas que se habían hecho para televisión lo que llamamos *tv-movies*. Canal Sur participó muchas que a lo largo de su historia y fue la ventana a partir de la cual se ofrecían al espectador

P. *Cuando se crea el Canal 2 Andalucía una de las cosas que se dice de su objetivo la creación es que sé de servicio público los andaluces. Por lo que habla ¿los programas de cine como los que dirigió servían para consolidar este principio de servicio público del segundo canal?*

R. Esa ha sido la principal idea. Además generalmente esa idea estaba en toda la cadena y en todos los programas en todos los canales radio y televisión como medio público que son... pero se trata de que el bien público y ya dijo un director general Eduardo Abellán, se trataba de ofrecer un servicio público pero con público. Debía de haber espectadores, andaluces que siguieran los programas, si no en todos los espacios pero al menos en su mayoría. Que esa mayoría arrastre para que se vean otros programas porque sino al final no tendría sentido. Si no hay espectadores, decían los directivos, pues al final por mucho servicio público que se ofrezca no tiene una utilidades no había mucha gente viéndolos. Sin embargo con Canal 2 no había esa presión de audiencia tan grande. Y se podía lógicamente experimentar más, ofrecer programas que podían ser minoritarios o que no tuvieran esa vocación mayoritaria. Pero eso no era un problema, no provocaba tantos quebraderos de cabeza que tuviera una audiencia determinada.

P. *¿Qué piensa sobre el cierre de Canal Sur 2? ¿Que ha perdido la cultura en nuestra comunidad con su cierre?*

R. Pues ofrecer una programación diferenciada con todo lo que representa. Es decir teníamos como dos alternativas había un amplio sector de los espectadores que eran asiduos a los programas de Canal 2 que no veía en Canal Sur Televisión. Y Canal Sur televisión ha recuperado algunos programas que se emitían en Canal 2 pero aún así hay sectores que estaba muy volcados con el segundo canal y no sé hasta qué punto han continuado o se han pasado al primer canal. Y yo creo que principalmente se ha perdido una oferta de diversidad. También es verdad que esto se ha hecho por una confluencia de motivos. Uno era la situación de crisis como

la que aún estamos viviendo y sobre todo en el momento álgido hubo que hacer cortes y se optó por este recorte, que desde luego ha sido mucho menos traumático que se han adoptado en otras cadenas de televisión otros sitios. Y luego también había un compromiso con organizaciones de personas con discapacidades sensoriales.

Es entonces cuando se aprovecha para poner en marcha la posibilidad de escuchar películas audio descritas para aquellas personas invidentes que no puedan seguir como resto de la población las películas y toda la programación no sólo el cine, en Canal Sur Televisión, entonces para poner en marcha eso era necesario ofrecer la misma programación a través de dos canales, ante la imposibilidad de que gracias a la crisis se podía abrir un tercer canal se optó por esto. Ofrecer la misma programación de dos maneras en Canal Sur y en Canal 2 con lenguaje audio-descrito. Cuando el tiempo lo ha permitido a partir de febrero de este año 2015 y cuando las posibilidades lo han permitido y después de mucho tiempo de prueba hay un canal en alta definición que se llama Andalucía Televisión, tal vez con el tiempo pueda ocupar algo de lo que representó Canal 2 Andalucía. De hecho tiene una programación llena de documentales que en lo que respecta al mundo del cine de alguna manera se han realizado primero y después en programado siguiendo un poco los mismos criterios de Canal Sur 2 Andalucía.

Espacios fundamentalmente concebidos para dar una ventana al cine hecho en Andalucía, este caso los documentales prioritariamente es que son andaluces. Son trabajos documentales en las que hemos sido parte de ellos y no en todos ha participado Canal Sur televisión y son espacios que están dedicados al sector de espectadores que a lo mejor no es el gran público de una televisión generalista.

VIII. Inmaculada Jabato Sarabia. Directora de *Somos más*

Cargo: directora y presentadora del programa *Somos más*

Fecha de la entrevista: 13 de julio de 2015

Duración: 25 minutos

Realizada: en persona

P. *En primer lugar háblame del programa Somos Más, ¿te involucras como directora y presentadora?*

R. El programa se llamó *Somos más* y habría que contextualizar el programa en Canal 2 Andalucía. Un canal con un alto contenido cultural con una vocación de incorporar programas con temáticas que supuestamente, en esa mala suposición que se hace desde la televisión comercial, se podía meter temas que no fueron comerciales, pero sí necesarios en la televisión pública. Así en este canal comienza a hacerse programas que atendieran a perfiles a públicos y a colectivos de telespectadores que no aparecían en otros. En ese contexto se me propone desde la dirección de la empresa esto. A sabiendas de mi trayectoria de mi compromiso con el feminismo de mi premios y reconocimientos se me propone que si quería participar o hacer este programa. Supongo que también algunos directivos y directivas del Consejo me conocían y pusieron mi nombre encima de la mesa. Entonces se planteó como una cosa añadida a mi trabajo en la radio hacer el programa en la tele y el nombre y la idea de *somos más* es mío. La mujeres *somos más* de la mitad de la población. Y jugando con esa definición *somos más* pues es un colectivo *somos más* que un arquetipo *somos más* de lo que se piensa que *somos*, *somos más* que una mujer y ahí empezamos a trabajar.

P. *Cuando empiezas a trabajar en hacer el programa ¿tienes claro cómo va ser? ¿buscas referencias de otros programas?*

R. De experiencia en televisión yo no tenía nada. Yo llevo en Canal Sur Radio desde su origen pero en televisión no he tenido mucha participación: en Canal Sur nunca se me ha propuesto para dirigir o presentar programa de televisión por mi y eso que tuve una productora que realizo *Sinceros* y también *S.O.S. Estudiantes*. Pero no se contó mucho conmigo. Al principio algunos directivos se pensaron que podía hacer algo, pero final quedó en nada. Y está era la primera vez que se me ofrecía y no tenía ni idea. Pero como siempre busqué mi equipo de trabajo, un equipo de trabajo bueno, lo que ya hacía en la radio. Contar con buenos profesionales y sobre todo con personas cómplices con la línea con la que

yo trabajo. Siempre he dicho que prefiero a un buen amigo, a una buena persona que al mejor o al más sofisticado de los profesionales ya que después a lo mejor no trabajamos a gusto, en la misma línea. Lo puse en la mesa con equipo y bueno llevamos 15 años haciendo programas en la radio y bueno pues estaban Jesús Calvo, Fernando Ariza Andrés Calvo, José Antonio Sánchez y con ellos nos sentamos y comenzamos a por ello.

P. *¿Qué estructura tiene Somos más, como se planteaba?*

R. El programa comenzaba con una imagen en la que se me veía con el micrófono de la radio y de ahí introducía el tema del día, ofrezco imágenes para que tenga un mensaje más potente y a partir de ahí intentamos ofrecer cosas buenas. Es un programa posiblemente nacido antes de tiempo, porque no había muchos medios, ni conocimientos, y en la televisión se ofrecen otras cosas. Tengo la sensación de que no se ha apoyado mucho. Era algo así como que había que apoyarlo porque es un programa que viene bien. Aún sin apoyos y sin creer del todo en este programa conseguimos en la estructura hacer un tramo bastante digno distraído. Pero claro eso era como una raya en el agua. En un canal novísimo, a las nueve de la noche cuando están los informativos de los demás siempre prime time tampoco teníamos muchas posibilidades pero yo quedé muy contenta.

P. *¿Era un programa con reportajes, tertulias, entrevistas en plató? ¿Cómo era el esquema del programa?*

R. Pues se abría conmigo con un argumento con una temática diferenciada. Por ejemplo, el amor, las abuelas o las mujeres profesionales las que no son amas de casas. Roles distintos de este género pero roles profesionales distintos. El programa se organizaba con un reportaje sobre mujeres de la historia. Una idea que luego han hecho muchos, e incluso novelas y publicaciones. Mira, te hablo por ejemplo del segundo programa tras el piloto: tengo que la estructura, del 12 de octubre de 1999, y estaba dedicado al amor. Entonces el reportaje está dedicado a Catalina la Grande. José Antonio Sánchez que es escritor y poeta nos hacía los textos y salían unas imágenes muy bonita de archivo. Luego yo presentaba el programa y también traía a una invitada del día. En ese programa fue Rosa Montero que había hecho un trabajo muy importante visualizando a las mujeres, una entrevista con ella, quedamos charlando distintos temas y después más cosas. Había un par de colaboraciones por una parte una sexóloga era muy moderna y muy cañera que se llamaba Antonia Asensio (que no sé qué estará haciendo ahora) pero una mujer muy potente que hablaba de sexo y de sexualidad de una manera muy transgresora y moderna. Después había una mesa redonda de colaboradoras que hablaba de historias concretas del amor y después una sección sobre vocabulario feminista. Y luego había una segunda parte del programa que la co-

presentaba Luis Centeno que es un actor malagueño con un físico a la antigua. Tenía una voz muy potente pero realmente era muy feuchillo, dicho con cariño, y tenía mucha gracia el actor. Entonces hacíamos una cosa que tenía mucha gracia. No era intentar convencerte a ti de que tú te hagas feminista o creas en el feminismo como una teoría igualitaria, sino que tú entiendas que lo que yo hago diferente a ti es cuestión de habilidad.

