



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

CANAL SUR TV Y LA TERCERA EDAD

Romero García-Baquero, Laura Pilar

Sosa González, Francisco Javier

Tutora: Lorena R. Romero Domínguez

Trabajo de Fin de Grado en Periodismo

Junio 2015

ÍNDICE

BLOQUE I

1. Introducción	Pág.5
1.1 Motivación a la hora de elegir el tema	Pág. 5
1.2 Justificación de la investigación	Pág. 5
1.3 Definición del objeto de estudio	Pág. 7
1.4 Objetivos e hipótesis	Pág. 8
1.5 Cronograma	Pág. 10
1.6 Resumen	Pág. 11
1.7 Palabras claves	Pág. 12
2. Metodología	Pág. 13
2.1 Selección y corpus de estudio	Pág. 14
2.1.1 Selección de programas	Pág. 14
2.1.2 Modelo de ficha de análisis de programas	Pág. 16
2.2 Entrevistas realizadas	Pág. 18
2.2.1 Profesionales	Pág. 18
2.2.2 Personas mayores (de 65 a 84 años)	Pág. 20

BLOQUE II

3. Marco teórico	Pág. 25
3.1 Radio Televisión de Andalucía	Pág. 25
3.1.1 Los inicios	Pág. 25
3.1.2 Canal Sur TV en la actualidad	Pág. 26
3.1.3 Canal Sur TV frente a las cadenas nacionales	Pág. 28

3.1.4 Canal Sur TV frente a las cadenas autonómicas	Pág. 30
3.1.5 Canal Sur TV frente a Europa	Pág. 32
3.2 La función de Canal Sur TV	Pág. 33
3.2.1 Servicio público	Pág. 33
3.2.2 Cercanía y referencia andaluza	Pág. 34
3.2.3 Accesibilidad a Canal Sur TV	Pág. 35
3.2.4 Compromiso con la audiencia	Pág. 36
3.3 Temáticas	Pág. 36
3.4 Las sombras de Canal Sur TV	Pág. 39
3.4.1 Descuido generacional	Pág.39
3.4.2 Cadena pública	Pág. 40
3.4.3 Fallos con la tercera edad	Pág. 41
4. Análisis sociológico de la tercera edad	Pág. 43
4.1 Una nueva generación	Pág. 43
4.2 Un sector en crecimiento	Pág. 44
4.3 Consumo televisivo de las personas mayores	Pág. 47

BLOQUE III

5. Resultados del análisis de programas seleccionados	Pág. 49
6. Conclusiones	Pág. 51
7. Referencias bibliográficas	Pág. 33

8. Índice de tablas y gráficos

Gráfico 1. Evolución anual de los minutos de visionado diario en Andalucía y España	Pág. 6
Tabla 1. Cuota de pantalla de los individuos de 4 o más años en Andalucía durante el año 2012	Pág. 27
Tabla 2. <i>Share</i> por grupos de edades y sexo en Andalucía durante el año 2012	Pág. 28
Tabla 3. Distribución de audiencia por franjas horarias en Andalucía en enero de 2015	Pág. 29
Tabla 4. Cuota de mercado por targets y cadenas autonómicas en abril de 2015	Pág. 31
Tabla 5. Cuota de pantalla en Andalucía por edades y cadenas en febrero de 2015	Pág. 39
Gráfico 2. Lo peor de la imagen que se proyecta de los andaluces, según los propios andaluces	Pág. 42
Gráfico 3. Edad media de la población andaluza según la provincia	Pág. 45
Tabla 6. Nivel sociocultural en Andalucía según la edad	Pág. 46
Gráfico 4. Evolución mensual de los minutos de visionado diario de Canal Sur TV por parte de individuos de 4 o más años	Pág. 47
9. Anexo	En CD adjunto

BLOQUE I

1. Introducción

1.1 Motivación a la hora de elegir el tema

El motivo por el que hemos elegido hacer este trabajo sobre Canal Sur Televisión y el colectivo de la Tercera Edad es porque a lo largo de la carrera hemos tratado más profundamente la prensa escrita y la radio, y nos resultaba bastante interesante conocer de manera más exhaustiva cómo funciona el mundo de la televisión, medio de masas con más influencia que los dos anteriores. Junto a eso, el sector de las personas mayores supone un grupo muy vulnerable y olvidado, en comparación con otros colectivos que sí han sido abordados durante nuestros años de estudio, como los menores o los inmigrantes. Por eso en nuestra investigación queremos demostrar la importancia de este grupo social, ya que es un colectivo cada vez más numeroso en las sociedades occidentales, como abordaremos en el siguiente epígrafe.

1.2 Justificación de la investigación

En la actualidad, vivimos en una sociedad cada vez más envejecida, donde la esperanza de vida está aumentando considerablemente debido a los avances científicos y tecnológicos. Al mismo tiempo, la tasa de natalidad lleva unos años en decadencia debido a la incorporación de la mujer al trabajo, la dificultad para mantener una familia numerosa en el contexto de crisis económica actual, etc. Estos dos factores han desembocado en el aumento de la edad media de la población.

Hablar de grupos de edad hoy en día es difícil, porque ser mayor de 65 años ya no tiene por qué significar haber envejecido. Con esa edad hay personas mayores que tienen mucha vitalidad y eso ha propiciado que se conviertan en un sector participativo, que sale a la calle antes que permanecer en el interior de la casa. Es evidente que, conforme van pasando los años, las personas pierden capacidades físicas, pero lo más importante es el estado de ánimo. Nos encontramos con personas mayores que también quieren pasarlo bien, viajar, salir de casa, frente a lo que se hacía antes, cuando se identificaba a la tercera edad como personas dependientes y sin ganas de seguir disfrutando de la vida.

Antes, la tercera edad no estaba formada culturalmente porque, por lo general, no podían permitirse unos estudios de calidad, y eran muy pocos los que tenían la

posibilidad de lograr una carrera. Y más aún las mujeres, puesto que la mentalidad de la época las confinaba a cuidar de sus familiares y ocuparse de las tareas domésticas. Ahora, nos encontramos con personas mayores con estudios superiores porque han vivido una generación en la que mujeres y hombres no sólo se dedicaban a trabajar sino que también acudían a la Universidad. Este colectivo, al estar cada vez más formado, también es cada vez menos manipulable.

Curiosamente, la audiencia que más demanda Canal Sur Televisión no está dentro de esta nueva tercera edad que hemos comentado. Está compuesta por personas de más de 65 años de edad, con un nivel cultural bajo-medio o bajo y con un poder adquisitivo bajo-medio o bajo, predominando casi siempre la audiencia femenina en programas de entretenimiento. Esto lo demuestra la propia empresa en su Memoria que publicaron en el año 2012, la más reciente. En ella afirman que Andalucía fue la comunidad autónoma que más televisión consumió en ese año, con un promedio diario de 4 horas y 25 minutos, 19 minutos por encima de la media nacional y un 5,2% más que en 2011. A esto se le suma que en 2012 se alcanzó la mayor diferencia de la historia entre el consumo de televisión en Andalucía y la media de España.

Gráfico 1. Evolución anual de los minutos de visionado diario en Andalucía y España.



Fuente: Datos obtenidos de la Memoria de RTVA 2012.

Otros datos que demuestran el vínculo existente entre la tercera edad y la televisión son los que ofrece Kantar Media, donde se refleja que la audiencia media de Canal Sur TV comprendida entre enero y julio de 2014 ofrece un porcentaje del 20,1% de personas mayores de 65 años. Si ampliamos la edad a los mayores de 75 años, la audiencia alcanza el 26%. Junto a esto, en el perfil de los usuarios, queremos destacar que las mujeres representan el 21,1% y la clase media-baja o baja supone el 26,6%. Este elevado porcentaje que presenta la tercera edad respecto a otros grupos se da porque Canal Sur TV ofrece contenidos temáticos de interés para este colectivo como son: los hábitos saludables, la gastronomía, los niños, el amor o el folclore andaluz, como se comprueba en los programas *Salud al día*, *Se llama copla*, *Menuda noche*, *La tarde, aquí y ahora* o *Cómetelo*.

Estos datos son los que justifican la investigación, el hecho de que Canal Sur TV no ha evolucionado con la tercera edad, ya que las personas mayores de 65 años están adaptando otros hábitos, pero la cadena andaluza sigue enfocada a los estereotipos que se tiene de los mayores andaluces desde hace varias décadas. Junto a esto, se encuentra la escasez de bibliografía sobre este colectivo en el espacio mediático, algo curioso debido a que la tercera edad es uno de los grupos que más horas pasan delante del televisor.

1.3 Definición del objeto de estudio

En nuestro caso, tenemos que definir los dos elementos principales que conforman nuestra investigación: “Canal Sur Televisión” y la “Tercera edad”.

En primer lugar, Canal Sur Televisión está agrupada en RTVA (Radio y Televisión de Andalucía), que supone una Agencia Pública Empresarial perteneciente a la Junta de Andalucía. A día de hoy es el canal autonómico líder en el actual mercado audiovisual del sur de España, aunque una gran parte de la sociedad ha etiquetado la cadena como una televisión dirigida exclusivamente a un público de avanzada edad. Además, Canal Sur Televisión compite con otras grandes cadenas nacionales como Antena 3, Telecinco, Televisión Española, etc. para ser la cadena prioritaria de los andaluces.

También tenemos que definir los programas que hemos seleccionado para nuestro análisis. La investigación está centrada en los contenidos de entretenimiento, dejando de

lado la información que emite Canal Sur TV en los telediarios. Esto no significa que hayamos suprimido todos los espacios que se dedican a la información, pues dentro del estudio se encuentra, por ejemplo, *Andalucía Directo*, debido a que trata la actualidad de una manera más coloquial. Pero, por lo general, nos hemos decantado por elegir los programas de entretenimiento en vez de la información pues el perfil de las personas que ven los telediarios es más heterogéneo, mientras que en los programas de entretenimiento hay un claro predominio de las personas mayores.

La elección final se compone de doce programas, elegidos en función de las franjas horarias de emisión, la participación de este sector en los contenidos, la temática (salud, tradición, humor, gastronomía), etc. Explicaremos con más detalle estos criterios en el epígrafe dedicado a metodología.

Por otro lado, el colectivo de la tercera edad resulta más complicado de especificar porque hay diversas connotaciones. La principal es instaurar una edad a partir de la cual se considera a una persona mayor. Se suele tomar como referencia los 65 años, ya que es la edad en la que estaba fijada la jubilación hasta hace poco. Pero en la actualidad vamos encaminados a una sociedad sin edades, en la que una persona de 70 años puede comportarse como una de 30 años. Todo depende de las condiciones saludables de cada sujeto. Cualquiera tiene al alcance las nuevas tecnologías, las actividades físicas, las mismas aficiones, etc. porque las personas de mayor edad quieren ser más participativas. A pesar de esto, nuestro estudio se centra en los espectadores que tienen 65 años o más, ya que esta es la edad que se sigue tomando como referencia para agrupar a la tercera edad en las estadísticas analizadas en la presente investigación y suministradas por distintas instituciones.

1.4 Objetivos e hipótesis

Atendiendo a lo expuesto anteriormente, en la investigación nos hemos planteado los siguientes objetivos:

- 1) Analizar el nacimiento y evolución de la Radio y Televisión de Andalucía.
- 2) Conocer la oferta de programas que tiene Canal Sur Televisión en las distintas franjas horarias, según temáticas y públicos a los que se dirigen.

- 3) Comparar la programación de RTVA con otras cadenas autonómicas para establecer similitudes y deferencias con otros entes públicos.
- 4) Hacer una radiografía sociológica del colectivo de la tercera edad en Andalucía.
- 5) Conocer las preferencias informativas y de entretenimiento de este grupo.
- 6) De manera específica, analizar los programas de entretenimiento de Canal Sur TV dirigidos a las personas mayores.
- 7) Conocer si Canal Sur TV ve al colectivo como receptor pasivo o como protagonista
- 8) Reflexionar sobre la idoneidad de contenidos y formatos ofrecidos a personas mayores.
- 9) Averiguar si hay pluralismo social y si tratan a todos los sectores sociales por igual.

Una vez planteado los objetivos, las hipótesis planteadas para la investigación son las siguientes:

- 1) Canal Sur TV no ha evolucionado con la tercera edad de ahora, que tiene otras apetencias distintas a los que la cadena ofrece y mayor formación. Por eso la audiencia de 65 años que ve el canal es menor que la de 75 años.
- 2) Canal Sur TV se ha visto afectada por la crisis económica, debido a que la Junta de Andalucía no ha subvencionado en la misma medida que hacía algunos años. Lo que ha desembocado en que Canal Sur TV tenga menos dinero para invertir e innovar en programas de entretenimiento. Se ha quedado atrasada con respecto a otras cadenas nacionales. A su vez, la publicidad no se arriesga en invertir en esta cadena por la disminución de audiencia, lo que provoca más bajada de ingresos. Todo ello repercute negativamente en la calidad de su programación.
- 3) Canal Sur TV basa su programación en los estereotipos andaluces: folclore, gastronomía, fiestas, la necesidad de las personas mayores por estar acompañadas, etc.
- 4) Canal Sur TV es una cadena que se ha quedado atrasada respecto al resto de canales, y está muy enfocada a las personas de muy avanzada edad.

1.5 Cronograma

FASE 1.- La investigación comenzó en enero de 2015 con la búsqueda de un tema. Tras proponerle varios a la profesora, finalmente nos pusimos de acuerdo y elegimos el de Canal Sur Televisión y la Tercera Edad. A finales de febrero mantuvimos varias citas con nuestra tutora para que nos guiase en los primeros pasos de la investigación. Empezamos a tomar un primer contacto con el tema gracias al libro *Los primero ojos de Andalucía. Génesis y evolución de la televisión en Andalucía* (disponible en la biblioteca de la Facultad de Comunicación) y conseguimos a través de Internet el libro de estilo de Canal Sur Televisión. Esta primera fase se centró, fundamentalmente, en obtener toda la documentación relacionada con nuestro tema y que está especificada en las referencias bibliográficas del presente Trabajo Fin de Grado.

FASE 2.- Debido a nuestras prácticas en Canal Sur, hemos obtenido diversos contactos de periodistas que nos han proporcionado información relacionada con nuestra temática. Una persona que nos ha sido muy útil ha sido Agustín Olmo, pues nos ha facilitado información de la empresa, como un archivo de la tercera edad y Canal Sur TV e informes mensuales de audiencia. Durante ese mes realizamos entrevistas a Modesto Barragán, el presentador de *Andalucía Directo*; a Fidel Cardete, director de programas de entretenimiento; Pilar Ramos, psicóloga especializada en personas mayores. Además, hicimos otras de manera virtual a Antonio Manfredi, director de medios interactivos, y Paco Olivares, responsable de la arquitectura de la información. También pudimos entrar en la biblioteca y archivo de Canal Sur TV donde fotocopiamos un libro que publicó RTVA con motivo de la celebración de su décimo aniversario. Además, empezamos a recopilar estadísticas del INE (Instituto Nacional de Estadística), memorias de RTVA, ranking de programas más vistos en Canal Sur TV elaborados por Kantar Media, etc. Pero no todo eran respuestas positivas, también nos encontramos con dificultades. Nos pusimos en contacto con la productora del programa *La tarde, aquí y ahora* para hacerle una breve entrevista a Juan y Medio pero resultó infructuoso. Además, el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía no nos concedió ninguna entrevista con un técnico, argumentando que toda la información está en la página web de la institución. Pero por lo demás, no tuvimos muchos más problemas, sólo con algunas entrevistas que las tuvimos que posponer en alguna ocasión para adaptarnos a los horarios y necesidades del entrevistado.

