



PARLAMENTO DE ANDALUCIA

DIARIO DE SESIONES

Número 12, Serie B

VII Legislatura

Año 2004

PRESIDENTA: ILMA. SRA. DÑA. MARÍA JESÚS BOTELLA SERRANO

Sesión celebrada el martes, 14 de septiembre de 2004

ORDEN DEL DÍA

Comparecencias

Comparecencia 7-04/APC-000149, del Excmo. Sr. Director General de la RTVA, a fin de informar sobre la valoración que hace acerca del conflicto laboral planteado por un trabajador de la RTVA en relación a la fiesta «Rave», que se celebró en Málaga, en el Palacio de Deportes Martín Carpena, el 2 de marzo de 2002, presentada por los Ilmos. Sres. D. José Luis Sanz Ruiz, Dña. María Jesús Botella Serrano, D. Eugenio Jesús González García y D. Antonio Sanz Cabello, del G.P. Popular de Andalucía.

Comparecencia 7-04/APC-000179, del Excmo. Sr. Director General de la RTVA, a fin de informar sobre los contenidos y la audiencia de la parrilla primavera-verano 2004, presentada por los Ilmos. Sres. D. José Caballos Mojeda, D. Manuel Gracia Navarro, Dña. María del Pilar Gómez Casero y D. Juan Paniagua Díaz, del G.P. Socialista.

SUMARIO

Se abre la sesión a las once horas, cincuenta minutos del día catorce de septiembre de dos mil cuatro.

Punto único del orden del día: Comparecencias

Comparecencia 7-04/APC-000149, del Excmo. Sr. Director General de la RTVA, a fin de informar sobre la valoración que hace acerca del conflicto laboral planteado por un trabajador de la RTVA en relación a la fiesta «Rave», que se celebró en Málaga, en el Palacio de Deportes Martín Carpena, el 2 de marzo de 2002.

Retirada (pág. 107).

Comparecencia 7-04/APC-000179, del Excmo. Sr. Director General de la RTVA, a fin de informar sobre los contenidos y la audiencia de la parrilla primavera-verano 2004.

Intervienen:

Excmo. Sr. D. Rafael Camacho Ordóñez, Director General de la Radiotelevisión de Andalucía (págs. 107, 110).

Ilma. Sra. Dña. María del Pilar Gómez Casero, del G.P. Socialista (págs. 108, 112).

Se levanta la sesión a las doce horas, treinta minutos del día catorce de septiembre de dos mil cuatro.

Comparecencia 7-04/APC-000179, del Excmo. Sr. Director General de la RTVA, a fin de informar sobre los contenidos y la audiencia de la parrilla primavera-verano 2004.

La señora PRESIDENTA

—Bien, pues buenos día a todos, bienvenidos después del período de vacaciones.

La Comisión que celebramos hoy tiene un orden del día muy cortito: había dos peticiones de comparecencia, una del Grupo de Partido Popular y otra del Grupo Socialista. La petición de comparecencia del Partido Popular se ha retirado; por lo tanto, sólo está la del Partido Socialista. Por ello, pues tiene la palabra la portavoz de dicho Grupo, ¿no?

Perdón, parece ser que no es así, que inicia la comparecencia el Director. Pues tiene la palabra.

El señor DIRECTOR GENERAL DE LA RTVA

—Muchas gracias, señora Presidenta. Muy buenos días.

Comparezco, señorías, para informar sobre el contenido y audiencia de la parrilla primavera-verano de 2004, y para ello comenzaré diciendo que la programación de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía para el verano de 2004 fue diseñada sobre la estructura de la parrilla de primavera, muy apreciada por los públicos andaluces, adaptándola a los ya contrastados diferentes hábitos de consumo de televisión en el período estival. En este período, como saben sus señorías, las costumbres de los telespectadores se alteran en materia de consumo de televisión, se reducen y modifican los niveles de este consumo en las distintas franjas horarias y se ve televisión en sitios diferentes a los convencionales.

