

INDICE / SUMARIO

memoria

2001

{02}

03

RTVA

rtva memoria

Un compromiso con el futuro de Andalucía para contribuir a su vertebración s

2001{02}03

ocial, desde el impulso económico y el desarrollo tecnológico







Canal**Sur**
Andalucía



rtva memoria 2001{02} 03

La RTVA se ha consolidado en estos años como uno de los pilares esenciales del desarrollo social, cultural, político y económico de Andalucía. Esta Memoria hace balance de las actividades realizadas y plantea los compromisos y los retos que tendremos que afrontar en el futuro.

10

Presentación del Director General de la RTVA
La RTVA, una empresa pública necesaria

Introducción del Secretario General de la RTVA
Una apuesta de futuro: la era de lo digital

El Consejo de Administración de la RTVA

24

1 La consolidación estructural de la Empresa Pública RTVA

- 1.1 El marco normativo
- 1.2 Los registros
- 1.3 La implantación territorial

42

2 La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

- 2.1 Hitos de un trienio. Los servicios informativos
- 2.2 La Televisión de Andalucía
- 2.3 La Radio de Andalucía
- 2.4 Las audiencias
- 2.5 Canal Sur Web

sumario

Coordinación
Secretaría General de la RTVA

Edición
Dirección de Comunicación e Imagen de la RTVA

Diseño de la producción y realización
SumaySigue Comunicación

Fotografía
Miguel Ángel León

Impresión
Escandón Impresores. Sevilla

Depósito legal
SE-666-2004

102

3 La Radio y la Televisión de Andalucía como servicio público

- 3.1 El compromiso de la RTVA con la sociedad
- 3.2 El Defensor del Oyente y el Espectador

114

4 Las áreas económica, comercial y de recursos humanos

- 4.1 Los presupuestos del trienio 2001-03
- 4.2 Estrategia comercial. Publicidad y márketing
- 4.3 El personal de la RTVA

132

5 La implicación en la sociedad civil

- 5.1 Reconocimientos a cadenas y programas
- 5.2 El Premio RTVA a la comunicación audiovisual. Los premios a la creatividad audiovisual y a la excelencia académica
- 5.3 La comunicación externa
- 5.4 La comunicación interna

156

6 LA RTVA como agente dinamizador del sector audiovisual

- 6.1 El apoyo a la producción audiovisual y al cine
- 6.2 La Fundación Audiovisual de Andalucía. Andalucía Film Commission

Rafael Camacho Ordóñez

Director General
de la Radio y Televisión de Andalucía

Esta Memoria, que condensa las actividades y la producción desplegada por la Radio y Televisión de Andalucía en el periodo 2001-2003, responde a un compromiso público y a un ejercicio interno de control. Por un lado, nos creemos obligados ante los ciudadanos a ofrecer periódicamente una información pública sobre qué somos y qué hacemos. Por otro, conviene a la empresa practicarse un examen regular del cumplimiento de la misión pública que tiene encomendada.

El balance, que nos produce una moderada satisfacción y un manifiesto inconformismo, refrenda que, en el actual entorno económico, tecnológico y cultural, la RTVA desempeña un papel fundamental y es una empresa pública necesaria para Andalucía. Por tres razones: primero, porque ha sido y va a seguir siendo uno de los factores que más han contribuido a la vertebración (social, cultural y política) de Andalucía y a conformar un espacio andaluz de comunicación inexistente antes de la creación de la RTVA.

Segundo, porque aporta un alto valor a la economía andaluza, al sostener un importante nivel de empleo directo e inducido en un sector estratégico como el audiovisual, y, dicho en términos de macroeconomía, al elevar la demanda agregada y la producción del mercado de bienes y servicios, y en román paladino, al inyectar cada año en la economía andaluza más de 150 millones de euros en que se traducen los aprovisionamientos (es decir, de la compra de bienes y servicios a otras empresas), las rentas salariales, los otros gastos de explotación (servicios exteriores como suministros, limpieza, alquiler de vehículos, ...) y la inversión en equipos e instalaciones.

Tercero, porque es una empresa estratégica por su contribución al desarrollo tecnológico de Andalucía, por su condición motriz de la industria audiovisual y por ser la garantía más cierta de la pervivencia de nuestra identidad cultural y de las posibilidades de expresión de nuestro creadores (en la propia TV, en cine, en música, en poesía, en danza, en flamenco, ...).

La RTVA, una empresa pública

Esta Memoria de la RTVA responde a un ejercicio interno de control y a un compromiso público, ya que nos creemos obligados ante los ciudadanos andaluces a ofrecer una información sobre qué somos y qué hacemos.

Respecto al primer punto, la RTVA ha sido, a nuestro juicio, en esta última década la primera contribuyente a la vertebración social, cultural y política de Andalucía: los servicios informativos y **Andalucía Directo**; las retransmisiones televisivas de los acontecimientos culturales, festivos y deportivos de nuestros pueblos y ciudades; la aportación diferenciada, en los últimos cinco años, de Canal 2 Andalucía; o, en la radio, **La Hora de Andalucía**, **El Público**, ...; y nuestro canal por satélite Andalucía Televisión, han vertebrado más Andalucía en estos años que cualquier otro elemento tangible o intangible de nuestra autonomía.

Entre la vanguardia y la tradición

La vertebración está determinada en gran medida por el contenido de la programación, y precisamente por esta responsabilidad no queremos recrearnos en las expresiones identitarias más conservadoras, pero sí lograr, por respeto a todos los públicos, una convi-

vencia pacífica y armónica en la radio y televisión públicas entre nuestras tradiciones y la Andalucía moderna que se proyecta al futuro: la Andalucía de las vanguardias culturales (plásticas y escénicas, musicales, literarias, ...), de las iniciativas en la Sociedad de la Información y el Conocimiento, la Andalucía de las ideas. Dicho de otra manera, creemos que, para cumplir su misión de servicio público, es posible la convivencia, en la oferta audiovisual de la RTVA, de la Semana Santa, las Fiestas, las romerías y la copla... con los parques tecnológicos, los emprendedores andaluces que han aprovechado las nuevas tecnologías e Internet, los grupos de investigación de las Universidades andaluzas (todo eso que Campo Vidal ha reflejado con su maestría en **El Siglo de las Luces**), con el complejo mundo de la inmigración, que aparece en **Andalucía sin Fronteras**, o con el pulso de la Andalucía que late en el mundo rural y que recoge con acierto y saber **Tierra y Mar**, o con la fina sensibilidad del programa **Al Sur** para acercarse a

nuestras más reconocidas expresiones culturales del pasado o del presente.

Y en esta función vertebradora quiero destacar con satisfacción especial el papel primordial que viene desempeñando la Radio pública de Andalucía, el grupo de emisoras de Canal Sur Radio, que totaliza una cifra que se va acercando al millón de oyentes.

La vertebración informativa que procura y satisface día a día, hora a hora, minuto a minuto, Canal Sur Radio y el canal todo noticias Radio Andalucía Información, con la participación y complicidad cotidiana de los andaluces (aportando su opinión, y con frecuencia su propia información en vivo sobre hechos noticiosos o sobre el tráfico o el tiempo, de una punta a otra de Andalucía), es, a mi juicio, un modelo de la misión que debe desempeñar una radio pública. Por otro lado, el todavía nuevo (apenas tres años) y ya muy apreciado Canal Fiesta Radio ha logrado conectar con los diferentes gustos musicales de los andaluces, con nuestros grandes artistas, con los grupos

necesaria



Rafael Camacho Ordóñez,
Director General de la RTVA.

Presentación

musicales emergentes, con el nuevo talento, con los productores andaluces y con los sellos discográficos que tratan de abrirse paso en un mercado muy competitivo.

El grupo empresarial RTVA es hoy, por otra parte, tanto por presupuesto (más de 200 millones de euros) como por plantilla (1.500 empleados), una de las tres primeras empresas de Andalucía con capital netamente andaluz, y no sólo un factor de vertebración social y cultural de Andalucía de primer orden sino una de las compañías punteras de nuestra Comunidad en activos tecnológicos y en capital humano y, por tanto, uno de los más valiosos patrimonios empresariales de Andalucía.

La audiencia crece

En un mercado tan competitivo como el actual, con un creciente número de operadores, la Televisión de Andalucía ha consolidado una muy notable audiencia, tanto de nuestros dos canales terrestres, cuyo *share* superaba el 23% al término de 2003, como de Andalucía

Televisión, posicionada entre los diez primeros canales en la plataforma Digital Plus, que registra en España, además, casi un millón de telespectadores al mes en su emisión en analógico.

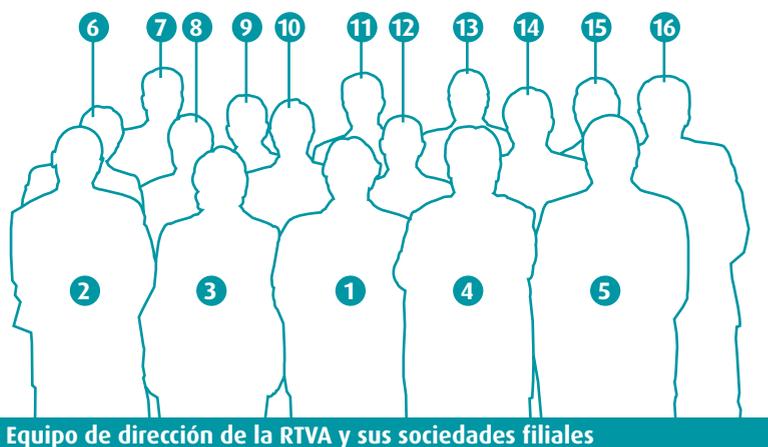
El tercer pilar en el que cimenté la necesidad de la empresa pública RTVA fue su condición de empresa estratégica por su capacidad tecnológica, por su *know how*, por el saber hacer de sus muy cualificados recursos humanos, por su contribución al desarrollo tecnológico de Andalucía y por su condición *motriz* de la industria audiovisual. En el nuevo entorno tecnológico, la RTVA debe tener un desempeño estratégico para Andalucía. Y estamos diseñando la estrategia para la implantación de la RTVA, a través de sus empresas participadas en el nuevo marco jurídico, económico y tecnológico de la radio y la televisión digital.

Mirando al futuro, nuestro objetivo es garantizar las condiciones, con los medios humanos, técnicos y organizativos necesarios, para que la RTVA pueda cumplir con eficacia y efi-

ciencia lo dispuesto por la Ley 10/2002, de 21 de diciembre, que concretó las obligaciones de esta empresa pública al definir con detalle el alcance de la misión de servicio público que tiene encomendada, y al subrayar la importancia de su protagonismo como medio de referencia y su necesaria contribución al desarrollo tecnológico y a la incorporación de Andalucía y de todos los andaluces a la Sociedad de la Información y el Conocimiento, según el tenor del apartado 4 del artículo 3 de la Ley.

Los centros territoriales

En 2004 va a culminar (con Cádiz y la ampliación de San Juan de Aznalfarache en Sevilla) el Plan de construcción de nuevos centros territoriales, un plan que mejorará la capacidad de producción y de emisión de RTVA y la calidad del servicio local en las desconexiones. Asimismo, seguirán abordando el equipamiento digital necesario (automatización de sistemas técnicos, nuevos estudios y unidades móviles) para la modernización de los procesos de



Equipo de dirección de la RTVA y sus sociedades filiales

1. Rafael Camacho Ordóñez, Director General de la RTVA.
2. Carlos Rosado Cobián, Secretario General de la RTVA.
3. Cristina Álvarez Secades, Directora de Canal 2 Andalucía.
4. Juan José Fernández Trevijano, Director de Canal Sur Televisión.
5. Manuel Casal López, Director de Canal Sur Radio.
6. Carlos Millán Raynaud, Director de los Servicios Jurídicos.
7. Ramón Alberca Díaz, Director de Gestión de la Producción.
8. Joaquín Durán Ayo, Director de Antena.
9. Antonio Ramírez Garrido, Director de Informativos.
10. Carlos Salazar Murillo, Director de Organización y Recursos Humanos.
11. Jorge Badosa Pellicer, Director Comercial.
12. José Luis Pereñíguez Arenas, Director de Emisiones y Continuidad.
13. Emilio Merlo Navarro, Director Económico Financiero y de Control.
14. Antonio Blasco Blas, Director Técnico.
15. Vicente Garrido Herrera, Director de Andalucía Televisión Producciones.
16. Teodoro Manuel Brugos, Director de Comunicación e Imagen.

producción que permitan seguir adaptando la RTVA al nuevo entorno audiovisual dominado por las TICs y la revolución digital.

Decíamos al principio que el balance del contenido de esta Memoria nos produce una moderada satisfacción y un manifiesto inconformismo: nuestro camino es seguir mejorando y nuestra meta permanente, prestar el mejor servicio a los andaluces que, como revelaba una reciente encuesta (octubre de 2003), aprecian cada día más a la RTVA porque se identifican con ella y porque la cercanía y la complicidad nos dan ventaja, pero también nos comprometen más.

Parfraseando un poema de amor de Benedetti, nuestra táctica es aprender cada día cómo son los andaluces, querer a los andaluces como son, escucharlos,...y nuestra estrategia que nos necesiten, que les seamos útiles, para ser mejores, mejores ciudadanos andaluces, mejor informados y mejor formados para seguir construyendo una Comunidad cada día mejor.

► **La RTVA es una de las tres primeras empresas de Andalucía y una de las más punteras en activos tecnológicos**

► **El balance de esta Memoria nos produce una moderada satisfacción y un manifiesto inconformismo: seguir mejorando**

► **La vertebración informativa es un modelo de la misión que debe desempeñar una radio y televisión públicas**



Carlos Rosado Cobián

Secretario General
de la Radio y Televisión de Andalucía

La Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía ejerce como grupo público de comunicación una multiplicidad de cometidos relacionados con su objeto constitutivo.

Desde el punto de vista estructural, el periodo que ahora repasamos en esta Memoria, 2001-2003, ofrece un conjunto de datos trascendentales entre los que caben destacar la definición de sus objetivos como servicio público, el proceso de modernización de la gestión de la Empresa Pública de la Radio y la Televisión de Andalucía y la adecuación de la misma a la futura implantación de la televisión digital, cada vez más cerca.

La presente Memoria pretende, asimismo, ofrecer al lector interesado los datos básicos sobre la actividad de la radio y la televisión en todas sus vertientes. Dotando de continuidad a este trabajo, ponemos a disposición pública una herramienta de evaluación de la RTVA con datos objetivos y elementos de análisis que faciliten el trabajo de estudio

a todas aquellas personas interesadas en conocer la realidad de esta empresa en el trienio referido.

De partida, debemos decir que el periodo analizado ha sido, por varios motivos, especialmente importante para el grupo público audiovisual andaluz. En primer lugar, porque se ha producido una modificación legislativa que precisa la definición del servicio público audiovisual.

En segundo lugar, porque el Director General de la RTVA ha aprobado la disposición general 1/2002 por la que se regula la organización, funcionamiento y procedimiento para la toma de decisiones sobre programación que adecua su estrategia interna a los nuevos retos del audiovisual. Finalmente, en tercer lugar, la RTVA ha preparado estructural y técnicamente a la empresa para facilitar la migración a la televisión digital.

El análisis integrado de todos los elementos que conforman esta Memoria facilitan, por tanto, la comprensión de la función que

Una apuesta de futuro: la era c

Estos tres años han sido decisivos para el futuro. Estamos en pleno proceso de modernización de la gestión de la Empresa Pública de la Radio y la Televisión de Andalucía e inmersos en la adecuación de la misma a la futura implantación de la radio y la televisión digitales.

desempeña la Radio y Televisión Andaluza a través de todos sus servicios. Todos ellos forman parte de una única estrategia encaminada a ofrecer a la sociedad andaluza un conjunto de prestaciones que satisfagan las necesidades, en esta materia, de una sociedad plural, socialmente compleja y con demandas diferenciadas.

La responsabilidad que tiene asumida la RTVA como instrumento audiovisual útil para los andaluces nos exige además una especial sensibilidad para responder a esa demanda plural, cercana al ciudadano sin exclusiones de ninguna naturaleza.

Servicio público

Lejos de su confinamiento en un ámbito subsidiario, la RTVA pretende ser fiel a la idea de un servicio público generalista. Esta complejidad de sus objetivos patentiza la dificultad de atenderlos satisfactoriamente. Frente a cualquier otra oferta audiovisual que se limita a la búsqueda de réditos económicos, la Radio y

Televisión Andaluza añade una complejísima tarea en ámbitos tan diversos como la cooperación con el sistema educativo, la promoción de diversas campañas de sensibilización ciudadana, la promoción turística, el fomento de la cultura cívica, la ayuda a instituciones públicas o privadas en el logro de sus fines mediante la difusión de los mismos, la innovación tecnológica y el soporte técnico a eventos de trascendencia social y un largo etcétera, que justifican el papel de la RTVA convirtiéndolo en valor el esfuerzo profesional y financiero que su actividad exige.

Este empeño que ahora se hace de difusión de la actividad de la empresa RTVA y su presencia real en la sociedad andaluza constituye una exigencia de transparencia y de rendición de cuentas por la actividad realizada durante este periodo, pero justifica, por qué no decirlo también, una lógica satisfacción por el trabajo realizado por un amplio grupo de profesionales de alta cualificación y en constante proceso de mejora y adecuación a las

exigencias de un entorno tan dinámico como el audiovisual.

Ha quedado, lógicamente, fuera de esta Memoria la actividad realizada por la Comisión Parlamentaria de Control cuyo análisis y difusión corresponde realizar al Parlamento de Andalucía frente a la que ha comparecido, en la totalidad de sus convocatorias el Director General de la RTVA, Rafael Camacho. Sí se incorpora, sin embargo, la actividad del Defensor del Espectador y el Oyente, un órgano de autocontrol y de relación con el ciudadano cuyas quejas y sugerencias han permitido mejorar la actividad de la empresa.

Hacer balance y guardar memoria escrita del periodo aquí analizado no solamente es una exigencia de rendición de cuentas para sus administradores y gestores, sino que contribuye a garantizar la continuidad y el progreso en la mejora de su actividad a tener en cuenta por los actuales y también por los futuros responsables de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía.

de lo digital



Carlos Rosado Cobián,
Secretario General de la RTVA.

► Los quince miembros del Consejo de Administración de la RTVA tomaron posesión de su cargo el 12 de julio de 2000

► El Consejo Asesor es un órgano consultivo de la Empresa Pública y es convocado por el Consejo de Administración

► Para analizar la programación, el Consejo de Administración ha celebrado ocho reuniones conjuntas con el Consejo Asesor

Una de las muchas reuniones celebradas por el Consejo de Administración de la RTVA a lo largo de los últimos tres años.



El Consejo de Administración de la Radio y Televisión de Andalucía, que es nombrado por el Consejo de Gobierno, se compone de quince miembros, elegidos por el Parlamento de Andalucía, por mayoría de dos tercios, entre personas de relevantes méritos profesionales, teniendo en cuenta criterios de pluralismo político, a propuesta de los Grupos Parlamentarios.

Consejeros que tomaron posesión el 12 de julio 2000

- ▶ Don David Avilés Pascual.
- ▶ Don Alonso Balosa García.
- ▶ Doña Elena Blanco Castilla.
- ▶ Don Miguel Calvo Castaños.
- ▶ Doña M^a del Mar España Martí.
- ▶ Don Juan José Fernández Trevijano.
- ▶ Don Juan Carlos Jiménez Laz.
- ▶ Doña Beatriz Martín Ovando.
- ▶ Doña Carmen Molina Hernández.
- ▶ Doña Pilar Navío Masegosa.
- ▶ Don Jorge Moreno Osorio.

- ▶ Doña M^a Dolores Núñez García.
- ▶ Don Javier Navascués Fernández-Victorio.
- ▶ Don Antonio Manuel Ruiz Giménez.
- ▶ Don José Antonio Sánchez Rodríguez.

Sustituciones

- ▶ Don Javier Navascués Fernández-Victorio fue sustituido por D. Willy Meyer Pleite el 14 de marzo de 2001.
- ▶ Don Juan José Fernández Trevijano dimitió el 17 de enero de 2002, siendo sustituido en el seno del Consejo de Administración de la RTVA por D. Juan Carlos Benavides Yangüas el 27 de febrero de 2003.
- ▶ Doña Mar España Martí dimitió el 4 de junio de 2002, siendo sustituido por D. José Torres Hurtado el 17 de diciembre de 2002.
- ▶ Don Juan Carlos Jiménez Laz dimitió el 2 de diciembre de 2002, siendo sustituido por D. Francisco Pérez Guerrero el 12 de febrero de 2003.
- ▶ Don Mateo Rísquez Madrideo fue elegido por el Parlamento de Andalucía el 11 de sep-

tiembre de 2003, sustituyendo a D. José Torres Hurtado.