Que cuando dicen los hombres yo es que no puedo entrar a la cocina porque soy un desastre. Esos tópicos que se manejan. Tú como hombre vas a cocinar peor que yo por qué vas a mancharlo todo o yo como mujer no puedo cambiar una rueda de coche... en fin ese tipo de cosas. Y lo resolvíamos con mucha gracia porque se hacían propuesta los invitados famosos que pasaron por ahí en los 37 programas que hicimos pasaron famosos pasaron actores músicos, presentadores Paco Lobatón, un montón de gente y venían y le proponemos una prueba... tenían que hacer una prueba de que además de que podían hacer algunas cosas era divertido. Entonces pues igual tenían que hacer un cocido. Y se iba al mercado y en los puestos comprabas todo lo necesario... Se daban cuenta de que podían comprarlo todo, la pringa, la carne, las verdura y además hacer el puchero. Y tener menú para tres días: el primero fideos, el segundo día arroz y el tercero con la carne sobrante hacer croquetas o carne con tomate. Entonces era muy gracioso y creo que fue muy interesante. A mí me han contado que después el Programa se quedó en el archivo del Instituto andaluz de la mujer para consultas ya que es un programa de referencia en el tema de feminismo. Y bueno los 37 programas hubo un par de premios interesantes.

P. *¿Qué tipo de público es el que piensas era el público objetivo del programa? ¿Era sobre todo para mujeres o para hombres también?*

R. Son programas que nacen con el sambenito de que son para un tipo de gente muy concreta y más reducido. Por eso si yo lo retomara hoy día creo que sería absolutamente diferente desde mi experiencia profesional y desde los años que llevo trabajando la profesión. Y ya incluso porque y porque llevo siete años y se llama copla el jurado como responsable de la audiencia he sido contertulia, has hecho de todo y viendo desde dentro cómo se hace la televisión aprendiendo con otros compañeros y creo que debería de otra manera. Porque estos programas que hacen con humildad, arrugaditos, como pidiendo perdón sin intentar molesta nadie, pues no sirven. Yo llegaría de otra manera dando un paso al frente y haciendo un programa mucho más potente de otra de otra manera.

P. *Han sido 37 programas, ¿En qué año empieza y hasta cuando estáis?*

R. Un programa piloto que se emitió que fue en octubre del año 1999 y fue una temporada entera un año aproximadamente y sería hasta verano del

año 2001 hora de duración 37 programas a las nueve de la noche después se repetía tres veces.

P. ¿Qué aportó, un programa como Somos más, en el concepto de servicio público que deben prestar los medios de la RTVA?

R. Mucho. De hecho yo recuerdo que han pasado por el programa desde mujeres anónimas, no conocida por nadie pero con historias muy potentes, hasta las más relevantes por ejemplo hablamos con Rosa Regás, Rosa Montero Espino Freire o con algunas de las ganadora del los Premio planeta, como Nativel Preciado, o premiadas en el "Michelen", mujeres que han recibido premios en Andalucía, muchísima mujeres. Era una forma de servir a sociedad civil. Es que hay tantas mujeres en todas las facetas de la vida, de las que no se conoce tanto. De la sociedad civil. De hecho una de las colaboradora del programa para la sección de vocabulario era Emelina Fernández que ha estado en el Consejo Audiovisual de Andalucía y sigue siendo una mujer destacada en el mundo andaluz. Se ofreció desde una televisión pública la idea de que nos estamos ganando gastando el dinero pero para educar, para enseñar haciendo algo del beneficio público. Yo no cobraba nada era personal de la casa me daban un plus pequeñito un complemento por hacer más hora y ya está. Pero era un buen modelo hubiera sido un buen modelo para continuar.

P. Ya para acabar ¿Qué es lo que ve mejor y peor del programa?

R. Positivo lo innovador porque insisto creer en un programa ideológico porque era un programa militante e ideológico fue algo muy positivo. . No era un programa para que yo, Inma, hiciese lo que me apeteciera...no. Es un programa de encargo feminista en la televisión pública y eso me pareció maravilloso un paso adelante. Lo que pasó es que mantener esto suponía tener mucha convicción y echarle de comer, promocionar ese tipo de programas. Insisto que no se emitiese a las cuatro de la mañana que se le diese cariño. Y hay que sentir esa historia por dentro. Si no crees en eso, si cuando presentas una programación cuando lo que tú vendes son programas como éste, pero fuera de horario de máxima difusión, eso es un error. Eso es un error de lo público que no se encariña con lo propio como si ocurre con lo privado. ¿Tú crees que si tuvieras una tienda no vas a hacer todo lo que haga falta para que venderlos de todo? Pero como este programa es de todo y no es de nadie pues hay un terreno un poco de nadie y de que el que esté dirigiendo pues se lo crea esto.

P. ¿Qué valoración haces del cierre de Canal Sur 2?

R. Una pena tremenda porque el alimento de ese canal éramos y somos los profesionales de la RTVA. No creo que fuera una cuestión de dinero, era

cuestión de rentabilizar los recursos que tenemos y cuando la gente tuvo la ilusión la pones a trabajar y las pone con buenos equipos y hacer cosas... Canal 2 se podía haber mantenido pero es lo mío, lo que pensamos aquí abajo. Lo que piensan ahí arriba quién sabe, lo que tienen que hacer las cosas parece que todos enfarraga en presupuestos imposibles, sin papeles pero vamos nosotros hicimos como esquema de radio, prácticamente lo hacíamos con una modestia... Era una cosa muy modesta pero hecho con mucho corazón con mucha ilusión y con mucho cariño. Y preparamos los guiones los reportajes y no es tan complicado todo se puede o quieren hacer lo que muy complicado y eso es una pena. Esto me voy a salir estoy aunque no servirá de mucho más. Gracias a ese programa nos dieron dos premios Meridiana: uno personal y otro al equipo que trabaja conmigo y gracias a ese programa nos dieron el primer Meridiano los hombres que trabajaban en nuestro equipo por solidarios y por feministas.

IX. Jesús Rodríguez Vigorra. Director de *El público lee*

Cargo: director y presentador del programa *El público lee*

Fecha de la entrevista: 29 de junio de 2015

Duración: 20 minutos

Realizada: telefónicamente

P. *¿Cómo decide empezar el programa *El público lee*? ¿Qué motivación tiene para iniciar este espacio?*

R. Me pidieron que si hacíamos un programa de libros, que qué haría yo para hacer un programa de literatura. Y entonces pusimos en marcha una práctica que ya hacíamos en la radio. A mí siempre me ha preocupado que puede llegar a ser poco productivo o poco atractivo el escritor que viene y tu que le preguntas. Y sentía entonces que me faltaba algo, además de algún texto que se leyera. Entonces en la radio lo que hicimos con el gancho de que regalamos un libro y con el reto de aquel que se comprometía a leer un libro se lo regalamos, así empezamos hacerlo en la radio y en un momento dado me dicen ¿tú quieres hacer un programa de libros en la tele, cómo le harías? Yo lo mismo que la radio así que la gente podía preguntarle a los escritores que venían al programa. Y así se hizo la prueba *El público lee* y salió. Y estuvimos más de 10 años y 380 programas.

P. *El reto es difícil, no lo es lo mismo hacer un programa de radio que un programa de tele, porque además está la imagen.*

R. Se enriqueció lo que hacíamos en la radio. El grueso del programa eran los lectores anónimos gente desconocida que leía libros y preguntaba. Y después algunos reportajes que vinculados al libro, al género o al autor hacíamos nosotros. Para enriquecerlo también copiamos a personajes del mundo de la cultura (eso sí no escritores) hablando de libros sobre la importancia de éstos o de cuáles eran sus libros de cabecera. El botiquín de los primeros auxilios era otra de las secciones que todos lo recuerdan y es que los espectadores mandaban un libro que era saludable o beneficioso y entonces tenemos un botiquín de primeros auxilios que estaba lleno de libros y así con esos aditamentos que le pusimos al programa hicimos que se hiciera el programa más atractivo para pasarlo de la radio la tele. Pero en la radio eran tres lectores que se acercan a las estudios de cualquier parte de Andalucía y a los que sobre todo teniendo reto de superar una dificultad: si te vas a leer el libro yo se lo mando, usted lo lee y después viene al programa. Y así fue. Además los lectores descubrirían muchas cosas que igual los propios escritores no se habían dado cuenta y eran

capaces de ver otro tipo de cosas en las historias que aparecen en los libros.