Integrar en la parrilla la columna vertebral de la información diaria con espacios divulgativos y de entretenimiento, una especial atención a los niños y a los públicos familiares, consolidar el *magazine* de la tarde, reforzar el *prime time* con los espacios que tan buenos éxitos venían cosechando y con algún estreno, es decir, los ya clásicos *Ratones coloraos*, *Siete lunas*, *Supercine*, *Arrayán* y los nuevos *Moranquisimos* y *Una noche con arte* fueron los criterios que, habiendo inspirado la programación de la primavera en Canal Sur Televisión, fueron convenientemente adaptados a la del verano de 2004, con el objetivo de lograr la mayor eficacia en los resultados y la mayor eficiencia en el empleo de nuestros recursos. De ahí que, en lo que se refiere, en primer lugar, a Canal Sur Televisión, manteniendo la línea troncal de la programación, es decir, todos los servicios informativos diarios, noticias y espacios básicos ligados a los mismos, como *Andalucía directo*, *Salud al día*, *Este mes*, así como *Punto y medio*, el *magazine* de la tarde que ha cosechado el mayor reconocimiento social, de credibilidad y éxito entre una inmensa mayoría de andaluces, se incorpo-

ran varios programas nuevos de producción propia financiada, que han ido desde la divulgación, como *Me lo dices o me lo cuentas*, al entretenimiento, en este apartado especialmente programas musicales que han ido promocionando turísticamente muchos rincones de Andalucía, así como el fútbol de pretemporada, este año con la novedad de la retransmisión de la Copa de América de Fútbol. Y todo ello con el objeto, señorías, de combinar nuestra misión de servicio público con la atracción de andaluces de todas las edades y condiciones sociales, con los medios apropiados a nuestras posibilidades financieras.

La parrilla de la televisión andaluza, señorías, ha mantenido, asimismo, la columna vertebral de la programación en Canal 2 Andalucía, los clásicos como el contenedor infantil *La banda*, que con su formato de verano ha repartido su horario entre las dos cadenas analógicas; *Andalucía documental*, que es una ventana permanente abierta a la expresión del talento de nuestros creadores; el *Club de las ideas*, *El público lee* y *Tesis*; *La internacional*, que ha aumentado su número de emisiones en verano, así como los programas *Innova más*, *Espacio protegido*, *Solidarios*, *Sesenta minutos*, *Sindicados*, *Flamencos*, *Telesigno* y la reedición de las mejores entrevistas de las *Mil y una noches*.

Subrayar también, en la programación de Canal 2 Andalucía, la atención especial a la programación para los jóvenes, a cuyo fin habilitamos una franja en la tarde-noche con animación, teleseries y una edición vespertina de *La estación*, así como la primera fase del concurso musical *Cazatalentos*, que producen y organizan Canal Sur Radio y Canal 2 Andalucía.

Por su parte, señorías, Andalucía Televisión, la emisión vía satélite de la Radiotelevisión andaluza, ha tenido en los programas de ocio, turismo e información sus principales referentes como vehículos de promoción de nuestra cultura y nuestras costumbres en el mundo. La oferta de Andalucía Televisión sigue manteniendo una de las cotas más altas de audiencia en la emisión vía satélite, con más de novecientos mil espectadores en abierto, a los que debemos añadir los que tienen la plataforma digital, hoy Digital Plus, donde ocupa siempre los puestos más destacados entre los más de cien canales que tiene hoy Digital Plus. Y está también esta señal nuestra, vía satélite, en las distintas cabeceras de cable.

La rejilla de Andalucía Televisión es un *mix*, como he explicado ya en otras ocasiones en esta Cámara, que trata de ordenar de la manera más idónea los programas de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía, para reflejar lo que es hoy la televisión andaluza en su diversidad y universalidad.

En resumen, señorías, las parrillas de programación de la televisión andaluza de la pasada primavera y verano han sintonizado, probablemente más que nunca, a tenor de los resultados, con los distintos públicos andaluces. Las audiencias, a las que ahora me referiré, los reconocimientos públicos y los galardones recibidos por muchos programas este año así lo atestiguan.