- ▶ Don Francisco García Martínez fue elegido por el Parlamento de Andalucía el 11 de septiembre de 2003, sustituyendo a D. David Avilés Pascual.

El Consejo Asesor

Es un órgano de asesoramiento de la Empresa Pública que será convocado por el Consejo de Administración y emitirá opinión o dictamen cuando sea requerido expresamente por el Consejo de Administración y, en todo caso, cuando se trate de las competencias referentes a programación que el artículo 6 atribuye al Consejo de Administración. Estará compuesto por:

- ▶ Dos vocales, en representación de las organizaciones sindicales más representativas.
- ▶ Dos vocales, en representación de las organizaciones empresariales más representativas.
- ▶ Tres vocales en representación de la Comunidad Autónoma de Andalucía, designados

El Consejo de Administración de la Radio y Televisión de Andalucía está compuesto por quince miembros y es elegido cada legislatura por el Parlamento de Andalucía teniendo en cuenta el pluralismo político. Estas son algunas de las resoluciones más importantes que se han adoptado a lo largo de estos tres años.

El Consejo de Administración de la RTVA

por la asociación de municipios y provincias con mayor implantación en Andalucía.

► Cuatro vocales, en representación de la Administración Pública de la Junta de Andalucía, designados por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía.

► Cuatro vocales designados por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, uno a propuesta del Consejo Escolar de Andalucía, uno a propuesta del Consejo Andaluz de la Juventud, uno a propuesta del Consejo Andaluz de Universidades y uno a propuesta del Consejo Andaluz de Consumo.

Para analizar las distintas parrillas de programación durante los ejercicios 2001-2002-2003, el Consejo de Administración ha celebrado ocho reuniones conjuntas con el Consejo Asesor.

Acuerdos más significativos

► **31 enero 2001.** —Participación de la RTVA en el Plan Integral de Atención a la Inmigración.

—Sobre grado de cumplimiento de las

Normas de la Emisión de Publicidad reguladas por el Consejo de Administración.

► **17 febrero 2001.** —Convenio de colaboración entre la Consejería de Educación y Ciencia, las universidades andaluzas y la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía para el desarrollo de actuaciones divulgativas sobre la enseñanza universitaria y la investigación.

► **14 marzo 2001.** —Convenio de colaboración entre la Fundación Andaluza para la Atención a la Drogodependencia en Radio y Televisión de Andalucía.

—Convenio de colaboración entre el Ministerio de Economía y Radio y Televisión de Andalucía para la promoción y difusión de los efectos de la implantación de la moneda única durante el año 2001.

► **18 abril 2001.** —Acuerdo de colaboración entre la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y la Radio y Televisión de Andalucía para la Exposición 'El Esplendor de Los Omeyas Cordobeses'.

► **25 abril 2001.** —Convenio marco de colaboración entre la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y la Federación de Entidades Culturales Andaluzas en Cataluña (FECAC).

—De colaboración entre la Fundación Pública Municipal Gran Teatro de Córdoba y la Radio y Televisión de Andalucía.

► **9 mayo 2001.** —Acuerdo de colaboración entre el Festival Internacional de Música y Danza de Granada y la Radio y Televisión de Andalucía.

► **23 mayo 2001.** —Sobre solidaridad y apoyo a trabajadores de la RTVA que habían sufrido agresiones.

—Contra la violencia y comportamientos sexistas de algunas series de televisión.

► **6 junio 2001.** —Convenio marco para el desarrollo de un programa de cooperación educativa entre Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y la Universidad de Málaga.

► **26 de junio de 2001.** —Convenio marco so-



Toma de posesión de nuevos miembros del Consejo de Administración, en la sede del Parlamento de Andalucía.

bre normas de incompatibilidad para personal no acogido a Convenio.

► **18 de julio de 2001.** —Premio de Publicidad Infantil, para distinguir a los anunciantes y agencias de publicidad que mejor reflejen los valores de igualdad, tolerancia y no violencia.

—Convenio marco de colaboración entre la Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía y la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía para promover la integración social entre la población inmigrante y autóctona.

► **26 septiembre 2001.** —Sobre la transferencia de los fondos audiovisuales y cinematográficos a la Comunidad Autónoma de Andalucía.

► **19 noviembre 2001.** —Sobre retirada de anuncio publicitario por considerarlo violento tanto en las imágenes como en el contenido.

► **18 noviembre 2001.** —Convenio de colaboración entre la Fundación Gaditana del Carnaval y la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía.

► **10 abril 2002.** —Convenio marco de colabo-

ración entre la Consejería de Asuntos Sociales y la Radio y Televisión de Andalucía en materia de Drogodependencias y Adicciones.

—Convenio de colaboración entre el Área de Cultura y Fiestas Mayores del Excmo. Ayuntamiento de Sevilla, Canal Sur Radio y Canal Sur Televisión, para el desarrollo de acciones de difusión de la Bienal del Arte Flamenco de Sevilla.

► **26 junio 2002.** —Convenio específico de colaboración entre la Consejería de Gobernación y la Consejería de Asuntos Sociales de la Junta de Andalucía y Canal Sur Televisión de Andalucía para el desarrollo de un plan de actuación consistente en la producción y emisión de un programa de televisión para promover el Voluntariado andaluz.

► **22 octubre 2002.** —Convenio de colaboración entre la Fundación Cultural Festival de Cine Iberoamericano de Huelva y el Grupo RTVA.

► **4 diciembre 2002.** —Convenio de colaboración entre la Consejería de Economía y Ha-

cienda de la Junta de Andalucía y la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía para la realización y difusión de una campaña de promoción de los fondos de inversión especializados en Deuda Pública de la Junta de Andalucía.

► **18 diciembre 2002.** —Sobre estudio de espacios destinados a niños/as andaluces con discapacidad sensoriales, dentro del programa infantil **La Banda**.

—Aprobación del VII Convenio Colectivo Interprovincial de RTVA, Sociedades Filiales y sus trabajadores.

► **26 Febrero 2003.** —Convenio de colaboración entre el consorcio Parque de las Ciencias y la Empresa Pública Radio y Televisión de Andalucía.

—Posicionamiento del Consejo de Administración respecto a la intervención militar en Irak: Atendiendo a los principios de su Ley de Creación, se manifiesta contrario a la guerra preventiva contra el pueblo de Irak y a favor de las medidas internacionales diplomáticas y



Una de las reuniones del Consejo de Administración celebrada en la ciudad de Málaga durante el año 2001.

► **Los temas relacionados con los niños y jóvenes y la violencia contra las mujeres han jalonado muchos de los convenios**

► **El Consejo de Administración aprobó un documento condenatorio de la violencia y el sexismo en las series televisivas**

► **Se exigió al Gobierno que trasladara a la Administración de Bush la necesidad de investigar la muerte de José Couso**

preventivas para conseguir la verificación del desarme de armas de destrucción masiva del régimen dictatorial de Sadam Hussein.

► **26 Marzo 2003.** —Aprobación de las ideas básicas para la concesión del II Premio de Publicidad Infantil, con el siguiente contenido:

1. La entrega de los mismos coincidirá con la de los Premios de la Comunicación Audiovisual, concedidos por la RTVA.

2. El Consejo de Administración de la RTVA podrá contar en sus deliberaciones con el asesoramiento de técnicos de la Empresa Pública, cuya labor profesional esté ligada al público infantil.

3. Las entidades distinguidas podrán hacer mención de la concesión del premio en la forma que estimen oportuna, siempre referidos al anuncio premiado.

4. El Consejo de Administración de la RTVA promoverá acciones de divulgación de los anuncios galardonados, en su vertiente de defensa y protección de la infancia.

Como actividad anexa y complementaria

del Premio de Publicidad Infantil y para explorar y potenciar la vertiente pedagógica derivada del análisis racional de la publicidad que se dirige a niñas y niños andaluces, con la idea de hacerles partícipes de dicho premio, el Consejo de Administración de la RTVA solicitará al Director General de la Empresa Pública su colaboración para instaurar las medidas oportunas tendentes a que, en el programa-contenedor **La Banda**, utilizando para ello su propio formato e imagen audiovisual, se lleven a cabo las siguientes actividades:

—Promocionar el Premio de Publicidad Infantil, resaltando los valores que dicho galardón pretende distinguir, presentándolos como aquellos que deberían aparecer en todos y cada uno de los anuncios producidos para niñas y niños.

—Utilizar la página web del programa como foro de opinión y debate sobre dichos valores y su aparición o no en los anuncios emitidos.

► **9 Abril 2003.** —Resolución en relación a la

muerte de los periodistas D. José Couso y D. Julio Anguita Parrado:

“Primero: manifestar a las familias de ambos periodistas las más sentidas condolencias por la pérdida de José y Julio.

Segundo: trasladar a los directores de Tele 5 y El Mundo, así como a sus trabajadores y trabajadoras, la solidaridad del Consejo de Administración y de los trabajadores y trabajadoras de RTVA.

Tercero: exigir al Gobierno que traslade a la Administración de los EEUU la necesidad de abrir una investigación en relación a la muerte del periodista José Couso, abatido por un carro de combate norteamericano cuando cubría la información desde el Hotel Palestina, centro internacional de la Prensa acreditada, y solidarizarnos con cualquier iniciativa que realice tanto la Federación Internacional de Periodistas como el propio Tele 5.

Cuarto: apoyar a todos los periodistas que desempeñan su labor informativa en condiciones de extrema dureza y peligro, muy es-



△ **Rafael Camacho, Alfredo Sánchez Monteseirín y Blas Ballesteros en la firma del acuerdo para la Sevilla Film Office en 2002.**

▷ **Rafael Camacho en la firma de diversos convenios de colaboración con la Fundación Andaluza para la Atención a la Drogodependencia, la Consejería de Medio Ambiente, la Universidad de Sevilla y el Ayuntamiento de Cádiz.**

► **Durante este trienio, el Consejo celebró un total de setenta y una reuniones en las ocho provincias de Andalucía**

► **Se convocaron 24 reuniones de Comisiones, entre ellas trece de Publicidad, dos de Programación y seis de Asuntos Internos**

► **Los Patronatos de la Fundación Audiovisual celebraron ocho reuniones: seis en Sevilla, una en Córdoba y otra más en Málaga**

pecialmente a nuestro corresponsal Pedro Lázaro, que realiza una labor encomiable.

Quinto: denunciar las muertes que se están produciendo en la guerra ilegítima e ilegal de Irak y el intento de silenciar o evitar que los periodistas acreditados puedan dar una información veraz y contrastada de los horrores de esta guerra que denunció este Consejo de Administración el 26 de febrero de 2003.”

► **23 Abril 2003.** —Aprobación del documento de esquema de trabajo y los criterios informativos que presidirán la cobertura por la Radio y Televisión públicas de Andalucía de la campaña de las Elecciones Municipales del 25 de mayo de 2003.

—Creación de una Revista dirigida a las mujeres andaluzas, dentro de la programación de la emisora Radio Andalucía Información.

► **28 Mayo 2003.** —Convenio Marco de colaboración entre la Asociación para el desarrollo de la Animación (Animacor) y la Empresa

Pública de la Radio y Televisión de Andalucía.

► **25 Junio 2003.** —Convenio de colaboración entre el Comité Organizador de los Campeonatos Mundiales de Vela Cádiz 2003 y la Empresa Pública RTVA.

► **30 Julio 2003.** —Convenio de colaboración entre la Fundación Municipal de Cultura de Cádiz y la Radio y Televisión de Andalucía para la promoción de la Muestra Cinematográfica del Atlántico Alcances.

► **29 Octubre 2003.** —Convenio marco de colaboración entre la la RTVA y las universidades de Málaga y de Sevilla sobre Excelencia Académica.

► **26 Noviembre 2003.** —Convenio marco para el desarrollo de la colaboración entre la Fundación José Manuel Lara de Sevilla y la RTVA.

—Convenio de colaboración entre la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía y la empresa Radio y Televisión de Andalucía.

► **17 Diciembre 2003.** —Acto de entrega de

los premios de la II Edición del Premio de Publicidad Infantil convocado por el Consejo de Administración de Radio y Televisión de Andalucía.

Reuniones del Consejo de Administración en el periodo 2001-03

Durante los años 2001, 2002 y 2003 el Consejo de Administración de la RTVA celebró un total de 71 reuniones en distintos lugares de la geografía de la comunidad autónoma andaluza: Almería (dos reuniones), Cádiz (una), Córdoba (tres), Granada (dos), Almuñécar (una), Huelva (una), Jaén (dos), Málaga (dos), Sevilla (57).

Asimismo, se convocaron 24 reuniones de Comisiones, de las que trece fueron de Publicidad; dos, de Programación; dos, de Personal; seis, de Asuntos Internos, y una, de Igualdad. Los Patronatos de la Fundación Audiovisual Andaluza celebraron ocho reuniones: seis, en Sevilla; una, en Córdoba, y otra más, en Málaga.



Canal Sur Radio



Canal **Sur** televisión
Andalucía

www.canalsur.es

RTVA

Canal 2
Andalucía

RTVA



La reforma del artículo tercero de la Ley de Creación de la RTVA precisa de forma detallada las obligaciones del grupo audiovisual público andaluz para cumplir su función de servicio público. Igualmente, la aprobación por parte del Director General de la RTVA de la disposición general 1/2002, por la que se regula la organización, funcionamiento y procedimiento para la toma de decisiones sobre programación de la RTVA, con la importante novedad de la creación de los registros internos, dotan de estabilidad normativa a la Empresa Pública. La culminación del proceso de creación de los nuevos centros territoriales de la RTVA, dotados de tecnología punta, permite dar plena cobertura a todo el territorio andaluz.



La consolidación estructural de la

La reforma de la Ley de la RTVA, la modernización de las herramientas de ges

la empresa pública RTVA

stión y la creación de los nuevos centros territoriales marcan este trienio

1. La consolidación estructural de la empresa pública RTVA

El Parlamento de Andalucía aprobó en 2002 una reforma de la Ley de Creación de la RTVA para reforzar su papel de servicio público.



El Parlamento de Andalucía aprobó (BOJA nº151,24-XII-2002) una importante reforma de la Ley de Creación de la Empresa Pública de la Radio y la Televisión de Andalucía por la que se define lo que viene a ser un nuevo y amplio concepto del servicio público televisivo.

El legislador cumple con esta reforma con el mandato contenido en la Comunicación de la Comisión de la Unión Europea de 15-XI-2001 por la que se intentaba fijar el concepto de servicio público televisivo.

El protocolo de Amsterdam, anexo al Tratado de la Unión Europea de 1997, señala que “las disposiciones del Tratado Constitutivo se entenderán sin perjuicio de la facultad de los Estados miembros de financiar el servicio público de radiodifusión en la medida en que la financiación se conceda a los organismos de radiodifusión para llevar a cabo la función de servicio público según como haya sido atribuida, definida y organizada por cada Estado miembro y en la medida en que dicha finan-

ciación no afecte a las condiciones del comercio y la competencia de la Comunidad en un grado que sea contrario al interés común, siendo preciso tener en cuenta la realización de la función de dicho servicio público”.

En este sentido, la Comunicación de la Comisión de la UE, antes referenciada, admite la doble financiación de las televisiones públicas. Así, señala: “La elección del sistema de financiación es competencia del Estado miembro y no puede plantearse en principio ninguna objeción a la elección del sistema de doble financiación (que combine fondos públicos e ingresos de publicidad) mientras no se afecte a la competencia en los mercados pertinentes (a saber publicidad y adquisición o venta de programas) en una medida contraria al interés comunitario. Pero exige definir con precisión qué parte de sus actividades se considere servicio público para distinguirlo de las actividades comerciales”.

Una decisiva Resolución del Consejo de 25 de Enero de 1999 indicó que “un acceso am-

plio de los ciudadanos a los distintos canales y servicios, sin discriminaciones y en condiciones de igualdad de oportunidades, constituye una condición previa necesaria para cumplir el cometido específico de los servicios públicos de radiodifusión”. Y en tal sentido destaca que “es necesario que los servicios públicos de radiodifusión puedan seguir ofreciendo una programación diversificada acorde con su función, a fin de atender a la sociedad en su conjunto, en este sentido es legítimo que los servicios públicos de radiodifusión hagan lo posible por llegar a una amplia audiencia”.

La regulación del servicio público

Pero lo que se exige es definir un concepto preciso de qué se entiende por servicio público y así lo ha hecho Andalucía en aplicación de análoga norma incorporada al Estatuto de la Radio y Televisión Española.

El nuevo artículo 3 de la Ley de creación de la RTVA, cuyo texto figura en anexo, defi-

Con la aprobación de estas dos disposiciones, la RTVA dispone de un diseño legal, tanto externo como interno, que le permite afrontar el futuro en condiciones de dar respuesta a las demandas de un medio de comunicación público, moderno, generalista y enraizado en las preferencias de consumo audiovisual de los andaluces.

1.1

El marco normativo

La reforma de la Ley de creación la RTVA
y la disposición general 1/2002

1. La consolidación estructural de la empresa pública RTVA

ne la función de servicio público televisivo como “la producción y emisión de un conjunto equilibrado de programaciones y canales, generalistas y temáticos, de radio y televisión que integren programas diversificados, de todo tipo de géneros, a fin de atender a las necesidades democráticas, sociales y culturales del conjunto de los ciudadanos andaluces garantizando el acceso a la información, cultura, educación y entretenimiento de calidad”.

La ley exige que la programación haga compatibles el objetivo de rentabilidad social con el principio de eficiencia económica.

Aunque respetuoso en lo general con el mandato de la Comisión y del Estatuto de RTVE, la ley andaluza ha introducido algunas notables innovaciones que singularizan y dan una importante dimensión a los objetivos que la Comunidad encomienda a su televisión. Podemos resumir las principales modificaciones:

1. En primer lugar, la ley exige a la RTVA que impulse y preserve la diversidad cultural de Andalucía, llevando por primera vez a una

ley un concepto, el de la diversidad cultural, acuñado en Francia y que está en la base de la política audiovisual europea y su lucha por hacer frente a la colonización industrial y cultural norteamericana.

2. Novedosa es también la invocación del concepto de las hablas andaluzas como parte de su patrimonio inmaterial que hay que preservar e impulsar. Esta formulación de extraordinario interés supone el primer reconocimiento legal de la obligación de fomentar el buen uso de la diversidad de las expresiones verbales del andaluz.

3. Aborda también la nueva norma el papel de la RTVA en la cohesión e integración de los territorios de Andalucía como instrumento clave para garantizar la vertebración y la creación de flujos de conocimiento entre los ciudadanos de una región tan extensa.

4. Pero también por primera vez Canal Sur debe comprometerse en el fortalecimiento de los vínculos con los andaluces que residen fuera de su territorio. Por tanto, las políticas

encaminadas a preservar el arraigo cultural y afectivo de las comunidades de andaluces en el exterior pueden utilizar a Canal Sur (que se ve fuera de Andalucía a través del satélite) para difundir noticias, documentales, entretenimiento, etcétera, en clave andaluza.

5. También la ley manifiesta expresamente la vocación latinoamericana de la radiotelevisión andaluza, expresión de una ambición acorde con la historia y los vínculos especialmente intensos de Andalucía y los países americanos de habla hispana con los que urge establecer intercambios o desarrollar los existentes.

6. Reivindica la ley la definición del llamado espacio audiovisual andaluz como elemento integrante del espacio audiovisual europeo que sólo puede entenderse no como un espacio uniforme, sino como resultado de la integración en una estrategia común de los diversos y autónomos territorios de la Europa de las regiones.

7. Se debe resaltar también lo dispuesto en



El director general de la RTVA, Rafael Camacho, durante una de sus comparencias en la Comisión de Control del Parlamento Andaluz.

el apartado j del artículo 3 reformado cuando señala que la RTVA deberá promover iniciativas para erradicar la violencia de género. Es la primera vez también que un texto legal regulador de una radiotelevisión en España se compromete tan abiertamente con la lucha contra los malos tratos y por la igualdad de géneros. Este compromiso sitúa inequívocamente a nuestro sistema audiovisual público en la vanguardia de las políticas de género en España y marca una directriz que debería ser secundada por todas las televisiones del Estado.

8. Esta Ley atribuye a la RTVA un importante papel de promoción en el desarrollo de la sociedad de la información mediante la aplicación de nuevas tecnologías de producción y difusión de programas y servicios audiovisuales, así como otros servicios nuevos como los digitales y en línea, susceptibles de ampliar o mejorar su oferta de programación y acercar a los ciudadanos andaluces la Administración Pública, Autonómica y Local.