FASE 3.- En el mes de abril continuamos nuestro trabajo con la búsqueda documental y la selección del corpus de trabajo. Redactamos la introducción, el índice, y fuimos dándole forma a nuestra investigación, siempre bajo la supervisión de la profesora.

FASE 4.- Durante el mes de mayo continuamos redactando. Avanzamos con la metodología, el marco teórico, la situación de Canal Sur TV, el éxito que tiene el canal entre la tercera edad y las sombras de la cadena. Entrevistamos a personas mayores para que nos diesen su opinión acerca de sus preferencias, qué hacen en sus ratos libres, cuánto tiempo suelen dedicarle a la televisión, qué programas son los que prefieren, qué imagen les transmiten Canal Sur TV, etc. para complementar aún más el trabajo con lo que ya habíamos investigado. Volvimos a citarnos con nuestra tutora para efectuar las correcciones oportunas. Además, delimitamos la ficha de análisis con la que desmenuzamos los programas seleccionados con anterioridad.

FASE 5.- A mediados del mes de mayo nos pusimos en contacto nuevamente con Agustín Olmo para resolver las últimas dudas que nos habían surgido a raíz de la investigación con Canal Sur TV. Asimismo, también hablamos con el profesor Ramón Reig para complementar un apartado del trabajo relacionado con la situación de las cadenas públicas en otros países de Europa. A finales de este mes, perfeccionamos los últimos detalles para mostrarle un borrador a la profesora para que nos corrigiera los posibles errores antes de la entrega final. Una vez terminada la investigación, comenzamos a elaborar el póster para la defensa del trabajo, datada para el 3 de junio.

1.6 Resumen

Canal Sur TV es una cadena pública de Andalucía que tiene como objetivo hacer llegar a los andaluces las riquezas de su comunidad. Tiene diversas funciones como entretener a las vez que formar a sus ciudadanos, ofrecer un servicio público útil, ser una televisión de referencia, fomentar la cultura, gastronomía, costumbres, tradiciones, etc. propias de Andalucía y ser una cadena competitiva que llegue al máximo público posible. Sin embargo, esto último es difícil de conseguir ya que se centran principalmente en una audiencia familiar, mayor, cuyos programas no suelen interesar tanto a un público joven y adulto, por no ser lo suficientemente atractivos y de los gustos de este colectivo que

prefiere pasar su tiempo libre en otras cadenas como Telecinco o Antena3. Pero eso, el público de Canal Sur TV es preferentemente mayor.

Las personas de edad avanzada son las que mejor acogen este tipo de programas por estar más enfocados hacia ellos. Sin embargo, no todos tienen una buena impresión hacia Canal Sur Televisión ya que algunos la juzgan de estereotipar a los andaluces y de difundir una imagen que no se asemeja a la realidad. Otros apuestan por la renovación de los programas, y por mostrar otros más culturales y de mayor calidad. Dependiendo del nivel cultural, del sexo y de las franjas de edad dentro de los mayores puede haber algunas diferencias muy relevantes que determinan a este tipo de público. Pese a la decepción por parte de algunos, la mayoría asegura que conocen varios programas, o que los han visto alguna vez.

Por otro lado, ocurre que las personas mayores suelen criticar los programas de Canal Sur TV, pero la realidad es que ni ellos mismos conocen la cantidad de programas que existen en la parrilla televisiva. Sí hay programas culturales, sólo que quizás no les dan tanta publicidad como al resto de programas y por eso los desconocen. Además, habría que incidir en el aspecto en que estamos en una nueva generación en la que los mayores ya no sólo quieren quedarse en casa, sino que optan por realizar actividades en el exterior, lo que se conoce como envejecimiento activo. Estos tienen deseos de formación, quieren participar en la sociedad y tener capacidad de decidir al igual que el resto de la sociedad. Junto a esto, se le suman los nuevos modelos de ocio, tales como las nuevas tecnologías que han abierto un largo camino a las personas mayores. Ellos también son capaces de adaptarse a ellas, aunque requieran de más tiempo.

1.7 Palabras claves

Canal Sur Televisión; FORTA; RTVA; televisión; cadena; programas; entretenimiento; Andalucía; tercera edad; ancianos; personas mayores; audiencia; sociedad; pluralismo; población; televisiones autonómicas; envejecimiento; franja horaria; competencia mediática; parrilla televisiva; perfil; mercado; público; información; medios de comunicación; telespectadores; investigación; generación.

2. Metodología

Para nuestro trabajo fin de grado hemos usado diferentes técnicas a la hora de hacer la investigación. En primer lugar, debemos comentar que la obtención de información se ha completado acudiendo a la búsqueda documental y, en segundo lugar, a la realización de entrevistas a profesionales y personas mayores para confrontar los datos obtenidos en la bibliografía seleccionada. Hemos recurrido a la selección y recopilación de informes a través de diversas fuentes, que aparecen en el último apartado dedicado a la bibliografía y las cuales nos resultaban necesarias para conocer mejor aspectos decisivos tales como la audiencia de Canal Sur TV, el ranking de los programas más vistos, etc. También hemos conseguido estadísticas como el Barómetro Audiovisual de Andalucía, censos de población de la comunidad, datos de la demografía española, etc. También, otros documentos como las memorias de RTVA, el libro de estilo de Canal Sur Televisión...

Por otro lado, también hemos usado el método de entrevistas tanto a profesionales como a nuestro propio público, la tercera edad. Los expertos nos han servido positivamente ya que hemos podido darle al trabajo un toque más personal. Ellos nos han confirmado lo que los propios documentos mostraban, que la audiencia máxima de los programas de entretenimiento de Canal Sur TV se lo deben principalmente a las personas mayores. Además, con ellos hemos tenido un trato más personalizado que de alguna manera nos ha complementado el trabajo. En cuanto a las personas mayores, pensamos que era conveniente hacer unas breves entrevistas para contrastar la información de los niveles de audiencia. Casualmente, las personas mayores con un nivel cultural alto/medio-alto rechazan Canal Sur TV porque optan por otros medios de ocio, debido también a sus posibilidades económicas, al igual que los de clase media que optan por realizar actividades al aire libre. Aunque en realidad, muchos de ellos conocen o han visto alguna vez los programas de la parrilla televisiva, pese a que los critican. Y los mayores con nivel cultural bajo/medio-bajo son los que más tiempo dedican a la televisión y en especial a Canal Sur Televisión, por verla como la televisión de referencia de los andaluces. A esto hay que sumarle que el nivel de audiencia va creciendo cuando la edad sobrepasa los 75 años, y cuando se trata de mujeres.

Otros métodos que hemos usado para ampliar la investigación ha sido el análisis de doce programas de la cadena pública, los cuáles hemos seleccionado en función de la

temática, principalmente. A través de una ficha común para todos ellos hemos estado observando las similitudes y diferencias de los programas, y otros datos de interés que nos resultan significativos para poder llevar a cabo los resultados finales.

2.1 Selección y corpus de trabajo

2.1.1 Selección de programas

La parrilla de Canal Sur TV está compuesta de diversos programas, pero para esta investigación han sido seleccionados doce en función de la cuota de pantalla que obtienen y de la temática principal. En este último aspecto se diferencian por el humor, la tradición, el amor, la información coloquial, la salud o la gastronomía. Son factores que determinan el incremento de la audiencia de 65 años o más. Estos programas son los siguientes:

1. **A diario**. Programa emitido de lunes a viernes en horario de 12:15 a 13:20. Trata temas de actualidad a la vez que ofrece servicio público, intentando solucionar los problemas que afectan a los andaluces. También hace una divulgación del territorio andaluz, para dar a conocer los distintos rincones de la región.
2. **Andalucía Directo**. Se emite por las tardes (18:30-19:55) de lunes a viernes. Un programa informativo, pero con un estilo coloquial y un tono cercano. Los periodistas no sólo informan, sino que interactúan con los andaluces que se encuentran en el lugar de los hechos, convirtiéndoles en partícipes del programa. Se convirtió en 2014 en el programa informativo no diario con más presencia de la tercera edad, ya que trató a este colectivo en 81 ocasiones. Este dato destaca porque la segunda posición de ese ranking la ocupa *Más que noticias*, que sólo hizo referencia a este sector en 18 casos.
3. **Comételo**. Espacio dedicado a la cocina y dirigido a toda la familia. El cocinero que presenta el programa propone cada día una receta diferente con productos andaluces elaborando platos típicos de distintos puntos de la geografía andaluza. Se emite de lunes a viernes, en dos franjas horarias distintas. De 13:20 a 13:50 y de 19:55 a 20:25.

4. **Destino Andalucía.** Programa emitido los sábados de 14:00 a 14:30. Dedicado a los pueblos de la región, cada día se centra en una localidad andaluza distinta para transmitir su historia, gastronomía, paisaje, etc.
5. **Este es mi pueblo.** Con un formato similar al anterior, se emite los domingos de 16:30 a 17:50. Cada programa es en un pueblo diferente, pero en vez de hacer divulgación de la cultura, se centra más en los aspectos sociales de los habitantes.
6. **La báscula.** Concurso relacionado con la salud y la obesidad de las personas. Los concursantes se someten a pruebas para perder peso realizando ejercicio físico y siguiendo una alimentación adecuada, ambas acciones son supervisadas por el grupo de expertos del programa. Se emite los domingos de 21:45 a 01:00.
7. **La mañana y más.** Magazine informativo que se emite de lunes a viernes, de 10:30 a 12:15. Tiene secciones dedicadas a la salud, el consumo, la economía, la cultura, etc., además de contar con entrevistas de expertos para analizar los temas de actualidad.
8. **La tarde, aquí y ahora.** Uno de los programas más conocidos de la cadena. Se emite de 15:45 a 18:30 de lunes a viernes. El tema principal es la búsqueda de pareja por parte de las personas mayores, aunque también combina esto con contenidos de actualidad y música. Aquí tiene mucha importancia su presentador, pues parte de la audiencia conoce al espacio como “El programa de Juan y Medio”. Esto sucede porque es un personaje público de gran relevancia mediática y con una larga trayectoria en la televisión, que hace que después de tantos años los telespectadores lo vean cercano.
9. **Menuda noche.** Programa semanal que se emite los viernes por la noche (21:30-23:45). Los protagonistas son los niños que realizan preguntas a los famosos invitados, cantan, bailan, cuentan chistes, etc.
10. **Salud al día.** Espacio emitido los fines de semana de 15:30 a 16:30. Dirigido a mejorar los conocimientos sobre la salud, mediante recomendaciones de expertos para llevar a cabo una vida sana y equilibrada.

11. **Se llama copla**. Concurso musical dirigido a la difusión de la tradición y el folclore andaluz. Se emite todos los sábados de 22:00 a 02:00.

12. **Tiene gracia**. Concurso de humor en el que los participantes muestran su talento mediante la risa a través de chistes, monólogos y actuaciones. Se emite los miércoles de 23:05 a 01:35.

Estos programas suelen congregarse a un gran número de personas mayores de 65 años durante sus emisiones. Sin embargo, hay momentos del año en los que son superados por otros espacios de la propia cadena, debido a las programaciones especiales que realiza Canal Sur TV con motivo de las fiestas andaluzas. Esto sucede durante los Carnavales, Semana Santa, Día de Andalucía, romería de El Rocío, etc. Algunos sólo tienen un día de emisión al año, pero les basta para convertirse en el programa más visto de los doce meses. Por ejemplo, la Misa de Romeros fue en 2014 el espacio más visto por las personas mayores a 65 años, con un 47,5% de cuota de pantalla. Otro ejemplo más reciente sería la final del Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas de Cádiz del 13 de febrero de 2015, que ha sido el espacio más visto de ese mes con un 19,5% de *share*.

2.1.2 Modelo de ficha de análisis de programas

Para analizar los espacios seleccionados, ha sido necesaria la elaboración de una ficha en la que se reflejen aspectos como la temática, el género, la audiencia media, el horario, la competencia que encuentra en las otras cadenas, etc. El modelo utilizado se encuentra en la siguiente página:

FICHA DE ANÁLISIS

DATOS DEL PROGRAMA

Nombre del programa:

Días de emisión:

Duración del programa:

Franja horaria:

Audiencia media:

Perfil del público:

Competencia directa del programa:

Temática:

- Actualidad
- Gastronomía
- Turismo
- Humor
- Salud
- Amor-corazón
- Folclore
- Deporte

Género:

- Magazine
- *Talk show*
- Concurso
- Divulgación
- *Reality show*

Clasificación por edad:

Especialmente recomendada para la infancia.

Para todos los públicos.

No recomendada para menores de 13 años.

No recomendada para menores de 18 años.

Sinopsis del programa:

Observaciones:

El análisis de los doce programas seleccionados se encuentra en el punto 7, perteneciente al bloque III de la presente investigación. Todas las fichas correspondientes a los programas analizados se encuentran disponibles en el anexo del CD adjunto a este trabajo.

2.2 Entrevistas realizadas

2.2.1 Profesionales

Para nuestra investigación hemos considerado necesario hacer diferentes entrevistas a algunos de los responsables de la empresa pública Canal Sur Televisión, para complementar nuestro trabajo y aclarar algunas dudas. Asimismo hemos contactado con otros profesionales que nos han ayudado también en nuestro trabajo, como señalamos a continuación.