Creo, señorías, que las televisiones públicas, lo he dicho ya en muchas ocasiones en esta Cámara a lo largo de estos años pasados, las televisiones públicas no debemos ser rehenes de la audiencia, ni debemos admitir que ésta imponga servidumbre alguna, pero el nivel de la audiencia es muy importante para el cumplimiento de la misión que tenemos encomendada. Así lo hemos venido sosteniendo nosotros aquí y así lo piensan también la Comisión Europea, el Parlamento Europeo, el Consejo Mundial de la Radiotelevisión de la Unesco, el Conseil del Audiovisual de Cataluña, etcétera. Por eso estamos muy satisfechos de los resultados alcanzados por la Televisión andaluza en estos últimos meses, todos los meses de este año 2004 y, especialmente, los meses de verano, que están siendo, vienen siendo sobresalientes. Además, tiene más importancia esta realidad cuando otras cadenas de televisión van perdiendo audiencia, en algunos casos con acelerada regresión, tanto Televisión Española como Telemadrid, como Canal Nou, como la televisión catalana, que han perdido más de dos puntos, más de dos puntos en lo que va de año. Las autonómicas, de media, de media han bajado 1'3, mientras, por ejemplo, Canal Sur Televisión es la única Televisión que ha subido este año, concretamente, 0'6 puntos, y también Canal 2 ha incrementado su audiencia, alcanzando, por ejemplo, el pasado mes de agosto, el reciente pasado mes de agosto, un 5'6 de *share* medio, la cifra mensual más alta de su historia, de la historia de Canal 2 Andalucía. Y esto lo hemos conseguido, señorías, con una programación blanca, limpia, sin concesiones a las modas y a los productos de los que las cadenas privadas han dado buena cuenta este verano, si sus señorías han reparado o han tenido oportunidad de ver este verano la televisión, los distintos canales de televisión.

Refiriéndome a resultados, y por hablar en conjunto de la primavera-verano, aunque han sido, como he dicho antes, especialmente sobresalientes los de este pasado verano, la televisión andaluza, con una cuota de pantalla de 24'2, en el período primavera-verano ha logrado el mejor resultado de su historia en un período similar, en una primavera-verano en su conjunto. Este resultado primavera-verano se alcanza gracias al 18'9 de *share* de Canal Sur Televisión, el mejor resultado desde 1997, y al 5'3 de media, repito, en este período primavera-verano, de Canal 2 Andalucía.

En el período al que me estoy refiriendo, Canal Sur Televisión ha sido la segunda cadena autonómica con más audiencia; pero, si nos centramos sólo en los dos últimos meses de verano, julio y agosto, Canal Sur Televisión lidera el *ranking* de audiencia entre las cadenas autonómicas. Por otra parte, ha sido líder Canal Sur Televisión entre las tres y media de la tarde y las doce y media, con una cuota del 20'4%, tanto en Andalucía como entre todas las autonómicas.

Tengo que decir también, señorías, que Canal Sur Televisión ha dedicado en este período primavera-verano, ha dedicado más de cuatro horas y media de promedio al género informativo, cuyos principales programas superan el 20% de *share*, destacando especialmente

la emisión de lunes a viernes de *Noticias 2*, con una cuota de pantalla del 21'7%, que significa 2'5 puntos más que en el mismo período del año pasado.

También, por *target* de edad, los resultados han sido buenos de forma generalizada, porque ha conseguido una cuota de pantalla, entre los menores de 30 años, del 22'8%, siendo así líderes de Andalucía en Andalucía.

Por otra parte, la televisión andaluza, con ocho horas y quince minutos de promedio diario, ha sido el teleoperador que dedica más tiempo al género infantil —insisto en que estoy hablando del período primavera y verano; hay otros datos referidos exclusivamente al verano pasado, pero esto es todo del período primavera-verano—. Digo que es el teleoperador que más tiempo ha dedicado al género infantil entre las cadenas autonómicas y las nacionales. Concretamente, además, si nos referimos al verano, con un 24'7, es, como dije antes, el operador de televisión con mayor cuota de mercado en nuestra Comunidad.

Ésta es la información y la valoración, señorías, que puedo hacer de lo que han sido los contenidos de las parrillas de programación de primavera y verano. Como he dicho, la parrilla de verano, generalmente, porque es uso y costumbre entre las empresas de televisión, se fragua, se diseña sobre la estructura de la parrilla de primavera, adaptada a los hábitos y consumos del verano, a los hábitos y consumos que disminuyen y que cambian de modos, que cambian de modalidad, que cambian de lugar y, por consiguiente, también, inspirada en la parrilla de primavera, que, como digo, cosechó muy buenos resultados y, por lo tanto, aconsejaba mantener esa misma línea en el verano.