P. *¿Eso enriqueció mucho el programa?*

R. Muchísimo. Eso era lo mejor, que tenía muchísimos escritores se sorprendían a veces de lo que había encontrado un lector que a veces ni los críticos lo encontrarán. O por ejemplo el escritor ponía algunos pequeños secretos, que ellos colocan, y que confiaban en que no se descubrieran fácilmente... y nuestros lectores lo encontraban. Y había mucha participación de los escritores y siempre los escritores valoran. Cuando los veo todavía, a día de hoy, aún lo dicen. Y los lectores no tenían ningún tipo de complejo y eran capaces de ver cosas que ningún crítico había visto, o de las que el propio escritor no había caído y sobre todo era muy interesante la postura de la persona que venía el programa porque algunos de ellos decían ¿cómo voy a decirle yo esto al escritor como voy a hablar sobre su forma de escribir o sus personajes? Me acuerdo, por ejemplo, una vez con Bryce Echenique que vino un camarero y le habló de ricos y pobres... Y bueno en el fondo el programa era eso. Y parece que al hablar del libro había que ponerse muy solemnes y no hacía falta.

P. *Cuando empieza su programa ¿tiene claro a qué público va dirigido el espacio? ¿Piensa que puede verlo todo el mundo?*

R. Yo quería que fuera para todo el mundo, incluso para los que no leen. Cuando empezamos el programa, tratamos de enseñar al lector en su cotidianidad. El primer año yo iba con el libro que, un poco de *reality show*, y se lo entregaba a los lectores... porque no es lo mismo entregar un libro en una carnicería que entregarlo un despacho de abogados o que la barra de un bar, un camarero o en una peluquería. Entonces iba al lugar, al sitio al hábitat natural de lector y entonces le daba libro y le preguntaba qué haces, a qué te dedicas. Eso no pudimos mantenerlo mucho en el tiempo, se hizo imposible teniendo un programa diario de radio... Y lo dejamos. Pero la idea sobre todo era captar a todos los lectores. Yo me proponía hacer un buen programa de televisión. Creo que ese es el gran error de los programas de cultura que ya se ponen antes de nada el parche, la vitola de cultura. Y se trata de hacer un programa bueno; será de cultura será de ficción, será de lo que sea de caza o de pesca. Pero primero un programa que pueda en principio seducir a cuanta más gente mejor. Pero si tú lo parcelas, si lo cierras pues hablar de cultura parece que te quitas a la gente de medio. Entonces el pequeño éxito que pudiera tener o la aceptación que lo tuvo era porque estaba pensado para todos: no pretendía cerrar el espacio cultural y que cupiese todo el mundo.

P. *Hábleme de las audiencias. Hubo momentos del 6 o 7 por ciento del share. Cifras muy altas. ¿Mucho éxito para un programa de libros?*

R. El que más audiencia tuvo fue el debate de *El código da Vinci* que fueron casi 200.000 espectadores. Luego también tuvo mucho tirón con *El Señor de los Anillos*, o Pérez Reverte cuando venía, también juntaba a mucha gente. Estábamos en un canal que tenía la media canal muy importante que teníamos un 5% - 5,5% en Canal 2 Andalucía tristemente desaparecido.

P. *En cuanto a la estructura del programa, además de las tres personas hablando con el autor, ¿qué había más secciones?*

R. Bueno el botiquín de primeros auxilios estuvo siempre. Otra sección que tenía estaba personajes de la cultura de músicos, pintores, arquitectos, artistas... Pero nunca escritores, hablando de libros. Le hacíamos un pequeño cuestionario sobre dónde leían, qué leían. También un cuestionario personal breve estuvo mucho tiempo. Después hicimos por ejemplo visitas a muchísima librerías en toda Andalucía, para enseñarlas. Luego otro que tuvimos también mucho que era con la que se cerró siempre era un cuestionario cerrado a todos los autores, que era el mío directo pregunta respuesta, para conocer a la personalidad donde el libro que está presentando en ese momento tenía poco que ver. Y también hicimos un recorrido por taberna literarias y así que yo recuerde. Y también hicimos por ejemplo dependiendo del boom pues los libros de auto-ayuda hicimos algunos apartados. También otra sección de la cuales los espectadores recomendar un libro grabándose cuando empezaba las nuevas tecnologías.

Y también hicimos una sección en la cual los espectadores le pedimos que mandaran, al inicio de las nuevas tecnología y del uso de los teléfonos inteligentes de los Smartphone, que recomendaron un libro que lo mandaran que grabar un vídeo cortito de un minuto aproximadamente y puede también ponerlo en el programa. Tuvimos muchas secciones que funcionan siempre pero todo siempre entorno el mundo del libro. Luego si el libro por ejemplo está vinculado muy vinculado una ciudad por ejemplo el asedio de Arturo Pérez-Reverte relacionada con Cádiz pues hacemos un reportaje sobre el asedio, sobre la Ciudad de Cádiz que estaba muy presente en la novela. O añadíamos libros que tuvieran que ver con ese asunto con la Guerra de la Independencia.

P. *Se habla de Canal 2 Andalucía como pensado para ofrecer servicio público, ¿piensas que contribuyó sú programa a ello? ¿De qué manera?*

R. Hombre eso tendrán que decir los otros. Pero creo que sí, a tenor de los escritores que recibimos: fueron 380 programas y otros tantos escritores, pasaron todos. No hay ninguno que no pasara: Arturo Pérez-Reverte,

Vargas Llosa, José Saramago, Antonio Muñoz Molina, Javier Marías... Pasaron todos: consagrados, académicos, autores noveles por descubrir. María Dueñas por ejemplo lo presentó cuando aún no había empezado a despegar su libro. Entonces tendrán que decirlo otros. Nosotros indudablemente acercamos los escritores a muchos sectores de la población. Que se puedan hablar de libros y a la gente que pudiera formarse o informarse por ahí. Otra sección que también tengo por ahí cuando empezamos gran cuando empezaban los clubes de lectura hicimos una visita por todos, por todos no pero por muchos de ellos son muchos los que hay, muchos clubes de lectura a los cuales le dimos paso para incentivar esa labor que es magnífica para un darse para hablar de libros con pasión.

P. *¿Cuándo inicia el programa, tenéis alguna referencia en otros canales? Incluso antes en Canal 2 había otro programa de libro, Pretextos ¿Qué modelo usáis?*

R. Una referencia como la nuestra no había. Yo había visto muchos programas, por ejemplo, estaba el programa de Sánchez Dragó que me gustaba también: él entrevistando al autor. En nuestra casa había un programa que se llamaba *Pretextos* y que eran entrevista, esto es presentador que entrevista a un autor. Nosotros lo novedoso y lo que aportamos y lo que más nos dio de personalidad al programa fue que eran los lectores anónimos que tenían nombre y apellido pero que no eran reconocidos públicos y que jamás había pisado la televisión y que venían allí y se encontraban con un académico o con un novelista o con un poeta y hubiese un puente de comunicación con él. Esa fue la aportación y es la que muchos escritores me dicen cuando me encuentro con ellos, lo que disfrutaban de eso. Encontrarse de verdad cara a cara con los lectores, pero yo no tenía ninguna referencia, no conocía nada que supiera, algo similar. Imagino que algo así se habrá hecho, no hemos descubierto nada. Quién sabe. En Italia, por ejemplo, también le daba mucha importancia a la literatura los programas de libro pero la idea que sólo tuvimos no la de visto yo por ninguna parte.

P. *Tras más de 10 años de experiencia, hablemos un poco de lo positivo y lo negativo. ¿Qué piensa que podría haberse mejorado después del tiempo que estuviste haciéndolo y con qué se quedas, que es lo que más te gustó de tu programa?*

R. Hombre, con recursos se podían haber hecho muchas más cosas. A mi por ejemplo perder esa parte de visita los lectores pues eso en la concepción que yo tenía la cabeza del programa era una parte fundamental. Eso creo que perdimos pero era imposible de hacer. Y lo mejor la gozada de compartir con escritores lo que yo admiraba. Porque tras venir al programa después hablamos un ratito con ello o tomamos una cerveza con ellos... No hay ninguno que no pasara por aquí Clara Sánchez digo por ejemplo como empezó su primer libro, María Dueñas también vino con su primer libro. Quizá la parte más bonita y cuando

disfrutaba de verdad era cuando estaba sentado en el programa y veía gente que jamás había ido a la tele y que venía hablar como escritor o con un académico con Álvaro Pombo o con Goytisolo.