- **Agustín Olmo:** es técnico en la dirección de estrategias en la comunicación de Canal Sur TV, profesor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y periodista. Nos ha proporcionado los informes de audiencias de cada mes y nos ha confesado la situación actual de crisis por la que está pasando la empresa. Ha sido una fuente asidua para nuestra investigación porque hemos recurrido a él en más de una ocasión.
- **Antonio Manfredi:** es el director de medios interactivos Canal Sur TV. Tuvimos interés en hablar con él para saber de qué forma las personas mayores consumen la televisión. Éste nos aseguró que son conservadores en sus contenidos y que su capacidad de adaptación tecnológica es inferior a la de los más jóvenes. En cuanto a las técnicas que usan para hacer frente a la competencia, lo mejor es ver los estudios de audiencias y hacer acuerdos con productoras, dentro de las limitaciones económicas que son también importantes. Además, consideramos importante conocer a qué público iba dirigida la página web de Canal Sur TV, la cual se centra en el público en general. La mejor forma de incitar a las personas mayores a que visiten la web es promocionando los programas dirigidos a su *target*.
- **Fidel Cardete:** es el jefe de programas de Canal Sur Televisión. Creímos oportuno entrevistar al jefe de programas porque él, al tener una visión esquemática de todos éstos, podía comentar brevemente la situación de los programas de Canal Sur TV en la actualidad. Él nos ha explicado que la temática común en sus programas es proporcionar un servicio público útil a los andaluces, y que pese a que su público se limita más bien a la tercera edad, les gustaría que su horquilla se ampliara más y llegara a todas las capas sociales. Los contenidos de las televisiones públicas van más

enfocados a un público familiar y mayor. La declaración más destacada de este directivo es que Canal Sur Televisión es necesaria porque ninguna cadena nacional privada va a contarle a los andaluces lo que está pasando en un pueblo pequeño de una provincia, a no ser que fuera algo excepcional como un terremoto, un accidente aéreo, etc. Es decir, recalca que ellos hacen programas en Andalucía, para Andalucía y por andaluces, convirtiéndose en una televisión de referencia. Otro aspecto curioso que nos explicó Fidel Cardete es que la gente de fuera de la Comunidad Autónoma tiene estereotipos de Canal Sur TV, al pensar por ejemplo que siempre están “haciendo copla”, pero en realidad ellos ofrecen muchas más temáticas en sus programas sólo que los desconocen. Ellos no sólo tienen la función de entretener, sino también la de formar por tratarse de una cadena pública. Lo que intentan es difundir la riqueza de la comunidad.

- **Modesto Barragán:** es el presentador del programa *Andalucía Directo*. Nos resultó interesante hablar con el presentador de algún programa para conocer más a fondo cuáles son los objetivos de éste. El éxito de *Andalucía Directo* se debe a que es un programa muy cercano, que muestra la cotidianidad de los andaluces, pues son ellos los que en primera persona cuentan lo que está pasando. Además, es un programa que está en todos los territorios de manera simultánea. Cada día se tiene presencia en todas las provincias. Es un programa dirigido a un público familiar, e intenta ser lo más divulgativo posible a la hora de transmitir sus contenidos. Modesto Barragán nos aseguró que trataban muchos temas: fiestas, tradiciones, turismo, gastronomía, etc. que de alguna manera amenizaban el programa.

- **Paco Olivares:** es el responsable de la arquitectura de la información. Al igual que Antonio Manfredi, Paco Olivares también se encarga de la web de Canal Sur TV, así que consideramos que podría sernos útil para completar nuestra investigación. Él nos aseguró, en la misma medida que Antonio Manfredi, que las personas mayores cada vez reniegan menos de las nuevas tecnologías, y que también ellos son capaces de adaptarse aunque con más esfuerzo que jóvenes y adultos. No hay un grado de accesibilidad especial para personas mayores porque no piensan que por el simple hecho de ser mayores tengan ningún tipo de necesidad especial en cuanto a accesibilidad. Aunque sí es cierto que las personas mayores no son el sector más interesado en el acceso a las páginas web. Sin embargo, sí acceden con frecuencia a la televisión a la carta y en directo a ver los programas que más les interesan.

- **Pilar Ramos:** es psicóloga especializada en personas mayores y profesora en la Facultad de Psicología de la Universidad de Sevilla. Para conocer mejor a nuestro sector, el de las personas mayores, pensamos que sería necesario hablar con algún experto que tuviera conocimientos sobre el tema, para saber si han cambiado las apetencias de las personas mayores, si son más partícipes en la sociedad, si pueden llegar a ser manipulables, etc. Pilar Ramos nos revela las diferencias que hay entre la generación que había hace unos años de los mayores y la que hay en la actualidad. Ahora se promueve el envejecimiento activo que consiste en envejecer con mejor estilo de vida y pudiendo realizar las mismas actividades que un joven o adulto. Además, ella nos ha asegurado que se trata de mayores que tienen más deseos de formación, quieren ser protagonistas y tener la capacidad de decidir. La idea es que envejezcan con mejor calidad de vida. Pilar Ramos también nos ha enseñado que aparte de estereotipos como el machismo y el racismo, también encontramos el “edadismo”, que consiste en tratar a las personas en función de su edad. Pero los mayores pueden perfectamente tener los mismos intereses y preocupaciones que los jóvenes o los adultos como ya hemos mencionado con anterioridad.

- **Ramón Reig:** es profesor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y escritor. En una de sus clases, comentó la situación de las cadenas autonómicas en el resto de Europa. Como alumnos suyos, nos llamó la atención la relación que tenía este tema con nuestro trabajo, y decidimos contactar con él para ampliar conocimientos sobre este aspecto.

2.2.2 Personas mayores (de 65 a 84 años)

Para nuestra investigación hemos considerado oportuno realizar diferentes entrevistas a personas mayores. Hemos elegido al azar a veinte individuos en el centro de Sevilla, diez mujeres y diez hombres, de los cuales hemos sacado diversas ideas que vamos a comentar a continuación.

A todos los entrevistados se le han hecho preguntas comunes para comprobar si coincidían sus respuestas con las estadísticas analizadas en la presente investigación. Las cuestiones son las siguientes:

- *¿Qué suele hacer en su tiempo libre?*
- *¿Le gusta ver la televisión?*

- ¿Cuánto tiempo le dedica al día?
- ¿Suele verla por la mañana, por la tarde o por la noche?
- ¿Cuáles son sus cadenas favoritas?
- ¿Le gusta Canal Sur TV?
- ¿Qué le transmite Canal Sur TV?
- ¿Cuáles son los programas de Canal Sur TV que más le gustan o conoce?
- ¿Cambiaría algún programa?
- ¿Qué edad tiene?
- ¿En que ha trabajado?

Comenzamos con el grupo de las mujeres. En primer lugar, queremos señalar el nivel cultural de las entrevistadas: seis de ellas tenían un nivel sociocultural bajo/medio-bajo, uno de ellas medio y tres de éstas alto/medio-alto. Habiendo 6 mujeres con edades comprendidas entre los 65 y 74 años, y 4 mujeres con edades que abarcan desde los 75 hasta los 80 años de edad. En cuanto a sus apetencias o las actividades que realizan en su tiempo libre, las personas con edades comprendidas entre los 65 y 74 años afirman que les gusta hacer croché, leer, estar con el ordenador, salir de paseo, ver la televisión, etc. Mientras que las que superan los 75 años de edad también coinciden con que les gusta leer, pasear, ver la televisión, realizar trabajos manuales, etc., aunque no reconocen usar el ordenador como el otro grupo de edad, una muestra de que las personas de 65 a 74 años pueden tener gustos similares a las generaciones más jóvenes, rompiendo así la barrera del “edadismo”. Por otro lado, en cuanto a si éstas ven Canal Sur TV, seis de cada diez mujeres estaban decepcionadas con la cadena, pues aseguran que debería ser más cultural, que es muy familiar, dirigida exclusivamente a las personas mayores y que está muy estereotipada. El resto de entrevistadas sienten indiferencia hacia la cadena, no la desprecian pero tampoco les disgusta. En cuanto a los programas que han visto alguna vez, los que más coinciden son *Se llama copla*, *Salud al día*, *La tarde, aquí y ahora*, *Andalucía Directo* y *Cómetelo*. Además, varias de éstas confirman que cambiarían el de *Este es mi pueblo* por ser “un topicazo”, y el de “Juan y Medio”, como todas lo llaman, por ser un programa muy monótono y al que sólo van personas mayores.

Ahora vamos a continuar nuestro estudio con los hombres, de los cuales tres tienen un nivel cultural bajo/medio-bajo, dos de ellos un nivel medio y los otros cinco ostentan un nivel alto/medio-alto. Habiendo seis hombres con edades comprendidas entre los 65 y 74 años, y cuatro hombres con edades que abarcan desde los 75 hasta los 84 años de edad. En cuanto a lo que les gusta hacer en su tiempo libre, los hombres de entre 65 y

74 años confiesan que les encanta pintar, tocar el piano, ir a la piscina, ir al cine, salir a pasear, ver la televisión, jugar al golf, hacer fotografía, leer, etc. Mientras que los que superan los 75 años también les gusta ver la televisión, jugar al dominó, pasear, ir a una peña con amigos, hacer baile de salón, etc. Esto también demuestra que los hombres realizan actividades que se acercan más al envejecimiento activo que el de las mujeres, que se centran más en realizar actividades de ocio dentro del hogar. Esto coincide porque la mayoría de mujeres entrevistadas eran amas de casa, mientras que la mayor parte de los hombres habían tenido altos cargos en empresas o altos estudios que, de alguna manera, favorece que tengan un nivel cultural y un poder adquisitivo más elevado, lo que les permite poder llevar a cabo actividades de disfrute más sofisticadas y que puedan realizarse en el exterior. Por lo que respecta a la impresión que les transmite Canal Sur TV, nueve de cada diez hombres tienen un pensamiento negativo hacia la cadena pública, pues confirman que hay mucho localismo, que se trata de un entretenimiento pobre para un público fácil, que es de mucho folclore andaluz, simple en contenidos, muy ordinario, que debería haber más programas formativos, que se podría promocionar mejor la cultura andaluza, etc. Por lo general no les convence, aunque sí conocen y siguen algunos de sus programas como el de *Se llama copla*, *Salud al día*, *Andalucía Directo* y *La Tarde, aquí y ahora*, principalmente, siendo éste último una vez más conocido por “el programa de Juan y Medio”, el cual también aseguran que debería renovarse.

En cuanto a las conclusiones que hemos sacado de estas entrevistas, queremos comentar que la mayoría de hombres y mujeres, independientemente de su edad y su condición social, aseguran que la cadena está muy estereotipada y que no da una imagen real de los andaluces de hoy en día. Es bien cierto también que las personas de edad más avanzada (75- 84 años), al haberse criado en una generación con menos formación y en una sociedad con menos oportunidades, tienen menos valor crítico, fundamentalmente las mujeres, a diferencia de aquellos más jóvenes (65-74 años) que gracias a su formación y a su experiencia profesional pueden ser más críticos.

Por otro lado, y como ya hemos comentado con anterioridad, estos hombres son reflejos de la nueva generación de personas mayores del apartado 2.2.1 pues tienen interés por relacionarse socialmente con el entorno, y de llevar a cabo actividades de ocio enriquecedoras tanto física como mentalmente, que promueven el envejecimiento

activo. A diferencia de la mayoría de mujeres, que dedican gran parte de su tiempo libre a pasarlo en su casa, realizando tareas domésticas, como muchas afirman.

Y, finalmente, la última idea que queremos comentar sobre este apartado es que la mayoría de los entrevistados, tanto hombres como mujeres, afirman que cambiarían algunos de los programas de Canal Sur TV, y que esta cadena les decepciona por la imagen tan negativa que muestra de los andaluces. La realidad es que tampoco ellos conocen al cien por cien la parrilla televisiva de la emisora pública como para hacer una crítica hacia ésta, es decir, quieren que haya más programas culturales que fomenten el arte, la tradición y valores gastronómicos de la comunidad autónoma pero el hecho es que en realidad los hay, sólo que conocen los programas “más típicos” como son *Se llama copla*, *La tarde*, *aquí y ahora*, *Andalucía Directo*, *Menuda noche*, *Este es mi pueblo*, *Salud al día* y *Cómetelo*. Pero también están *75 minutos*, *A diario*, *Destino Andalucía*, *Tierra y mar*, *Ideas al sur*, *Tiene gracia*, *Espacio protegido*, *Tesis*, etc. Por lo tanto, podrán asegurar que Canal Sur TV muestra una imagen de los andaluces muy estereotipada, pero no pueden decir que no intentan promocionar la cultura, la ciencia, el arte, los pueblos, las tradiciones, la gastronomía, etc. Quizás no lo realizan de la forma que ellos quisieran, pero realmente sí lo hacen porque es una cadena pública y tienen la obligatoriedad de promocionar Andalucía para ofrecer un buen servicio a los ciudadanos. Con esto queremos decir que en realidad el problema está en que, por lo general, la gente tiene una impresión negativa de Canal Sur TV de ser una cadena que se ha quedado atrasada, muy enfocada para la tercera edad, etc. de antemano, sin realmente conocer en profundidad cuáles son los programas que hay en su parrilla televisiva. Por lo tanto, el problema quizás no esté tanto en el tipo de programas que ofrezcan sino en el desconocimiento del público hacia éstos, por una imagen negativa o un rechazo previo a la cadena, que piensan que lo que van a ver no es de su agrado o de su interés.

BLOQUE II

3. Marco teórico

3.1 Radio Televisión de Andalucía

3.1.1 Los inicios

La historia de RTVA comienza oficialmente el 28 de febrero de 1989 con las primeras emisiones oficiales, aunque en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía aparece desde el 12 de diciembre de 1987. Esto se debe a la Ley 8/1987 de 9 de diciembre que creó la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de los Servicios de Radiodifusión y Televisión gestionados por la Junta de Andalucía. Meses más tarde, el 4 de abril de 1988, la empresa pública RTVA y sus dos sociedades filiales, Canal Sur Radio y Canal Sur Televisión, quedaron registradas ante notario (*RTVA, diez años con Andalucía*, 1999,. Pp15-17). Los trámites culminaron el 28 de febrero de 1989, cuando Andalucía amanecía con un nuevo canal de televisión. La RTVA fue uno de los primeros miembros que entró en la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA), junto con EITB (Euskal Irrati Telebista) CCMA (Corporación Catalana de Medios Audiovisuales), CRTVG (Compañía de Radio Televisión de Galicia), EPRTVM (Ente Público de Radio Televisión de Madrid) y RTVV (Radio Televisión Valenciana).

Canal Sur TV inició su andadura con 59 horas semanales de programación, buscando satisfacer los gustos de todos los andaluces. Por ello contaba con una parrilla de programación en la que destacaban informativos, documentales, concursos, películas, telefilmes y deportes. El entretenimiento se basó en tres pilares fundamentales: el cine, las teleseries y los concursos. En los primeros años destacaron programas como *Saque bola*, un concurso presentado por Emilio Aragón; *Tal como somos*, un espacio donde se dieron a conocer los pueblos de la geografía andaluza; *Pensión el patio*, una teleserie en la que los personajes hablaban sobre temas andaluces; o *Entre amigos*, un programa de variedades presentado por José Luis Moreno y emitido los sábados por la noche. Al finalizar ese año, la cadena había conseguido el 15% de la audiencia, rompiendo así el monopolio que tenía Televisión Española en el territorio andaluz.