9. Finalmente, cabe destacar el papel que

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

La Disposición General 1/2002:

En el ámbito interno de la RTVA, la empresa pública se ha dotado de una norma general que define las funciones operativas de sus respectivas posiciones directivas. Con esta norma quedan establecidas las competencias de las áreas de la RTVA y permite una acción empresarial integrada.

Introduce, así mismo, un nuevo modelo de gestión compartido con criterios de colegiación mediante procedimientos de análisis y de toma de decisiones basados en criterios de economicidad y calidad en un entorno que posibilite la planificación de la producción-programación, evitando desajustes en el proceso

integral de nuestra producción audiovisual.

Los nuevos procedimientos, en definitiva, permiten a la RTVA y a sus sociedades filiales planificar, mejorar la gestión, agilizar los procedimientos, garantizar un sistema de información compartida y colegiar los procesos de toma de decisiones. Como innovación importante de todos estos procesos la norma regula la Dirección de Antena que asegura la unidad de criterio y estilo propio en todas las señales de la RTVA, supervisando el control de calidad y la identidad de las mismas. Propone el diseño y contenidos de las parrillas y asume la coordinación ejecutiva de las áreas de programas, producción y emisiones.

Como plasmación del nuevo modelo de gestión colegiada, la norma crea el Comité Técnico de Programas, órgano técnico de análisis y valoración de los proyectos de programas aportando al Comité de Antena, órgano colegiado decisorio en materia de producción y programación, los criterios e informaciones precisos para la correcta toma de decisiones.



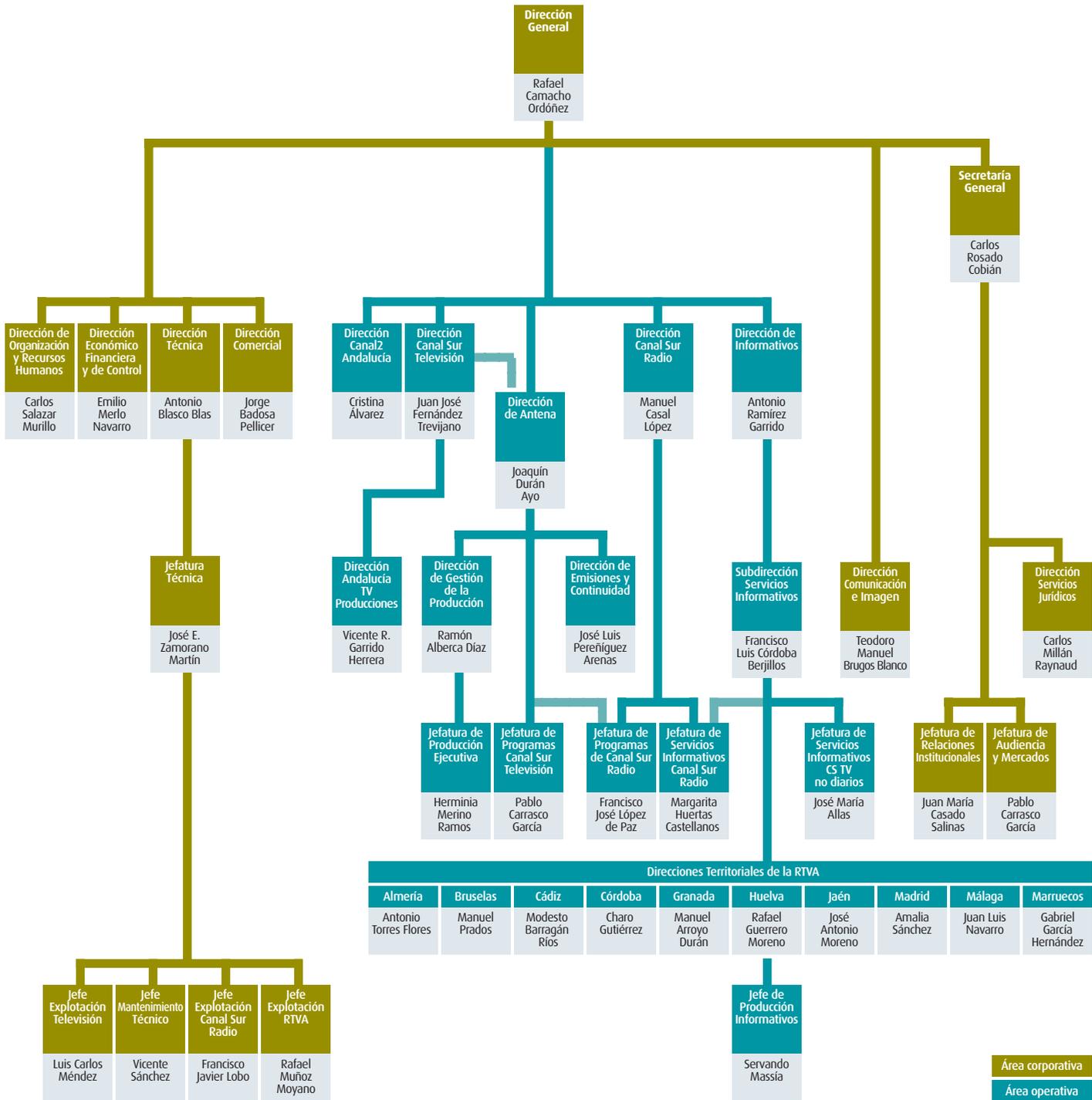
► **Por primera vez Canal Sur se compromete a fortalecer los vínculos con los andaluces que viven fuera de Andalucía**

► **En el ámbito interno de la RTVA, la empresa se ha dotado de una norma que permite una acción empresarial integrada**

► **El texto de la nueva ley exige a la RTVA que impulse y preserve la amplia diversidad cultural de Andalucía**

1. La consolidación estructural de la empresa pública RTVA

Organigrama de la Empresa Pública RTVA y sus sociedades filiales



La Disposición General crea unas nuevas herramientas de gestión, los registros, con el doble propósito de garantizar la transparencia y la igualdad de oportunidades de quienes se relacionan con la RTVA y con sus sociedades filiales, estableciendo al tiempo unos instrumentos de información que agilicen y mejoren la capacidad empresarial de la RTVA.

1. El registro de programas audiovisuales.

Ha supuesto una innovación en los mecanismos de acceso de la producción externa a la RTVA. Crea un sistema homogéneo de presentación de proyectos que introduce mecanismos de seguridad jurídica en la relación con los proveedores de programas realizado

mediante soporte informático sometiendo a criterios normalizados los procesos de decisión conducentes a la adquisición de programas audiovisuales.

2. El registro de empresas audiovisuales de Andalucía. Supone, igualmente, una iniciativa pionera en España por la que se establece un directorio de empresas audiovisuales radicadas en Andalucía cuyo objetivo es colaborar en la ordenación del sector permitiendo una mejor identificación de la realidad empresarial que la integra, todo ello como instrumento de apoyo al sector audiovisual andaluz. La Disposición prevé la fijación de criterios de homologación empresarial a las que habrán de adaptarse las empresas con las que aquella formalice vínculos contractuales.

3. El Registro de actas y contratos. Garantiza el archivo sistemático de los documentos que dan fe de los debates y acuerdos sustanciados en los Órganos Colegiados de la empresa y la totalidad de los convenios y contratos suscritos.

► **El registro de programas crea un sistema homogéneo de presentación de proyectos que garantiza la seguridad jurídica**

► **Se trata además de una iniciativa pionera en España por la que se establece un directorio de empresas andaluzas**

► **Las herramientas incluyen un Registro de actas y contratos que asegura el archivo sistemático de los documentos y acuerdos**

La capacidad empresarial de la RTVA se ha incrementado notablemente a lo largo de estos años gracias a la nueva Disposición general, que ha dotado a la empresa andaluza de nuevas y modernas herramientas de gestión. Dichos cambios garantizan la transparencia y la igualdad de oportunidades de todos aquellos que se relacionan con la RTVA.

1.2

Los registros

La modernización
de las herramientas de gestión

1. La consolidación estructural de la empresa pública RTVA

Los nuevos centros territoriales hacen realidad el objetivo asumido por la RTVA de estar cada vez más cerca de todos los andaluces. En la imagen, la sede de la televisión en San Juan de Aznalfarache.



El creciente desarrollo del Grupo de Empresas que forma la RTVA, con el lanzamiento de mayor número de canales de radio y televisión, el aumento de producciones locales (programas e informativos) y el incremento de la publicidad local hicieron necesario plantear un proyecto de renovación radical y ambicioso de todos y cada uno de nuestros centros territoriales. Esta estrategia perseguía llegar cada vez más cerca de las ocho provincias andaluzas, con una ampliación de la oferta informativa de carácter local.

En líneas generales, la política de renovación de los centros territoriales de la RTVA ha supuesto un salto cualitativo importante en apenas cuatro años. Se ha pasado en cada capital andaluza de una delegación provincial con cierta capacidad de radio y televisión, constreñida por las limitaciones de las infraestructuras planificadas en la década de los 80, a un Centro de Producción de Radio y Televisión con infraestructuras físicas y tecnológicas suficientes y capaces de satisfacer no

sólo la demanda actual de producción, sino un previsible incremento de la misma en los próximos años.

Podríamos ordenar los centros territoriales en función de su volumen de producción. Los Centros de Producción que realizan la mayor parte de la producción y de la continuidad de las distintas cadenas de radio y televisión son el Pabellón de Cartuja (sede de Canal Sur Radio), y el de San Juan de Aznalfarache (sede de Canal Sur Televisión), ambos ubicados en Sevilla.

Los dos Centros de Producción ubicados en Málaga están destinados a la producción de radio y a la de televisión, respectivamente, incluyendo en este último caso además la programación y continuidad de nuestra cadena vía satélite, Andalucía Televisión.

En tercer lugar se encuentran los Centros de Producción Provinciales en los que se realiza la producción y la continuidad de los distintos tramos de programación y de publicidad de ámbito provincial. Sin contar con los

► **La política de renovación de los centros territoriales ha supuesto un gran salto cualitativo en los últimos años**

► **Cada provincia cuenta con un centro de producción de radio y televisión con infraestructuras y tecnología adecuadas**

► **La estrategia de la implantación territorial persigue el objetivo de estar cada vez más cerca de los andaluces**

El incremento de la producción y el interés por estar cada vez más cerca de los andaluces han hecho necesario un impulso decisivo de los centros territoriales de la RTVA en las ocho provincias andaluzas. La inauguración de algunas de nuestras sedes y la modernización de las ya existentes han sido las claves en el apartado de la implantación territorial.

1.3

La implantación territorial

Los nuevos centros de producción provinciales

1. La consolidación estructural de la empresa pública RTVA



◁ El presidente Chaves asiste a la inauguración del Centro de Córdoba junto a Rosa Aguilar, Carmen Calvo, Rafael Pulido y Rafael Camacho.

▽ Imagen de la fachada central del Centro de Producción Provincial de la RTVA en la capital almeriense.



centros de producción provinciales de Sevilla y Málaga existen seis centros de producción provincial en Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva y Jaén.

Y, por último, los Centros de Producción Locales en los que se realiza la producción y la continuidad de los distintos tramos de programación y de publicidad de ámbito local. La RTVA tiene dos centros de este tipo, ambos en la provincia de Cádiz: el Centro de Producciones de Jerez y el de Algeciras.

Los nuevos centros

Todos los nuevos centros de la RTVA son edificios de dos plantas, emplazados en zonas céntricas o bien comunicadas de las capitales, con zonas ajardinadas y aparcamientos en superficie. Construidos sobre parcelas cedidas mediante convenios con ayuntamientos o diputaciones provinciales, sobre una superficie útil de al menos 1.000 metros cuadrados. Estos edificios han sido proyectados y dirigidos en su totalidad por arquitectos an-

daluces, y tienen una capacidad productiva de televisión de un plató de 90 metros cuadrados y dos salas de edición, así como capacidad productiva de radio con dos estudios, dos controles, un autocontrol y dos cabinas de grabación.

Además, los centros cuentan con tecnología de producción digital tanto en radio como en televisión e infraestructuras clásicas y de telecomunicaciones de última generación para garantizar la continuidad y la calidad de las emisiones.

Evolución de los centros territoriales

La evolución de los centros territoriales de la RTVA ha comprendido al menos tres periodos: una etapa de inicio, que comenzaría en 1989 y se prolongaría hasta 1997; una etapa de crecimiento, que llegaría hasta 2000; y, por último, una etapa de consolidación que comprende el periodo entre 2000 y 2004.

Este periodo está caracterizado, como ya hemos dicho antes, por la consolidación de la

► Además de los centros provinciales, existen dos centros de producción locales en Jerez y Algeciras

► La estrategia de implantación territorial persigue una ampliación de la oferta informativa de carácter local

► Los nuevos centros provinciales de la RTVA son edificios situados en zonas céntricas o bien comunicadas



△ Los centros provinciales de Huelva, Málaga y Granada, de izquierda a derecha y de arriba a abajo.

1. La consolidación estructural de la empresa pública RTVA

oferta, el incremento notabilísimo de las infraestructuras y el dimensionamiento de recursos humanos en los centros de producción provinciales, que se adaptan al incremento de horas de emisión, de producción local y de publicidad. Se aumentan por ello el número de periodistas, operadores de sonido, técnicos, etcétera. Por otra parte, la mayor envergadura de las edificaciones y de sus instalaciones, así como la mayor complejidad y criticidad de algunas de ellas, obligan también a reforzar los recursos humanos dedicados a las tareas de mantenimiento. Con todo ello se conforman unas plantillas más equilibradas del orden de cincuenta trabajadores por centro.

Mejoras técnicas en radio

En el año 2000 se inauguró el primer Centro de Producción Provincial, en Jaén, con el nuevo diseño y las nuevas dotaciones tecnológicas adoptadas.

En 2001 se efectuó el traslado de los estu-

dios de Canal Sur Radio al Pabellón de Andalucía de la Cartuja (Sevilla) y se produjo la consiguiente modernización de todos los equipos e infraestructuras. Se instalaron cinco estudios (control-locutorio), tres autocontroles, salas técnicas con control central y sala de comunicaciones, dos cabinas de crónicas, así como la redacción para informativos y programas.

Durante este año se adquirió todo el mobiliario técnico para todos los estudios y se les dotó de consolas digitales. Además, se adquirió e instaló una matriz digital de audio para el enrutamiento del tráfico de señales analógicas y digitales desde dos puestos de control.

Paralelamente, se apostó por una nueva dotación digital de todo el equipamiento asociado para los estudios, pasando a ser estudios completamente digitales en su producción y postproducción de audio. También se adquirió un reloj patrón horario sincronizado vía GPS, sincronizando así el centro de Sevilla con cada centro territorial.

Se renovó toda la microfonía de los estu-

dios del Centro de Sevilla y los centros territoriales mejorando la calidad del audio y se compararon codificadores para comunicaciones portátiles RDSI, para todos los centros territoriales, permitiendo una conexión exterior desde cualquier lugar utilizando esta tecnología que permite obtener una alta calidad de audio.

Algunas de las adquisiciones más interesantes fueron un sistema digital para monitoreo y supervisión de audio de todas las señales producidas, analógicas y digitales, para facilitar los trabajos de control de calidad de las señales producidas; un sistema digital de grabación de audio con copia jurídica para el centro de Sevilla y todos los centros territoriales, que permite realizar una grabación de cada uno de los canales de radio y en cada centro territorial ininterrumpidamente durante 30 días; y micrófonos inalámbricos de alta potencia para todos los centros territoriales.

La implantación de un sistema de telesupervisión para la difusión en FM y la renovación a tecnología TFT de los monitores de vi-



deo de todos los estudios del centro de Sevilla completan los avances y mejoras técnicas de la radio en 2001.

Ya en 2002 se efectuó el traslado de los estudios de Canal Sur Radio a los nuevos centros territoriales de Huelva, Almería, Córdoba y Granada, y en cada uno de ellos se instalaron dos estudios (control-locutorio), un estudio autocontrol, dos cabinas de crónicas, salas técnicas con control central y sala de comunicaciones y una redacción. Se adquirió el mobiliario técnico y la dotación de consolas y equipos digitales para todos los estudios, que pasaron a ser completamente digitales. Se renovaron todos los receptores FM de Sevilla y todos los centros territoriales a receptores RDS, permitiendo monitorizar nuestros datos RDS, indicativos, mensajerías...

En 2002 se comenzó también la actualización del sistema digital de edición de audio integrándose junto con el sistema de texto (Numisys-Dalet) para el centro de Sevilla y todos los centros territoriales, permitiendo así

la integración total del texto con el audio, para su producción y postproducción. Una de las adquisiciones más importantes fue la de cuatro unidades móviles que conforman la primera fase del programa de renovación del parque de Canal Sur Radio, destinadas a Sevilla, Málaga, Jaén y Granada.

La adquisición del hardware necesario, servidores y puestos de trabajo para la actualización al nuevo sistema digital de edición de audio y texto para Sevilla y los centros territoriales aumentó prestaciones, integridad de los datos y la capacidad de almacenamiento de nuestra radio.

Por último, se procedió a la renovación de toda la microfonía de exteriores y de los grabadores digitales portátiles formato MiniDisc, y a la adquisición de un analizador de audio para señales analógicas y digitales para el laboratorio de Canal Sur Radio. En 2003 se completó la segunda fase del programa de renovación del parque de unidades móviles para los centros de Almería, Algeciras, Cádiz, Cór-

doba, Huelva y Jerez. Por otra parte, se digitalizó todo el tráfico de señales en los centros territoriales mediante la instalación de una matriz de conmutación digital para audio.

Así, se completó la total digitalización de los nuevos centros territoriales. Se renovó el equipamiento de edición de audio del estudio de producción del centro de Sevilla, adquiriendo un editor digital multipista adecuado a las necesidades actuales de producción propia de Canal Sur Radio. Se acometió la renovación y digitalización de todo el equipo de las cabinas de crónicas de todos los centros territoriales y se completó, asimismo, la dotación de equipos portátiles digitales para grabación en exteriores. Y comenzó también la adaptación a las nuevas necesidades de los centros territoriales de Málaga y Algeciras en sus actuales edificios.

Mejoras técnicas en televisión

El periodo comprendido entre 2001 y 2003 se ha caracterizado por la renovación y mejora



◁ La sede del centro provincial de Córdoba se encuentra situada en la antigua estación de ferrocarril rehabilitada con este objeto.

△ El Centro de la RTVA en Jaén fue el primero en el proceso de renovación de las redes provinciales.

► Desde 2001, la sede central de Canal Sur Radio se ubica en el Pabellón de Andalucía de la Isla de la Cartuja de Sevilla

► En 2002 se efectuó el traslado de los estudios de Canal Sur Radio a los nuevos centros de Huelva, Almería, Córdoba y Granada

► En 2003 se comenzó la adaptación a las nuevas necesidades de los centros de Málaga y Algeciras



△ Maqueta del proyecto de la sede del Centro de Producción Provincial que se construirá en la capital gaditana.

1. La consolidación estructural de la empresa pública RTVA

de las dotaciones técnicas, así como por la digitalización progresiva de todos los procesos.

En 2001, se dotó del equipamiento digital Dvcpro en los centros territoriales de Granada, Almería y Huelva y se puso en marcha un modelo estético en los informativos diarios, en el que se apuesta por una imagen de modernidad y tecnología.

Para impulsar ese cambio fue necesario incorporar los medios técnicos pertinentes, como un servidor de video, un sistema de proyección videowall y pantallas de plasma, entre otros elementos.

Por otra parte, se renovó el sistema de Intercom del centro de San Juan de Aznalfarache porque el anterior había quedado ya obsoleto, y se incorporaron equipos de grabación y edición en formato Dvcpro50 para nuestras áreas de programas y emisiones con vistas a la supresión como formato de trabajo de los sistemas analógicos Betacam SP y digital compuesto D3.

Por su parte, en el año 2002, las inversio-

nes más destacables fueron la creación de un set virtual para el Centro de Producciones de Málaga (dotado para tres cámaras con renderizado a tiempo real); la instalación de los equipos técnicos necesarios para los nuevos centros de Córdoba, Huelva y Almería; la compra de una unidad móvil digital de gran capacidad (dotada de doce cámaras, dos servidores de video, mesa de mezclas de audio digital de 96 canales, entre otros elementos); y, por último, se dotó al Centro de Málaga de magnetoscopios digitales Dvcpro50 para las áreas de producción de programas y emisión por satélite.