Y yo eso disfrutaba enteramente muchísimo. Porque yo odio y la palabra fuerte pero odio que la gente normal sólo salga en televisión para llorar, cuando hay desgracia, o cuando les toca la lotería. Que la gente normal que la gente sencilla sólo aparezca en televisión para ponerse en ridículo o para enseñar las tripas eso es una cosa que yo odio y lo todo lo peor que se puede hacer en educación de un país. Entonces había momentos muy buenos. Había gente joven como porfiando con un escritor, algo de eso de que estamos haciendo bien.

P. ¿Qué piensa que ha perdido Andalucía con el cierre de Canal 2? ¿Nos hemos quedado huérfanos culturalmente hablando?

R. Yo sentí una desazón profunda. Nos dijeron que no había dinero, en fin solo abrigo la esperanza, la pequeña esperanza más que lamerme las heridas, que ya el duelo lo he pasado, la esperanza de que tenemos ahora mismo en la televisión muchos canales y que haya también algo más. Que no sea sólo cocina o que ver programas que se repitan. Yo abrigo que en una televisión pública pueda ver otros programas que se dé el tiempo y la oportunidad a otra manera no sólo de libros sino de cultura, que se nos enriquezca, que nos ayuda conocer otros mundos. Es solo abrigo. No sé si equivocadamente o no pero eso lo intentaré.

X. Andrés Calvo Serrano. Director de *Sinceros*

Cargo: director del programa *Sinceros* (capítulos 1 al 12)

Fecha de la entrevista: 19 de junio de 2015

Duración: 25 minutos

Realizada: en persona

PREGUNTA. *¿Con qué intención nace Sinceros?*

RESPUESTA. La intención era crear un programa que estaba de moda en esa época que era *El club de la comedia*; intentar hacer algo similar al que había. En dirección nos encargaron ese programa. Por el público al que iba dirigido *El club de la comedia*, que era del género televisivo del un stand up, pues se veía que no tenía cabida en que en Canal Sur Televisión y decidieron hacer un proyecto similar en Canal 2 Andalucía y siempre con una visión andaluza, con actores andaluces, con directores andaluces. Esa es la premisa para la televisión que tenía ese tipo de público, que era el Canal 2. Un público más urbano, más joven que el de Canal Sur Televisión. Otra motivación fue el aprovechar un momento en el audiovisual andaluz que era ése y que se hacía muchas producciones en Andalucía en Málaga en Coín por ejemplo, con Arrayán, que tenía un movimiento de entrada y salida de actores muy interesante y potenciar la cantera de directores andaluces, y también malagueños.

P. *¿Cómo era la estructura del programa?*

R. Cinco monólogos en el programa con las intervenciones del presentador, más intervenciones musicales de una banda que tenemos aquí en directo, la *Free Soul Band* en el propio plato. Además había público. Creaba una empatía muy interesante con los actores, creaba ese ambiente teatral que hace falta y quitar esa frialdad que puede llegar a tener un plató, acercarlo lo máximo posible a lo que es un teatro, con una realización televisiva que se hacía en un plato. La estructura del programa respondía a la típica del *stand up*, esto es: un presentador, un maestro de ceremonias que da paso a distintos monólogos de actores. En el caso de *Sinceros* se hacían siempre cinco monólogos y de una duración aproximada de entre ocho a 10 minutos y con unos mínimas presentaciones que hacía el presentador, y que después en *El club de la comedia* acabo asumiendo. Unos pequeños monólogos del propio presentador, de Juanma Lara. Era un programa puro de entretenimiento y quizá posiblemente este programa fue el primero puramente de entretenimiento que se hizo en la cadena porque hasta ese momento todos

los existentes tenía otro tipo de perfil, eran de contenido cultural divulgativo infantil o informativo pero de entretenimiento fue prácticamente sino el primero uno de los primeros que de hizo en el canal segundo.

P. *Además sirvió como escuela de actores, guionistas y directores.*

R. En ningún momento se quería crear escuela, sino que practicasen los guionistas que había en Andalucía y los actores pues menos conocidos, de circuitos regionales o provinciales de teatro. Se tomó contacto con compañía de teatro tanto malagueñas como andaluzas, actores que estaban trabajando en ese momento en alguna otra producción Andalucía y con el caso de los guionistas también el formato era no igual pero similar. Había una plantilla básica de guionistas, los que empezamos fuimos Juanma Lara, el presentador, JJ Blanes, Paco Bernal, Ana López, Olga Salut, Fernando Ariza y Andrés Calvo. Esos éramos los guionistas de base los que produjimos más número de guiones. Los guiones pasaban por unas escribas: en este caso los guiones que recibíamos muchas veces los hacíamos con tormentas de ideas o los próximos los propios monologuistas eran los que los proponían. Y había dos filtros o más bien tres filtros. La puesta en común de los guionistas de base, luego la del director del programa que era yo, en los primeros capítulos, y el filtro de Juanma Lara, que era el director de los actores. Ese es también un tema interesante a tratar en la estructura del programa que era la figura de Juanma Lara no solamente como presentador sino también como director de actores. Lara en ese momento provenía de la Compañía de teatro Teatroz, en ese momento era un actor y director teatral de mucho éxito, ahora es más conocido por el mundo de la televisión o el cine que le ha hecho más favor famoso, pero en ese momento se movía mucho por el mundo del teatro independiente. Pero era muy reconocido tanto como actor, director y autor teatral.

P. *¿Cuál era el público objetivo: juvenil, adolescente, de mediana edad?*

R. El programa era apto para todos los públicos no había calificación edad porque aunque se emitía siempre a las nueve de la noche, que se puede entender que está fuera del horario infantil. Pero desde un principio consideramos que el público infantil podía estar presente y cuidamos los guiones para evitar cosas soeces, chabacanas o que pudiesen chocar para los más jóvenes, con los niños. De hecho ha llegado también a un público infantil a nuestro programa. No hay que olvidar que era un programa de comedia, de risas y todo tipo de público tenía cabida. Pero si orientó sobre todo en un *target* que podíamos decir un público de edad universitaria, no necesariamente que estuviese en la universidad, pero de 20 años en adelante hasta 40 años. Y de hecho en las cifras de audiencia acertamos en el *target* al cual iba directo dirigido que era el propio público de Canal 2

Andalucía el público objetivo. En cuanto a audiencias el programa se emitía siempre los domingos a las nueve de la noche desde el primero al último a esa hora y era de los programas punteros de la cadena siempre. De hecho cuando alguna ocasión por algún motivo estábamos por debajo de la media de la cadena pues nos da un tirón de oreja, pero siempre estábamos por encima de la media de la cadena. Como sabes la audiencia de Canal 2 Andalucía es ascendente desde su creación de 98 hasta bien entrado el siglo XXI. Y nuestro programa que fue entre 2002 y el 2004 fue siempre ascendente. Aparte hitos por los temas cosas puntuales que hubieras visto positivos. Fueron 114 programas durante una hora. El primer programa el 7 de abril de 2002 y el último el 27 de junio de 2004: 114 programas divididos en nueve series.

P. *¿Puede hablarnos de la mercadotecnia?*

R. Se hicieron camisetas en un principio pensando en los propios trabajadores para que fueran uniformados, cámaras eléctricos y demás y también como detalle hacia el público que venía que era lo sé yo que se le daba igual que en otro programa se le daba un bocadillo en este caso se le daba una camiseta pero no se ponen a la venta.

P. *¿Funcionó como escuela para otras series?*

R. No fue tanto una escuela sino una secuela para otros programas, como fue el caso de *S.O.S. Estudiantes*. Continuaron muchos de los actores y de los guionistas que habían participado en *Sinceros* continuaron con *S.O.S. Estudiantes*. De hecho el autor de este proyecto, JJ Blanes, era guionista y productor de *Sinceros*.

P. *¿De quién os fijáis para hacer el programa? ¿Qué formato se usa?*

R. Nos fijamos en el *stand up* americano que era la base, incluso *El club de la comedia* está basado en este género, un género muy particular. Y la diferencia que tenemos con *El club de la comedia* es que los guiones eran más personalizados. De hecho el título del programa *Sinceros* hace referencia a que el actor, el personaje que aparece en escena se sincera con el público y cuenta sus interioridades, más que contar una batería de chistes y bromas. Ese es quizás una de nuestras peculiaridades y de hecho el título del programa iba por ahí. Y otra novedad es que la escenografía no era como en las obra de teatro, cómo puede ser *El club de la comedia*, sino que era un plató, en el que había público y eso nos obligó a que la escenografía fuese distinta. Era muy minimalista apenas había nada de fondo y todo se construía con luz. Eso fue una enorme aportación de Paco Escamilla que el jefe de iluminación de Canal Sur Televisión y que hizo un trabajo estacional. Lo produjo en un principio Luna producciones y a partir de la tercera temporada se produjo con Andalucía Televisión

Producciones y se cambió el plató, se empezó a grabar en los estudios que había en el polígono Guadalhorce de Málaga. Primero se hizo con la producciones en un plato alquilado fuera y después pasó a grabarse aquí a los estudios en Málaga al centro de producción de Málaga de la cuarta a la novena temporada.