La oferta de diversos programas de éxito hizo que en 1990 Canal Sur TV alcanzara un seguimiento histórico. A esto se le suma la escasez de cadenas privadas que no suponían una competencia y la emisora era la segunda más vista en Andalucía, por detrás de Televisión Española. En 1991, la emisora aumenta las horas de programación y llega a

las catorce horas diarias. Comenzaban así los años de la consolidación de Canal Sur TV que tuvo que enfrentarse en 1992 a dos retos internacionales: Los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Exposición Universal de Sevilla. Con estos dos eventos, la cadena continuó ampliando las horas de programación y pasó a diecisiete horas diarias de emisión. Es un año en el que el consumo televisivo de cada andaluz alcanza un promedio de 194 minutos diarios, algo más de tres horas, pero eso no significa que Canal Sur TV siguiera siendo la segunda cadena más vista en Andalucía, porque Telecinco le había arrebatado esa posición, aunque había poca diferencia entre las tres cadenas líderes que se repartían más del 70% de la audiencia andaluza: TVE (27,4%), Tele 5 (24,4%) y Canal Sur TV (20,4%), aunque esta última pasaría a la cuarta posición un año más tarde debido al crecimiento que experimenta Antena 3 en 1993 y 1994, cuando se convirtió en la cadena líder de Andalucía.

Durante los años siguientes, Canal Sur TV seguía muy de cerca la estela de los tres canales líderes en Andalucía, incluso hubo años en los que le ganaba la tercera plaza a Telecinco. Esto se debe al lanzamiento de espacios que tuvieron gran acogida como el concurso *Números rojos*, los programas *Andalucía Directo* o *De tarde en tarde*, y las series *Plaza Alta* o *El Chavo del ocho*. Junto a esto había programaciones especiales que destacaban. Un ejemplo es la gala emitida el 28 de febrero con motivo del Día de Andalucía, que algunos años superaba el 50% de *share*.

3.1.2 Canal Sur TV en la actualidad

Con el paso de los años, la cadena andaluza sobrevivió y aguantó la lucha a las cadenas privadas y a Televisión Española, incluso ha llegado a ser líder de las cadenas autonómicas a nivel nacional y el operador con mayor cuota de pantalla en Andalucía, como hizo en 2005 (*Memoria RTVA 2005*, 2006, p. 8). El hecho de ser la primera emisora para los andaluces no fue algo ocasional, porque ese liderazgo lo consiguió en más de una ocasión. Pero hoy en día la situación ha cambiado. La crisis económica que vive España desde hace varios años se ha hecho notar en la comunicación, que ha visto cómo han descendido los ingresos en publicidad. Además, al tratarse Canal Sur TV de una empresa pública, también se ha visto afectada por los recortes presupuestarios que ha hecho la Junta Andalucía a la emisora. Pero el factor económico no es el único que ha propiciado el descenso de la cadena, pues el nacimiento de nuevas formas de ocio y

competidores que emergen con fuerza han hecho que la audiencia tenga más oferta televisiva donde elegir, y eso ha supuesto una pérdida de espectadores que han decidido cambiar de canal.

Tabla 1. Cuota de pantalla de los individuos de 4 o más años en Andalucía durante el año 2012.

	CADENA	Cuota		CADENA	Cuota
1	T5	13,9	16	LA SEXTA 3	1,4
2	A3	13,2	17	DISCOVERY MAX	1,3
3	La1	10,3	18	INTERECONOMIA	1,2
4	CANAL SUR	10,1	19	MARCA TV	1,2
5	CUATRO	5,8	20	DIVINITY	1,1
6	LA SEXTA	4,3	21	13 TV	1,1
7	FDF-T5	3,1	22	ENERGY	1,0
8	CLAN	3,0	23	XPLORA	1,0
9	NEOX	2,9	24	CANAL SUR2	1,0
10	BOING	2,4	25	24H	0,8
11	La2	2,1	26	PARAMOUNT CHANNEL	0,8
12	NOVA	1,9	27	MTV	0,7
13	DISNEY CHANNEL	1,6	28	TELEDEPORTE	0,7
14	LASIETE	1,6	29	CANAL+ 1	0,3
15	NITRO	1,4	30	PARAMOUNT COMEDY	0,2

Fuente: Datos obtenidos de la Memoria de RTVA 2012.

Sin embargo, Canal Sur TV sigue estando entre las cuatro cadenas más vistas de Andalucía. En la memoria de RTVA del año 2012 -la más reciente publicada-, Canal Sur TV figura como la cuarta emisora más vista por los andaluces, con un 10,1% de cuota de pantalla, por detrás de Telecinco (13,9%), Antena 3 (13,2%) y TVE (10,3%). Tras la cadena regional se encuentran Cuatro (5,8%) y La Sexta (4,3%).

Esta supervivencia de Canal Sur TV se debe a un sector de la audiencia: las personas mayores de 65 años, ya que, de los telespectadores andaluces pertenecientes a este grupo, el 18,5% eligió a la emisora pública, convirtiéndola en la primera cadena para estos televidentes. Ese porcentaje destaca porque, por lo general, el resto de grupos de edad no llegan ni al 7%, a excepción de la audiencia comprendida entre 45 y 64 años de edad, donde el 10,6% se decantó por Canal Sur TV.

Pese a haber caído la audiencia de Canal Sur, y colocarse ésta en tercera o cuarta posición (dependiendo del mes), los objetivos de la cadena son los mismos que los de los inicios: ser una televisión de referencia para los andaluces. La idea era hacer una

televisión en Andalucía, por y para los andaluces. Esto ofrece cercanía a los ciudadanos con los programas. Es relevante estar en todas las provincias, para que se pueda reflejar la riqueza que tiene esta comunidad. A día de hoy, los objetivos son los mismos. Sin embargo, los programas han ido evolucionando porque los contenidos no pueden ser los mismos puesto que aburrirían a la audiencia. Hay que ir innovando con recursos diferentes y atractivos que enganche al público. La base de los programas es siempre la misma, pero hay que ofrecer cosas distintas.

Por otro lado, y pese a haber caído la audiencia juvenil, Canal Sur Televisión continúa incentivando a los jóvenes a través de los contenidos webs que ofrece la cadena. Este público consume televisión de otra manera, y ellos están intentando adaptarse a esa forma de hacerlo. Los contenidos de Canal Sur TV se ven ya en un 30% por dispositivos conectados a la red.

Tabla 2. Share por grupos de edades y sexo en Andalucía durante el año 2012.

Cadenas	Ind. 4+	De 4 a 12 años	De 13 a 24 años	De 25 a 44 años	De 45 a 64 años	De 65 y más años	Hombres	Mujeres
Canal Sur Televisión	10,1	4,4	5,6	6,4	10,6	18,5	9,0	11,1
Canal Sur 2 Andalucía	1,0	0,6	0,6	0,9	1,1	1,2	1,1	0,9
La 1 de TVE	10,3	5,1	6,8	8,1	11,9	14,3	10,1	10,4
La 2 de TVE	2,1	0,8	1,1	1,7	2,7	2,8	2,4	1,9
Antena 3	13,2	9,2	12,8	12,3	15,4	12,8	12,1	14,1
Cuatro	5,8	4,2	7,2	7,6	5,8	3,3	6,5	5,2
Telecinco	13,9	6,6	13,6	12,6	15,1	16,7	10,9	16,6
La Sexta	4,3	1,8	3,2	4,9	4,8	4,0	4,9	3,7
Temáticas concesión TDT	30,6	59,1	41,2	35,6	24,2	18,8	33,1	28,4
Temáticas de pago	5,7	4,9	4,4	6,4	5,6	5,5	6,4	5,0
Resto	3,0	3,3	3,5	3,5	2,8	2,1	3,5	2,7

Fuente: Datos obtenidos de la Memoria de RTVA 2012.

3.1.3 Canal Sur TV frente a las cadenas nacionales

Para analizar la situación de Canal Sur TV frente al resto de emisoras se han empleado los datos ofrecidos por el Departamento de Audiencias de la empresa, que elabora junto con Kantar Media. Esta documentación ha sido facilitada por Agustín Olmo.

En la actualidad, el liderazgo del mercado audiovisual andaluz se lo disputan Antena 3 y Telecinco, que en el primer cuatrimestre de 2015 han conseguido una cuota de pantalla mensual situada entre el 12% y el 15,5%, siendo esta última cifra la más alta de una cadena en Andalucía en estos cuatro meses, y fue conseguida por Tele 5 en el mes de marzo. Debido a la decadencia que ha sufrido Canal Sur TV, la emisora se ha descolgado de esa lucha por ser el canal más visto de Andalucía, igual que Televisión Española. Ahora, ambas cadenas mantienen su lucha por el tercer puesto, y en el primer cuatrimestre de 2015 han tenido un *share* mensual situado en el 8,4% y el 9,4%

Al dividir la audiencia por grupos, Canal Sur TV sólo es superior al resto de cadenas nacionales cuando se habla de personas de 65 años y superior, donde la cuota de pantalla oscila entre el 16% y 17%. Aquí, su máximo competidor es Tele 5, que en febrero y marzo logró ser líder en este sector, superando el 18% de *share*. En enero y abril, la tercera edad se decantó por Canal Sur TV.

Tabla 3. Distribución de audiencia por franjas horarias en Andalucía en enero de 2015.

Franjas/Cadenas	SHARE																						
	C.SUR	CSUR HD	La1	La2	A3	CUATRO	T5	LA SEXTA	CLAN	DISNEY CHANNEL	BOING	NEOX	NOVA	FDI-T5	13 TV	ENERGY	24H	DIVINITY	TELEPORTE	DISCOVERY MAX	PARAMOUNT CHANNEL	TEMATICAS PAGO	RESTO
Madrugada (02:30-07:00)	3,8	1,0	7,5	2,5	6,9	8,2	7,5	4,5	1,8	0,7	2,0	2,8	1,2	7,0	0,3	1,5	2,5	4,9	0,4	10,0	5,9	10,5	6,5
Mañana (07:00-14:00)	6,3	0,5	8,3	2,0	13,8	6,6	12,8	5,3	5,0	2,5	4,1	2,9	2,1	3,8	1,5	2,1	1,8	1,5	0,4	3,4	1,3	8,8	3,4
Sobremesa (14:00-17:00)	11,1	0,2	10,5	3,8	14,6	7,4	10,4	7,1	2,3	1,7	2,2	2,3	3,5	5,4	1,5	0,9	0,7	1,4	0,5	2,0	1,7	6,4	2,4
Tarde (17:00-20:30)	11,3	0,2	8,1	2,7	13,6	5,6	14,5	6,3	2,1	1,4	1,9	3,1	5,4	3,3	2,1	1,0	0,6	1,3	0,8	1,9	2,6	6,6	3,7
Noche1 (20:30-24:00)	8,2	0,2	10,7	2,2	13,9	6,5	14,3	8,3	1,8	1,5	1,8	2,6	3,3	4,2	2,2	1,3	0,6	2,2	0,6	1,8	2,5	6,3	3,0
Noche2 (24:00-02:30)	6,0	0,2	8,3	1,8	13,4	9,5	18,0	8,1	0,5	0,4	0,6	3,2	2,0	5,1	1,5	1,6	0,8	2,8	0,8	2,3	2,8	6,8	3,4
Total Día	9,0	0,3	9,4	2,6	13,7	6,8	13,6	7,1	2,2	1,5	2,0	2,8	3,5	4,3	1,8	1,3	0,8	1,9	0,6	2,3	2,3	6,8	3,2

Fuente: Datos obtenidos del informe mensual de Canal Sur TV. Enero de 2015.

Por días, la emisora pública no nota mucho la diferencia entre los días laborables y el fin de semana, pero eso no ocurre si se miran las franjas horarias, donde sí destacan unas horas por encima de otras. Los momentos en los que más audiencia consigue Canal Sur TV son en la sobremesa (14:00-17:00 horas) y en la tarde (17:00-20:30 horas), instante en el que la cadena alcanza los dos decimales de cuota de pantalla, superando el 10%, y siendo en algunas ocasiones la segunda emisora más vista por los andaluces en esas franjas horarias. Esto se debe a los programas *La Tarde*, *Aquí* y *Ahora*, *Andalucía*

Directo y Cómetelo, que ocupan la tarde de Canal Sur TV. Con estos espacios se hace fuerte la emisora, pues en el resto de franjas cae su audiencia. En la madrugada (02:30-07:00 horas), la mañana (07:00-14:00 horas), la noche 1 (20:30-24:00 horas) y la noche 2 (24:00-02:30), la cadena se iguala a otras como Cuatro y La Sexta, incluso la superan.

3.1.4. Canal Sur TV Frente a las cadenas autonómicas

Canal Sur TV ha dejado de ser el referente para las cadenas autonómicas, pese a que algunos años ha sido la más vista. En la actualidad, se encuentra entre los 5 canales autonómicos con mayor cuota de pantalla. En el primer cuatrimestre de 2015, el líder indiscutible ha sido el canal catalán TV3, que se ha mantenido por encima del 12% de *share* en estos cuatro meses. Le sigue Aragón TV, que no ha bajado de los dos decimales en la cuota de pantalla. Por debajo del 10% se encuentran la cadena gallega TVG, Canal Sur TV, y el segundo canal de la televisión vasca ETB 2. De estas cinco emisoras, tres usan su lengua propia para difundir los contenidos. Esto ocurre en Galicia, Cataluña y País Vasco. Es un hecho que contribuye al aumento de la audiencia, porque usan una seña de identidad para ser más cercanos a los habitantes de esas comunidades autónomas. A pesar de que Canal Sur TV ha perdido potencial, ha conseguido ser la cadena autonómica líder en cinco ocasiones desde su creación: 1990, 2005, 2007, 2008 y 2009. En esta primera posición también se situó el ya desaparecido Canal Nou, de Valencia, en 1991, 1992 y 1993, y TVG en 1989. El resto de años, la cadena más vista fue la catalana TV3, que ha sido líder en diecisiete ocasiones hasta el año 2014.

Por lo que respecta a las edades, la emisora catalana suele registrar los máximos niveles de audiencia en todos los grupos de edad (4-12 años; 13-24 años; 25-44 años, 45-64 años; 65 años y superior), ya que en estos cuatro meses sólo Aragón TV consiguió superarle en un sector de la audiencia, y lo hizo en el mes de febrero con la tercera edad, cuando alcanzó el 21,6% de *share*, dejando en un segundo lugar a TV3 con el 19,1%. Todos los canales principales de las cadenas autonómicas coinciden en el grupo con más audiencia: los mayores de 65 años. En este aspecto, Canal Sur TV es la tercera, por detrás de las mencionadas TV3 y Aragón TV. Las tres cadenas han sido las únicas autonómicas que se han mantenido en este cuatrimestre por encima del 16% de *share* en este grupo.

Al mirar el sexo de los espectadores, el público masculino y el femenino se reparten de manera similar la cuota de pantalla de sus cadenas autonómicas correspondientes. Donde sí se aprecia una gran diferencia entre canales es en el nivel sociocultural. La audiencia con un nivel medio-bajo/bajo suele ser la que más televisión autonómica consume, como ocurre con Canal Sur TV. En Aragón TV o TVG, también predomina la audiencia con este nivel, pero no existe tanta diferencia respecto a los espectadores con un nivel medio. ETB 2 tiene su sector sociocultural más fuerte en la audiencia con nivel medio, aunque hay igualdad entre los tres grupos. Pero la excepción es TV3, que se sale de la normalidad y encuentra la audiencia más elevada en la sociedad con un nivel medio-alto/alto, donde registra un *share* por encima del 20%, una cifra demasiado elevada si se compara con el resto de cadenas autonómicas, que en el primer cuatrimestre de 2015 no han llegado ni al 9% en este grupo.