Tengo que remarcar, señorías, la importancia, como he dicho, de los resultados de audiencia, repito, que las televisiones públicas no debemos tener servidumbre alguna con la audiencia, no debemos ser tributarios de la audiencia. La audiencia no debe marcar la pauta de la programación, pero es muy importante, como opina el Consejo Mundial de la Radiotelevisión de la Unesco, como opina la Comisión Europea, y tendré oportunidad en una intervención posterior de detallar, muy importante para el cumplimiento de la misión de servicio público que tiene encomendada, que tenemos encomendados los sistemas públicos de radiodifusión.

Muchas gracias, señora Presidenta.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias.

Tiene la palabra la portavoz del Grupo Socialista, doña Pilar Gómez Casero.

La señora GÓMEZ CASERO

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Señor Director General, hoy mi Grupo le emplaza aquí a contarnos, a hablarnos de cómo ha sido la programación de la primavera-verano. Solemos hacerlo cuando termina una temporada, por llamarlo de alguna manera así, y realmente nos satisfacen muchísimo los datos que usted nos ha aportado con respecto... tanto de audiencia como de presencia de programas educativos, culturales, de ocio y de información, que son, fundamentalmente, los temas que requiere una programación fundamentalmente lúdica y adaptada a una oferta programática adecuada al público que ve la televisión en verano, que como, lógicamente, sabemos, se ve la televisión de una manera distinta, se le pide otra cosa al medio, no se está en el lugar habitual y normalmente, lógicamente, tienen que cambiar tanto los ratios de audiencia como de la propia programación y de la oferta que hace la televisión.

Es llamativo el dato que usted da de audiencia porque precisamente estamos acostumbrados a ver cómo las audiencias bajan en verano; de hecho, en el estudio comparativo que usted ha citado vemos cómo en verano, en julio y agosto, ha habido un descenso, por lo cual es mucho más llamativo el que..., aunque usted y yo nos peleamos en este tema bastante en esta Comisión, con respecto a la importancia que le tenemos que dar a la audiencia, usted, lógicamente, no se la da en tanto en cuanto que su principal preocupación son los contenidos, pero, desde luego, algún parámetro tenemos que tener para medir el éxito o el interés que esos contenidos provocan en los consumidores y en los usuarios, que a fin de cuenta, pues, son los propios telespectadores.

Por lo tanto, creo que esa subida de audiencia en verano de la televisión andaluza, de la Radiotelevisión andaluza, yo creo que es bastante definitoria de lo que ha sido el producto que se nos ha ofrecido. Tampoco podemos olvidar que, por las condiciones que he citado antes de público, de oferta de producto y de entorno o de espacio para ver la televisión en verano, las condiciones financieras tampoco pueden ser las mismas; o sea, que, lógicamente, tenemos que adaptar tanto los contenidos y el producto que ofrecemos a la financiación de los mismos y a las condiciones que nuestro propio presupuesto nos imponen. Con lo cual, yo creo que es destacable ese puesto de audiencia y ese puesto entre el resto de las televisiones, en ese estudio comparativo que usted nos ha citado, que nos ha ofrecido aquí.

Una televisión generalista tiene que regirse por el principio de universalidad, y lógicamente más en esas fechas; no puede ser de ninguna manera una televisión para iniciados. No obstante, precisamente por eso, para ese segmento de público que pide otra cosa, la 2, Canal 2, o Canal Sur 2, ha seguido manteniendo una programación con altos contenidos educativos, con altos contenidos de información y con altos contenidos de formación, que a fin de cuentas es de lo que se trata y es el principal o el principio que debe guiar una televisión generalista como la nuestra, que es el de entretener, formar e informar a los telespectadores.