P. *¿Quién hacía la producción y la dirección del programa?*

R. Yo fui director los primeros 11 programas y después continuó Juanma Lara que asumió tanto la dirección del programa, la dirección de actores y la presentación del espacio. Desde el punto de vista económico fue la primera producción de Luna producciones que se vendió a Canal Sur Televisión y una de las fórmulas era abaratar mucho los costes. Era un programa muy barato teniendo en cuenta el número de personal, de producto ya que era un producto muy bien elaborado y a un precio muy inferior al de mercado. Lula producciones después continuó con S.O.S. *Estudiantes*.

P. *¿Cómo fue la creación y cierre de Canal 2 Andalucía?*

R. Canal Sur 2 sirvió para lo que se creó: servicio público, para la gente joven. El Canal 2 me parece fundamental como servicio público de la televisión autonómica, es quizá cubrir la parte que no ofrece Canal Sur Televisión y sobre todo porque diversifica el tipo de público. Canal Sur no se dirige a un público urbano más joven y ahí teníamos nuestra cabida como Canal 2 Andalucía: me parece que hacía una función espléndida. Y como cantera de espectadores el hecho de que *La Banda* siempre estuviera por encima del 10, 12, 15% del *share* me pareció espectacular y con más de medio millón de sus niños andaluces con el carnet de *La Banda* que tenía a esta televisión como propia, hacía la televisión maravillosa. Y sobretodo el darle cabida a ese tipo de programas. Aparte y algo fundamental también fue crear tejido industrial al sector de la audiovisual andaluz. Precisamente las producciones que no podía cubrir por cuestión de volumen los trabajadores de Canal Sur o Andalucía Televisión Producciones la productora de la casa, las hacían productoras pequeñas o medianas que con la desaparición de Canal 2 Andalucía acabo desapareciendo muchas de las productoras. El destrozo que se hizo a la industria audiovisual de Andalucía pequeña y mediana fue enorme y yo no sé si se llegó a sopesar el impacto económico de cerrar la televisión y contratar el ahorro que hubo en los presupuesto y los costes laborales, sociales y personales del cierre de estas pequeñas y medianas empresas audiovisuales.

XI. Juan Manuel Lara. Director de *Sinceros* y *S.O.S. Estudiantes*

Cargo: director de los programas *Sinceros* y *S.O.S. Estudiantes*

Fecha de la entrevista: 15 de agosto de 2015

Duración: 35 minutos

Realizada: telefónicamente

P. *¿Con qué intención se crea Sinceros? ¿En qué momento se involucra y cómo nace este proyecto?*

R. Este proyecto nace de una propuesta que hace Luis Ramírez a Canal 2 Andalucía a Cristina Álvarez, es un proyecto que yo tenía ganas de hacer porque yo había hecho muchos monólogos y tenía ganas de probarlo en la radio que nunca se había hecho, monólogos en radio y la propuesta surgió y pero quisieron para televisión. Y sobre todo yo quería hacer este tipo de programas porque quería involucrar a los actores y a las gentes del teatro que habían en ese momento en Andalucía en el programa. La idea es que los actores debían ser andaluces los que participarán tanto ellos como los guionistas. Siempre gente de Andalucía. Y así lo hicimos. Yo hacía el casting de actores y de monólogos, los leía, escogía lo que más me gustaba y después con los actores les daba una pauta de cómo quería que fuera aproximadamente la duración del monólogo, y darle algunas pautas de cómo podían aprovechar algunas cosas porque algunos de ellos eran totalmente amateur y es la primera veces que hacían monólogos. Yo tenía que guiarlos. Y de ahí surgieron algunas joyas magníficas como por ejemplo Salva Reina que los primeros monólogos que hizo lo hizo ahí conmigo en *Sinceros*, Álvaro Carrero que ahora está en *El club de la comedia*, de vez en cuando yo llevaba gente que en el panorama nacional de los monólogos ya tenían un nombre como por ejemplo Alexis Valdés o Antonio Garrido que habían hecho cosas más importantes.

P. *¿Cómo se trabajaban los guiones?*

R. Pues se formó un grupo de trabajo de guionistas y es que necesitábamos siempre tener guiones; de hecho alguna gente con la que colaboramos pidiéndole algún guión se conformó como parte del grupo de guionistas por que escribían de una forma muy buena. Entre ellos Fernando Ariza. Y se creó ese grupo de guionistas que coordinábamos temas para que no se repitieran y todo eso, nos reunimos con los guionistas, además me reunía con los actores, y una se les daba cada uno de ellos sus guiones, con unos cuadrantes donde venía pues quien hacía que cuál era su hora del ensayo y todo eso, ensayaban en casa ya que no

teníamos lugar de ensayo ni nada de eso, y tras enseñarlo nos íbamos a grabarlo a la televisión.

P. Además de todo eso presentaba el programa ¿Su papel era muy importante en el desarrollo de cada programa?

R. Pues sí, la verdad porque no tenía un equipo de ayuda, sí el equipo de Canal Sur que hacían la grabación, en la realización, de la parte técnica. Pero yo tenía que conseguirlo todo: qué se hacía cada día, la participación con el público, llamaba a la gente y quedaba con ellos. No tenía ni ayudante de dirección ni nada de eso. Aparte incluso en algunos programas hacía los monólogos como introductorios. Pues si hacíamos unas introducciones, yo para presentar a cada actor decía alguna cosa relacionada con lo que va hablar o un poco con la actualidad. Y hacía una pequeña intervención tipo monólogo.

P. Hábleme del escenario, la iluminación y la escenografía, que era muy minimalista.

R. A mí me gustaba, la escenografía era simple tenía simpleza porque lo importante era el monólogo, que esa persona estuviera ahí en el centro de todas las miradas y lo que sí logré, lo que tuvimos era tener una banda en directo, la *Free Soul Band*, una banda con la que también yo interactuaba. En alguna ocasión me batí con el batería para que él presentara y que yo tocará un tema de batería. Y yo creo que él salió ganando porque era muy cachondo muy divertido y yo la batería apenas sabía tocar dos temas. Había mucha integración.

P. El público en directo, ¿le daba valor añadido al programa?

R. Para mí esa era una de las cosas fundamentales, porque necesitaba público en directo. Eso era fundamental. Porque los monólogos se parecen mucho a hacer teatro, y el teatro necesita público referente, es tu contertulio, es a quien tú le quieres comunicar algo. Es que tú hables con ellos y dejar que se ría eso era fundamental, que sea más divertido más interesante porque se establece el fenómeno de la comunicación total. Lo otro sería como especie de prueba a la nada cuando no había público. Yo creo que el monólogo necesita público en directo

P. Viendo un poco las audiencias que hubo, los tres años de Sinceros siempre estuvo entre los cinco o diez programa más visto de todos los que se veían cada año. Con artistas amateur, escenografía justo... ¿fue un logro muy importante?

R. Pues sí, la verdad que sí fue uno de los programas más visto de Canal 2 Andalucía. Junto con el de Jesús Quintero, pero nunca tuvimos ese reconocimiento, ni porque se nos diera un poco más de ayuda en algunas

cosas, ni por nada. Nunca tuvimos ese reconocimiento pero estuvimos ahí entre los programa más visto de Canal 2 y yo creo que era un programa que le gustaba a mucha gente. Tú ves gente que decía vi un monólogo que no me gustó pero bueno eso es normal que no todo le tiene que gustar a todo el mundo, porque a lo mejor uno que no te gusta, le gusta otra persona y viceversa. Pero era un programa que se hacía con muy poco dinero, barato, se hacía muy con el corazón y era un programa que tenía mucha vida y de ahí surgieron un montón de actores que tuvieron en sus primeras intervenciones en un programa como ese. Y en una tele seria, Canal Sur Televisión, bien hecha con buena iluminación buenos cámaras buena realización. Era muy interesante tener eso al alcance de nuestras manos.