Por último, a lo largo del ejercicio 2003 se han desarrollado diversas mejoras y ampliaciones en la infraestructura técnica de Canal Sur Televisión, en ellas las más destacables son las siguientes: la ampliación de los equipos de Eng y edición para informativos en el Centro de San Juan de Aznalfarache con nuevas dotaciones de cámaras y magnetoscopios digitales, la renovación del Control de Infor-

mativos de Málaga ampliando el espacio de trabajo, la disposición de equipos e incrementando su dotación técnica, la implantación de un nuevo sistema de grabación de copia jurídica con almacenamiento centralizado y acceso remoto a través de la intranet y las nuevas cabinas de edición en las Delegaciones de Madrid y Jaén.

En este mismo ejercicio trienal se han puesto en marcha importantes proyectos de infraestructura que se verán finalizados a lo largo del ejercicio 2004 y entre los que cabe destacar los siguientes:

- ▶ Renovación del equipamiento del Estudio de Producción de Programas en Málaga
- ▶ Renovación del equipamiento de las unidades móviles 201 y 301
- ▶ Implantación de sistemas de edición no lineal en Sevilla, Málaga y Granada.
- ▶ Sistema integrado de edición y emisión de Informativos y Deportes.
- ▶ Ampliación del sistema de recepción de satélites.

▶ **Los servicios informativos han modernizado su tecnología para estar a la altura de los retos que plantea la actualidad**

▶ **En 2002, el Centro de Málaga contaba ya con un set virtual, y los Centros de Córdoba, Almería y Huelva, con nuevos equipos**

▶ **La ampliación de equipos de Eng y Edición para informativos en el Centro de San Juan se acometió a lo largo de 2003**



△△ La adquisición de cuatro nuevas unidades móviles renovaron el parque técnico de Canal Sur Radio en 2002.

△ Imagen del interior de una de las nuevas y modernas unidades móviles adquiridas por la empresa pública durante este trienio.

Durante estos años, se ha producido una completa renovación de los medios técnicos de la Radio y la Televisión Andaluzas.







Los principios que inspiran la programación de la Televisión y la Radio de Andalucía son:

Principio de integración. La configuración de la parrilla responde a un criterio general y no a una simple sucesión de programas aislados. No puede analizarse correctamente el servicio que pretende prestar Canal Sur si no contemplamos conjuntamente la programación de las dos cadenas, de tal modo que no puede entenderse la una sin la otra. Por esta razón, ninguna de las dos cadenas puede cumplir adecuadamente su función sin un criterio básico de complementariedad entre ellas.

Principio de diversificación. La RTVA aspira a ofrecer a la audiencia un servicio competitivo con el resto de la oferta que reciben los andaluces. Es decir, pretende convertirse en la cadena de referencia para el mayor número de los ciudadanos, muy lejos de cualquier planteamiento de subsidiariedad respecto de las cadenas comerciales. Para ello ha de programarse pensando en todo tipo de grupos sociales y territoriales. En el

2.

La oferta de la Televisión y la Radio

Los hitos, los contenidos y las audiencias de Canal Sur Radio y Televisión, Rad

mismo sentido se manifiesta la Unión Europea cuando señala que la televisión pública como servicio público puede ofrecer “una programación diversificada”.

Principio de adecuación a las demandas de la audiencia. Los objetivos anteriores no pueden cumplirse sin que la programación se efectúe atendiendo a los hábitos de consumo de la audiencia andaluza. Se trata de estar atento al tipo de audiencia que consume televisión en cada franja horaria y ofrecer el programa que cubra de forma más precisa las aspiraciones de los que ven la televisión en cada momento. La UE así lo tiene establecido cuando considera legítimo que las televisiones públicas ofrezcan “una programación equilibrada y variada capaz de asegurar a las emisoras públicas un cierto nivel de audiencia, garantizando así el cumplimiento de su función”. El criterio impuesto por la Unión Europea de definición amplia del servicio público televisivo asumido por nuestra propia ley nos permite afirmar que la RTVA cumple plenamente con la misma en su programación.

Radio de Andalucía

Radio Andalucía Información, Canal 2 Andalucía, Andalucía Televisión y la Web

► Durante estos tres años hemos dedicado más de 2.800 horas a la programación de contenidos deportivos

► Los espectadores han apoyado esta apuesta por el deporte ya que el *share* medio ha sido del 25,6% en Canal Sur Televisión

► El incremento en deportes nos ha permitido cubrir más eventos e incluso informar de prácticas deportivas minoritarias

La presentación de la temporada 2003-04 congregó a un nutrido grupo de profesionales que trabajan en Canal Sur Televisión.



Desde la RTVA se propuso para los años 2001, 2002 y 2003 trabajar fundamentalmente en los campos de la información, el deporte y la cultura. Además, estos planteamientos querían hacerse sin renunciar a la originalidad de los contenidos y con una meta clara y precisa: conquistar nuevos públicos. Pues bien, podemos decir, sin miedo a errar, que dichos proyectos se han convertido ya en los hitos y logros más sobresalientes de estos tres últimos años.

El caso de la información, entendida en toda la diversidad de sus posibles continentes, merece mención diferenciada en el apartado de informativos. La guerra, como veremos a continuación, supuso para la RTVA, periodísticamente hablando, uno de los retos más importantes de esta etapa. El respaldo de la audiencia nos hace pensar que ese esfuerzo informativo que hicimos, tanto en radio como en televisión, mereció sobradamente la pena.

Otra de las conquistas logradas en este

trienio ha sido la relativa al público infantil, que ha encontrado en **La Banda**, un programa de entretenimiento que también ayuda a aprender. La renovación que experimentó este espacio lo ha convertido en un referente televisivo incluso a nivel nacional.

En el apartado radiofónico, dos casos, el de Canal Fiesta Radio y el de Radio Andalucía Información, han sido los triunfos más sobresalientes de esta etapa que reflejamos en la Memoria. Ambas emisoras han conseguido llegar a un mayor número de oyentes a través de una fórmula que ha combinado calidad y éxito de un modo paradigmático.

El deporte

El deporte ha sido quizá una de las grandes apuestas tanto de Canal Sur Televisión como de Canal 2 Andalucía. Durante los tres años hemos dedicado más de 2.800 horas a la programación de contenidos deportivos (exactamente 2.849 horas). Dicho de otro modo, el deporte ha supuesto 2,7 horas diarias del to-

tal de la programación. Este incremento ha permitido cubrir un mayor número de eventos deportivos y ha permitido también informar de prácticas deportivas minoritarias.

Durante el año 2003 se han realizado más de 190 retransmisiones en directo correspondientes a 18 modalidades deportivas diferentes, en categorías masculina, femenina, juvenil o infantil. Entre ellas destacan las retransmisiones y cobertura informativa del Campeonato del Mundo de Vela Olímpica de Cádiz, del que la RTVA ha sido Radiotelevisión Oficial, las ligas de los deportes más seguidos en Andalucía: fútbol, baloncesto, voleibol o tenis de mesa. También se han retransmitido los partidos más importantes de los equipos andaluces en competiciones europeas: Euroliga de baloncesto, Liga de Campeones de voleibol, Copa de la UEFA, Copa Nancy Evans de tenis de mesa...

Canal 2 Andalucía, por su parte, ha estado presente igualmente en las grandes citas deportivas de Andalucía, como las carreras de

Una de las metas más ambiciosas que nos propusimos desde la RTVA en 2001 fue la conquista de nuevos públicos a través de la mejora cualitativa y del incremento de las horas de emisión de los espacios relacionados con la información de actualidad, el deporte y la cultura. Tres años después, podemos decir que lo hemos conseguido.

2.1

Hitos de un trienio

La apuesta por la información, el deporte y la cultura

2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

▽ **Jesús Quintero entrevista al poeta y escritor Antonio Gala en una de las entregas de su programa 'El vagamundo'.**

▷ **Son miles los niños y niñas de Andalucía que han asistido a alguna de las grabaciones del programa infantil 'La Banda'.**

▷▷ **La diversificación de la información deportiva ha permitido la retransmisión de deportes minoritarios como la vela.**

caballos de Sanlúcar de Barrameda, Mijas, Dos Hermanas, Jerez de la Frontera...; los campeonatos internacionales de tenis femenino de Andalucía; el campeonato del mundo de motos acuáticas de Marbella, etcétera.

Además, se han retransmitido las finales de los campeonatos andaluces de fútbol, baloncesto, balonmano y atletismo, en algunos casos también en categorías juveniles, infantiles y benjamines. Sin olvidar los programas especializados en vela, caballo, nieve e incluso en deportes de aventura, **Andalucía aventura**.

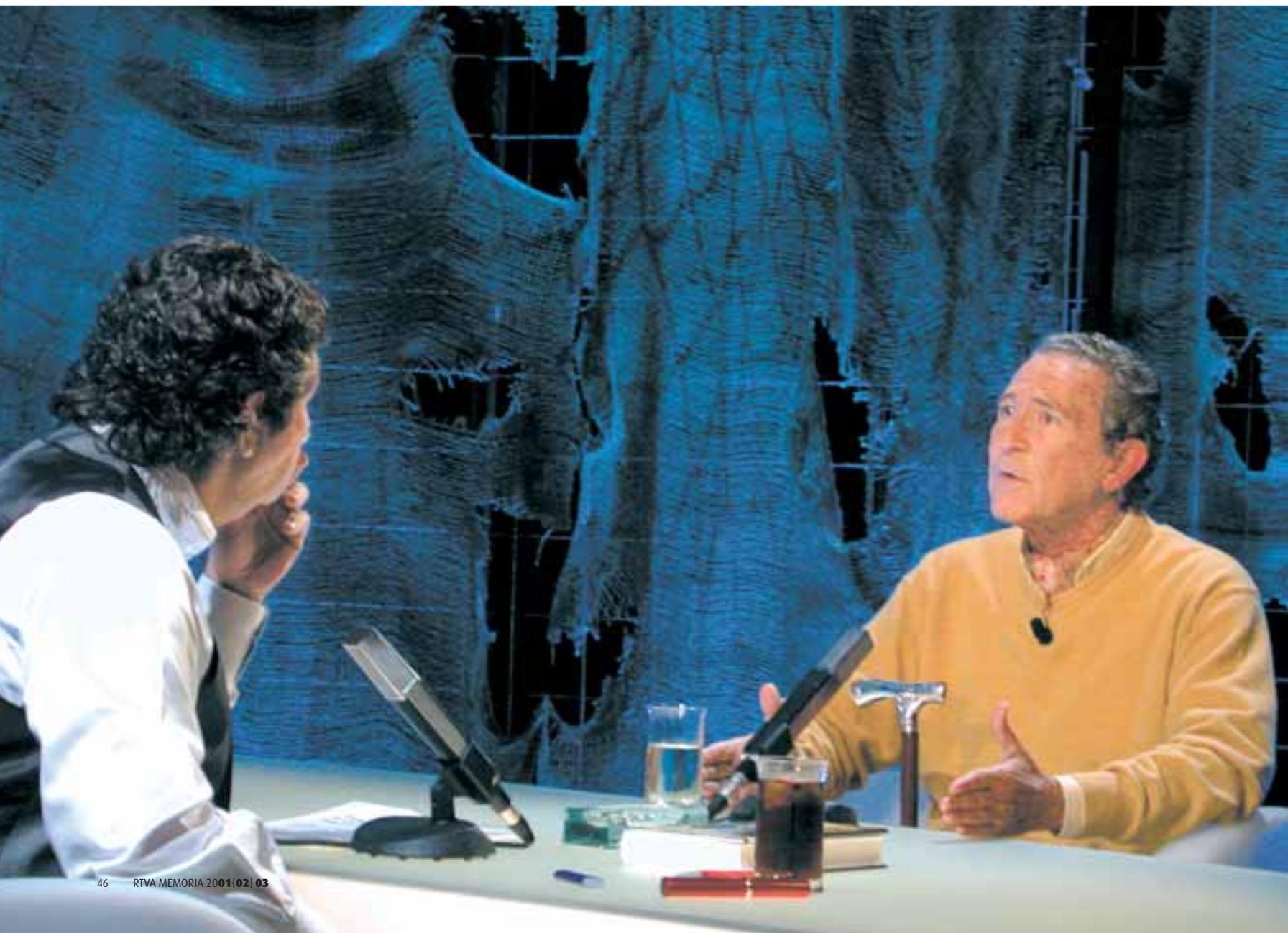
También hay que recordar los Juegos Mundiales Ecuestres de Jerez, la Copa del Mundo de Saltos de Natación, así como un largo etcétera de emisiones durante los dos años anteriores. Un año más, la televisión de Andalucía ha sido el referente principal de la Liga Profesional de Fútbol, con la emisión de los partidos en abierto de Primera y Segunda División, y con dos ediciones semanales del programa **Gol a gol**.

Los espectadores han mostrado su apoyo a esta apuesta por el deporte con un *share* medio alcanzado por la programación deportiva del 25,6% en Canal Sur Televisión.

La apuesta por la información

Espacios como **Andalucía Directo** y los informativos diarios han experimentado un auténtico revulsivo en los tres últimos años y cada vez son más los andaluces que nos eligen para estar informados.

Los informativos de Canal Sur iniciaron en el 2000 una nueva etapa y abrieron un periodo marcado por la renovación de imagen, el crecimiento de su presencia en la parrilla y un marcado acento en los contenidos sociales, desde el rigor, la profesionalidad y la vocación de servicio público. Ya en 2001, superada la fase de cambio de imagen, el gran reto al que tuvimos que enfrentarnos fue contarles a los andaluces los grandes cambios que se estaban produciendo en el mundo tras el ataque a las Torres Gemelas.



El 11 de septiembre hizo *saltar* las parrillas para convertirse en el tema principal no sólo de los informativos, sino de programas como **Andalucía Directo**, **Los reporteros**, **Al sur** o **Andalucía sin fronteras**.

Dentro de la apuesta que la RTVA ha hecho para impulsar la información, destaca precisamente el trabajo de **Andalucía Directo**, un espacio de sobra consolidado en la parrilla televisiva y que se ha convertido en el líder indiscutible de su franja horaria. En estos tres años se han emitido 674 ediciones de **Andalucía Directo**, lo que supone un total de 936 horas (si se hubiera emitido el espacio ininterrumpidamente lo habríamos visto durante 39 días consecutivos).

Difusores de la cultura

Esta televisión, preocupada fundamentalmente por la calidad y que refleja la modernidad de Andalucía, tiene cada vez más andaluces que se identifican con ella, dentro y fuera de nuestras fronteras. Una programa-

ción que apuesta por ofertas novedosas y responde fielmente al objetivo de servicio público, convierte a Canal 2 Andalucía en la cadena que más ha crecido porcentualmente. La importancia dada a la rentabilidad social de los programas y a la incidencia de éstos en los sectores de población a los que van dirigidos, unido a la ampliación de una oferta diferenciada para todos los espectadores, hace de este canal un foco fundamental de atracción (*ver Las audiencias*, 2.4).

Probablemente dicho crecimiento se haya visto impulsado por la apuesta cultural que hacemos desde Canal 2 Andalucía, una cadena que ha sabido romper con los tópicos que tradicionalmente han identificado nuestra región. En 2003, según TNS, la programación cultural supuso el 37,8% del total de la programación. Este dato no sólo constituye un hito en la Comunidad Autónoma Andaluza, sino en el resto de España, ya que Canal 2 Andalucía es la cadena que ha dedicado más tiempo a la cultura de todas las cadenas ge-

► **Canal 2 Andalucía, con un 37,8%, es la cadena que dedica más tiempo en España a la programación cultural**

► **‘La Banda’, presentada por Javi, Felipe, María y Tuti, ha sido una de las grandes apuestas televisivas para los niños**

► **La guerra vertebró durante su desarrollo los informativos y espacios como ‘Los reporteros’, ‘Al sur’ o ‘Andalucía sin fronteras’**



2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

neralistas que existen en nuestro país.

Y mientras que la cultura ha vertebrado la parrilla televisiva de Canal 2 Andalucía, la programación infantil es ya la segunda gran apuesta de la cadena y supone un 24,3% del tiempo total de emisión. **La Banda** es el programa contenedor de la programación infantil en Canal Sur y Canal 2 Andalucía, e incluye producción propia y ajena. El espacio, presentado por Javi, Felipe, María y Tuti, está basado en el espectáculo, que funciona como mecanismo articulador de los contenidos de entretenimiento, educativos y divulgativos propios de este tipo de programas dirigidos a un público joven (50% de las series de animación son de producción europea).

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

A lo largo de este periodo, **La Banda** ha

avanzado mucho en lo referente a la sensibilización de los niños en relación con las personas con discapacidad. En el mes de noviembre de 2003 se inició una acción de más largo calado, fruto del diálogo de la RTVA con la FAAS (la Federación Andaluza de Asociaciones de Sordos) durante meses y que seguramente marcará un hito en la televisión en España. Se trata de la puesta en marcha de un Plan de accesibilidad para niños sordos y niñas sordas con la intención doble de favorecer su accesibilidad a la televisión y de sensibilizar al conjunto de los niños sobre las dificultades especiales de este colectivo.

Como el proyecto es ambicioso se ha elaborado un plan detallado de producción que inició su emisión el 20 de noviembre. De manera simplista porque el plan es complejo, los presentadores del popular programa han aprendido rudimentos de la lengua de signos para incorporarla con naturalidad en sus breves intervenciones, las secciones enfocadas a los más pequeños tienen intérprete de signos

y las dedicadas a los adolescentes algunas frases subtituladas y lo más importante.

La Banda no sólo es un hito de estos tres años, sino que se ha convertido en estándar de la RTVA de cara al público más joven. El espacio tiene incidencia no sólo en el incremento de las audiencias, sino también en la conquista de nuevos soportes, Internet fundamentalmente. **La Banda** cuenta con uno de los clubes infantiles más importantes de nuestro país, superándose los 320.000 socios a finales de 2003.

Los 'Ratones' de Jesús Quintero

El periodista Jesús Quintero ha conseguido que la entrevista en televisión vuelva a tener éxito de audiencia. Con su actual programa **Ratones coloraos** ha alcanzado en 2003 un *share* del 23,6% y 662.000 espectadores de media, más que ninguna otra cadena en su franja horaria. Este éxito se ha conseguido además compitiendo en su hora de emisión con *reality shows* (formato de tendencia en



△ José Manuel Lupiáñez y Blanca Rodríguez son el director y la presentadora, respectivamente, del programa 'Andalucía Directo'.

▷ Las galas 'La Fiesta del Fiesta' han congregado durante estos años a miles de andaluces de las ocho provincias.

► Dentro de los espacios informativos destaca 'Andalucía Directo', que se ha convertido en el líder de su franja horaria

► 'La Banda' cuenta con uno de los clubes infantiles más importantes de nuestro país, con más de 320.000 socios en 2003

► Radio Andalucía Información logró dar un salto cualitativo y cuantitativo importantísimo con la emisión de 24 horas diarias

el trienio), ficción de producción propia e incluso con retransmisiones deportivas. Sin el menor género de dudas, catalogamos al espacio dirigido por Jesús Quintero como uno de los grandes hitos del trienio, ya que ha sabido equilibrar éxito de público con calidad y originalidad periodísticas a través de los cientos de personajes públicos y anónimos que se han paseado por su programa.

Canal Fiesta Radio

Y si todo lo anterior ocurría en el apartado televisivo, en la radio andaluza también se experimentaban revulsivos sorprendentes que a la larga se convertirían en los grandes logros del trienio. En primer lugar, hablaremos de Canal Fiesta Radio, un apartado cuya importancia nos obliga a tratarlo en varios momentos de esta Memoria.

Canal Fiesta Radio constituye uno de los éxitos sin parangón no sólo en la radio andaluza, sino en todo el territorio nacional. La antigua Fórmula Uno sentó las bases de lo que,

a partir de 2001, sería Canal Fiesta Radio, una emisora musical escuchada por miles de andaluces. Quizá una de las claves de este éxito sin paliativos y casi sin precedentes sea la inclusión de música con sello netamente andaluz, que incluía además las nuevas tendencias del flamenco, el pop español y la música latina de mayor éxito.

La organización de conciertos de la talla de 'La Fiesta del Fiesta', que ha reunido a miles de jóvenes en todas las ediciones que se han organizado en todo el territorio andaluz, ha servido sin duda para acercar mucho más esta nueva emisora a la sociedad e identificarla con los jóvenes oyentes andaluces, que la sienten cercana y suya.

Además, para subrayar aún más si cabe esta cercanía con el público más joven (siempre, mirando al público del futuro), Canal Fiesta Radio ha sido la emisora oficial de eventos musicales como el Espárrago Rock, Etnosur, Lagarto Rock, etcétera. Estos y otros grandes aciertos han aupado a Canal Fiesta

Radio a los primeros puestos de dos rankings: el de la audiencia y el de los hitos que ahora analizamos y que han dibujado estos tres años de la RTVA.