Yo quería, no obstante, hacer algunas consideraciones a esa programación, y una de ellas es... Bueno, desgraciadamente, este verano, pues han ocurrido algunas desgracias que han copado totalmente los contenidos de las televisiones en cuanto a la programación frívola —llamémosla así, por no utilizar el término tan fuerte de programas basura— que hemos visto en todas las televisiones: la muerte de Carmen Ordóñez o determinados episodios que se han exprimido hasta la saciedad en todas las televisiones públicas y privadas, porque además el tiempo de verano lo pedía. Y, sin embargo, yo he tenido, y supongo que ustedes también, he tenido la precaución de comparar el tratamiento de esos temas más espinosos en las televisiones en los meses de verano y he podido comprobar, como ya lo hemos dicho en esta Comisión, que, aun cuando se traten esos temas en programas de la RTVA, porque tenemos que ceñirnos a lo que la audiencia quiere, aunque no sea la razón prioritaria de nuestro trabajo, pero sí que, evidentemente, tenemos que tener en cuenta también el sector comercial y ofrecer lo que la gente quiere, y aquello donde se apuntan los anunciantes y donde la publicidad nos ayuda también a financiar nuestra televisión. Pero sí he podido constatar, como ya veníamos haciendo, que por lo menos Canal Sur trata esos temas espinosos, que decía, con dignidad, con respeto y guardando los principios no sólo ya de la ley de creación, sino yo diría que, sobre todo, comparándolos con otras televisiones, hasta constitucionales en algunos casos: el respeto a la privacidad, el derecho al honor, el respeto a las personas. Y no sólo a las personas que son objeto de ese tratamiento en esos contenidos, sino también de las personas que lo ven y que tienen que soportar ese tratamiento también, valga la redundancia, que las televisiones les van dando cada vez más a esos temas que son privados.

Por lo tanto, yo creo que realmente merece la pena destacar aquí el papel que ha jugado la RTVA, en el entretenimiento, formación e información, como he dicho, de los andaluces este verano, como otros veranos, pero además refrendados por esa audiencia y por ese *share* de audiencia, que me va usted a permitir que repita, porque, bueno, usted ha hecho algunas concesiones y ha tratado muy poquito el tema comparativo, pero yo creo que merece la pena extendernos en eso, ¿no?

Si tenemos en cuenta el *share* de los principales teleoperadores en este momento en Andalucía para los meses de julio y agosto, vemos que la RTVA, pues, tiene un 24'7, como usted ha dicho, de cuota de mercado; la RTVE —estoy sumando ahora mismo Canal 2 Andalucía y Canal Sur Televisión—, sumando la 1 y la 2, llega a un 24'2%. Pero sí que me gustaría contrastarlas con las privadas, porque el caso de Antena 3, con un 20'9%, o el de Telecinco, con un 19'6, ponen más de relieve el papel que está jugando en Andalucía la televisión andaluza como preferida de los telespectadores.

Este resultado global que les he dicho se alcanza gracias al 5'5% del *share* —y ahora lo divido— que

ha alcanzado Canal 2 Andalucía, en esos meses de verano, y el 19'2% de Canal Sur Televisión, que sigue manteniendo en estos meses su posición como la televisión autonómica más vista en el Estado.

En cuanto a las cadenas autonómicas, y ahora sí voy a referirme concretamente a ese sector, para los mismos meses de julio y agosto del 2002, vemos que Canal Sur Televisión ocupa un 19'2 de *share*; la TV3, un 18'5%; la ETB 2, un 17'2%; la televisión gallega, un 17'1; Canal Nou, un 16'3; Telemadrid, un 14'3, etcétera, hasta la televisión canaria, que es la última, y que tiene un 10'3.

La programación, como decía usted, que nos ha permitido alcanzar estos resultados —según Sofres, que siempre lo citamos como un indicador externo y que parece que nos puede merecer mayor credibilidad, por la objetividad que conlleva el que sea externo— es la que mayor número de horas dedica al género cultural, tanto en Andalucía como si comparamos con el resto de operadores autonómicos. Según Sofres, hemos dedicado más de once horas diarias de promedio a programación cultural, mientras que la RTVE lo ha hecho en cuatro horas cincuenta y un minutos; Telecinco, en trece minutos diarios, señorías; o Antena 3, en diez minutos diarios, para los meses de julio y agosto.

El promedio diario, o sea, esta misma exposición la hacemos referida a los teleoperadores autonómicos o a los operadores autonómicos, y vemos que la RTVA tiene ese 11'11% en una cadena y el 10'20% en la otra —perdón, estamos hablando de minutaje, no de porcentaje—; la televisión vasca dedica seis horas, treinta y nueve minutos en una cadena, y cinco horas, cincuenta y tres minutos en la otra; la valenciana, Canal Nou, cuatro horas, veinticinco minutos en una, y dos horas, veintitrés minutos en otra. Y si vamos a la televisión gallega, dos horas veintiún minutos, en una, y doce minutos, en la otra.