Tabla 4. Cuota de mercado por *targets* y cadenas autonómicas en abril de 2015.

TARGET / CADENA	PRINCIPALES AUTONÓMICAS										"SEGUNDAS" AUTONÓMICAS									
	AND	CAT	EUS	GAL	MAD	CLM	CAN	BAL	ARA	AST	AND	CAT	CAT	CAT	EUS	EUS	GAL	MAD	AST	
Ind. 4+	8,4	12,4	7,8	9,2	4,1	4,5	5,8	5,3	10,1	5,4	0,45	1,5	1,2	1,4	2,0	0,6	0,8	0,6	0,8	
4 a 12	2,4	5,0	1,3	4,5	1,4	0,9	2,2	1,0	2,9	1,1	0,28	7,5	0,9	1,1	1,1	4,0	0,4	0,3	0,3	
13 a 24	4,1	9,6	2,8	2,3	2,5	2,6	2,2	2,4	3,2	0,7	0,24	1,3	0,8	0,9	1,7	0,2	0,7	0,3	0,1	
25 a 44	3,9	9,0	4,2	6,2	1,8	2,0	3,5	2,4	4,5	3,0	0,33	2,2	1,2	1,4	1,2	1,1	1,0	0,6	1,0	
45 a 64	8,2	10,2	8,2	9,6	5,0	4,4	6,0	5,7	9,2	4,1	0,34	0,8	1,3	1,2	2,1	0,2	0,8	0,9	0,7	
65 y +	16,4	19,6	11,7	13,1	6,1	8,2	10,8	9,5	18,0	9,8	0,84	0,5	1,2	1,7	2,8	0,3	0,7	0,6	1,0	
Hombres	7,8	12,6	8,0	7,9	4,8	4,7	6,4	4,9	10,4	6,1	0,50	1,6	1,4	2,0	2,5	0,4	0,9	0,7	0,9	
Mujeres	8,9	12,2	7,7	10,3	3,4	4,3	5,3	5,6	9,8	4,8	0,42	1,4	1,1	0,9	1,6	0,8	0,7	0,6	0,7	
-50m	9,1	13,1	8,6	11,2	4,3	5,0	6,1	6,3	9,8	7,4	0,44	1,8	1,4	1,4	2,5	0,6	0,9	0,7	0,9	
50-500m	7,3	9,0	6,9	6,1	3,5	3,4	5,6	4,2	*	3,8	0,35	1,1	1,0	1,0	1,4	0,6	0,6	0,6	0,7	
+500m	8,7	15,8	*	*	4,5	*	*	*	11,1	*	0,72	1,4	1,1	1,9	*	*	*	0,7	*	
MB/B	11,2	8,4	6,7	11,7	4,5	6,7	7,6	4,9	11,8	6,1	0,50	1,3	0,9	1,2	2,8	0,7	0,9	0,8	0,9	
Media	7,1	11,1	8,7	10,1	3,5	3,1	4,8	5,9	10,0	5,0	0,34	1,4	1,1	1,4	1,8	0,4	0,7	0,6	0,8	
MA/A	4,4	21,4	7,5	3,7	4,7	2,4	4,5	4,4	7,3	4,7	0,56	2,1	2,1	1,6	1,7	0,8	0,7	0,5	0,6	
Activos	5,6	11,5	6,5	6,7	3,2	2,4	4,0	4,3	6,8	2,8	0,37	1,8	1,6	1,7	2,4	0,5	0,8	0,6	0,9	
Inactivos	9,6	12,9	8,7	10,5	4,5	5,4	6,8	5,9	12,1	6,5	0,49	1,3	1,0	1,2	1,8	0,7	0,8	0,7	0,8	

Fuente: Datos obtenidos del informe mensual de Canal Sur TV. Abril de 2015.

Por franjas horarias, Canal Sur TV ha sido en este cuatrimestre la cadena más vista durante la madrugada (2:30-7:00 horas) en tres de los cuatro meses (febrero, marzo y

abril), con una cuota de pantalla muy variable que se ha situado entre el 3,8% y el 6,5%. En tres ocasiones ha liderado también el horario de tarde (17:00-20:30 horas), marcando los mejores registros de enero, marzo y abril, aunque el *share* es muy superior respecto a la madrugada y ha oscilado entre el 9,8% y el 11,8% a lo largo del cuatrimestre. Casualmente, cuando consiguió la mejor marca de audiencia en esta franja horaria fue en febrero, con el 11,8%, el único mes que no logró la primera posición porque se la arrebató Aragón TV con un 12,4%, una cuota poco usual para la cadena que en estas horas no suele superar el 10%. En el horario de noche 2 (24:00-02:30), Canal Sur TV fue la más vista en enero y abril con un *share* de 6,0% y 6,5%, respectivamente. La mejor cifra que obtuvo en esta hora fue la de febrero, mes en el que alcanzó el 6,9%, pero no fue la emisora más vista debido al 7,5% que registró ETB 2. Marzo también lo lideró la cadena vasca con un 5,9% de *share* frente al 5,8% de Canal Sur TV.

3.1.5. Canal Sur TV Frente a Europa

La variedad de cadenas autonómicas es un caso singular en España, pues en los principales países de Europa no existe esa pluralidad, sino que disponen de una televisión pública nacional con desconexiones territoriales. Según Sánchez, Gómez, Melguizo, Bellver, y Gallego (*El Mundo*, 2012, 1 de diciembre), no es normal encontrar un país europeo con tantos canales regionales públicos, autónomos, con programación propia, y que supongan una competencia directa para las cadenas nacionales, tanto públicas como privadas.

En Alemania existen *Das Erste*, que es la primera cadena, y ZDF (*Zweites Deutsches Fernsehen*), que es la segunda. Después está la ARD, cuyas siglas en español significan consorcio de instituciones públicas de radiodifusión de la República Federal de Alemania. Esta última es la organización de nueve canales regionales públicos que gestiona la cadena nacional *Dar Erste*. Además tienen dos emisores de radio y los nueve canales que emiten una programación común, aunque durante ciertas horas del día tienen la opción de hacer una desconexión y emitir espacios diferentes.

Por lo que respecta a Reino Unido, el modelo es centralizado y regional. Está encabezado por la BBC (*British Broadcasting Corporation*) que, además de su sede en Londres, tiene seis centros de producción importantes distribuidos por el país. A éstos

se les suman las desconexiones de Irlanda del Norte, Escocia y Gales, que tienen más autonomía en cuanto a producción propia.

En Italia, las televisiones que emiten a nivel regional, provincial o local, son de carácter privado y no significan una competencia para los canales nacionales. Ante esta situación, *RAI*, la televisión pública italiana, establece desconexiones regionales durante sus informativos en las cadenas secundarias *RAI 2* y *RAI 3*.

Por último, en Francia se encuentra *France 3*, una cadena del consorcio estatal *France Télévisions*. Se dedica a coordinar la programación de catorce centros regionales en los que emite concursos, teleseries y magazines. Esta oferta de entretenimiento se completa con la programación propia de los catorce centros, que durante unas horas al día emiten espacios elaborados por cada uno de ellos.

De estos países, España es el que dispone de mayor número de operadores públicos de televisión que además cuentan con sus recursos independientes. El funcionamiento es similar al de la televisión comercial, con contenidos comerciales y compra de programación ajena, frente a lo que se hace en los otros países comentados que tienen un modelo orientado a fomentar la producción audiovisual propia. Por último, cada región española tiene una emisión exclusiva ofrecida por su operador, mientras que en los otros países la emisión propia es sólo a ciertas horas del día, porque el resto de la jornada la señal que llega a las regiones proviene de un sistema centralizado de ámbito nacional.

3.2. La función de Canal Sur TV

3.2.1 Servicio público

Los programas de Canal Sur, por lo general, siguen su propia temática en función del tipo de programa. Pero, lo que todos tienen en común es el servicio público, el dar contenidos que sean útiles para la sociedad. Eso es simultáneo en todos. Canal Sur cumple con su función pública de promover la cultura, los hábitos de vida saludable, el ejercicio físico, programas de humor para que la gente tenga una disposición positiva hacia la vida, etc.

La oferta de la cadena, al tratarse de una televisión pública tiene que ser variada y enriquecedora. No es sólo para verla y pasar un rato agradable, sino que también tiene una intención de formación, pretenden ir más allá. Por tanto, tienen una doble función: entretener y educar.

Aunque a Canal Sur TV le gustaría poder ampliar su audiencia en distintas franjas de edad, es cierto que son las personas mayores las que más ven esta cadena. Tal y como asegura Fidel Cardete, jefe de programas de Canal Sur Televisión, en una entrevista realizada para la presente investigación. Además, dice que esto se debe a que los contenidos que ofrecen las televisiones públicas lo adaptan más a un público familiar, que tiende a un público mayor.

Según el Libro de Estilo de Canal Sur, la cadena autonómica se encarga de elaborar y emitir un conjunto equilibrado de programas y de informaciones en todo tipo de géneros, para atender las necesidades democráticas, sociales y culturales de los andaluces, garantizando su libre acceso a la información, a la cultura, la educación y el entretenimiento de calidad.

3.2.2 Cercanía y referencia andaluza

Canal Sur es una televisión de referencia, la de todos los andaluces. En palabras de Fidel Cardete: “hay muchas personas que están apegadas a lo que hacemos, y porque lo que le ofrecemos le gustan. Hacemos programas en Andalucía, para Andalucía y por andaluces”. Esto significa que Andalucía y los andaluces son los protagonistas y referentes principales de la información de Canal Sur Televisión.

Este canal impulsa la cohesión, la integración y el conocimiento entre los ciudadanos de toda la comunidad como miembros de un espacio de identidad propio y compartido. Además, Fidel Cardete afirma que es un Canal cercano para los ciudadanos andaluces porque siempre está en todos los territorios, intenta dar cabida a noticias de todas las provincias y a sus pueblos respectivos, cosa que no podría hacer una cadena privada, ya que ésta sólo se acerca a Andalucía para hablar de casos excepcionales de alguna festividad importante como puede ser la Feria o la Semana Santa. Pero difícilmente puedan contar lo que haya ocurrido en un pueblo pequeño de Almería. Fidel continúa explicando “si no existiera Canal Sur, las televisiones nacionales sólo vendrían cuando

ocurriera algo extraordinario. Los contenidos además son muy estereotipados en este tipo de cadenas. Nunca cuentan lo que ocurre en la última esquina de un pueblo, porque nadie se va a preocupar tanto por lo que suceda en la otra punta de España como nosotros mismos, y la sociedad necesita saberlo, porque nos interesa lo que es cercano geográficamente”. Sus programas tratan de mostrar el perfil humano de los andaluces.

Otra forma de demostrar esta cercanía es a raíz del habla andaluza por parte de los periodistas. Las particulares formas de expresión lingüísticas de los andaluces forman parte de nuestro patrimonio y por ellos son preservadas a través de un estilo de andaluz culto, correcto y formal de referencia de buen uso idiomático para los andaluces. Este lenguaje es muy directo, representa la cotidianeidad de la calle, no sólo verbalmente sino también desde un punto audiovisual.

3.2.3 Accesibilidad a Canal Sur TV

En el afán por llegar a los distintos sectores de la audiencia, Canal Sur TV ha tenido que adaptarse a aquellas personas que sufren una situación de desigualdad por causas naturales. De este modo, los andaluces con minusvalía consiguen tener acceso a los contenidos informativos y de entretenimiento. Esto lo viene haciendo la emisora desde sus primeros años, con la introducción del programa *Signovisión* a su programación. Comenzó a emitirse de forma regular a partir de 1995, y más tarde sustituyó su nombre por *Telesigno*. El espacio utilizaba cuatro códigos de expresión: la lengua de signos, los subtítulos en castellano, la imagen y el sonido, que consistía en una voz en off (RTVA, *diez años con Andalucía*, 1999, p. 55).

Canal Sur TV trasladó este método al cine y el 5 de marzo de 1995 se convirtió en la primera cadena de España en emitir una película audiodescrita. Los sistemas de audiodescripción hacen que, aquellos que por imposibilidades físicas no pueden ver lo que sucede en la pantalla, reciban los detalles mediante la narración de los acontecimientos.

La accesibilidad sigue siendo un hecho en Canal Sur TV mediante el subtítulo y la traducción a la Lengua de Signos Española (LSE). Esto supuso en el año 2012 que la cadena fuera considerada como la más comprometida de España con los colectivos que tienen dificultades sensoriales. En ese año, RTVA emitió más de 11.000 horas

accesibles, de las cuales 9.309 horas contaron con subtitulación, 1.620 horas fueron traducidas a la Lengua de Signos Española, y 322 horas se audiodescribieron. De esta forma, la empresa pública contaba con una media de más de 200 horas accesibles semanales en el año 2012. Estas horas aumentaron tras este año debido a que Canal Sur 2 –antiguo Canal 2 Andalucía- dejó de tener programación propia y pasó a emitir la misma señal que Canal Sur TV pero con subtítulos, lenguaje de signos y audiodescripción.

3.2.4 Compromiso con la audiencia

Según el Libro de Estilo de Canal Sur Televisión, el periodista y todos los empleados de la televisión pública de Andalucía son responsables de ofrecer siempre al público un contenido decente, digno y relevante para los andaluces. Esta responsabilidad impregna todos los aspectos de su actividad, desde el respeto a todas las culturas, a las capas sociales, el cuidado en la selección rigurosa de imágenes, el uso correcto de la lengua, etc. Los contenidos de las televisiones públicas de Andalucía mostrarán una actitud afín a los intereses globales de la comunidad y sus habitantes. Esto supone que existe un compromiso cívico con Andalucía y los andaluces, especialmente en asuntos de gran interés y trascendencia.

Otro aspecto fundamental que demuestra el compromiso de Canal Sur con su audiencia es que trata de adaptarse a las nuevas tecnologías para rejuvenecer su imagen, a través de las redes sociales se intenta incorporar a la cadena a gente joven.

3.3 Temáticas

Uno de los motivos por los que la señal de Canal Sur TV es recibida principalmente por personas mayores es la temática. La parrilla televisiva tiene su base en el folclore, el amor, la salud, la actualidad, la gastronomía y el humor. Este tipo de temas tienen una buena recepción por parte de la tercera edad, por lo que se les da aún más promoción a esos programas que van dirigidos a su *target*. Temas que se combinan con otros espacios que fomentan el turismo, el deporte, la cultura, etc. pero que tienen menor acogida por este sector.