P. *Volviendo a los guiones, ¿había temas que no se trataban por ir destinado a un público más joven? ¿Algún tipo de recomendación con temas, como el sexo, o era abierto en los contenidos?*

R. Era absolutamente abierto, no tengo ningún recuerdo de que me censuraran nada . Era abierto aunque hay cosas que no las tratan porque a ti mismo no te parece adecuado, por ética personal pero no por una cosa de cadena, al contrario yo lo que quería es que el espectro fuera lo más amplio posible y que como eso depende del horario el cual se emitía pues podías o no utilizar una expresiones otras, pero como la emisión era para adultos pues hay hablábamos de todo, de sexo, de relaciones familiares, de la playa, los temas son amplísimos. Cualquier tema puede ser susceptible de hacerse voz.

P. *Sinceros fue como una especie de escuela para la gente que estaba comenzando en el mundo de la interpretación, del teatro, que después continuaría por estar libre por otras parecidas.*

R. Imagínate toda la semana tener que sacar cuatro guiones, cuatro personas que escriben monólogos y se estableció algo muy bonito. Pero se aprovecho mal eso que se inició porque estaba hecho, ya estaba ahí y debería haberse cuidado un poquito más el personal humano que había, ya fuese por parte de la productora Canal Sur. Porque un vínculo entre un montón de gente que no estaban de vinculadas, que le gustaba hacer arte y de ahí hubo gente que ya escribía ante y que se decidió a hacerlo una forma más seria una vez al pasar por él programa. O gente que daba sus primeros pasos y que después se metía una escuela de interpretación. Pero lo que yo no quería ir a con gente profesionales, que fuese seguro a triunfar a hace reír. Yo lo que quería era ver si entre toda había diamantes en bruto y sí encontramos alguno de ellos realmente muy buenos.

P. *¿Algún monólogo que te acuerdes?*

R. Me acuerdo una vez que presentando el programa que era la guerra de Irak y yo hice una presentación, porque las presentaciones yo los escribía, además de un monólogo. Y entonces hice una reflexión basándome los Monty Python y en la película La vida de Bryan, y que decía: joder ya está bien con la guerra y yo le decía pero ¿qué nos han dado los americanos? Y nos quedábamos todos muy callados, los actores que estamos allí. Y decía uno en “un McDonalds”. Yo respondía: vale bueno, claro puedes comer, divertido, de colores. Y replicaba ¿Pero que nos han dado los árabes, qué cosas nos han dado ellos? Y uno decía: la Alhambra de Granada, el regadío, la ventana, el nombre de la mayoría de las ciudades de Andalucía, de los ríos... Y yo replicaba ¿además de los nombres, los ríos, la Alhambra, que nos han dado los árabes? Y la gente empezaba a reírse y de pronto había una persona que levantaba la mano así como con muy discreta decía “Nos han dado la sangre”. Y ahí se arrancó un aplauso entre el público fantástico y muy emotivo resultó en esa comunicación y de lo que somos.

P. *Lo mejor y lo peor del programa Sinceros*

R. Lo mejor fue el haber destinado durante algunos años a un producción con muy buenos profesionales que eran muy muy buenos, que demostramos que podemos hacer un programa con alta calidad, porque incluso hubo otras televisiones que estaban pensando en copiar el formato como que el nuestro. Hicimos un programa que interesaba, a pesar de los horario que teníamos de estar en Canal 2 Andalucía, que interesaba al público y todavía vigente que me recuerda ese programa, no es algo que haya caído en el olvido, y que lo hicimos con personal andaluz, todo el mundo era andaluz. Y esto que digo Andalucía exporta muchas cosas, porque aquí se los incentiva demasiado poco en Andalucía. Ojalá tuviéramos política como las que por ejemplo se hace en Cataluña o en el País Vasco donde se incentiva la creación, a los creadores. En Andalucía no hay creo ni una sola producción de ficción, ninguna, y creo que es un error brutal.

P. *Saltando de Sinceros a S.O.S. Estudiantes, ¿es una continuidad entre uno y otro, una especie de secuela?*

R. Sí que tiene que ver porque *Sinceros* funciona muy bien de audiencia, de todo, el formato barato de no tener un equipo enorme me funciona muy bien y bueno hubo una idea que sacó JJ Blanes, que trabaja en la SER, cuatro folios que escribió sobre los estudiantes que me lo pasó Luis Ramírez y lo leí, era una buena idea. Le hice alguna modificación, metí a algunos personajes que pienso que le podían venir bien y ahí se presentó el proyecto y comenzamos a elaborarlo, y yo introduje el personaje de un loco que vive ahí, que es con el que se quedado mucha gente, también dos

mujeres lesbianas que estaban ahí... otro tipo de personajes que fueron funcionando muy bien.

P. *S.O.S. Estudiantes*, ¿cómo se puede definirse cómo era esa comedia?

R. Era una *sitcom*, una comedia de situación con clara referencia a la comedia de situación americana donde la escenografía eran únicas y se trasladan de un sitio a otro. Al estilo de *Friends*. Era sobre unos estudiantes que estaban ya pasando la edad de acabar los estudio y debían estar trabajando, estudiando, y había situaciones y los vecinos eran personajes extraño. Como el loco, como un casero como todos los personajes que metí tenían referentes. El casero que hizo José Miguel Guardiola, rubio, estaba basado en una serie, en un personaje inglés te hace mucho tiempo que era un tío muy tacaño, eran como los *Ropper*, que vivía en un edificio y quería jugar con el típico equivoco de un personaje que parece era malo y nunca sabes y no lo es. Era una comedia de situación. Divertida. Empezamos con guiones de media hora y como en este país tan tan acostumbrado a hacer guiones, porque se mete mucha publicidad, acabamos haciendo guiones de una hora. Bueno y ahí se pierdan poco, empiezan poco a poco a romper todo esto. Después mía Ignacio Nacho se quedó el final le dio otro aire diferente a *S.O.S. Estudiantes*. Fue una de la serie más vista de Canal Sur 2.

Hubo personaje maravilloso y los personajes estaban geniales, estupendos. Álvaro Cajero, que también terminó siendo actor porque él es guionista pero él y yo trabajábamos mano a mano en *Sinceros*, porque a diferencia de otros guionistas que escriben y esperaban en su casa esperando a verlo en la tele, a Álvaro si le decía vente para acá que te necesito, él venía. Porque a veces cuando cosas enquistadas a veces no sale mi no me gustaban y había que cambiarlas. Y hasta que no cogimos el tono bien pues cuando me gustaba matizar con los guionistas, pero claro tenía que tenerlo al lado porque algunas tienen que cambiarse allí mismo y estuvo todo el momento aquí conmigo y fueron mejorando los guiones conforme iban pasando los programas e iba evolucionando la serie. Además resultó una serie que no se quería que fuese para adultos, y le bajamos un poco el tono, pero tampoco era infantil, y había gente que me decía a mis hijos hasta que no terminas *S.O.S. Estudiantes* no se quieren ir a dormir

P. ¿Cómo se hace una serie? ¿Cómo se escribe unos guiones, cómo se construye hay tramas principales, las subtramas, como se hace todo eso?, ¿Cómo era el trabajo de los guionistas?

R. Nosotros lo que hacíamos era que los personajes son los que van cogiendo la historia y su desarrollo, la evolución de su propio personaje y después las historias que se nos ocurrían, tratando temas genéricos. Contando la historia de los personaje. Y se hacía una biblia del capítulo, somera, por ejemplo, Mónica se va de vacaciones el padre no le deja

dinero. Y luego se escribía cada una de las cosas y se le gratificará la cosa se va haciendo. La vida general no existía como tal, eran capítulos independientes. No había una biblia que dijera todo lo que iba pasar desde el primer hasta el último

P. *Era un humor muy particular, a veces un punto surrealista de los personajes.*

R. Bueno yo intenté ese tipo de humor, que me gusta que yo hacía en las compañía teatros, en la mía Te-atroz, por ejemplo. A mí me gusta aprovechar al actor, no soy de los que le dicen al actor lo que tiene que hacer en cada momento, si lo que hace me gusta, le dejo. Y si había cosas muy surrealista pero a mí me gustaba muchísima parte surrealista.

P. *Hábleme del ritmo de rodaje*

R. Era infernal no había tiempo prácticamente para nada. Yo estaba trabajando entonces Madrid durante la primera temporada y lo que hacía que mandaba los guiones y yo bajaba para ir leyendo, preparándolos. Bajaba todas las semanas, me preparaba los planos, las cámaras en movimiento los actores y todo eso, me iba a Málaga. Ensayábamos un día y ese día hacíamos todas las escenas, sobre todo cuando era cortito de 25 minutos era muy fácil de realizar, y al día siguiente grabábamos toda la serie con los actores y yo tengo claros planos y todo. Ellos tenían que moverse por el escenario. Porque yo tenía planificado los planos que iba dar, y se hacía relativamente cómodo. Si hubiésemos tenido tiempo ni te hubiese contado lo que hubiese mejorado... o si además hubiera sido ayudado por un ayudante de producción y todo eso hubiera sido mucho mejor todavía. Yo he visto serie bastante peores en Canal Sur Televisión y en otras cadenas que la nuestra a todos los niveles.