Por lo tanto, el éxito demostrado por la audiencia que han alcanzado este verano nuestras cadenas de televisión ha sido generalizado, pero, no obstante, consideramos oportuno destacar el liderazgo entre los niños y los jóvenes. Y quiero referirme expresamente a ese segmento de la población porque en el Pleno pasado recordarán sus señorías que traíamos una proposición no de ley relativa al fomento de los valores educativos en nuestra televisión. Por lo tanto, si es un tema que nos preocupa a toda la Cámara, como demostró la votación por unanimidad de este tema, yo creo que es conveniente resaltarlo aquí. Hemos conseguido —lo ha hecho usted, pero yo me voy a extender un poquito— una cuota de pantalla del 27% entre la población menor de 25 años, más que ningún otro operador en cualquier tipo de parámetro o medición que cojamos. El *share* de los principales teleoperadores en Andalucía para ese *target* de menos de 25 años en julio y agosto ha sido de 27 puntos para la RTVA, de 23'2 para Antena 3, del 21'6 para la Televisión Española y del 17'1 para Telecinco. Yo creo que estos datos son bastantes explicativos de la situación de oferta y aceptación de la oferta que ha

tenido la RTVA este verano en Andalucía y que es conveniente resaltarlo para que sus señorías sepan que estamos satisfechos del trabajo que hemos hecho. Pero también sin olvidar que, precisamente, esa proposición no de ley que presentábamos, el proyecto de ley de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, que está en trámite en este Parlamento, y la reforma de la Ley de la RTVA, que también ha entrado ya en este Parlamento y que próximamente va a iniciar también su tramitación parlamentaria, demuestran que estamos en el camino de mejorarla, porque todo es mejorable, y, desde luego, de hacer que la televisión andaluza ponga un acento en formar e informar a la población, además de entretener, como viene haciendo y como los indicadores de los que hemos hablado en esta comparecencia vienen demostrando.

Muchas gracias, señor Director General.

La señora PRESIDENTA

—Muy bien, muchas gracias.

Ahora tiene la palabra, para contestar, el señor Director de la Radiotelevisión Andaluza.

El señor DIRECTOR GENERAL DE LA RTVA

—Gracias, señora Presidenta.

Señora Gómez Casero, le agradezco su reconocimiento tanto en los contenidos como en las cifras, por otra parte irrefutables, de *share* que han registrado, que han cosechado los dos canales de televisión de la RTVA, Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía. Y quería subrayar especialmente, en relación con su intervención, dos aspectos importantes: uno, el que tiene que ver con la diferenciación de la programación. Ustedes saben, señorías, que, desde hace mucho tiempo, a las televisiones públicas se nos ha venido imputando —y con cierta razón, lo reconozco, en muchos casos— un cierto proceso de emulación de las privadas, eso que se ha dicho en lenguaje popular: «Si todas son iguales, si no se diferencian realmente...» Éste es un proceso que arranca prácticamente desde el nacimiento de las televisiones privadas, cuando, fruto de la competencia, las públicas tienen que ir adaptándose. En realidad, el proceso mimético es recíproco: las públicas van imitando muchas cosas de las privadas y las privadas imitan las malas cosas que las públicas están imitando a las privadas. Es decir, hay una convergencia de una televisión más homogénea de lo que debiera ser y ese clamor, si no clamor, por lo menos ese runrún, en la opinión pública y en la opinión publicada se ha venido detectando y se ha podido constatar en los últimos años.

Esto, afortunadamente, está cambiando en los últimos años y en mi opinión está cambiando bastante en este tiempo del que estamos hablando. De modo que, cada vez menos, cada vez hablar de esa

emulación, de esa semejanza, de esa programación de contenidos parecidos, de contenidos similares. Y basta ver lo que estamos tratando hoy aquí, la programación de primavera o mucho más, con más énfasis la programación de este pasado verano, para comprender perfectamente que las televisiones públicas o privadas, afortunadamente, cada vez nos parecemos menos en contenidos.