Folclore andaluz: Aquí se recoge el cante y baile de Andalucía, algo que gusta mucho a la tercera edad por los estilos tradicionales que recoge. Un ejemplo se encuentra en el concurso musical *Se llama Copla*, que tras varias ediciones en pantalla sigue teniendo éxito en este sector. Este folclore se ve también en otros programas donde se difunden las tradiciones andaluzas y se pueden dedicar momentos a este aspecto, como en el programa *Menuda Noche*, un espacio en el que, además de entrevistar a invitados, los más pequeños tienen la posibilidad de cantar o bailar siguiendo las tradiciones andaluzas, como el flamenco. Esta fórmula televisiva con niños como protagonistas también es muy bien recibida por la tercera edad.

Amor: Uno de los programas que más audiencia consigue en Canal Sur TV es *La tarde, aquí y ahora*, donde las personas mayores asisten al plató con la intención de buscar pajera y acabar con la soledad. La idea principal que quiere hacer llegar el programa es que para ser plenamente feliz debes compartir tu vida con otra persona. Esta temática está también relacionada con los asuntos del corazón. Se cuentan anécdotas del pasado, historias entretenidas, etc., que, de alguna manera, amenizan el programa y lo hacen entretenido. Esto se une a que las protagonistas son las personas mayores. Este concepto de programa gusta a la audiencia principal de Canal Sur TV, que es mayor de 75 años, con escasos ingresos, nivel sociocultural medio-bajo/bajo, etc. porque se sienten identificados con lo que ven, aunque la imagen que se difunde no se corresponda con todos los mayores de Andalucía. Es uno de los programas más conocidos de Canal Sur TV y de los de máxima audiencia. Prueba de ello es que en las franjas horarias en la que se encuentra (sobremesa y tarde) es cuando la cadena consigue su mayor cuota de pantalla diaria.

Salud: Esta temática es fundamental, ya no sólo porque sea de interés para la audiencia, sino también porque de alguna manera al tocarla se está cumpliendo con una de las funciones principales de Canal Sur TV, que consiste en formar y enseñar a los ciudadanos andaluces. Se intentan promover los hábitos alimenticios saludables, el ejercicio físico diario, evitar beber alcohol, no fumar, dormir las horas necesarias al día, etc. Todo esto se ve muy bien reflejado en el programa *Salud al día*, que promueve el cuidado tanto del cuerpo, como de la mente de su público. Además, está *La Báscula* que busca ayudar a personas con sobrepeso y obesidad para que lleven un mejor estilo de vida. Estos programas están muy bien enfocados ya que promueven el envejecimiento activo, que favorece en gran medida a las personas mayores. Cumple también con el

perfil del público de la cadena, porque este grupo convierte al programa en uno de los de mayor audiencia del fin de semana.

Actualidad: Cuando hablamos de actualidad no nos referimos a la información que se da en los telediarios, sino a los magazines informativos que tratan la actualidad pero de otra forma. *La mañana y más*, *A Diario* y *Andalucía Directo* son los que cuentan esas historias de última hora pero con un tono mucho más liviano. Servicio público, fiestas, tradiciones, gastronomía, turismo, etc. puede tratarse cualquier cosa pero desde un punto de vista más cercano a los ciudadanos porque muchas veces son ellos los que cuentan la información, llegando mejor a la audiencia y, por tanto, teniendo una mejor acogida.

Gastronomía: La dieta mediterránea es fundamental en nuestra Comunidad Autónoma. Nuestras recetas son típicas en multitud de sitios de toda España, y aún así hay muchas variables de platos sencillos que han ido evolucionando y han llegado a convertirse en nuevas ideas culinarias. *Cómetelo* muestra la tradición gastronómica propia de Andalucía. Las recetas que se muestran son fáciles de hacer en casa incluso de forma simultánea mientras lo está explicando el presentador. Este programa ha ganado fuerza y tiene buenos índices de audiencia, sobre todo de público masculino, que algunos días supera al femenino.

Humor: Canal Sur TV también promueve el humor a través de programas como *Tiene gracia*, que sirve a los ciudadanos para que tengan una disposición positiva hacia la vida. Promover el humor es fundamental para estar sano mentalmente. Además, la gente cuando acude a un programa lo que busca es evadirse, entretenerse y dejar a un lado los problemas. Esto entra en la función de Canal Sur TV como entidad pública por ofrecer diversidad temática.

Otros: A pesar de las temáticas destacadas en los puntos anteriores, Canal Sur TV tiene otras que pretenden llegar a todos los andaluces. Por ejemplo, los espacios que se dedican a la promoción de los rincones de la región, que intentan dar a conocer la realidad de los pueblos y la riqueza de los paisajes andaluces, como hacen *Destino Andalucía* y *Este es mi pueblo*. La parrilla televisiva se completa con otros espacios tales como cine, toros, animales, ciencia, programas infantiles, música, deportes, etc.

3.4 Las sombras de Canal Sur TV

Es difícil encontrar una empresa que no tenga errores o limitaciones, y en la cadena autonómica también ocurre. El descuido con los grupos de edad que no pertenecen a la tercera edad, las limitaciones que tiene por tratarse de una entidad pública o los fallos que comete con su público principal son algunas sombras a las que se enfrenta este canal.

3.4.1 Descuido generacional

Canal Sur TV tiene entre sus principios divulgar contenidos para toda la familia y a todos los grupos de edad, convirtiéndose en un aspecto clave del pluralismo social que tiene que lograr como ente público. Sin embargo, este objetivo no se cumple. Si analizamos un día normal de emisión, el jueves 5 de febrero de 2015 por ejemplo, la parrilla está compuesta principalmente por espacios de información, donde se incluyen los magazines y los telediarios con sus secciones de deportes y el tiempo, que se emiten después de la información general. En cuanto a entretenimiento, *La tarde, aquí y ahora* y *Cómetelo* son los principales, el cine o el espacio *Experiencia TV* completó la parrilla del 5 de febrero de 2015. Los programas no son para un público joven, y mucho menos para una audiencia infantil. No hay series de ficción, concursos o dibujos animados, sino contenidos que interesan por lo general a una población de 45 años en adelante, a excepción de la información deportiva que tiene mayor acogida por los jóvenes. Así es la situación un día laborable, que se ve alternada por el cambio de los espacios no diarios, pero que siguen atrayendo más a la audiencia de la tercera edad.

Tabla 5. Cuota de pantalla en Andalucía por edades y cadenas en febrero de 2015.

Targets																						PAGO	RESTO
Ind. 4+	9,2	0,3	9,0	2,3	12,5	7,0	15,3	7,2	2,4	1,5	1,8	2,7	3,9	4,1	2,0	1,3	0,7	2,0	0,6	2,2	2,3	6,6	3,0
4 a 12	2,9	0,1	5,3	1,3	8,7	5,9	6,1	2,6	13,4	10,5	11,8	4,1	3,4	5,5	0,4	1,3	0,2	1,3	0,5	1,9	1,0	8,1	3,6
13 a 24	4,3	0,1	5,9	1,1	14,3	8,8	18,7	5,2	1,0	1,3	2,0	6,0	3,6	8,3	0,7	1,6	0,3	2,4	0,7	2,0	2,5	5,2	4,1
25 a 44	5,1	0,2	7,1	1,6	12,5	9,0	12,8	7,8	3,1	1,7	2,0	4,2	3,9	5,3	0,7	2,0	0,4	2,7	0,6	3,2	1,4	8,7	4,2
45 a 64	9,1	0,2	10,9	2,8	13,2	7,2	15,8	8,3	1,3	0,4	0,7	1,8	3,9	3,4	2,0	1,0	0,8	2,0	0,7	2,2	3,1	6,0	3,1
65 y +	17,3	0,6	10,4	3,1	11,9	4,2	18,8	6,9	1,0	0,4	0,6	0,9	4,3	1,8	4,2	0,9	1,3	1,2	0,4	1,4	2,3	5,0	1,2

Fuente: Datos obtenidos del informe mensual de Canal Sur TV. Febrero de 2015.

Si nos fijamos en un fin de semana, el domingo 1 de marzo por ejemplo, se observan variaciones en la mañana con el programa *La Banda* y la emisión de series animadas, espacios destinados a un público infantil. Pero sólo es a primera hora de la mañana, porque a partir de las 9:35 horas empiezan programas históricos como *La respuesta está en la Historia*, de hábitos saludables (*Salud al Día*), de promoción regional (*Este es mi pueblo*), o repeticiones de los espacios semanales con éxito como *Se llama Copla*, *Menuda Noche* o *La Báscula*, que emite un programa en diferido además de su emisión habitual. A esta parrilla televisiva se le suman los informativos en su edición de fin de semana. Por lo tanto, se altera un poco el esquema que se sigue durante los días laborables, pero el resultado es el mismo, pues las generaciones más jóvenes no se identifican con Canal Sur TV porque no encuentran en la cadena lo que ellos demandan y sí les ofrecen otros canales de la competencia pertenecientes a los grupos mediáticos Atresmedia, Mediaset España o RTVE, que superan a Canal Sur TV en cuanto a la audiencia más joven de 65 años. Aquí si encuentran series, películas más atractivas, concursos, animación, etc.

3.4.2 Cadena pública

Canal Sur TV es una filial de RTVA, que pertenece a la Junta de Andalucía, y eso limita mucho sus acciones a la vez que supone un beneficio para la competencia. En primer lugar, afecta al presupuesto, que en la presente época de crisis ha disminuido respecto a años anteriores, aunque en los últimos años ha vuelto a ascender y se sitúa en 164,2 millones de euros para el año 2015, medio millón más respecto el ejercicio anterior, así lo refleja el Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía (Junta de Andalucía, 2015, p.26). Este recorte presupuestario hace que la calidad de sus espacios sea inferior a la de la competencia, sobre todo a la de las cadenas privadas. Un ejemplo es la Liga de Campeones de fútbol, que dejó de ser emitida por Canal Sur TV tras varios años debido al precio tan elevado de los derechos televisivos, a los cuales no podía hacer frente el canal. Las retransmisiones de esta competición fueron los espacios más vistos de la cadena durante el año 2012, con una media de 29,8% de cuota de pantalla y casi medio millón de espectadores, llegando a superar en algunos partidos el 50% de *share*. Pero Canal Sur TV ya no es capaz de ofrecer productos de ese calibre. La bajada de

presupuesto y la consecuente pérdida de calidad, también han influido en que se reduzca otra fuente de ingresos: la publicidad (*Memoria de RTVA*, 2012, p.4).

Otro obstáculo que supone el hecho de ser una emisora pública es la obligación de cumplir con el pluralismo temático, pues tiene que difundir diversidad de contenidos para llegar a todos los sectores de la sociedad. El pluralismo no lo cumple siempre, como ya hemos visto en el apartado anterior al hablar de la edad, pero sí se lleva a cabo en otros campos como la temática. Ofrecen algunos programas relacionados con la historia, la ciencia, la naturaleza, etc. Son espacios pocos conocidos por los espectadores, dado que tienen poca duración, son emitidos en horas en las que la audiencia disminuye y no son de interés general. Esto hace que la cuota de pantalla sea muy baja, sin embargo, Canal Sur TV no prescinde de ellos porque la difusión de estos contenidos entra en su obligación como empresa pública.

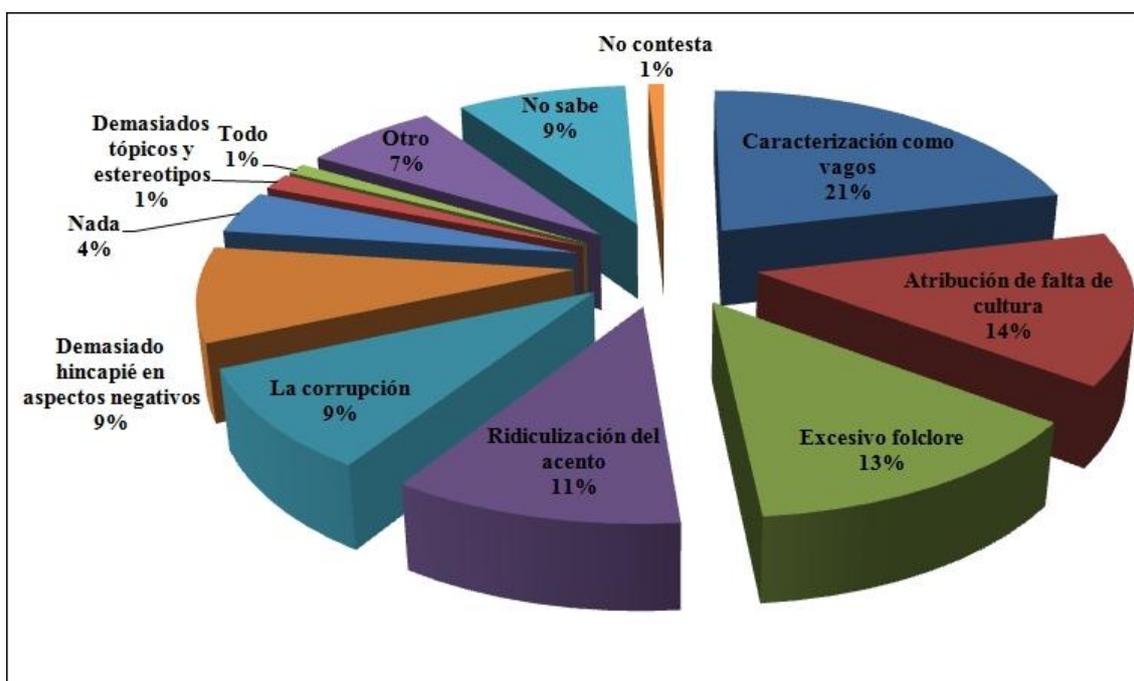
Por último, otro factor determinante en el canal es la influencia de la política. La imagen que tiene la audiencia sobre la cadena es que habla de los temas que le interesan al partido que gobierna, que no hay objetividad, sino que está todo muy politizado, un ejemplo que demuestra este pensamiento es la queja emitida al Consejo Audiovisual de Andalucía el 3 de octubre de 2014. En ella se recoge una supuesta falta de imparcialidad y de pluralismo político en la entrevista realizada por Canal Sur TV a Susana Díaz con motivo de su primer año como presidenta de la Junta de Andalucía. La queja hace referencia a que la entrevista fue difundida en *prime time* y que la televisión pública faltó a la imparcialidad por no emitir una entrevista similar en formato, duración y horario al líder del Partido Popular de Andalucía, Juan Manuel Moreno, en su papel de oposición al gobierno. Igual que Canal Sur TV es considerada como una emisora destinada a la tercera edad, también ha obtenido la fama de estar al servicio del poder político del PSOE. Esto hace que los seguidores de los partidos de la oposición y aquellos espectadores a los que no les interesa mucho la política puedan renegar del canal.