Radio Andalucía Información

Radio Andalucía Información es la emisora 'sólo noticias' de Andalucía y la única oferta de la comunidad autónoma andaluza que ofrece, desde mediados de 2002, 24 horas de información ininterrumpida. El impulso definitivo que se le dio al tercer canal de la radio andaluza ha convertido a Radio Andalucía Información en otro de los logros radiofónicos más destacados de estos tres años.

Ofrecemos, a cualquier hora del día, información del estado de las carreteras, el tiempo y, por supuesto, sobre cualquier noticia de actualidad. De hecho, cabe destacar que renueva a lo largo del día sus contenidos cada quince minutos, por lo que la simultaneidad con los hechos que son noticia dotan al canal de una agilidad pocas veces *escuchada*.



El esfuerzo que, durante los meses del conflicto, se realizó desde la redacción de informativos supuso para la RTVA un doble motivo de orgullo. Por un lado, ver como éramos capaces de competir y superar en rigor, profesionalidad y agilidad informativa a las fuertes cadenas nacionales y, por otro, sentir que los telespectadores habían entendido perfectamente que desde Canal Sur no sólo podían seguir el conflicto con transparencia, sino que además, íbamos a estar permanentemente atentos a los espectaculares movimientos sociales y movilizaciones masivas en contra de la guerra que se estaban produciendo en España en general y en Andalucía en particular.

Especiales informativos, debates, entrevistas, tertulias, y reportajes coparon nuestra parrilla acercando a los andaluces la realidad de esta guerra que aún cuando el año termina sigue teniendo fatales consecuencias. **Los reporteros, Andalucía Directo, Al sur, 60 minutos, El observatorio, La entrevista,** los informa-

tivos diarios... todos trabajaron a una para enlazar el territorio andaluz con la zona de guerra en Irak.

Los datos de audiencia iban diciéndonos día a día que estábamos acertando con el diseño y que el esfuerzo estaba mereciendo la pena. Los meses de marzo y abril, lejos de suponer caída alguna en el consumo de informativos de Canal Sur, demostraron el interés de los ciudadanos por seguir precisamente por su televisión autonómica lo que estaba ocurriendo en el mundo.

Hasta Bagdad desplazamos a quien, a la postre, demostraría ser uno de los mejores narradores de las verdades y las mentiras de esta guerra, el periodista Pedro Lázaro, al tiempo que en zonas de actividad informativa complementaria situábamos a dos equipos más.

Las crónicas de Pedro Lázaro lograron crear un clima de compañerismo en la redacción como pocas veces se ha vivido en Canal Sur. Las muertes de los periodistas Couso y Angui-

ta Parrado, las bombas amenazando día y noche la integridad de nuestro compañero y su plena y, a veces, casi heroica entrega a la tarea de informar de día y de noche, han supuesto un punto y aparte en el trabajo que desde la redacción central se iba completando con un diseño de apoyo perfectamente orquestado.

Vivió la redacción ese mes de marzo una reestructuración interna que supuso el nombramiento de Susana Aguilar como redactora jefa, formando tandem con Pilar Vergara, y de Leonardo Sardiña como responsable de los informativos de fin de semana. Con ello mejoró de manera evidente el engranaje necesario entre dirección y redacción.

Las elecciones de mayo

Sin apenas tiempo para el respiro, tras los dos meses de conflicto, nos metimos de lleno en las elecciones municipales de mayo. Rigor, seriedad, garantía de pluralismo, múltiples debates, de cadena y provinciales, decenas

El año 2003 estuvo marcado tanto para los servicios informativos de la RTVA, como para el resto de medios de comunicación, por la guerra contra Irak que Estados Unidos decretó en el mes de marzo de 2003. La cobertura informativa del conflicto fue seguida por miles de andaluces que eligieron nuestros canales para estar informados.

Los servicios informativos

2003. El año de la guerra

► Hasta Bagdad desplazamos a quien, a la postre, demostraría ser uno de los mejores corresponsales: Pedro Lázaro

► Especiales informativos, debates, entrevistas, tertulias y reportajes sobre el conflicto coparon nuestras parrillas

► Los andaluces entendieron que podían estar perfectamente informados de la guerra a través de nuestras emisoras



△ El periodista de Canal Sur Pedro Lázaro desarrolló una destacadísima labor informativa en la guerra de Irak.

▽ Rafael Camacho, rodeado por algunos de los integrantes del equipo de Informativos de Canal Sur Televisión en el plató central.



2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

▽ De izquierda a derecha, y de arriba a abajo, Keka Conesa, Carlos María Ruiz, Victoria Romero, Javier Domínguez, Marisa Doctor, Javier Monterrubio, los equipos de 'Al Sur' y 'Los reporteros', Roberto Sánchez Benítez, Ángela Blanco, Mar Arteaga, Fernando D. de la Guardia, Susana Ruiz, Leonardo Sardiña, José M. Lupiáñez, Blanca Rodríguez, José María Allas, Carolina Martín, Mariló Montero y Paco Gamero forman parte del equipo de Informativos de Canal Sur Televisión.

de entrevistas y puntual y diario seguimiento de líderes, pusieron de nuevo a prueba la capacidad de trabajo de los servicios informativos. Completos bloques electorales de cadena y provinciales, centenares de profesionales implicados en acercar a los andaluces las posiciones de las distintas opciones, los programas electorales. El resultado fue la felicitación general de grupos políticos y consejo de administración de la empresa.

La confianza del público

A buen seguro que la cobertura de la guerra y las elecciones de mayo, junto al riguroso trabajo diario, tienen mucho que ver con la encuesta que a finales de octubre hizo público el Instituto de Estudios Sociales de Andalucía y que ponía de manifiesto, entre otras cosas, que:

► El 72 por ciento de los encuestados considera buenos o muy buenos los informativos de Canal Sur, frente a un reducido cinco por ciento que opinaba lo contrario.

► El 77,2 por ciento considera que dichos in-

formativos les inspiran mucha o bastante confianza frente, al 16,8 que opina lo contrario. Los jóvenes con edades entre los 18 y los 29 años son los que se manifiestan de forma más positiva sobre la confianza de la información de Canal Sur, con un porcentaje del 83,6 por ciento. De los tres programas que más gustan a los andaluces el primero es **Andalucía Directo**.

Récord de audiencia en el Noticias 2

La encuesta del IESA refleja, por tanto, algo que a diario nos vienen diciendo los telespectadores con su presencia tras la pequeña pantalla a la hora de consumir los espacios informativos. Digno de destacar es, sin duda, el hecho de que **Noticias 2**, ha tenido a lo largo de este 2003 el mejor resultado en *share* y en miles de telespectadores de los últimos diez años. O los excelentes resultados obtenidos por los programas **Andalucía Directo**, **Los reporteros** o **Salud al día**. Todos ellos, además, han obtenidos numerosos premios y



distinciones a lo largo de estos últimos años. En el capítulo de las novedades introducidas en la parrilla de informativos hay que señalar la puesta en marcha de programas de corte social como **Sindicados**, dirigido al mundo del trabajo; **Innova+**, que recoge la actividad empresarial de la comunidad; o **Experiencia tv**, que posibilita el primer contacto de estudiantes de la comunicación con la realidad del trabajo diario.

Libro de Estilo

El Director General de RTVA asumió el compromiso de dotar a la empresa, a los profesionales de la información, de un completo Libro de Estilo, encargado al periodista José María Allas.

Los actuales periodistas y las generaciones de profesionales venideras encontrarán un minucioso trabajo que abarca desde los valores periodísticos hasta la presencia en pantalla, pasando por los distintos géneros, el proceso de captación de la información, la

elaboración de la noticia o los denominados temas sensibles: el tratamiento informativo de temas como la violencia doméstica, el terrorismo, los menores o la inmigración. Junto a estos conceptos, se abordan otros de tipo lingüístico como la pronunciación, el léxico, o los topónimos internacionales más en uso.

Hacia la digitalización

Otros pasos importantes dados en este apartado se refieren a los niveles de profesionalización alcanzados en los informativos en red, nuestra página web; los grandes pasos seguidos para el gran cambio hacia la digitalización de los servicios informativos que romperá con toda una cultura de producción de noticias, con un ambicioso proyecto de la mano de la Dirección Técnica de la empresa, o el principio de acuerdo con los representantes de los trabajadores para dotar a la redacción de informativos de la Radio y Televisión de Andalucía de un consensuado Estatuto de Redacción.

► **Las elecciones de mayo de 2003 supusieron un nuevo reto que afrontamos con rigor, profesionalidad y pluralismo**

► **'Noticias 2' ha tenido a lo largo de 2003 el mejor resultado de *share* y de espectadores de los últimos diez años**

► **La RTVA cuenta desde el año 2003 con un práctico y actual Manual de Estilo y Normas Deontológicas**





Agustín Bravo ha presentado varios programas en estos tres años. En la imagen, en su último espacio, 'El padrino', de Canal Sur Televisión.

El periplo que ahora analizamos ha estado marcado, en lo que a la oferta televisiva de la RTVA se refiere, por la renovación tecnológica de todos los procesos y por el salto cualitativo hacia una televisión que subraya el carácter público que la justifica. El hecho de que un 78,5% de los programas y contenidos que se emiten en cada uno de nuestros tres canales televisivos sea de producción propia es otro motivo de satisfacción para todos los que aquí trabajamos.

Estos años han sido también los del cambio de imagen corporativa, que ha reforzado la nueva identidad de Canal Sur Televisión con la realización de los llamados 'elementos de continuidad' (cortinillas, sintonías...). En lo formal, por ejemplo, se optó por un diseño que se adaptara a la estacionalidad de nuestras parrillas de programación. Después de esta primera etapa, que se prolongaría hasta 2002, iniciamos un nuevo rumbo marcado por un estilo definido y versátil que potenciaría la imagen de Canal Sur Televisión.

Y es que, en definitiva, todos estos cambios formales estaban justificados por el espíritu de cambio, por la nueva filosofía que inspira actualmente a Canal Sur Televisión, una cadena generalista que desea consolidar su vocación competitiva en un mercado que se encuentra en constante evolución.

Cinco años de Canal 2 Andalucía

En estos tres años además hemos celebrado el quinto aniversario de Canal 2 Andalucía (en junio de 2003), una cadena que desde sus inicios ha apostado por criterios de solidez, coherencia y una personalidad que la distingue del resto de la oferta televisiva. Como Andalucía siempre ha sido nuestro territorio de referencia hemos trabajado en este sentido y hemos apostado por resaltar los valores más positivos y dinámicos de la sociedad andaluza. La imagen de Andalucía ha quedado reforzada en los ámbitos de la cultura, el medioambiente, la solidaridad, el deporte, el turismo, la creación, la música...

Por su parte, Andalucía Televisión Producciones (ATVPRO) surgió como una unidad de negocios de la RTVA, integrada en Canal Sur Televisión, cuya principal labor es la gestión de producciones audiovisuales, tanto para canales convencionales como temáticos. Además, durante este trienio desde Andalucía Televisión Producciones hemos diseñado y supervisado las parrillas de temporada de los canales por satélite y cable.

De este modo, y sin olvidar la vocación de servicio público, Andalucía Televisión se ha consolidado como uno de los mejores escaparates de la televisión de Andalucía en el resto del mundo. Nuestra programación es la mejor simbiosis entre las parrillas de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía, y es la mejor de las plataformas para mostrar la Andalucía que evoluciona, mira al futuro y se desarrolla con personalidad propia. Podríamos decir muchas más cosas, pero quizá la mejor recompensa a nuestro trabajo ha sido la fidelidad de la audiencia en Andalucía.

Canal Sur Televisión, Canal 2 Andalucía y Andalucía Televisión conforman la oferta televisiva de la RTVA, tres canales que han experimentado un salto cualitativo a lo largo de estos tres años. El cambio de imagen corporativa no ha hecho sino subrayar el objetivo en el que trabajamos: ser reflejo fiel de una Andalucía moderna que continúa avanzando.

2.2

La Televisión de Andalucía

Tres propuestas distintas que reflejan la imagen de los andaluces

▽ El cordobés Rafael Cremades se encarga esta temporada de presentar el magazín matinal 'Mira la vida' en Canal Sur Televisión.

▷ Arriba, a la izquierda, Juan y Medio y Rocío Martín, conductores de 'Punto y Medio'. A la derecha, grabación del docu-soap 'Hospital Sur', una de las apuestas de la temporada. Abajo, en primer término, Fernando Álvarez e Inés Alba, del equipo de 'Andalucía Línea Abierta'. A la derecha, la popular presentadora Irma Soriano, junto a Paco Gandía y Arévalo, es 'Irma de Noche' cada viernes en Canal Sur Televisión.

Canal Sur Televisión

Canal Sur Televisión, por su naturaleza de cadena pública y comercial, ha intentado en estos tres años diseñar unas parrillas con programas que gusten a la mayoría de los andaluces con formatos propios, contenidos diferenciados y alternativos a los que ofrecen otros canales generalistas. Una televisión moderna, atractiva e interesante para los andaluces, reflejo de la sociedad multicultural de su entorno y comprometida con los nuevos retos de la Sociedad de la Información. Todos estos objetivos están precedidos de una clara voluntad por contribuir a la difusión de la cultura andaluza y servir de

vehículo para asentar entre los andaluces mensajes y políticas positivas de progreso.

Para cumplir con este doble compromiso institucional y empresarial, Canal Sur Televisión ha renovado completamente el *parque* de programas de entretenimiento, manteniendo la columna vertebral de los programas de actualidad:

- ▶ Emitiendo 24 horas ininterrumpidas.
- ▶ Reforzando la mañana con el magazine **Mira la vida**, con vocación de servicio público y de divulgación.
- ▶ Cambiando los contenidos hacia el humor sano y la compañía con la presencia de Juan y Medio en el magazine de la tarde, **Punto y Medio**.
- ▶ Introduciendo dos prestigiosos periodistas andaluces en *prime time*, Jesús Quintero –la entrevista y la reflexión en **Ratones coloraos-** y Paco Lobatón –la actualidad popular en estado puro en el programa **Siete Lunas-**.
- ▶ Abriendo la franja de acceso al *prime time* con una serie de ficción enteramente andalu-



za, hecha por y para nosotros como **Arrayán**.

- ▶ Apostando por un concurso basado en el amor con un gran especialista en este género, Agustín Bravo, que propone a las parejas constituirse en **El Padrino**.
- ▶ Entreteniendo con el espectáculo y los sentimientos más nobles en **Irma de Noche**, con Irma Soriano.
- ▶ Experimentando el binomio actualidad y humor en la noche de los domingos con **Lo que hay que ver**.

Programación transversal

También por primera vez en este periodo, se hace una programación transversal al servicio de los andaluces para dar a la cadena una identidad diferenciada del resto de las ofertas del mercado televisivo con campañas de identidad. **Andalucía línea abierta**, por ejemplo, es un espacio que salpica distintas franjas de la programación a modo de crónica en directo desde diferentes puntos de Andalucía, para subrayar la proximidad, la inmediatez y

la vinculación de la cadena con su público.

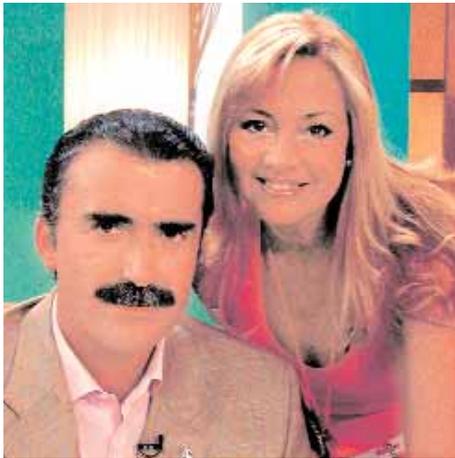
Igualmente, se han programado microespacios de identidad como **Andalucía es de cine**, fiel reflejo de la calidad del trabajo de Manuel Gutiérrez Aragón y Juan Lebrón, sobre los pueblos y ciudades de Andalucía. Y otros microespacios destinados a aumentar nuestro nivel de autoestima como **Si te sientes andaluz, dílo**.

Los contenidos de los programas también siguen esta filosofía de identidad visual propia, pero, además, la pretensión de estas parrillas ha sido llegar al mayor número de andaluces con contenidos para todos los públicos, cuidando especialmente los *targets* más asiduos y procurando ofrecer contenidos y espacios para aquellos grupos de población hasta ahora más apartados.

La producción propia ha tenido en este periodo su mayor cota de representación en la parrilla con un 78'5% del total de la producción (verano 2002). Un dato conseguido tanto con programas habituales y seriados

como los informativos, magazines y formatos de *prime time* como por las retransmisiones de eventos especiales que son reflejo de los acontecimientos culturales, sociales, festivos, deportivos y religiosos que se producen en la Comunidad. Por la naturaleza de estos eventos –Semana Santa, Ferias, Virgen de la Cabeza, Rocío, Corpus, Torneos, ‘Exposición de los Omeyas’, Inauguración del Museo Picasso y otros– y para remarcar la inmediatez y proximidad de la cadena, se han aumentado en los dos últimos años las horas de directo-directo, especialmente en las dos parrillas de primavera. Muchos de los programas especiales, además, se han revelado como una extraordinaria fórmula para competir y ganar frente a grandes formatos de moda de la competencia.

Arrayán merece una mención especial en esta memoria porque entró en la parrilla en la primavera del 2001 y no ha dejado de crecer, siendo siempre líder en su franja (21.30 a 22.10 de lunes a jueves) y porque ha sido es-



2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

cuela de profesionales. En la serie ya han participado más de 300 actores, creativos y técnicos de todas las categorías. El plató de Coín (Málaga) donde se graban los interiores de la serie se ha convertido en una de las más importantes factorías españolas y en un valor incuestionable de la industria de ficción en Andalucía. En los días de grabación **Arrayán** moviliza a unos 125 profesionales del sector audiovisual andaluz.

El primer 'docu-soap'

Hospital Sur ha supuesto la primera piedra en la televisión andaluza de un nuevo género, el *docu-soap*, donde andaluces de a pie nos muestran cómo es la vida diaria en algunos de nuestros hospitales, dando rienda suelta a la esperanza.

En el *prime time* los esfuerzos se han orientado en el doble objetivo de buscar, por una parte, formatos innovadores hechos en Andalucía por creativos andaluces y, de otra, en las coproducciones con otros canales de la

FORTA que nos permitan sumar recursos y abordar proyectos imposibles sin la sindicación. De los primeros son un buen ejemplo **Ratones coloraos**, **Escalera de color** o **Vaya.com**. De los segundos, **La silla**, **Doble juego** o **Flash back**. Estos dos últimos, por cierto, de factoría andaluza y producidos para canales FORTA desde Andalucía.

El *reality* más positivo se ha asomado a nuestras pantallas en **Canguros**, verano del 2003. Sobretudo, se mantiene y seguirá por su calidad, rigor y frescura uno de los mejores referentes del Canal: **Andalucía Directo**, que en la primavera de 2002 cumplió mil programas en antena e hizo recuento de sus logros más allá del liderazgo de franja: en los mil programas emitidos se han realizado 15.000 reportajes y 5.000 conexiones en directo desde prácticamente todo el territorio de la Comunidad, puesto que 650 pueblos han protagonizado alguna vez el espacio de **Andalucía Directo**, lo que significa el 85 por ciento de la geografía andaluza. También se han llevado al *prime ti-*

me las celebraciones locales las ferias y fiestas de las capitales andaluzas. En los programas especiales **Noches de primavera**, con formato de gala, se dan a conocer personajes, artistas y lugares locales de interés.

De muy distinto signo, pero con el mismo interés de transmitir los acontecimientos de relevancia, se programó en *prime time* en el verano del 2001 **El legado andalusí**, un documental que recorre toda la rica historia de Al-Andalus y la herencia de dicha civilización en nuestra arquitectura, urbanismo, poesía, música, agricultura, gestión y uso del agua. Se programó su emisión coincidiendo con la exposición sobre 'El Esplendor de los Omeyas' en Córdoba.

El periodista Manuel Campo Vidal se ha ocupado en varias parrillas cada semana de explorar el significado y el carácter determinante que tiene para Andalucía la Sociedad de la Comunicación y el Conocimiento. El programa, bajo el título **El siglo de las luces**, abordó el alcance de la revolución social y tec-



△ El periodista Paco Lobatón y la actriz Rosario Pardo iniciaron la aventura del programa 'Siete Lunas' en Canal Sur Televisión.

▷ La presentadora Belinda Washington presentó 'Flash back', un original espacio producido por la Forta para Canal Sur Televisión.