P. *Qué puede decirme del equipo técnico con el que contabais.*

R. Éramos los cámaras, maquillaje, producción dos personas que se dedicaban a realizar todo esto, tres personas en realización y luego ya yo que hacía dirección ayudante dirección, ensayo y realización algunas veces. No había mucho personal la verdad estamos cortito de personal pero bueno con el esfuerzo del mundo se conseguía.

P. *¿A qué público al que iba dirigido este programa?*

R. En principio estaba pensado para un público juvenil esa es la idea más o menos. Sí, un público juvenil pero un poquito más adulto gente de 20 años y hacia arriba o un poquito más. Eso lo que queríamos, era el objetivo. Lo que pasa es que desde la dirección nos vetan algunos contenidos ya que el programa, también estaba enganando a los niños, a muchos niños y le gustaba mucho y entonces nos piden rebajar algunos tonos y algunos

temas y eso lo que hicimos fue esconder detrás de algunas metáforas esas cosas. Gracias a eso los guiones incluso resultaron ser un poquito más elaborados. El público era juvenil adulto, no adolescente.

P. *He encontrado los datos de audiencia en el 2004; el segundo más visto. En el 2005 el quinto, en el 2006 séptimo. Entre los diez primeros casi todos año. ¿A qué se cree que se debe eso?*

R. Yo creo que el éxito se debe a que éramos buenos y que teníamos buenas ideas, buenos guiones, que lo hacíamos muy bien y buenos actores. Los actores. Aunque funcionáramos al margen del halago y del círculo de productoras de Canal Sur de Sevilla. Tampoco estábamos en Sevilla estamos en Málaga y no nos veíamos mucho.

P. *El precio del programa, ¿Se hacía con poco presupuesto?*

R. El proyecto se hizo con muy poco dinero. Y desde primera hora y por eso no voy a quejarme realmente había pocos actores se había un equipo técnico justo que lo realmente funcionó. Yo sé que todo es muy precario precario que el poco dinero. A mí tampoco que me cuesta tanto trabajar así, porque incentivabas otras cosas y tampoco para hacer más se necesita mucho más. Mira me hubiese gustado haber tenido iluminación puntual en vez de una de todo el set completo, para poder hacer cosa un poquito más elaboradas pero estaba bien, se hizo buen trabajo y había muy buenas persona que lo rodeaban, los técnico maravilloso de Canal Sur estaba en Málaga los cámara realizadores los iluminadores. Hay muy buena gente muy buenos trabajadores en Canal Sur lo que pasa están absolutamente es desaprovechado. Ojalá pudiésemos volver hacer cosas como esas con los tiempos que corren. Pero ojalá dieran rienda suelta los trabajadores decían plantear proyectos creativos, pero no lo hacen y no sé porque será, pues no sé. Nos cuesta cambiar pero no cuesta tanto. El programa *Imaginaria* que a lo mejor era un programa especialmente intelectual; y en Andalucía también hay mucho intelectuales... lo que pasa es que quieren tirar vamos a su cosa o mostrar lo de fuera, pero la televisión pública andaluza no se dedicó a la intelectualidad ni nada.

P. *¿Cómo concluye?*

R. Se termina por una mala gestión de los productores que lo estaban vendiendo, en la que no me quiero meter, porque además que no conozco los entresijos no sé porqué Canal Sur 2 deja de hacerlo, no lo sé. Pero lo que sí estoy seguro es que quitar un programa que va bien de audiencias, que se está viendo que está haciendo en Málaga con actores andaluces, un programa que tiene una audiencia importante pues no tiene mucho sentido. Y otra cosa que no tiene sentido es que nunca jamás lo hayan repuesto y yo me pregunto porque no lo puedo entender, porque además

Sinceros era totalmente disponible igual que *S.O.S. Estudiantes*: una serie entre andaluces que está bien hecha que tuvo mucho éxito como mucha gente que se engancho con ella no entiendo porque no se ha repuesto nunca. Hay gente que con *Sinceros* es hoy estudiante que tenían entonces 12- 13 años, ya son chavales de 20 años, eran cosas que te marcan cuando pequeño de *S.O.S. Estudiantes*.

P. *¿Qué conclusión tiene de los cinco años dirigiendo S.O.S. Estudiantes?*

R. Positivo, que yo he repasado los programas, los he vuelto a ver y he dicho: joder qué bueno era, que buena comedia había en este programa, estaba muy bien hecho y los actores que estaban ahí son todos actores que están ahora mismo están trabajando en el candelero. Salva Reina entre ellos. Y creo que se debe hacer más producto de ese tipo. Y lo negativo que se acabara pero no porque yo acabaré sino porque se acabará de hacer ese tipo de cosas porque yo no hubiera estado toda mi vida haciendo eso tenía otros proyectos personales hay momentos en los cuales estaba en otros proyectos pero es una pena que se acabaran las cosas que haces, que no hubiera un relevo, por ejemplo.

XII. Ana Almagro Oliva. Productora musical de Canal Sur 2

Cargo: productora musical de *Formula uno*, *La Estación* (Canal Sur 2); *Indios sin jefe*, *Edición limitada*, *Eclipse de rock* (Canal Sur Televisión)

Fecha de la entrevista: 17 de julio de 2015

Duración: 25 minutos

Realizada: en persona

PREGUNTA. *¿En qué momento comienza Formula uno y en qué contexto dentro de Canal Sur Televisión?*

RESPUESTA. Bueno *Fórmula uno* empieza justo cuando empieza Canal Sur 2 en el año 98. Antes habíamos hecho ya programas musicales en Canal Sur Televisión habíamos hecho tres programas o cuatro *Indios sin jefe*, *Edición limitada*, *Eclipse de rock*, ya llevamos una temporada haciendo musicales aquí en el centro territorial de Málaga. Yo me dediqué exclusivamente a crear un archivo musical: ya teníamos un archivo en Sevilla de los primero musicales de Canal Sur televisión que se hicieron, coincidiendo con el nombre de la radio, y me traje todo el archivo sonoro y visual de vídeo clips me lo traje a Málaga. Entonces en el 98 cuando se crea Canal 2 pues proponen hacer un programa musical juvenil que se llama *Fórmula uno* y el formato era básicamente vídeo clips, entrevistas y noticias y agenda. Fundamentalmente eran videoclips y entrevistas. Y estaba dirigido, aunque podíamos poner productos tanto nacionales como internacionales, nos dijeron que había que darle protagonismo a la música hecha en Andalucía evidentemente. Entonces ese programa fue muy bonito en la televisión de Andalucía e incluso se hablaba de la televisión nacional de nosotros.

Porque nos dedicamos, aparte de poner vídeo clips, a hacer entrevistas a todos los grupos andaluces de pop rock que entonces en esa época se metía menos Flamenquito y era más popero y más rockero. Y traíamos grupos, con maquetas o sin ellas, sin discos o con discos. Grupos nuevos, que acaban de empezar, grupos que llevaban tiempo y también bandas consolidadas. Los traíamos, y no en el plató sino en el pre montaje teníamos un set donde hacíamos todas las entrevistas en un ambiente genial, la verdad muy agradable, muy íntimo y se hicieron entrevistas muy impresionantes. Y eso que en verano era un horror lo del calor que hacía y en invierno hacía mucho frío

P. *¿ Como era la forma de funcionamiento y selección musical de las mandas a las que llevabais al plató?*

R. Imagínate lo que significaba para los grupos nuevos, para los que nunca había salido en la tele o en la radio el tratamiento que le dábamos, porque nosotros no distinguíamos. Lo único que distinguimos es que tuviera calidad. Los grupos nos mandaban maquetas y yo como productora del programa y de contenidos, y dentro de un criterio más o menos que tuviese calidad, pues llamábamos al grupo para grabarlos. Le decimos, oye que te venga a Málaga que te vamos a hacer una entrevista. Y el resultado solía ser muy chulo. Además con un montaje que teníamos como escenografía con agujeros muy graciosos, que de hecho se hicieron muy famoso porque sacamos una camiseta con el logo de *Fórmula uno* que se la regalábamos, hicimos muchísimas camisetas y se las dimos a los grupos. Y luego nos encontrábamos que en todo concierto de Andalucía había grupos tocando en el escenario con la camiseta puesta: imagínate la publicidad tan buena que nos hacían. Eso se fue corriendo y corriendo y todos los grupos querían venir. Ya era una lista de espera brutal. Yo no sé si pasaron por aquí en torno a 250 grupos de todas las provincias, de pop suave, de rock, de cualquier estilo. Y fue muy bonito.