3.4.3 Fallos con la tercera edad

Canal Sur TV convierte a las personas mayores en protagonistas en algunos de sus programas, pero la imagen que ofrece de este sector no es a veces la más adecuada. Para

este punto tomaremos como ejemplo al programa *La tarde, aquí y ahora*, en el que personas mayores van a buscar pareja. En primer lugar, transmiten la idea de que las personas mayores no pueden aguantar la soledad. El caso se agrava en el caso de los hombres, porque parece que necesitan tener una mujer a su lado para que se encargue de las tareas de la casa. A este programa suelen asistir personas de la tercera edad con un nivel sociocultural medio-bajo/bajo, y de cara al exterior de la región, ésta es la imagen que se proyecta de los andaluces para los españoles.

Gráfico 2. Lo peor de la imagen que se proyecta de los andaluces, según los propios andaluces.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del Barómetro Audiovisual de Andalucía 2013.

Según el Barómetro Audiovisual de Andalucía 2013, la audiencia andaluza muestra preocupación por la imagen que se da de ésta fuera de la comunidad. Para la población, lo peor es la caracterización de los andaluces como vagos, así lo manifiesta el 21% de los encuestados por el Consejo Audiovisual de Andalucía. Tras este aspecto se sitúan la atribución de falta de cultura (13,8%), el excesivo folclore (13,1%) y la ridiculización del acento andaluz (10,4%), aunque hay otros que tienen menor porcentaje pero no pasan desapercibidos para la audiencia, como la excesiva difusión de tópicos y estereotipos, que ostenta sólo un 1,5 %, pero refleja el descontento de una pequeña parte de los espectadores. Según estos datos, ésta es la visión que tienen de los andaluces fuera de la región, una imagen afectada por Canal Sur TV, ya que, como hemos

mencionado en este documento, la cadena se basa en contenidos como el folclore o en programas en los que las personas mayores con un nivel sociocultural medio/bajo-bajo son los protagonistas. Unos mayores que, como podremos comprobar en el siguiente epígrafe, no es tan homogénea como Canal Sur retrata en su programación.

4. Análisis sociológico de la tercera edad

4.1 Una nueva generación

El tema de las personas mayores está en continuo cambio, en la misma medida que hay nuevas generaciones de niños, jóvenes o adultos. Cada generación ha vivido unas circunstancias sociales diferentes dependiendo del contexto histórico y social. A diferencia de la generación anterior de mayores, los de ahora lo que quieren es participar en la sociedad, ser protagonistas, tener capacidad de decidir, poder llevar a cabo sus deseos de formación, etc. Un ejemplo de esto es el Aula de la Experiencia de la Universidad de Sevilla, que se originó para que personas mayores pudieran cursar estudios universitarios. Se trata de personas que vivieron en la posguerra y muchos se quedaron con las ganas de aprender. Según afirma Pilar Ramos, psicóloga especializada en personas mayores y profesora de la Universidad de Sevilla: “ahora, cuando nos encontramos estas nuevas mujeres mayores lo que quieren es salir, porque en su juventud tenían que cuidar a sus familiares. No quieren ser esos mayores recluidos en su mesa camilla. Es envejecer de otra manera: el envejecimiento activo”. Esto hace que mejoren su calidad de vida, porque son más felices debido a que se sienten participativos y comprometidos con la sociedad, disfrutan sus vidas de una forma más activa, y ya no representan esa imagen tradicional correspondiente a este grupo de edad.

Nos encontramos con personas de 65 años a la que les puede interesar lo mismo que a los jóvenes; no son una generación aparte con gustos diferentes, sino que a veces coinciden en las mismas aficiones y preocupaciones que otros grupos de edad. Están desapareciendo las barreras que abrían una brecha entre las personas mayores y el resto de grupos de edad. Los nuevos miembros que se están introduciendo en el grupo considerado tercera edad están conduciendo a la sociedad a un régimen sin edad, porque desde que se entra en la adultez hay una continuidad. Son personas que han adaptado nuevas formas de ocio, tienen perfiles en redes sociales, etc. Aunque esto se está

consiguiendo poco a poco, porque los más mayores de ese grupo, sobre todo a partir de 75-80 años, no se adaptan tan fácilmente a esta nueva situación.

Además, Pilar Ramos habla de que en la sociedad actual existen tres estereotipos: el racismo, el machismo y el “edadismo”. Este último hace referencia al tratar a las personas en función de su edad. Se dan estereotipos por pensar que una persona de edad avanzada pueda tener más olvidos, menos capacidades intelectuales, menos interés por el sexo... Y en el caso de la televisión se piensa que son conservadores en los contenidos y que su capacidad de adaptación tecnológica es inferior a la de los más jóvenes. La psicóloga también añade: “cada vez más, se está luchando para ver que los estereotipos son erróneos. Incluso ellos mismos caen en estas ideas. Ellos con entrenamiento pueden ir a clase de zumba, les puede costar un poco más pero intentándolo sí lo consiguen”. En el mismo sentido se manifiesta Antonio Manfredi, cuando asegura que en cuanto a la página web de Canal Sur TV ellos también son capaces de manejarla y utilizarla para su beneficio, sólo que necesitan más tiempo de adaptación. Incluso también la visitan los no residentes en Andalucía, que tienen a través de la web su lazo con Andalucía.

En la misma medida, Paco Olivares confiesa: “las personas mayores no reniegan de nada, de hecho cada día es más habitual ver a personas con bastante edad con móviles con planes de datos, conectándose a WhatsApp o usando todo tipo de aplicaciones de comunicación desde sus portátiles”. No existen datos específicos sobre un mayor o menor acceso de personas mayores a la página web, frente a otras páginas del sector. Sin embargo, Paco Olivares ha afirmado que ellos acceden con frecuencia a la televisión a la carta y en directo a ver los programas que más les interesan, y también que participan en foros y redes sociales.

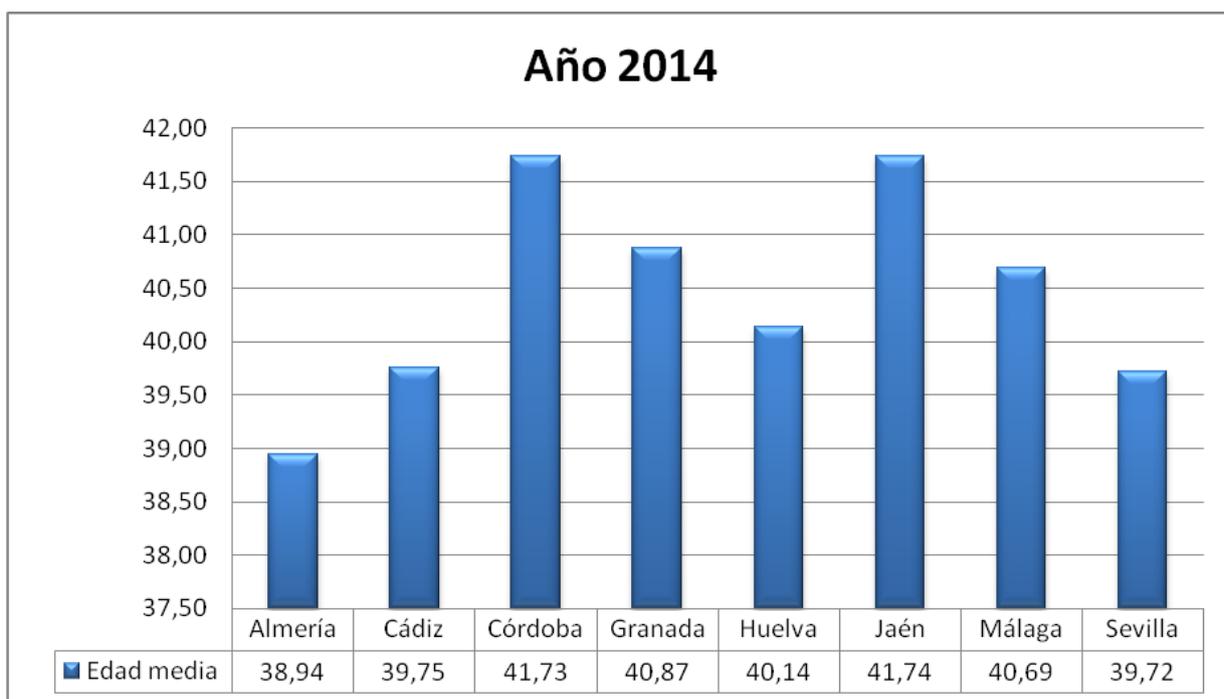
4.2 Un sector en crecimiento

El aumento de la esperanza de vida ha hecho que la población mayor se convierta en un colectivo con fuerza a nivel nacional, llegando a superar el 20% de la población en algunas comunidades autónomas como ocurre en Galicia o Castilla y León, donde la edad media de sus habitantes se sitúa alrededor de los 45 años. Sin embargo, Andalucía destaca por estar en el otro extremo de las estadísticas. Se coloca entre las comunidades

autónomas con menor proporción de personas mayores de 64 años con un 15,92%, un dato que la sitúa por debajo de la media nacional, la cual está en el 18,11%. Esto se repite con la edad, pues Andalucía es la segunda comunidad más joven de España con una media de 40,35 años de edad, siendo superada solamente por la Región de Murcia con sus 39,35 años de media. En ese aspecto, la media nacional no está tan lejos y se sitúa en 42,13 años.

Respecto a las provincias andaluzas, la diferencia no es muy amplia. Córdoba y Jaén son las que tienen la edad media más avanzada, superando los 41 años, mientras que Almería es la ciudad más joven con 38,94 años de media. Estos datos se trasladan a la proporción de población mayor de 64 años, donde en Córdoba y Jaén este grupo supone más del 18% de sus habitantes. Por otro lado, Almería se queda en el 14%.

Gráfico 3. Edad media de la población andaluza según la provincia.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística.

Todos los datos mencionados en este apartado han sido obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y hacen referencia a 2014. Éstos demuestran que la tercera edad ha crecido con respecto a años anteriores, ha aumentado la esperanza de vida y la edad media de la población, pero Andalucía está a la cola de esas estadísticas, siendo una de las comunidades Autónomas más jóvenes de España.

En cuanto a la formación de los andaluces, la edición del año 2013 del Barómetro Audiovisual de Andalucía, elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía, recoge que el 52,1% de la población andaluza tiene un nivel sociocultural avanzado frente al 47,9% que dispone de un nivel básico. Estos datos fueron obtenidos de entrevistas realizadas por la institución a 2.902 personas, a través de las cuales se pretende representar la situación de la audiencia en la comunidad. Entre los entrevistados, se encontraban 276 personas (9,5%) de 65 a 74 años. y 236 (8,1%) de 75 años y superior. Por lo que respecta al nivel de estudios, el 2,3% del total de encuestados no sabía ni leer ni escribir, el 16,8% no tenía estudios y el 19,5% contaba con estudios primarios. A medida que avanza la edad, el nivel sociocultural básico se impone al nivel sociocultural avanzado, hasta que las estadísticas llegan a las personas de 75 años y más, donde la diferencia se dispara. Dentro de este grupo, un 83,3% tiene un nivel básico y sólo el 16,7% ostenta el nivel avanzado. Esta brecha se produce por el contexto en el que vivieron esas personas, pues se trataba de una época en la que lograr unos estudios no era tan asequible como ocurre en la actualidad. Sin embargo, estos datos reflejan la introducción de las nuevas generaciones de la tercera edad, esas personas que suelen desmarcarse de los estereotipos creados alrededor de las personas mayores. Por ello, el porcentaje de personas entre 65 y 74 años con un nivel sociocultural básico (61,5%) no es tan superior al del nivel sociocultural avanzado (38,5%), aunque siguen existiendo diferencias.

Tabla 6. Nivel sociocultural en Andalucía según la edad.

	Total	Edad						
		16 a 24 años	25 a 34 años	34 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 a 74 años	75 años y más
Nivel sociocultural avanzado	52,1%	63,1%	65,2%	59%	49,2%	46,4%	38,5%	16,7%
Nivel sociocultural básico	47,9%	36,9%	34,8%	41%	50,8%	53,6%	61,5%	83,3%

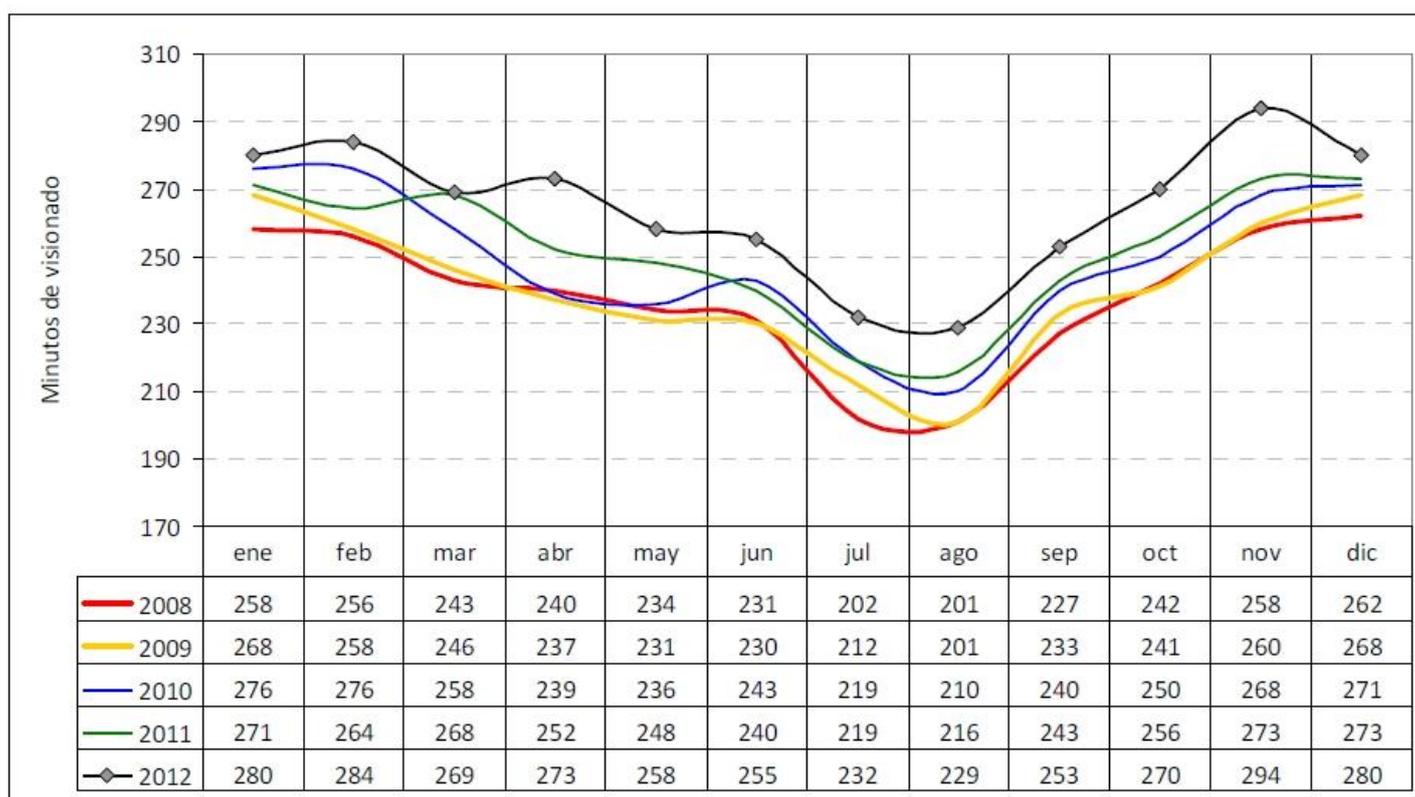
Fuente: Datos obtenidos del Barómetro Audiovisual de Andalucía. Edición 2013.