Usted ha hablado de un suceso lamentable, de la pérdida de una andaluza, como la señora Carmen Ordóñez, y que, efectivamente, ha sido objeto de tratamiento muy diferente —ya no hablo sólo de Canal Sur, que está ahí y es incontrovertible, sino en general—, no tiene que ver nada el tratamiento que han hecho las televisiones públicas de ese tema con el que han hecho las televisiones privadas. Por otra parte, parece que las televisiones privadas tienen patente de corso y, en fin, en nombre de la libertad de empresa y de la libertad de expresión y de la no censura, para cualesquiera contenidos.

Eso sería objeto de otro debate, pero lo que yo quiero subrayar es ese proceso de diferenciación que se ha dado, en general, en el tratamiento entre las televisiones públicas y las privadas. Y en el caso nuestro, evidentemente, como usted ha apuntado, nosotros lo que hemos hecho ha sido pasar prácticamente de puntillas sobre el asunto y, cuando se ha tratado desde el punto de vista informativo, se ha tratado con rigor, con tacto, con seriedad o, como usted bien ha dicho, con dignidad y con respeto, respeto a la privacidad, respeto a las personas, al derecho al honor, como ha subrayado usted.

Ése es un signo de diferenciación, que no es el único, naturalmente, pero el signo de diferenciación se tiene que ver a lo largo de las distintas parrillas. En el caso de nosotros, que tenemos dos canales, a lo largo de las parrillas de los dos canales. Y nosotros hemos mantenido, efectivamente, como expliqué en mi primera intervención, hemos mantenido en el verano la línea troncal, la columna vertebral de las dos parrillas de programación, bien que adaptándolas a esos hábitos, al descenso del consumo, y con una cosa muy importante que usted ha citado también, aunque sea sólo de pasada: lo que tiene que ver con el nivel presupuestario.

Si ustedes han visto televisión, o la ven habitualmente, en verano, comprenderán que es un tiempo de menor consumo y, consiguientemente, de menores retornos desde el punto de vista económico, y las cadenas no invierten, no gastan, no ponen tanta carne en el asador, permítanme la expresión, porque, por encima de todo, son empresas, y las empresas buscan la eficiencia y, por lo tanto, optimizar los recursos, sacar la mayor rentabilidad a los recursos. Y las empresas públicas, como he dicho en muchas ocasiones, también somos empresas, las empresas públicas somos públicas, pero también somos empresas y, consiguientemente, tenemos que saber cómo administramos nuestros recursos, cómo administramos nuestro gasto a lo largo del ejercicio presupuestario.

Pues el verano es el momento, como digo, en el que se pone menos carne presupuestaria en el asador de la parrilla, permítanme el juego de palabras, y de ahí que en muchos casos se asista a repeticiones de programas, porque, efectivamente, de lo que se trata es de abaratar el coste de las parrillas, y eso lo tienen que hacer y lo hacen necesariamente todas las empresas. Eso no debe ser obstáculo en ningún momento para que los productos que se hagan respondan a los principios de programación que presiden en cada caso lo que tenga cada cadena.

Quería subrayar también, porque también ha tomado usted..., ha hecho referencia a este asunto, que es muy importante, que nosotros no sólo no hemos descuidado durante este verano, y también la primavera, pero sobre todo en verano, donde se suelen relajar un poco los contenidos, nosotros hemos tenido especial cuidado en los contenidos infantiles, y la prueba de ello no son sólo los resultados, que también usted ha citado, pues hemos tenido un *share* líder del 27% entre menores de 25 años, y ello ha sido, sencillamente, porque la programación estaba muy volcada hacia el público infantil, sobre todo en el contenedor de *La banda*, que ha ido turnándose en distintas franjas horarias entre Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía, y también porque, como expliqué al principio, habíamos establecido una franja también pensada, concebida para el segmento de población juvenil.

Yo me siento orgulloso de que este resultado, en un *target* que para nosotros es especialmente valioso, el *target* infantil y juvenil, haya tenido este resultado en verano.