▷▷ El actor José Manuel Seda ha participado en diversas series de producción andaluza, entre las que destaca 'Arrayán'.



► Una apuesta segura fue la inclusión de dos prestigiosos periodistas, Jesús Quintero y Paco Lobatón, en 'prime time'

► La oferta televisiva ha querido contribuir a la difusión de la cultura andaluza y de la imagen positiva de nuestra tierra

► Se han diseñado unas parrillas con programas que gusten a la mayoría, con formatos propios y contenidos diferenciados

nológica que supone el nuevo entorno económico y los profundos cambios que implica. El profesor Manuel Castells, uno de los más prestigiosos especialistas mundiales de la Era de la Información, aportó su saber a este espacio, que fue foro para intervenciones de los más prestigiosos expertos andaluces y escaparate de las experiencias empresariales más innovadoras de Andalucía en la actualidad.

Pero no sólo los andaluces de dentro son protagonistas en la antena de Canal Sur. **Andalucía sin fronteras** es el programa de y para los inmigrantes que llegan con vocación de integración y también para aquellos otros que precisan conocernos más para formar parte de nuestro paisaje social.

En un viaje de ida y vuelta de intenciones, este programa sintetiza la vocación de Canal Sur de fomentar las condiciones de convivencia basada en la igualdad, la tolerancia y el respeto mutuo. El espacio **Andalucía sin fronteras** entró en nuestra parrilla en el otoño del año 2001.

El flamenco es **Una llama viva**, “metáfora cambiante de la constante actividad creadora de nuestro arte más universal”. Así lo entendió José Luis Ortiz Nuevo, el flamencólogo y poeta que dirigió la más arriesgada e innovadora apuesta de flamenco emitida desde el otoño de 2001 hasta el verano de 2002 en Canal Sur Televisión.

Renovación tecnológica

La renovación tecnológica de nuestras unidades móviles, platós y edición se ha completado con una profunda transformación estética de los decorados y con una puesta en escena de los espacios, que en el caso de la información meteorológica ha sido radical.

La innovación tecnológica permitió renovar el lenguaje audiovisual de **El tiempo** con animación, nuevos modelos de mapas en semirrelieves, símbolos gráficos en 3D, con una realización ágil y un tratamiento diferenciado para cada una de las provincias en las desconexiones.

Ahora, uno de los retos inmediatos de Canal Sur Televisión es seguir trabajando en programas y contenidos orientados hacia los *targets* juveniles menos representados en la audiencia habitual de la cadena sin olvidar los públicos en los que tenemos mayor fidelidad. Esta orientación se procura no sólo con espacios en los que los jóvenes tengan una mayor presencia como protagonistas o participantes, sino también en los contenidos de los programas que continúan y que buscarán interesar más a la audiencia menos asidua a nuestra antena.

La estructura de la parrilla ha sido bastante estable en el trienio con tres cambios estacionales en primavera, verano y otoño/invierno. Es una estructura horizontal en días laborables, armada en torno a los magazines e informativos diarios. Los fines de semana se estructuran alrededor de la programación infantil y los informativos no diarios en la mañana y la producción cinematográfica y el fútbol el resto del día.



▽ El programa infantil 'La Banda' organiza también galas, para la diversión y disfrute de los niños y niñas andaluces.

▷ Jesús Vigorra entrevistó a Arturo Pérez Reverte en una de las entregas de 'El público lee', un espacio de Canal 2 Andalucía.

Canal 2 Andalucía

Este periodo de tiempo, en el que hemos cumplido cinco años en antena, ha sido decisivo para la consolidación y definición de Canal 2 Andalucía como una cadena de televisión propia, con una imagen perfectamente identificable y, sobre todo, con una oferta radicalmente diferente a las demás existentes en el ámbito andaluz.

Para este canal, Andalucía ha sido siempre el territorio de referencia, y el objetivo fundamental ha ido encaminado a reforzar la imagen de esta cadena como la de una televisión alternativa, referente de los jóvenes andaluces y de los amantes del cine. Pero so-

bre todo, ha querido ser la cadena para todos los que buscan una televisión no sujeta a los rigores de la audiencia, preocupada por tanto por la calidad y por el servicio público.

La aceptación y valoración social que tiene este canal se debe fundamentalmente a que a través de sus diferentes programas los andaluces que la ven reciben una imagen de la Andalucía que les gusta, una imagen que estiman fiel a la realidad sociocultural de su tierra, una Andalucía ecológica, culta, igualitaria, emprendedora y creativa. Según un estudio cualitativo realizado por la empresa ERGO, los espectadores perciben Canal 2 Andalucía como una cadena que conecta con "el ideal racional" de la televisión. Es cercana en cuanto a la divulgación del "hecho andaluz", de su cultura, su entorno y sus símbolos.

¿QUÉ NOS HA OCURRIDO DURANTE ESTOS TRES AÑOS?

En primer lugar, y a sólo tres años de su creación, Canal 2 Andalucía comienza a emitir in-



► En junio de 2003, Canal 2 Andalucía cumplió cinco años en antena con una imagen muy sólida y diferenciada del resto

► Desde su nacimiento la vocación de esta cadena ha sido ser una televisión alternativa y referente de los jóvenes

► La decisiva apuesta por la cultura ha quedado plasmada en la creación de nuevos espacios como 'El público lee'

interrumpidamente las 24 horas del día. Eso sucedió el 5 de junio de 2001. Como segundo hecho destacado de este periplo podríamos citar la renovación acometida en verano de 2001 de **La Banda**, el programa infantil con más horas de emisión de todas las televisiones en abierto. El lema perseguido fue: aprende divirtiéndote, y la fórmula pasaba por que el entramado didáctico y educativo reposara sobre un esquema televisivo de entretenimiento y espectáculo. Además, **La Banda** ambiciona fomentar los valores propios de las sociedades democráticas, el afán por la cultura, el respeto al medio ambiente, el conocimiento de Andalucía y el valor de la solidaridad y la convivencia.

En tercer lugar, y coincidiendo con la puesta en antena de **Sinceros** (2002), se establecieron unos "criterios de calidad" para la evaluación de los programas, que nos permiten profundizar en los contenidos y ver si son expresados con el rigor, la plasticidad y la agilidad suficientes para ser programas atractivos.

La audiencia se convierte en un elemento más de valoración, pero nunca en el exclusivo.

En último lugar, Canal 2 Andalucía quiso apostar por los jóvenes creadores andaluces, por lo que se incluyó en la programación la emisión de cortometrajes de creación. Además, se decidió dar voz a los sindicatos andaluces con un programa semanal de información sindical, **Sindicados**.

LA TIERRA QUE QUEREMOS Andalucía cultural

Los programas orientados a la divulgación cultural y al talento artístico de los andaluces han ocupado una buena parte de los programas de Canal 2 Andalucía en estos tres años. Todas las disciplinas artísticas han tenido su reflejo en esta cadena: desde las artes plásticas a la literatura, pasando por el cine o la cultura popular, hasta las últimas tendencias artísticas de la creación audiovisual.

Los libros y la literatura también han estado presentes desde nuestros comienzos has-

ta otoño de 2002 en el espacio **Pretextos**. A partir de esa fecha, comenzó a emitirse **El público lee**, un programa divulgativo en el que el libro, el autor y los lectores conforman un triángulo a partir del cual se conversa sobre la literatura. La labor de fomento de la lectura de ambos espacios, así como la de la propia cadena, nos ha valido diversas distinciones y premios.

Las artes plásticas y escénicas han tenido cabida en muchos espacios de la cadena pero de manera específica en **D'Arte**, el programa que nos ha mostrado las últimas tendencias artísticas en Andalucía. **Art futura** y **Meridiana** han sido los encargados de atender las nuevas tendencias del arte digital y videográfico, al amparo de las muestras de este tipo de manifestación en Andalucía.

El cine merece un apartado especial en la programación de Canal 2 Andalucía. La cadena continúa con la emisión de las mejores películas de todos los tiempos, sin cortes publicitarios, y además con el programa de infor-



2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

▽ José Antonio del Saz dialogó en 'Andalucía. Memoria viva' con los protagonistas de nuestra historia más reciente.

▷ El concurso 'De punta a cabo', presentado por Pilar Salazar, ponía a prueba los conocimientos de cultura general de los participantes.

▷▷ La realizadora sevillana Pilar Távora ha dirigido y presentado el espacio cultural 'D'Arte', sobre las artes escénicas andaluzas.

▷▷ El periodista José María Montero dirige el programa sobre ecología 'Espacio protegido', que se emite en Canal 2 Andalucía.

mación cinematográfica más seguido por la audiencia andaluza. Se trata de **Cine.dos**, que en otoño de 2001 tomó el relevo de **Con el cine en los talones**. Este espacio no sólo informa de las novedades y de los estrenos que se producen en la cartelera, sino que ha dado cobertura a los más importantes eventos cinematográficos de Andalucía: el Festival de Cine Iberoamericano de Huelva, el Festival de Cine y Deporte de Sevilla y el Festival de Cine Español de Málaga, así como las distintas galas y entregas de premios organizadas por la Asociación de Escritores y Críticos de Cine de Andalucía (Asecan).

El interés por las últimas tendencias artísticas no ha sido óbice para que Canal 2 Andalucía atendiera debidamente las expresiones culturales más tradicionales de nuestra tierra a través de una variada oferta de programas, como **Retratos** (biografías de andaluces ilustres), **Andalucía mágica** (una forma de dar a conocer la Andalucía menos conocida) y **Andalucía. Memoria viva** (un

paseo por los años de la transición política en nuestra comunidad autónoma).

Andalucía educativa

La programación cultural se complementa con la presencia de varios programas que tienen a la educación como elemento central y a la comunidad educativa como público objetivo. El primero de estos espacios, **Tesis**, está dirigido al mundo de la universidad andaluza y muestra el esfuerzo investigador de esta amplia comunidad. Por su parte, **El club de las ideas** es el programa para el debate sobre el mundo de la educación y de la escuela andaluza, con la participación de todos sus miembros: padres, alumnos y profesores. Además, pretende ser el exponente de las nuevas tendencias en materia educativa.

A estos dos espacios se les unió durante los años 2001 y 2002, **De punta a cabo**, un programa concurso que pretendía dar a conocer los aspectos más significativos de la cultura andaluza y divulgar temas andaluces re-



lacionados con el medioambiente, la economía, la geografía y la sociedad.

Andalucía ecológica

Desde el comienzo de su emisión, Canal 2 Andalucía ha tenido como seña de identidad la divulgación de temas relacionados con el medioambiente, su conservación y cuidado, así como el fomento de hábitos ecológicos entre los espectadores. El programa que fielmente ha aglutinado todos estos intereses desde 1998 ha sido **Espacio protegido**, que ha recibido numerosos premios.

Andalucía solidaria

El valor de la solidaridad, la cooperación y el papel del voluntariado en las sociedades modernas es el objetivo de programas como **Solidarios**, en antena desde el comienzo de la singladura de Canal 2 Andalucía. A este espacio se le sumó en el verano de 2002 para celebrar el Año Internacional del Voluntariado el programa **La odisea del voluntariado**. A sen-

das propuestas hay que unir **Telesigno**, dirigido a la comunidad sorda de Andalucía, que se ha convertido en todo un clásico de la programación de Canal Sur Televisión, donde se emitía anteriormente.

Andalucía turística

El turismo es uno de los motores económicos más importantes de nuestra comunidad. Por ese motivo, desde Canal 2 Andalucía hemos apostado fuerte por este sector con la emisión de Canal Andalucía Turismo y la puesta en antena de **Andalucía turismo**, un espacio informativo y divulgativo de la actividad turística andaluza y de las potencialidades que tiene nuestra tierra en este yacimiento de empleo y riqueza.

Andalucía deportiva

Otra de las grandes apuestas que hicimos desde Canal 2 Andalucía fue el deporte. El programa base de información deportiva es **Tododeporte**, que ha retransmitido los en-

► **Otra de las señas de identidad de Canal 2 Andalucía ha sido la divulgación de temas sobre el medioambiente**

► **La apuesta por el turismo, motor importante de la economía andaluza, ha sido otro de nuestros bastiones**

► **La información deportiva vuelve a vertebrar la parrilla con una dedicación más amplia a los deportes minoritarios**



2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

cuentros de 2ª División A y B de la Liga Española de Fútbol, así como múltiples competiciones de los denominados deportes minoritarios (balonmano, voleibol, tenis de mesa...). El baloncesto, el seguimiento de nuestros equipos que compiten en la Liga ACB y las distintas competiciones europeas con presencia de equipos andaluces han tenido, por supuesto, también cabida en el programa **Todo ACB**.

De forma paralela a la atención sobre el fútbol y el baloncesto, hemos atendido otros deportes de gran incidencia en Andalucía como la hípica, en **A caballo**; o la pesca y la caza, en **Lances**. En este apartado, destaca el seguimiento que se hizo de los Juegos Ecuéstres Mundiales celebrados en Jerez de la Frontera en 2002 y de los Mundiales de Vela de clases olímpicas en la Bahía de Cádiz en 2003.

A estos espacios hay que añadir la serie documental **Andalucía aventura**, sobre los deportes de riesgo; y **Tierras altas**, orientado a la difusión de las actividades en la estación

de esquí de Sierra Nevada y zonas de alta montaña.

Andalucía creadora

La actividad creadora de los andaluces forma parte intrínseca de Canal 2 Andalucía. Esta Andalucía que crea se ha visto reflejada en diversos programas entre los que cabe destacar el presentado y dirigido por Jesús Quintero, **El vagamundo**. A través de las originales entrevistas de Quintero hemos podido vislumbrar una Andalucía mágica y distinta, versátil y dinámica, una Andalucía que crea y es creativa. A este programa hay que añadir **Está por ver**, emitido durante los primeros meses de 2001, y **1.001 noches**. Ambos espacios han utilizado la fórmula del espectáculo para dar a conocer la actividad creadora, cultural e intelectual de los andaluces.

Por último, en este apartado también incluiremos el espacio anteriormente mencionado **Sinceros**, un programa humorístico de esta cadena en el que actores y actrices an-

daluces dan buena muestra de su talento creativo y su capacidad teatral.

Andalucía emprendedora

Canal 2 Andalucía quiere poner de manifiesto la capacidad emprendedora del pueblo andaluz. **Mi tierra e Índice 2000** son los programas que mejor transmiten ese dinamismo socioeconómico de Andalucía, al tiempo que informan de todo lo relativo al ámbito laboral y empresarial. La labor realizada por estos espacios se complementa con **Emprendedoras**, dedicado a la mujer empresaria y generadora de riqueza en nuestra tierra; y **Generación XXI**, el programa concurso que da la oportunidad de crear una empresa a los jóvenes andaluces que necesitan medios para desarrollar su labor creadora y empresarial.

Andalucía joven

Los más jóvenes conforman el público objetivo más numeroso de Canal 2 Andalucía, un hecho que se pone de manifiesto tanto en el



△ Joaquín Petit se ha rodeado de un equipo de jóvenes andaluces en su cita con la audiencia de Canal 2 Andalucía en '1.001 noches'.

△△ Mabel Mata presentó el magazín 'Mi tierra' dedicado a promover las iniciativas profesionales de nuestra comunidad.



△ 'La estación', presentado por Sarah Witt, es el encuentro con la música de última generación en Canal 2 Andalucía.

número de programas dedicados específicamente a ellos, como el total de horas dedicadas en la programación. De manera especial, **La Banda** es el baluarte de la cadena dentro de este tipo de programación.

El otro programa que marca la oferta diferencial para jóvenes y adolescentes es **Planta baja**, orientado a dar cabida a sus inquietudes y a las cuestiones que más les preocupan. Este espacio permite la difusión de campañas dirigidas a los jóvenes y cubre los eventos y encuentros culturales y de ocio de este sector poblacional. Este apartado se completa con la emisión de la serie documental **La vida en un día**, en la que cada capítulo abordaba las 24 horas en la vida de un joven andaluz.

Andalucía musical

La música ha sido desde el inicio de Canal 2 Andalucía un elemento vertebrador de la cadena: desde las expresiones más tradicionales como el flamenco hasta las nuevas tendencias musicales que desarrollan los propios

andaluces. Destaca la puesta en antena de los programas **La estación** e **Intermúsica**, en los que con una visión dinámica y desenfadada se hace un repaso a la actualidad musical andaluza, española e internacional. Las emisiones de música en directo han tenido su cabida bajo el epígrafe genérico **La noche se mueve**, el programa que ha emitido los conciertos organizados por Canal Fiesta Radio.

El flamenco, como expresión viva del arte andaluz, ha protagonizado dos programas fundamentales para Canal 2 Andalucía: **La venta del duende** y **Una llama viva**. Además, eventos de la talla de la Bienal de Arte Flamenco de Sevilla han sido ampliamente cubiertos por esta cadena.

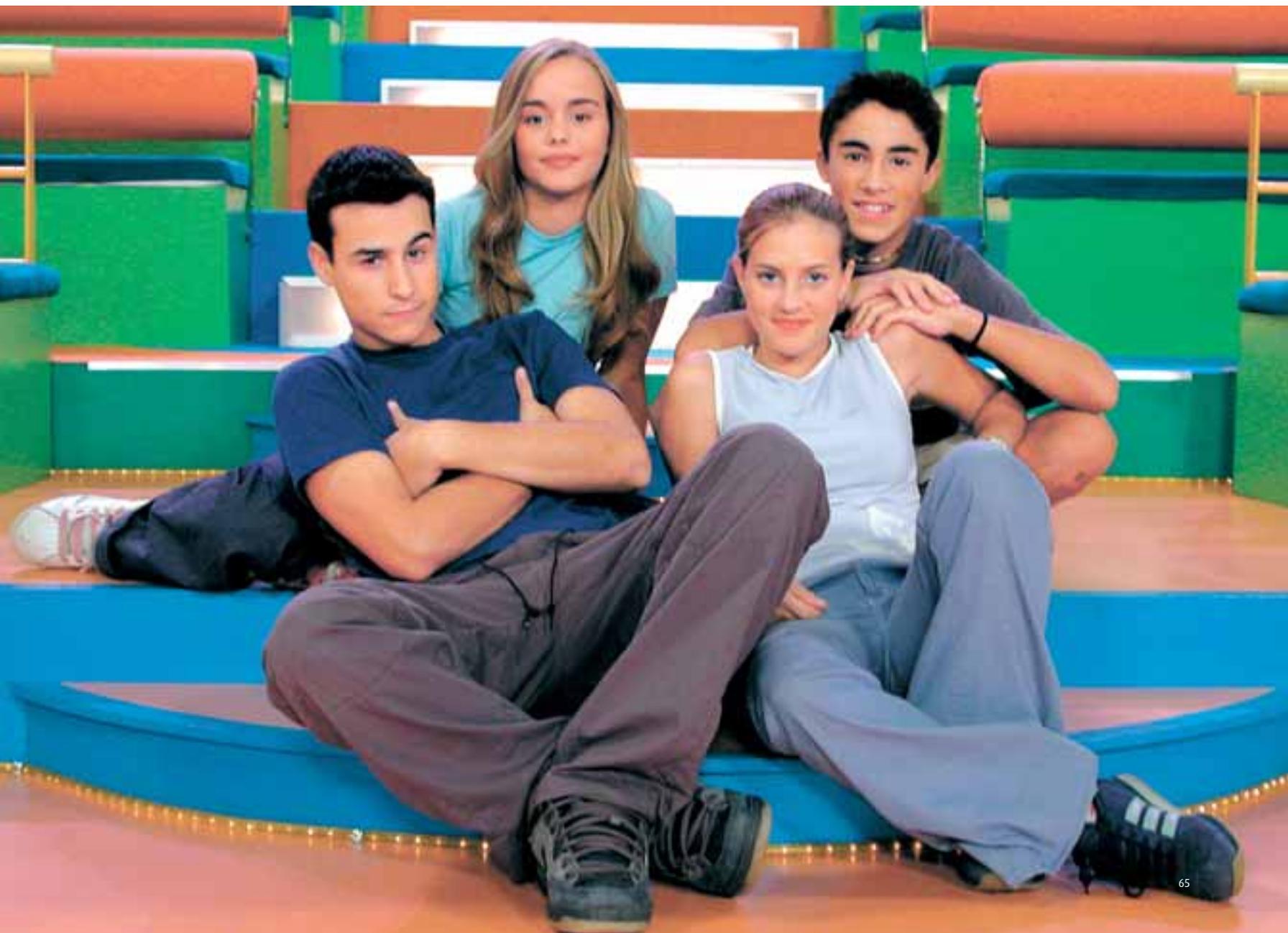
La programación musical del canal se ha completado con la retransmisión de conciertos y certámenes de música popular andaluza y clásica, entre los que merece la pena destacar el Festival de Música Tradicional de las Alpujarras (Granada) o el Festival de Piano de Jaén.