El Barómetro Audiovisual de Andalucía también añade datos sobre las preferencias televisivas de las personas en función de su nivel sociocultural. Según el informe, el 22,8% de la audiencia con un nivel sociocultural básico eligen Canal Sur TV como preferencia.

4.3 Consumo televisivo de las personas mayores

Según la Memoria de RTVA de 2012, el consumo televisivo creció en Andalucía en todos los grupos de edad, destacando los mayores de 65 años que fueron los que más televisión consumieron con 6 horas y 6 minutos de promedio diario. Le seguía el grupo de edad comprendida entre los 45 y 64 años de edad, con 316 minutos de media diaria, 5 horas 16 minutos. Por sexos, hay que señalar que ambos incrementaron el número de minutos respecto al año anterior. El público femenino fue el que más consumió: 277 minutos, más de 4 horas y 30 minutos. Pero el masculino, es el que más creció con respecto a 2011, aumentó un 8,2%. También aumentó el número de minutos de visionado en todas las clases sociales, la que más televisión consumió fue la clase social media-baja/ baja con 295 minutos, y la que más creció fue la alta-media/alta, un 7,8%.

Gráfico 4. Evolución mensual de los minutos de visionado diario de Canal Sur TV por parte de individuos de 4 o más años.



Fuente: Datos obtenidos de la Memoria de RTVA 2012.

Aunque sí es cierto que ahora la televisión tiene nuevos competidores de distintas ofertas de ocio, sobre todo a raíz del nacimiento de Internet y de la aparición de las redes sociales.

BLOQUE III

5. Resultados del análisis de programas seleccionados

Tras analizar los doce programas seleccionados de Canal Sur Televisión según la ficha modelo propuesta, extraemos los siguientes datos:

En primer lugar, los doce programas seleccionados no son los más vistos de Canal Sur TV pues, para que hubiera diversidad temática en nuestra investigación, tuvimos que decantarnos por algunos espacios con menor cuota de pantalla. Sin embargo, éstos cumplen con el servicio público de la cadena y coinciden con el perfil predominante de Canal Sur TV, aunque tengan un menor seguimiento.

La alta audiencia obtenida en algunos programas no se debe ni a los días de emisión ni a la duración del programa, puesto que consiguen buenos porcentajes de *share* tanto entre semana como los fines de semana, sino que depende de los contenidos del espacio. Sin embargo, hay dos franjas horarias que destacan de lunes a viernes, que son las de sobremesa (14:00-17:00) y la de tarde (17:00-20:30).

En cuanto a la audiencia media del primer cuatrimestre de los programas, los tres que más sobresalen son *La tarde, aquí y ahora* (12%), *Se llama copla* (11,9%), y *Andalucía Directo* (11,2%) que casualmente son los “programas típicos” de la cadena, y a su vez son los que la mayoría de personas mayores que entrevistamos conocían o habían visto en alguna ocasión. Junto a estos les siguen *Cómetelo* (11,1%), *Destino Andalucía* (10,2%) y *Salud al día* (9,95%), que se trata de programas que cumplen con la función de servicio público de Canal Sur al promover variedad temática: gastronomía, turismo, salud, etc. Estos tres programas venden los productos culinarios típicos de la dieta mediterránea, los pueblos o ciudades con más encanto de la comunidad y por supuesto la divulgación de conocimientos sobre hábitos de vida saludables para el ser humano. Tras estos, se encuentran *La báscula* (9,4%), *Menuda noche* (8,9%), *Este es mi pueblo* (8,3%), que también promueven aspectos como el ejercicio físico diario, una alimentación equilibrada, el folclore andaluz, la inocencia de los niños, las tradiciones o costumbres propias de algunos pueblos de Andalucía. Finalmente, en último lugar están *A diario* (5,7%), *Tiene gracia* (4,7%), y *La mañana y más* (4,25%), con unos porcentajes mucho más bajos, entre otras cosas por la competencia de otras cadenas nacionales como Telecinco o Antena 3.

En referencia al perfil del público, en los doce programas coincide que todas las personas que los ven son mayores de 65 años, lo cual revela claramente que la audiencia se la deben principalmente a las personas de edad avanzada. En cuanto al género, en nueve de los doce programas predomina la audiencia femenina. En los otros tres espacios (*La Báscula*, *Tiene Gracia* y *Destino Andalucía*) hay más espectadores masculinos, pero con muy poca diferencia. Por otro lado, la clase social predominante es la baja/ media- baja, en muy pocas ocasiones la supera la clase media, siendo *La Báscula* el único programa de nuestro análisis que tiene una audiencia de clase social media, pero con muy poca diferencia también. Esto coincide con las respuestas de los entrevistados que afirmaban que los programas iban dirigidos a un sector con un nivel cultural muy básico, que apenas requerían grandes dificultades para la comprensión de los programas. En cuanto a la audiencia femenina, ellas dedican más tiempo a la televisión porque algunas la compaginan con las tareas domésticas como planchar, limpiar, coser, etc., como comentaron algunas de las mayores entrevistadas. Esto también revela que la generación de personas de más de 65 años sigue estando descompensada y que mientras los hombres llevan un estilo de vida más saludable en el exterior, las mujeres siguen más apegadas al hogar. Y en cuanto a la clase social, en la audiencia predomina la baja/media-baja, entre otras cosas por ser personas con menor poder adquisitivo y no poderse permitir actividades de ocio más costosas como jugar al golf, ir al teatro, tocar el piano, etc. en sintonía con algunas de las respuestas de nuestros entrevistados de clase social alta/media-alta.

En lo referente a la competencia mediática con cadenas tanto públicas como privadas, en los días analizados Antena 3 la supera hasta 10 veces, Telecinco en 9 ocasiones, La 1 de Televisión Española hasta 7 veces, Cuatro 6 veces, La Sexta en 2 ocasiones y solamente una vez vence Canal Sur Televisión al resto de cadenas, con el programa *Destino Andalucía* durante la sobremesa del fin de semana. (Los días seleccionados para los análisis han sido cogidos al azar entre los meses: enero, febrero, marzo y abril, por lo que esto podría variar en función del resto de contenidos de los programas de otras cadenas). De todas formas, Fidel Cardete, jefe de programas, nos aseguró que su mayor competidor era La 1 pues al ser otra cadena pública tiene contenidos similares, intentando también proporcionar un servicio público útil y de calidad a sus ciudadanos.

Por otro lado, las temáticas de los programas de Canal Sur TV son muy variadas, como ya hemos indicado. Hay actualidad, gastronomía, humor, turismo, salud, corazón,

folclore, etc. Y también hay diversos géneros como magazine, *talkshow*, concurso, divulgación, etc. La variedad es fundamental en las cadenas públicas, debe de haber un poco de todo para ampliar el número de espectadores. A la vez que todos los programas de la parrilla televisiva van dirigidos a todos los públicos, para que puedan verlos una audiencia familiar, en el que todos tengan interés, desde niños hasta adultos y mayores.

6. Conclusiones

Una vez finalizada nuestra investigación, podemos decir que se han cumplido las hipótesis y los objetivos planteados al comienzo de nuestro trabajo. Canal Sur TV es una cadena que ha decaído en el mercado audiovisual de Andalucía. Ha perdido calidad en sus contenidos y se ha centrado aún más en la tercera edad. No existe diversidad en su perfil del público, puesto que casi siempre predomina el sector femenino con 65 años de edad, o superior, y nivel sociocultural medio-bajo/bajo. En algunas ocasiones hay excepciones respecto al sexo, pues los hombres pueden imponerse a las mujeres en casos esporádicos, pero en cuanto a la edad y a la clase social, rara vez sufren alteraciones.

Sin embargo, la tercera edad está dividida en la sociedad actual debido a la ruptura del “edadismo”. Las personas que tienen de 65 a 75 años eligen otras formas de ocio alternativas a la televisión, al mismo tiempo que están conectadas a las nuevas tecnologías. Además, hay mayor porcentaje de formación académica y esto va relacionado a la preferencia de canales, porque este sector más culto no elige Canal Sur TV, sino que se decanta por canales como Televisión Española o La Sexta. Pero a partir de 75 años la población no se desmarca tanto de los estereotipos que se tienen sobre la tercera edad, como personas dependientes, que permanecen en casa, que no quieren estar solas, etc.

Por otro lado, la pérdida de calidad de Canal Sur TV va relacionada con el hecho de ser una cadena pública, dependiente del gobierno autonómico, y con la crisis económica actual. El presupuesto de Canal Sur TV ha reducido, por lo que se ha convertido en una quimera ofrecer productos de calidad. A esto se le suma el aumento de competencia televisiva. La cadena llegó a ser líder del mercado audiovisual andaluz años atrás, pero en la actualidad resulta complicado imaginar al canal encabezando el ranking de

audiencias. Ese puesto se lo disputan Antena 3 y Telecinco, mientras que Canal Sur TV mantiene su lucha particular con TVE por consolidarse en tercera posición. Atrás quedan los nuevos canales que han ido surgiendo a lo largo del siglo XXI, pero que se hacen notar en el reparto de audiencia y eso queda reflejado en la cuota de pantalla. En la década de los noventa, Canal Sur TV rondaba el 20% porque la audiencia quedaba repartida principalmente entre TVE, Telecinco, Antena 3 y la cadena andaluza de una forma equitativa. Ahora, los espectadores tienen mucha variedad televisiva para elegir contenidos y eso ha hecho que el *share* de Antena 3 o Telecinco se sitúe alrededor del 15% y que Canal Sur TV y TVE tengan dificultades para sobrepasar el 10%.

Respecto al servicio público, Canal Sur TV lo cumple en algunos aspectos más que en otros. Destaca con las personas que tienen discapacidad visual o auditiva, puesto que utiliza su segundo canal para dar 24 horas de programación accesible mediante el uso de subtítulos, el lenguaje de signos y los sistemas de audiodescripción. Sin embargo, la cadena fracasa con el pluralismo en lo que a edades se refiere. Se olvida de otras generaciones más jóvenes hasta el punto de que Canal Sur TV no exista para ellos. El canal registra una cuota de pantalla muy baja en los grupos de edades que engloba a infantiles y jóvenes porque no encuentran los contenidos que buscan, como son las series de ficción, animación infantil, concursos, etc. Esto provoca que vayan en busca de otras cadenas que ofrecen los productos que demandan. Acierta con la temática, pues, como empresa pública que es, tiene espacios dedicados al turismo regional, la gastronomía, las tradiciones andaluzas, la salud, etc., pero no tiene los contenidos que demanda gran parte de los espectadores en la actualidad.

Para finalizar, y a modo de resumen, podemos decir que la cadena andaluza ha perdido audiencia en los últimos años, pero mantiene la fidelidad de muchos miembros de la tercera edad. Gracias a este sector, Canal Sur TV se coloca entre las cuatro más vistas por los andaluces, pero lejos de volver a ser la principal competencia de los canales nacionales y la emisora de referencia para las cadenas autonómicas.

7. Referencias bibliográficas

- CANAL SUR TELEVISIÓN. *Informe mensual* (abril de 2015).
 - *Informe mensual* (enero 2015).
 - *Informe mensual* (febrero de 2015).
 - *Informe mensual* (marzo de 2015).
 - *Ranking de emisiones Canal Sur TV* (enero de 2015).
 - *Ranking de emisiones Canal Sur TV* (febrero de 2015).
- CASTRO, B.; MANFREDI, J. L.; y NAVARRO, J. A. (1999). *RTVA, diez años con Andalucía*. Sevilla: Dirección de imagen y comunicación de RTVA.
- CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA. *Barómetro Audiovisual de Andalucía. Edición 2013* (2013).
- DELOITTE. *Análisis Comparativo de la Televisión Regional en Europa*.
- España. Informe Especial del Defensor del Pueblo Andaluz relativo a las personas mayores y TIC. *Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía*, 19 de enero de 2012, nº 825, pp. 7-13.
- Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos. *FORTA*. Recuperado el 31 de enero de 2015, desde <http://www.forta.es/>.
- GÓMEZ, F. J.; y PÉREZ, J. P. *Accesibilidad a la programación televisiva para personas con discapacidad auditiva o visual: el caso de Canal Sur 2*. (2013).
- INSTITUTO ANDALUZ DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA (IECA). *Censos de la población* (2011).
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). *Proporción de personas mayores de 64 años por comunidad autónoma* (2014).
 - *Proporción de personas mayores de 64 años por provincia* (2014).
- JUNTA DE ANDALUCÍA. *Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía 2015*.
- MANFREDI, A. y GARCÍA, G. Canal Sur 1989-1999. 10 años de RTVA. *Revista Internacional de comunicación* [revista de comunicación]. Enero-junio 1999, nº 2. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=960849>.
- OLMO, A.; y NAVARRO, J. A. La gente mayor como sujeto y objeto de la televisión. El estudio en Andalucía. *Vivat Academia* [revista de comunicación].

Marzo de 2015, nº130. Disponible en:
<http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/618/142>.

- RADIO TELEVISIÓN ANDALUCÍA. (2004). *Libro de Estilo de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía*. Sevilla: RTVA.
- RADIO TELEVISIÓN ANDALUCÍA (RTVA). *Memoria de RTVA 2004* (2005).
----- *Memoria de RTVA 2005* (2006).
----- *Memoria de RTVA 2006* (2007).
----- *Memoria de RTVA 2007* (2008).
----- *Memoria de RTVA 2008* (2009).
----- *Memoria de RTVA 2009* (2010).
----- *Memoria de RTVA 2010* (2011).
----- *Memoria de RTVA 2011* (2012).
----- *Memoria de RTVA 2012* (2013).
- SÁNCHEZ, Rosalía; GÓMEZ, Lourdes; MELGUIZO, Soraya; BELLVER, Juan Manuel; y GALLEGO, Javier (2012, 1 de diciembre). Los líderes de Europa no tienen televisiones públicas regionales. *www.elmundo.es*. Obtenido de la web <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2013/12/01/529ae3de6843418a368b45a5.html>
- TORRES FLORES, Antonio. (2012). *Los primeros ojos de Andalucía. Génesis y evolución de la televisión en Andalucía*. Granada: Editorial Universidad de Granada (EUG).