Verá también, cuando tengamos oportunidad, que dentro de unos días presentamos la próxima programación, la de otoño, y tendrán oportunidad sus señorías de comprobar que está también especialmente pensada —me refiero a los cambios, a las novedades—, están especialmente concebidos para ese público infantil y juvenil. No les voy a adelantar con mucho detalle porque, si no, me pisaría la noticia, como se dice, ¿no?, pero ustedes tendrán oportunidad de comprobar en unos días que las novedades más relevantes de esa programación de otoño están precisamente pensadas para los públicos infantil y juvenil.

Y no basta sólo con los contenidos. Ayer, en una comparecencia pública, nos preguntaban algunos periodistas, en algunos medios de comunicación, sobre el tacto, la protección especial que debemos dispensar a lo que entendemos que es el horario protegido para el público infantil, y yo les respondía que lo hacemos de oficio en Canal Sur Televisión y en Canal 2 Andalucía, pero que, efectivamente, no basta sólo concebir contenidos y programas para el público infantil, sino aquellos otros contenidos que no son para el público infantil, que tengan la reserva, la cautela, según la franja horaria en que estén programados, de estar pensando también en el público infantil.

Y dicho esto, y lo he repetido en algunas ocasiones también en esta Cámara, esto no exonera de carga ni de responsabilidad a los padres —que,

en definitiva, lo hemos dicho aquí en muchas ocasiones, digo—, que tienen también algo que ver en que los niños —como dije un día con cifras, aquí, en el Parlamento—, que cientos de miles de niños menores, de nueve, de ocho, de nueve, en España, estén viendo la televisión a las doce de la noche y vean algunos programas, cuyos nombres no voy a mencionar, pero que están en la mente de todos, que no son un modelo, digamos, de contenido para nadie, pero mucho menos para los niños. Esto yo creo que es más responsabilidad de los padres, sin que quite culpa alguna a la propia cadena de televisión que los programa y emite.

En fin, básicamente era lo que quería resaltar. Y, efectivamente, ustedes ya al principio, y lo digo a través de las audiencias —en fin, tocaré madera—, pero estamos en uno de los mejores momentos, probablemente el mejor momento de la historia de la televisión andaluza en materia de audiencia, lo cual no significa que sea fácilmente mantenible cuando la propia segmentación de las audiencias, fruto del entorno multicanal de la competencia creciente, de las televisiones locales, que está ya y que va a crecer en los próximos años, necesariamente llevará a las televisiones generalistas a un descenso de audiencia. Pero, qué quieren que les diga, a un Director General de un ente, sea público o sea privado, cuando a primera hora de la mañana ve la audiencia del día anterior, como en el caso de hoy, y ve que Canal Sur Televisión tuvo ayer un 21'1 de *share* y Canal 2 Andalucía un 7'9, o sea, Canal 2 Andalucía ayer tuvo una audiencia ya próxima a las televisiones generalistas, autonómicas, más pequeñas —estoy hablando de Canarias, Castilla-La Mancha, con 7'9 o 21'1—, la verdad es que esto no es frecuente, no es lo normal, no es la media. Esto es casualmente la de ayer. Pero esto es importante porque esto significa que hay muchos millones de andaluces que aprecian las distintas programaciones para distintos públicos, como explico con reiteración en la Cámara, para distintos públicos, distintas pro-

gramaciones que aprecian lo que, en definitiva, está haciendo la televisión de Andalucía.

Muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Bien, pues muchas gracias al Director de la Radiotelevisión.

¿Va a intervenir la señora portavoz del Grupo Socialista en turno de réplica o no?

La señora GÓMEZ CASERO

—Más que una réplica, si me lo permite, señora Presidenta, solamente para decirle al Director General que mi Grupo considera suficientemente evaluada la programación del verano. Quería darle las gracias, tanto por sus asistencias, que yo creo que es la de más alta frecuencia del Parlamento, si hablamos de *share* también, y en la Comisión, y, desde luego, por la información que nos ha suministrado.

Y quería, para terminar, decirle al Director General que coincidimos totalmente con su preocupación por el público infantil y juvenil, y que desde aquí vamos a hacerle llegar algunas propuestas de actuación, tanto para la protección de los menores en cuanto a la sobreexposición como al consumo fuera del horario protegido, y que todo ello es fruto de un compromiso adquirido por unanimidad, como le he dicho antes, en la proposición no de ley que presentamos en el Pleno pasado.

Muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muy bien, pues yo creo que se da por terminada la Comisión.

Muchas gracias.