► Desde el flamenco más tradicional a las últimas tendencias musicales han tenido un espacio en Canal 2 Andalucía

► 'La Banda' se ha convertido en un referente para el público infantil que mayoritariamente lo elige cada día

► Los más jóvenes han tenido '1.001 noches' para debatir y conversar sobre los temas que más les preocupan

▽ Felipe, María, Tutti y Javi son los presentadores de 'La Banda', uno de los programas estrella de la parrilla de Canal 2 Andalucía.



▽ Los cantantes Frank y Rocío interpretaban distintos temas musicales en el magazín de sobremesa 'Bravo por la tarde'.

▷ Juan Belmonte informa del mundo taurino desde 'El toreo', uno de los espacios producidos por Andalucía Televisión Producciones.

▽▽ Son muchos los andaluces que han asistido a algunas de las grabaciones del programa matinal 'Mira la vida'.

▷▷ El programa concurso 'Supermartes', producido por Andalucía Televisión Producciones, cuenta con público en el plató.

Andalucía Televisión Producciones

Producción de programas

Andalucía Televisión Producciones (ATVPRO) surge como una unidad de negocios de la RTVA, integrada en Canal Sur Televisión, cuya principal labor es la gestión de producciones audiovisuales, tanto para canales convencionales como temáticos. Desde Andalucía Televisión Producciones proponemos, diseñamos y supervisamos las parrillas de temporada de los canales por satélite y cable. Además, se gestiona la emisión de los canales de televisión por satélite, se crean y producen contenidos audiovisuales y se prestan servicios profesionales de producción de programas,

tanto para las empresas de la RTVA como para las existentes en el mercado. La sede de Andalucía Televisión Producciones está en el Centro de Producción de Málaga.

Dentro de esta última línea de trabajo, hemos prestado servicio a más de 1.500 programas, con un total de 3.000 horas de emisión. Hemos trabajado en programas como **Pretextos** (literatura), **Bravo por la tarde** (entretenimiento), **La estación** (música), **El toreo** (toros), **Mira la noche** (magazín) y **Andalucía viva** (especial de los reportajes más interesantes de Canal Turismo).

También hemos hecho **Bravo por la amistad especial** (entretenimiento), **Intermúsica** (música), **La estación de verano** (música), **Mira la vida** (magazín), **Andalucía, memoria viva** (debate sobre la transición), **Turismo** para Canal 2 Andalucía, **Sinceros** (monólogos de humor), **Supermartes** (concurso), **Flash-back** y **Acosadas** (película de la FORTA).

Y durante la temporada 2003 hemos consolidado en nuestras instalaciones la produc-



ción del magazín matinal **Mira la vida**, que ocupa las mañanas de Canal Sur y se afianza como una alternativa cercana y solidaria en esa franja de la parrilla.

Mención especial merece el programa **La coctelera**, que también produce, íntegramente, Andalucía Televisión. Se trata de dos programas de casi una hora de duración cada uno, donde se recogen los mejores momentos de la programación de nuestras dos cadenas terrestres. Se emite en Canal Sur durante la sobremesa de los fines de semana y ha obtenido un gran reconocimiento por parte de los espectadores, algo que se refleja en los altos niveles de audiencia y acogida general.

Andalucía Televisión. Cable y satélite

Con una clara vocación de servicio público y con la idea de ser un escaparate para todos aquellos andaluces que vivan fuera de nuestra tierra, en Andalucía Televisión elaboramos la programación con la mejor simbiosis entre las parrillas de Canal Sur Televisión y Canal 2

Andalucía. Es, sin duda, la mejor de las plataformas para mostrar la Andalucía que evoluciona, mira al futuro y se desarrolla con personalidad propia. El objetivo que perseguimos desde su creación es la transmisión de una imagen viva de nuestra tierra, que se percibe en el resto del mundo como una comunidad abierta, moderna y en continuo desarrollo.

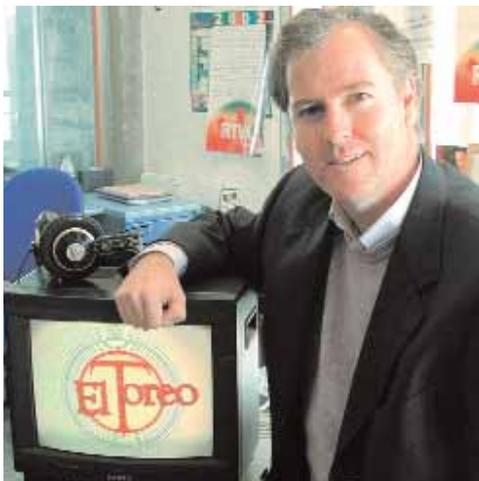
Así concebida, Andalucía Televisión es una televisión generalista, que emite ya las 24 horas del día, y que exporta la imagen y la cultura de Andalucía al resto del mundo. Este escaparate televisivo, que tiene su sede en el Centro de Producción de Málaga, ha crecido sustancialmente durante los años 2001 y 2002.

Hemos logrado, por ejemplo, ser la oferta más competitiva y seguida por los telespectadores, andaluces y no andaluces, en las dos plataformas digitales en las que hemos emitido: Vía Digital y Canal Satélite. En sendas plataformas, nuestro canal se ha colocado entre los diez más vistos por la audiencia.

► **Desde Andalucía Televisión Producciones se ha prestado servicio a 1.500 programas, con 3.000 horas de emisión**

► **‘La coctelera’ es un espacio que recoge los mejores momentos de la programación de Canal Sur y Canal 2 Andalucía**

► **Cumplimos con la vocación de servicio público y con la idea de ser un escaparate de la comunidad en el mundo**



2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

Además, Andalucía Televisión se emite a través del satélite Astra, cuyo ámbito abarca toda Europa y el norte de África; se distribuye mediante las principales empresas y grupos de cable de España (Ono, Auna, Retecal, Telecable, Tenaria...), así como en cien televisiones locales de todo el ámbito español.

Canal Turismo

Con la puesta en marcha de Andalucía Televisión Producciones también quisimos satisfacer las necesidades de productos temáticos con buena acogida en el mercado. Debían ser productos novedosos, de calidad y exclusivos, y para ello podríamos contar con la sustanciosa cantidad de imágenes del archivo de Canal Sur Televisión.

Así nació Canal Andalucía Turismo, la cadena que mejor y más refleja la belleza y la riqueza cultural y geográfica de nuestra comunidad. Este canal temático nació con un objetivo claro: promocionar Andalucía a través de las imágenes más bellas y espectacu-

lares, y las propuestas más sugerentes. Para ello hemos apostado por formatos novedosos de tratamiento de la imagen y una readaptación en tiempo y forma de reportajes y documentales. En la actualidad, Andalucía Digital Multimedia tiene los derechos de gestión, explotación y comercialización de este canal.

En la actualidad, Canal Andalucía Turismo se recibe en más de cuatro millones de hogares de toda España y, gracias al satélite Hispasat, se emite al resto de los hogares europeos. También está incluido en la oferta de Vía Digital y se emite en Canal 2 Andalucía en diferentes tramos de emisión.

Canal Fiesta

Canal Fiesta nació con la intención de fomentar las manifestaciones musicales y folclóricas propias de Andalucía, incluyendo además aquellas de raíces más latinas así como las nuevas tendencias.

Surgió además con una estrecha vincula-

ción con Andalucía Digital Multimedia, la empresa que se encarga de su gestión y comercialización. Actualmente Canal Fiesta emite a través de Auna y de un amplio número de televisiones locales.

Además de la producción de programas, Andalucía Televisión ha cumplido un año más con la labor de difundir a todo el mundo, vía satélite, los grandes eventos celebrados en Andalucía, entre los que podemos destacar recientemente la inauguración del Museo Picasso de Málaga que sitúa a nuestra tierra en el circuito mundial museístico.

Paralelamente, dentro de sus finalidades se encuentra mantener informados y al tanto de los acontecimientos que ocurren en nuestra comunidad a los miles de andaluces que viven lejos de nosotros.

Por eso podemos concluir sin miedo a errar que Andalucía Televisión es la referencia más importante en imágenes de la Comunidad Autónoma Andaluza en el resto del mundo.



△ **‘Andalucía Turismo’ ha exportado la mejor y más atractiva imagen de la comunidad andaluza al resto del mundo a través del satélite.**

▷ **‘La Fiesta del Fiesta’, las galas organizadas por esta cadena de radio, ha contado en todas sus ediciones con asistencia másiva de jóvenes.**

► **Canal Andalucía Turismo llega a más de cuatro millones de hogares españoles y, gracias al Hispasat, al resto de Europa**

► **Canal Fiesta se creó para potenciar la música hecha en Andalucía, incluyendo además la de raíces más latinas**

► **Andalucía Televisión incluye en su parrilla los grandes eventos ocurridos en Andalucía, como la apertura del Museo Picasso**



- ▶ En estos tres años, Canal Sur Radio ha experimentado el aumento de audiencia más importante de su historia
- ▶ Se ha mantenido y potenciado la oferta de tres emisiones distintas adaptadas a los hábitos de consumo de la radio actual
- ▶ Canal Sur Radio, Canal Fiesta Radio y Radio Andalucía Información han incrementado su audiencia en 500.000 oyentes

El periodista Jesús Vigorra, rodeado de sus colaboradores de 'El público', entrevista a la consejera de Cultura Carmen Calvo Poyato.



La transformación de la cadena musical, la consolidación de nuestro modelo de radio generalista y la ampliación de la programación del canal dedicado a la información dieron como resultado el aumento de audiencia más importante de la historia del grupo Canal Sur Radio hasta colocarse como segundo de Andalucía, por detrás de la Cadena Ser, y primero entre los autonómicos, por delante de Catalunya Radio.

En estos tres años, manteniendo su oferta de tres emisiones distintas adaptadas a los hábitos de consumo de la radio actual, el grupo consiguió incrementar su audiencia en más de 500.000 oyentes de lunes a viernes. Canal Sur Radio, la emisora generalista, reforzó su apuesta por la calidad, el servicio público y la participación con la creación de quince nuevos programas. Canal Fiesta Radio, la emisora temática musical, nació para ser la plataforma de divulgación musical y del talento artístico de los jóvenes andaluces. Radio Andalucía Información, la emisora temá-

tica informativa, insistió en su carácter de radio alternativa y de referencia sumando a los bloques de información continua una veintena de revistas y suplementos con información especializada.

La radio pública autonómica entró en el siglo XXI convencida de su utilidad social para contribuir a la autoestima, la cultura, el diálogo, la convivencia y el futuro de Andalucía. El éxito de esta etapa estuvo marcado por una serie de decisiones estratégicas que no hubieran conseguido su efecto sin la ayuda de todos los departamentos de la RTVA:

- ▶ En febrero de 2001 se consumó el traslado de las instalaciones centrales al antiguo Pabellón de Andalucía en la Isla de La Cartuja de Sevilla. El cambio se aprovechó para llevar a cabo la transformación integral de la radio a la nueva tecnología digital, que nos sitúa entre las empresas radiofónicas más avanzadas técnicamente de la UE.
- ▶ Frente al modelo inmovilista de “comunicador único” en las mañanas de las emisoras

nacionales, se diseñó el esquema “tres tramos tres comunicadores” con el que se consiguió una mañana más dinámica y cercana a los hábitos de consumo de los oyentes.

- ▶ En septiembre de 2001, el prestigioso programa de cultura **El público** tomó la tarde y extendió su filosofía y contenidos para convertirse en la gran apuesta vespertina de la programación. El espacio abanderó el espíritu plural de la casa, la vocación de hacer una radio culta, inteligente, divertida y de altura, con la colaboración de nuestros oyentes.
- ▶ En otoño de 2001 nació **El pelotazo**, un programa nocturno de humor basado en la actualidad deportiva que en pocos meses consiguió convertirse en referente de miles de oyentes y rebajar la edad media de la audiencia. Con las imitaciones de más de 80 personajes, el espacio utiliza el deporte como excusa para que el oyente acabe el día con una sonrisa.
- ▶ En enero de 2001 nació Canal Fiesta Radio, la nueva cadena musical, que en dos años se



El periodo comprendido entre enero de 2001 y diciembre de 2003 bien podría calificarse como el trienio mágico de la radio pública andaluza. Nuevas ideas y retos ilusionantes sirvieron para reforzar nuestra imagen, ampliar el prestigio ganado en los últimos años y convertirnos en una radio de referencia en toda España.

2.3

La Radio de Andalucía

El salto cualitativo y el impulso definitivo

► En mayo de 2001 se celebró la primera 'Fiesta del Fiesta', el concierto promocional de la cadena musical de la RTVA

► 'El pelotazo' ha hecho gala de su nombre y con el humor característico de este programa ha conquistado a los andaluces

► En otoño de 2002, Radio Andalucía Información amplió su programación autónoma a 24 horas diarias

convirtió en un fenómeno único en la historia de la radio al incrementar su audiencia en un 750 por ciento. En este periodo se consolidó como la segunda emisora musical de Andalucía con la mitad de su audiencia menor de 24 años.

► En mayo de 2001 se celebró la primera **Fiesta del Fiesta**, el concierto promocional de la cadena musical diseñado como elemento de vinculación y conexión con la audiencia más joven que consigue ver en directo a sus ídolos musicales. En este periodo más de 40.000 jóvenes asistieron a nuestros conciertos de Sevilla, Málaga, Cádiz y Jaén.

► En otoño de 2002 cuatro artistas andaluces hicieron realidad su sueño de grabar un disco. Canal Fiesta Radio organizó el primer Certamen Andaluz de Intérpretes y Autores **Caza-talentos**, al que se presentaron más de 300 maquetas con canciones originales.

► En otoño de 2002, Radio Andalucía Información amplió su programación autónoma a 24 horas. El relanzamiento de la emisora in-

cluyó una revisión de nombre, imagen corporativa, sintonías y contenidos. Se añadieron boletines en varios idiomas, revistas y suplementos de servicio público y una nueva línea musical para el fin de semana.

► En el verano de 2001 nació **Carrusel taurino**, un formato inédito en la radiodifusión, que se consolidó en la tarde del domingo y, desde junio de 2003, ocupando también los sábados para ofrecer información puntual de todos los festejos taurinos que se celebran en la geografía andaluza y española.

► La promoción del grupo recibió un impulso determinante en estos dos años. Todos a una, las direcciones de Comercial y Comunicación e Imagen, así como las de Informativos, Antena y Emisiones, apoyaron los proyectos de la radio. Los spots de temporada y las páginas en periódicos aumentaron considerablemente en calidad e impactos.

► Desde marzo de 2001 las emisiones de la radio pública andaluza pueden sintonizarse a través de Canal Sur Web.



△ José Guerrero 'Yuyu' ha defendido una manera distinta de hacer periodismo deportivo en 'El pelotazo' de Canal Sur Radio.



△ Canal Fiesta Radio ha sido un impulsor de los nuevos valores musicales de Andalucía y un referente para los ya consagrados.

Una radio para el siglo XXI

Canal Sur Radio entró en el nuevo siglo convencida de su capacidad para jugar un papel protagonista en el competitivo mundo de la radio actual. Su sólido prestigio adolecía de cifras para consolidarse como referente orgulloso de los oyentes de radio de Andalucía y contribuir desde nuestra condición de servicio público al desarrollo, el debate, la evolución y el mañana de nuestra tierra.

En la frontera entre un siglo y otro, habíamos entrado en un proceso de mejora continua que no debía acomodarse. La única manera de mantener el impulso era subirnos al cambio de siglo, mirar hacia delante, mostrar

nuestra ambición de modernidad aprovechando la oportunidad histórica de asistir al inicio de un nuevo milenio. Se trataba de acabar con los complejos y hacer causa común con la sociedad para la que trabajamos cada día. Y todo eso había que hacérselo llegar a los oyentes acostumbrados en su mayoría a informarse, entretenerse y escuchar música a través de emisoras de Madrid con delegaciones en Andalucía. Dicho de otro modo, como reza un dicho periodístico, hay que decirle a los oyentes qué vamos a hacer, hacerlo y recordarles lo que hemos hecho.

El grupo radiofónico de la RTVA abordó una renovación de su programación, su estética y su manera de comunicarse con la sociedad. La primera decisión fue el cambio de logo genérico, la introducción de señales horarias y la revisión de sintonías de cadena y Servicios Informativos. De "La Radio de Andalucía", concepto considerado ya irreversible en su asociación con Canal Sur Radio, se pasó a "La Radio de todos", con el objetivo de pro-

clamar nuestra titularidad y promover nuestro uso como medio público en el que están presentes todas las ideas, las partes, los acentos y las voces de las instituciones, la política, la cultura, la economía y la sociedad civil.

En las promos horarias se incluyó el concepto de cambio de siglo: "Andalucía, siglo XXI" para colaborar a asumir la llegada de un nuevo tiempo, comprometernos con el futuro y recordar que no podíamos perder el tren. Por esa vocación de modernidad, de mirar atrás con respeto pero aprovechar las oportunidades se renovó toda la imagen sonora de la emisora generalista. Las nuevas sintonías mantienen la música original pero con nuevas versiones realizadas por el músico Manuel Marvizón. También, por primera vez, se diseñó una esponja con el color corporativo de Canal Sur Radio, el naranja, y un cubilete con el logotipo de la emisora.

La programación se asentó en cuatro pilares básicos: información, participación, cultura y futuro. La receta era confiar ciegamente

▽ Tom Martín Benítez se encarga de acercarnos la actualidad y a sus protagonistas, cada mañana, en su programa 'La hora de Andalucía'.



2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

en todos los productos consolidados de los últimos años, recrear y tomar impulso para competir en todas las franjas de la radio. La información, ingrediente básico de la comunicación, pasó a ocupar el 45 por ciento de la emisión diaria en sus distintas versiones de programas informativos, deportes, desconexiones locales y programas especializados. La participación, seña de identidad de la casa y declaración de principios donde se sustancia nuestro carácter público, se convirtió en la columna vertebral que recorría toda la programación. Canal Sur Radio se convirtió en la cadena pionera en incorporar la participación a través de las nuevas tecnologías. La cultura como objetivo final de todas nuestras acciones contaminó la parrilla con nuevas secciones y programas. Y el futuro como meta. Nuevas tecnologías, calidad de vida, medio ambiente e inmigración generaron nuevos espacios.

Paralelamente, la emisora puso en marcha distintas campañas de autopromoción para reafirmar su identidad. El objetivo era

conseguir que los andaluces asumieran que eran propietarios de la radio, que supieran que sólo para nosotros Andalucía es lo primero, que contamos el mundo pero en andaluz, que somos la única radio de aquí, cercana y preocupada por los problemas, la actualidad, el éxito y el fracaso, las carreteras y el tiempo, la cultura y la música de Andalucía. Las campañas de temporada "Tu Tierra, tu gente, tu vida, tu radio", en 2001, y "Siente Andalucía" o "No busques donde no hay", en 2002, muestran la nueva política de comunicación.

Por otra parte, en la temporada radiofónica 2002-03 el eslogan "Aquí Andalucía" consiguió reforzar la conexión entre la emisora y la comunidad, mientras que en 2003-2004 "Contigo somos uno" ha pretendido fijar esa conexión entre la radio y los oyentes. También hay que destacar las campañas "Corre la voz" y "Escucha y cuéntalo", realizadas para extender nuestra influencia y buscar nuevos oyentes y "Si te sientes andaluz, dilo", emitida en conjunto con Canal Sur Televisión.

En el camino hacia la modernización resultó fundamental la incorporación de la radio pública al universo de Internet. Si bien en el año 1998 comenzó a escucharse la emisión de Canal Sur Radio en todo el mundo a través de www.canalsur.es, iniciándose una nueva manera de contacto entre emisor y oyente a través de los correos electrónicos, no fue hasta marzo de 2001 cuando se le dio un impulso definitivo. Fue, en ese momento, cuando se estructuró la página de Canal Sur Radio dentro del portal de la RTVA.

El primer paso fue ampliar el número de canales de escucha con lo que las tres emisiones pudieron sintonizarse a través de la web. El amplio seguimiento está reflejado en los miles de correos que se han recibido en Canal Sur Radio desde todo el mundo. La web se estructuró de manera que cada cadena y cada programa tuvieran su espacio con información concreta, novedades de programación, fotografías de sus conductores y direcciones de e-mail. Algunas de las páginas de

La sexóloga Olga Bertomeu ha estado cerca de los oyentes andaluces en su magacín matinal de Canal Sur Radio.



estos programas han hecho una primera experiencia de radio a la carta colocando durante un tiempo las grabaciones de los distintos espacios para que pudieran ser escuchados fuera de su horario habitual.