P. ¿ Podría explicar el esquema básico del programa?

R: Teníamos noticias, efemérides musicales, la entrevista que iba montada. Normalmente los grupos no tenían videoclips pero algunos ya si se habían hecho algún videoclip y la entrevista era lo que más duraba. Y teníamos también sesiones de calle. Preguntas a la gente de la calle sobre tema musical. Igual sobre bandas juveniles, sobre tendencias. No tenía demasiado contenido era sobretudo la música, poníamos los videoclips enteros porque ya con el tiempo no lo podíamos hacer por el tema de los derechos de autor pero entonces si poníamos los vídeos enteros. Las entrevistas en *Fórmula uno* eran diferente porque nosotros entrevistamos a los grupos, la imagen del cromas como te decía con unos agujeros con cromas y tal y se hacía la entrevista y se iban cambiando el fondo, podría aparecer el cantante por un lado o por el otro gracias al trabajo de montaje y de posproducción. Con *Fórmula uno*, sobre todos los veranos, nos íbamos a la calle y allí los presentadores grababan en distintos entornos, por ejemplo en la playa, en Puerto Marina.

Ese programa en particular *Fórmula uno* fue creciendo muchísimo en el boca a boca y la gente lo veía evidentemente y digamos que está hecho para una minoría, una gran minoría pero hacía una labor de servicio público total porque en España entonces, y ahora menos, no había casi programa musicales. Nosotros en Canal Sur hemos sido de los que más hemos durado realizando programas televisivos musicales y creo que en TV3 y hasta en TVE desaparecieron esos espacios. Y hablaba con la gente de Madrid con la discográfica y nos decía que éramos los únicos que hacemos ese tipo de programas que por ahí no había tanto programa. No sé cuánto duró cuatro cinco años por lo menos y pasaron varios

presentadores. La primera presentadora que tuvimos era una alemana, pero sevillana con acento andaluz que se llamaba Sara Witt y hablaban de los totalmente. Luego también estuvo presentándolo nuestra compañera de 75 minutos de hoy día Beatriz Díaz y también tuvimos una sueca que se llamaba Julia. También contamos con el desaparecido compañero Daniel Moreno y bueno todo esto vino a generar que hicimos muchas fiestas del programa. Hicimos fiestas en Granada. Aquí en Málaga, la fiesta de presentación en la costa y bueno con éxito total y absoluto. Los grupos que venían a tocar, que lo hacían gratis, llegaban encantados. En Granada en la Copera la gente se daba tortas por venir a tocar y lo hacían gratis, nosotros no le pagábamos a los grupos. Hacíamos una promoción estupenda y la gente como loca.

P. *¿Qué grupos pasaron por aquí?*

R. De lo que pasaron por aquí que yo me acuerde por ejemplo Amaral. Grupos que nacieron aquí hubo muchos; que su primera entrevista, que su primera actuación la hicieron aquí en este programa y que luego llegaron a hacerse muy importante como los Cucas, el Koala, Lory Meyers, Niños Mutantes (el vídeo de "Veneno-Polen", llega al número 2 de la lista del programa *Fórmula uno* del Canal 2 Andalucía, ninosmutantes.com), Estirpes de Córdoba, José Ignacio Lapido cuando empezó en solitario. Hubo muchos grupos que su primera entrevista, que su primera actuación lo hicieron aquí en este programa en *Fórmula uno* y que después llegaron más muy importantes. De Granada por ejemplo vinieron todos e incluso a los ya despreciados *091*, le hicimos su último videoclip y un programa especial de la vida de *091*.

P. *¿Cuál era el público objetivo?*

R. Nuestro público objetivo en principio eran jóvenes, más que adolescentes, jóvenes. Después ha ido más enfocado a adolescentes pero en aquella época iba dirigida a gente un poco más mayor de 20 años para arriba. El tipo de música lo escuchaba gente en poco más hecha, un chaval de 15 años no solía escucharlo, oía otro tipo de grupos. Porque nosotros estábamos hermanados con la emisora de radio de la empresa, entonces en aquella época en canal fiesta radio que tenía otro nombre, siempre hemos ido a la par con ellos y se ponía ese tipo de música en las listas. Porque nosotros tenemos unas directrices lógicamente y más o menos dentro de que podíamos hacer libremente lo que quisiéramos, y ponemos grupos internacionales, de la época, videoclips de grupos internacionales o mucha música española. Pero sobre todo mayoría de grupos andaluces. Y como no teníamos mucho pues lo que hicimos fue buscar a todo lo grupos interesantes que tuviese en Andalucía haciendo cosas interesantes fueran o no famosos. Y después mucho de ello que apenas estaba empezando hicieron realmente famoso una vez que pasaron por aquí. Y es que yo

todavía me encuentro músico por ahí que me recuerda y me dicen Ana, salimos la primera vez por los otros y a partir de ahí *El Koala*, gente que luego ha pegado pelotazo comercialmente muchos ha pasado por aquí.

P. *¿Cómo producíais este programa? ¿Qué modelo seguíais en cuanto al diseño del programa?*

R. Sí teníamos un modelo porque también con el presupuesto que teníamos no daba para hacer grandes cosas, era un presupuesto cortito que no llegaba a pagarle el viaje a los grupos, si venían de Córdoba por ejemplo, pagarle el viaje y la comida y no teníamos grandes presupuestos para hacer otro tipo de actividades ni actuaciones en directo en el plató. Entonces no nos fijamos en otros programas porque tampoco había nada innovador en los otros. Y normalmente había noticias, efemérides, vídeo clips en todos prácticamente igual. Innovamos bastante más en el indios sin jefe, porque tenía otro formato pero sin embargo *Fórmula uno* ese es el mérito que tuvo, que se hizo tan conocido porque fue un programa cortito de presupuesto pero hecho con tantas ganas ilusión y buenas ideas, que sólo el hecho de traerse al grupo maqueteros y todo esto fue la bomba, un espacio puntero porque en lo demás programas a nivel nacional hacían una actuación en entrevista pero nosotros nos trajimos grupos que no los conocía ni Dios. Aparte y la fiesta concluyó ya con una gran fiesta que hicimos en uno de los aniversarios de *Fórmula uno*, una macro fiesta aquí en Torremolinos en la playa en primavera verano, pusimos el escenario la misma arena y actuaron casi 25 bandas, grupos andaluces que tuvimos que elegir, a duras penas, porque se daban tortas para actuar. Fue difícil escoger grupos de las ocho provincias, que tuvieran cierto nivel, por ejemplo los Niños Mutantes, Estirpe de Córdoba. Fue todo el día y gran parte de la noche, fue un espectáculo maravilloso un espectáculo lleno la gente bañándose pero todo muy bien organizado, bien acotado y todos participaron gratis y los que se quedaron fuera de algunos me costó algún disgusto porque todos querían actuar. Yo le decía que no puedo meteros a todos es imposible y cogimos a lo más representativo de cada provincia y aquello fue una fiesta maravillosa, un concierto espectacular.

P. *¿Que otros programas recuerda y qué importancia tuvo la música en Canal 2?*

R. La parte musical en la televisión siempre sido una parte difícil, porque la radio tiene mucha más historia mucha más gracia en la radio mucho más fácil poner música que en la tele donde es más complicado y si no haces algo fresco o rápido pues en la tele la gente se desconecta. En Canal 2 nunca se pretendió que hubieran grandes audiencias pero si debería tener la audiencia para cual estaba dirigido, la de su público, era un servicio público además esta empresa debía tener un programa musical dedicado a los jóvenes y era necesario, lo que pasa que no tenía una audiencia brutal porque ninguna programa de televisión de este tipo de

formato en las cadenas de televisión lo ha tenido. Ni siquiera otro programa como por ejemplo *La noche se mueve*, tampoco tenía grandes audiencias pero, no se trataba de eso, sino que la audiencia se ha quedado sobre todo para Canal Sur Televisión. Nosotros cumplimos los objetivos de dar un servicio público diciéndolos a un grupo de gente de una raza determinada. El siguiente programa que se hizo después de *Fórmula uno* se llamaba *La estación* y ese duró también bastantes años. *La estación* fue heredero de *Fórmula uno*, ya cambiamos decorados, escenario, el formato aunque seguíamos trayendo entrevistas. Presentado por Sara Witt, coproducidas por Andalucía, televisión producciones. Ya cuando llegamos a *La estación* teníamos un decorado, con sillones más clásico más tradicional no tan arriesgado como el caso de *Fórmula uno*. Entonces el grupo llegaba y se sentaba con un poco más oficina y no tan arriesgado como por ejemplo sí podía ser *Fórmula uno*: tenía sus sofás y su escenografía, era distinto. Se ve que teníamos más presupuesto.