Por otro lado, con el objetivo de conseguir una mayor identificación del oyente con su radio, a partir del invierno de 2001 Canal Sur Radio abrió las puertas de la emisora a su audiencia recuperando el viejo espíritu de los programas con público en directo. Aprovechando el salón de actos de nuestras nuevas instalaciones, la emisora organiza habitualmente la emisión de programas en directo en lo que llamamos *el estudio circular*.

La programación de Canal Sur Radio

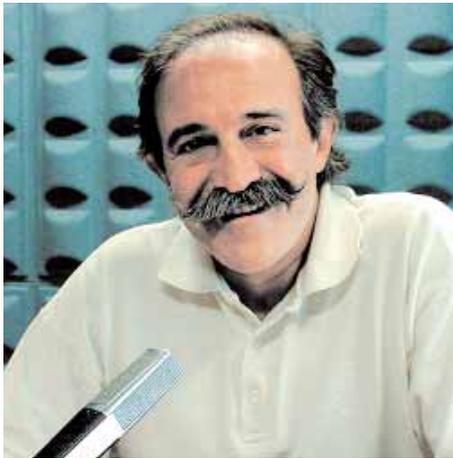
En estos años Canal Sur Radio puso en marcha quince nuevos programas con el objetivo de ofrecer a los oyentes productos competitivos y de interés para una audiencia mayoritaria. Quizá el espacio que mayor relevancia social ha obtenido entre todas las novedades

es **El pelotazo**. La emisora no contaba con un programa deportivo que compitiera en la franja de noche. El reto era arriesgado porque suponía entrar en un territorio en el que el resto de las cadenas habían consolidado sus productos. Por eso se pensó en **El pelotazo**, un espacio que combinara la información deportiva con el humor, específico y universal, como es el que fabrica José Guerrero *Yuyu*, un joven letrista del carnaval de Cádiz de reconocida trayectoria.

En la temporada 2001-2002 el programa comenzó con una duración de 60 minutos que se dobló en la temporada siguiente con la incorporación del periodista deportivo Ángel Acién. La amplia penetración social del espacio se puede testar en los miles de correos electrónicos que se reciben y en los multitudinarios programas que se han realizado con público en directo en todas las provincias andaluzas, destacando entre ellos el celebrado en el Auditorio de Dos Hermanas donde se llegaron a reunir 4.000 personas.

En este periodo también consolidó la oferta informativa de la mañana liderada por Tom Martín Benítez. **La hora de Andalucía** consiguió situarse en el mismo nivel, y a veces por encima, de los grandes programas matinales de resto del país. La fórmula de información, opinión y participación de la audiencia sobre un tema de actualidad se ha convertido en una de las opciones preferidas por los andaluces. A partir del otoño de 2003, el programa incluyó dentro de sus contenidos **El radiobarómetro**, un sondeo de opinión realizado por el Instituto de Estudios Sociales de Andalucía dependiente del Consejo Superior de Investigaciones Científicas cuyas entregas semanales están teniendo amplia repercusión mediática.

Otra apuesta con éxito es el espacio **Habla con Olga**, presentado por Olga Bertomeu y puesto en antena en septiembre de 2002. La popular psicóloga había adquirido un enorme predicamento social a través de su trayectoria profesional, sus libros y, sobre todo, sus intervenciones en la radio y la televisión, pero



△△ Jesús Melgar, Carmen Borja e Inmaculada Jabato son otros de los profesionales que trabajan en la radio de Andalucía.

► **Un nutrido grupo de veteranos profesionales ha dado la bienvenida a los nuevos fichajes de la radio autonómica**

► **Tom Martín Benítez y Olga Bertomeu han amenizado las mañanas radiofónicas con noticias y actualidad**

► **'El público', presentado por Jesús Vigorra, se consolida como la mejor oferta de las tardes en Canal Sur Radio**

2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

ésta era la primera vez en la que se ponía al frente de un programa en la hora punta de la radio, las once de la mañana. El espacio, de amplio contenido social, suponía también un reto, ya que a esa hora la mayoría de los programas abordan asuntos ligeros o de entretenimiento. Canal Sur Radio, sin dejar de entretener y divertir, apostó porque esa hora sirviera también para reflexionar sobre las relaciones humanas en todos sus perfiles. Este espacio estuvo precedido en la temporada 2001-2002 por **Enhorabuena**, conducido por Jesús Melgar, un producto clásico de las mañanas de la radio, en el que la diversión, los concursos y las entrevistas se combinaban con otros formatos de entretenimiento.

El público es otro intento de hacer algo distinto en las tardes de la radio. Con el mismo nombre y el mismo director, Jesús Vigorra, que el programa cultural que emitía la cadena desde 1998, **El público** pasó, en la temporada 2001-2002, a ser el gran contenedor de las tardes. No es un programa de cultura

que se amplía y cambia de hora sino un espacio en el que una visión culta de la vida y de las cosas se abre paso en una de las tres franjas horarias decisivas de la radio. El contraste de opiniones, la tertulia de mujeres futboleras, el viejo Carbonilla y las historias de Chano Lobato y Matilde Coral, son algunos de los momentos más atractivos del programa.

Fruto de nuestro interés por ofrecer propuestas que sean reflejo del avance y los nuevos usos de la sociedad actual fue **Aviso para navegantes**. Nacido como una revista de internet y nuevas tecnologías en la emisora de noticias, en la temporada 2001-2002 se convirtió en un programa de la cadena generalista conducido por Primi Sanz.

En la programación de madrugada se creó el espacio **Cuéntame**, presentado por Carmen Borja, para convertirnos en los oídos que están siempre dispuestos a escuchar a la gente, un tiempo para compartir historias, experiencias y desahogos.

También los nuevos usos sociales nos lle-

varon a crear **Sin tabaco** y **Bienvenidos**, que se emitían los fines de semana a las nueve de la mañana. El primero es una propuesta en favor de la salud, una batalla para que desterremos el hábito de fumar, donde se ofrece un amplio muestrario de técnicas y métodos para dejar de fumar de la mano de Enrique Jesús Moreno. Por su parte, **Bienvenidos**, de Juan José Téllez, es un programa dedicado al fenómeno de la inmigración, a los inmigrantes y a la sociedad de acogida porque sólo a través de un mutuo conocimiento se puede lograr una convivencia armónica y respetuosa. En la temporada 2003-2004, **Sin tabaco** ha pasado a emitirse a las ocho y media de la mañana de los sábados y a contar con un espacio propio diario dentro del contenedor de las tardes de **El público**. Por su parte, **Bienvenidos**, ha adaptado su horario a las necesidades y a los hábitos de la población inmigrante, pasando a emitirse los viernes a las diez de la noche.

En los fines de semana también se creó



◁ La bailaora Matilde Coral y el cantaor Chano Lobato son dos colaboradores habituales de 'El público', de Jesús Vigorra.

▷ El equipo de deportes de Canal Sur Radio está formado por un cualificado equipo de profesionales de la información.

► El dúo de Chano Lobato y Matilde Coral, uno de los grandes descubrimientos del espacio de Jesús Vigorra

► 'La hora de Andalucía' se ha situado en el mismo nivel, y a veces por encima, de los grandes programas nacionales

► La emisora organiza habitualmente la emisión de programas en directo en lo que llamamos 'el estudio circular'

en la temporada 2001-2002 el programa **La buena estrella** conducido por Inmaculada Jabato, una apuesta por ofrecer una visión relajada y distendida de la actualidad, salpicada de la participación de los oyentes. Tras **La buena estrella**, los sábados y domingos se colocó en la rejilla el espacio **Autor, autor**, avalado por la SGAE, que es un amplio recorrido por el mundo de la creación.

Otras novedades del fin de semana revelaban nuestra apuesta por la cultura. **El cultural**, la gran revista de novedades culturales del fin de semana, presentada desde Málaga por Miguel Fernández, director del histórico programa de madrugada **Los sabios** que en esta temporada ha cumplido su décimo aniversario; **La música de Tom**, en el que Tom Martín Benítez muestra su pasión por la música; **Soto, caballo y rey**, un programa muy personal del cantante José Manuel Soto; y **Cinecita**, el magazine del séptimo arte que presentó el crítico de cine Federico Casado, espacio que fue sustituido por **El sabático**.

En el capítulo de Informativos se puso en antena una nueva edición de **Hora sur** a las 8 de la tarde, seguida de un suplemento de actualidad en el que entrevistamos a los protagonistas del día. En 2001 se denominó **El personal**, dirigido por el veterano periodista andaluz, Juan Teba, y en 2002 pasó a llamarse **Largo y tendido**, realizado por Miguel Ángel Fernández, que también dirige la tertulia de opinión de la noche **La mirilla**. En estos años se incorporaron a la edición y presentación de **Hora sur**, Valentín García, Araceli Limón, Manuel Vicente, Jorge González, Nuria Durán, Natalia Barnés y Aurora Gilibert. Los programas de deportes **La jugada** estuvieron conducidos por Antonio Rengel y Javier Pardo, el primer año, y José Carlos Barbado y Luis Arenas, a partir del segundo. El veterano periodista deportivo, Juan Manuel Pedreño, presentó el carrusel **La jugada del fin de semana**, espacio en el que no tenemos competencia al ser la única emisora que ofrece información al minuto de lo que ocurre en los campos

de 2ª división B y 3ª división de nuestro fútbol. En estos años también se consolidó **Carrusel taurino**, una experiencia inédita en la radio española. Dirigido por Juan Ramón Romero, es algo más que un programa de toros, ya que la capacidad descriptiva y el conocimiento del lenguaje de su conductor logran que los toros *se vean* por la radio.

Por último, a las tradicionales transmisiones de Carnaval, Semana Santa, romerías de El Rocío y la Virgen de la Cabeza, y las ferias de primavera y verano, se sumaron nuestra presencia en la Feria de Abril de Barcelona y la Bienal de Flamenco de Sevilla. En el ámbito literario, la emisora dedicó programas especiales a los centenarios de Luis Cernuda, **Encuentros con Cernuda**; y Rafael Alberti, **Alberti íntimo**. Por último, y con motivo de la inauguración del Museo Picasso de Málaga, se puso en marcha una programación especial, **Picasso vuelve**, destinado a difundir la personalidad y la trascendencia histórica de Pablo Ruiz Picasso.



▽ La redacción de Canal Sur Radio, en su sede del antiguo Pabellón de Andalucía en la Isla de la Cartuja de la capital hispalense.

▷ De izquierda a derecha, y de arriba a abajo: Carlos Alberto Diego, Api Jiménez, Lola Álvarez y Jesús Prieto, las voces que dan carácter a la radio.

Radio Andalucía Información

A la vuelta del verano de 2002, el tercer canal de la radio pública de Andalucía recibió el impulso definitivo. La programación autónoma creció hasta las 24 horas de emisión. Las conexiones en simultáneo con la emisora matriz se limitaron a los grandes informativos **Hora sur** de las 8.00, 14.00 y 20.00 horas. El impulso se aprovechó para renombrar la cadena añadiendo la palabra "radio" y actualizar el logotipo original.

El cambio de imagen hacia Radio Andalucía Información se subrayó con la renovación de todo el vestido sonoro de la emisora. Bajo la dirección de uno de los fundadores de la

radio pública de Andalucía y responsable de antena, Paco Sánchez, se realizaron nuevas promos horarias, jingles, separadores y sintonías de cadena en estudios de Barcelona y Sevilla con voces de reconocido prestigio.

El lanzamiento publicitario de la ampliación se hizo en varias etapas. En prensa con la campaña "Para los que no pueden esperar", en radio utilizando nuestros tres canales con la campaña "A todas horas, todos los días, en todas partes", a la que siguió "La radio que más cuenta", "Noticias en tiempo real", y por último "La radio de ahora mismo"; y en televisión con los spots "Los pueblos que saben escuchar" y "24 horas de actualidad".

En la programación de mañana se incluyó a primera hora **El despertador**, un espacio de noticias alternativo, basado en titulares, reportajes especializados, música y humor. El módulo de información permanente se mejoró incluyendo titulares cada cuarto de hora, información del tráfico y el tiempo cada media hora, nuevos bloques de servicio público



y más información deportiva. Destacan dos iniciativas, la emisión de boletines en varios idiomas, inglés, francés, alemán, italiano, árabe y ruso como contribución de la radio pública a la integración de las comunidades de otros países que residen en Andalucía, y la música de oro, una selección de las mejores canciones de la historia de la música del siglo XX con la que se cierra cada hora.

En el otoño del año 2003, se pusieron en marcha las nuevas desconexiones locales del tercer canal. Cuatro boletines horarios de noticias de cinco minutos acercan la actualidad más próxima durante la competitiva franja de la mañana.

Para la programación de tarde, la Jefatura de Informativos decidió acercarse a determinados aspectos de la sociedad actual mediante el género de revistas y suplementos informativos. Se trata del mayor reto diario de servicio público para atender a todos los sectores y colectivos de nuestra sociedad. Desde entonces, cuando el ritmo de las noti-

cias decae, Radio Andalucía Información se especializa y ofrece espacios de consumo, salud, solidaridad, medio ambiente, inmigración, turismo, asesoramiento jurídico, universidad, internet, cine, flamenco, motor, música clásica, historias de la radio y, para promover desde el desarrollo y el conocimiento el avance de la tierra en la que vivimos, también se han puesto en antena espacios de ciencia y cultura tecnológica como **El observatorio**. Destacan además las revistas **Parlamento**, que resume los viernes el trabajo de la cámara andaluza durante la semana; **A pulso**, dedicada a la población reclusa; **Vamos a leer**, en la que se refleja nuestro compromiso con el Pacto Andaluz por el Libro, **Camelamos naquerar**, dirigida a la población andaluza de origen romaní y **La Isla de la Radio**, un suplemento de fin de semana para los más pequeños. En 2003 se añadieron **Andaluzas**, un suplemento dedicado a las mujeres de nuestra época, sus posibilidades, sus problemas y sobre todo su futuro; **Edad de oro**, un programa

► **Radio Andalucía Información recibió el impulso definitivo con la emisión de una programación de 24 horas**

► **El cambio de imagen de Radio Andalucía Información se subrayó con la renovación de todo su vestido sonoro**

► **Un servicio público de la radio es la emisión de boletines en varios idiomas: inglés, francés, alemán, italiano, árabe y ruso**



2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

para nuestros mayores; **Sierra Nevada, Escala mundial**, un profundo repaso a la actualidad internacional; y **Orquestas andaluzas**.

Cabe destacar también otras tres revistas temporales que estuvieron unidas a acontecimientos concretos, como **Memoria del 92**, que se emitió en el décimo aniversario de la Expo; **Memorias del Estatuto**, que celebró en 2001 el vigésimo aniversario del Estatuto de Autonomía para Andalucía; y **Que yo te quiero verde**, una serie de cuatro programas de una hora, que repasó con todos sus protagonistas el nacimiento de la autonomía.

En la madrugada y el fin de semana se optó por una programación alternativa con titulares de noticias, información del estado de las carreteras, el tiempo y música de oro realizada en directo por presentadores-productores utilizando la fórmula radiofónica del autocontrol, de uso generalizado en emisoras de Cataluña, Unión Europea y América.

Por último, Radio Andalucía Información, consciente de su valor para cumplir con el

mandamiento radiofónico de la inmediatez, se ha especializado en la transmisión de acontecimientos en directo. En estos años, los plenos del Parlamento Andaluz, las referencias del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y el Consejo de Ministros, y las Sesiones de Control al Gobierno en Sevilla y Madrid se han traducido en convocatorias fijas de nuestra programación. También se han ofrecido en directo carnavales, festivales flamencos y otras manifestaciones culturales.

Asimismo, la radio pública se convirtió en algunas ocasiones, en la radio oficial de acontecimientos puntuales como el Aniversario de la Constitución de 1812 en San Fernando, ciudad donde también estuvimos en los actos del décimo aniversario de la muerte del malogrado cantaor flamenco, José Monge, *Camarón de la Isla*; los Juegos Ecuéstres Mundiales de Jerez, los Mundiales de Remo y Piragüismo de Sevilla y los Campeonatos MundoVela Bahía de Cádiz, y otras en la radio oficial, caso de la Cumbre de Jefes de Estado y

de Gobierno de la Unión Europea, celebrada en Sevilla, y todos los actos paralelos hasta completar una programación especial de 40 horas de transmisiones en directo. Así mismo se hicieron programaciones especiales para transmitir todos los actos institucionales por los 25 años de la Constitución española.

En otros acontecimientos imprevistos, la emisora demostró su capacidad de reacción. El atentado contra las Torres Gemelas de Nueva York y la posterior guerra de Afganistán modificaron la programación siempre que fue necesario y exigieron un despliegue especial de corresponsales en Oriente Medio, Nueva York, Londres, Bruselas y Marruecos. Radio Andalucía Información también alteró su parrilla para informar sobre la muerte de Carlos Cano, la guerra de Irak, las movilizaciones a favor de la paz y las elecciones municipales y autonómicas del año 2003, en las que se realizó un despliegue importante con equipos de seguimiento a líderes nacionales, autonómicos y locales.



△ Patrick Humphries (inglés), Caroline Bandinet (francés) y Achin Klein (alemán) han realizado los informativos de la radio en otras lenguas.

▷ 'La Fiesta del Fiesta' ha convocado a sus exitosas citas a los más importantes intérpretes del pop y del nuevo flamenco andaluz.

► Radio Andalucía Información se ha especializado en la transmisión de acontecimientos en directo

► Programaciones especiales con motivo de los 25 años de la Constitución Española y del proceso autonómico andaluz

► Con la guerra de Irak, las movilizaciones a favor de la paz y las elecciones del 2003 se realizaron grandes despliegues

El caso de Canal Fiesta Radio

La antigua Fórmula Uno, cadena musical de Canal Sur Radio, se convirtió en Canal Fiesta Radio el 22 de enero de 2001. El cambio de denominación trajo consigo una nueva orientación musical basada en la identidad andaluza en convivencia con los gustos musicales mayoritarios de la juventud. La cadena mantuvo los programas de más éxito de la antigua parrilla siguiendo criterios de calidad y respeto a los gustos musicales minoritarios, al tiempo que se puso al frente de la música andaluza del siglo XXI. Su apuesta por el nuevo flamenco, la música latina y el pop español revolucionó el dial de radio en

Andalucía y sorprendió a las cadenas musicales de ámbito nacional. En su primer año de vida pasó de 62.000 a 317.000 oyentes de lunes a viernes. Un año después cerró el ejercicio con 463.000 oyentes.

La campaña de lanzamiento de Canal Fiesta Radio en prensa, radio y televisión, diseñada por la empresa TAPSA, resultó espectacular. Bajo el título genérico de “Tu música, tu Fiesta”, se basó en vincular el concepto “fiesta” de día feliz, sin compromisos, relajado y con tiempo libre para la diversión con la escucha de la nueva radio-fórmula. Así, sintonizar la emisora convertiría en un acontecimiento festivo cualquier actividad, generaría memoria sobre lo disfrutado y haría soñar con repetir momentos felices. Con figuras humanas que bailaban inundadas por el color rojo corporativo de la nueva marca se realizó una campaña de expectativa sobre el cambio de denominación y contenido musical utilizando las frases “La mejor fórmula de Radio es la Fiesta”, seguida por “El 22 de enero comienza la Fiesta”

y “El próximo lunes es Fiesta. Y el otro, y el otro, y el otro...” La campaña se desveló el fin de semana anterior al inicio de la nueva programación: “A partir de ahora todos los días serán Fiesta. Llega Canal Fiesta Radio”.

La creación de la imagen sonora de Canal Fiesta Radio corrió a cargo del músico malagueño Antonio L. Gil, componente del grupo Danza Invisible y artistas andaluces como El Barrio, José Mercé, El Lebrijano y el grupo Papá Levante colaboraron poniendo su voz a la melodía original de la nueva emisora, que se convirtió de inmediato en la plataforma de lanzamiento de solistas y grupos de Andalucía que dejaron de depender de la decisión de emisoras de Madrid para presentar sus creaciones. En la primavera de 2003 se consideró necesario dotar de un ritmo más “pop” a la sintonía original procediéndose a la revisión y adaptación de todos los jingles y efectos genéricos de la cadena.

Canal Fiesta Radio consiguió conjugar con éxito una programación competitiva en hora-



2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

La cantante Pastora Soler es una buena muestra de la música actual que se hace en Andalucía y que se emite en Canal Fiesta Radio.

rios de máxima audiencia con espacios de calidad clásicos en la radio pública musical como **El bulevar del jazz**, **El país de los sueños**, **Corazón de melón**, **Local de ensayo** o **Mundo evasión**.

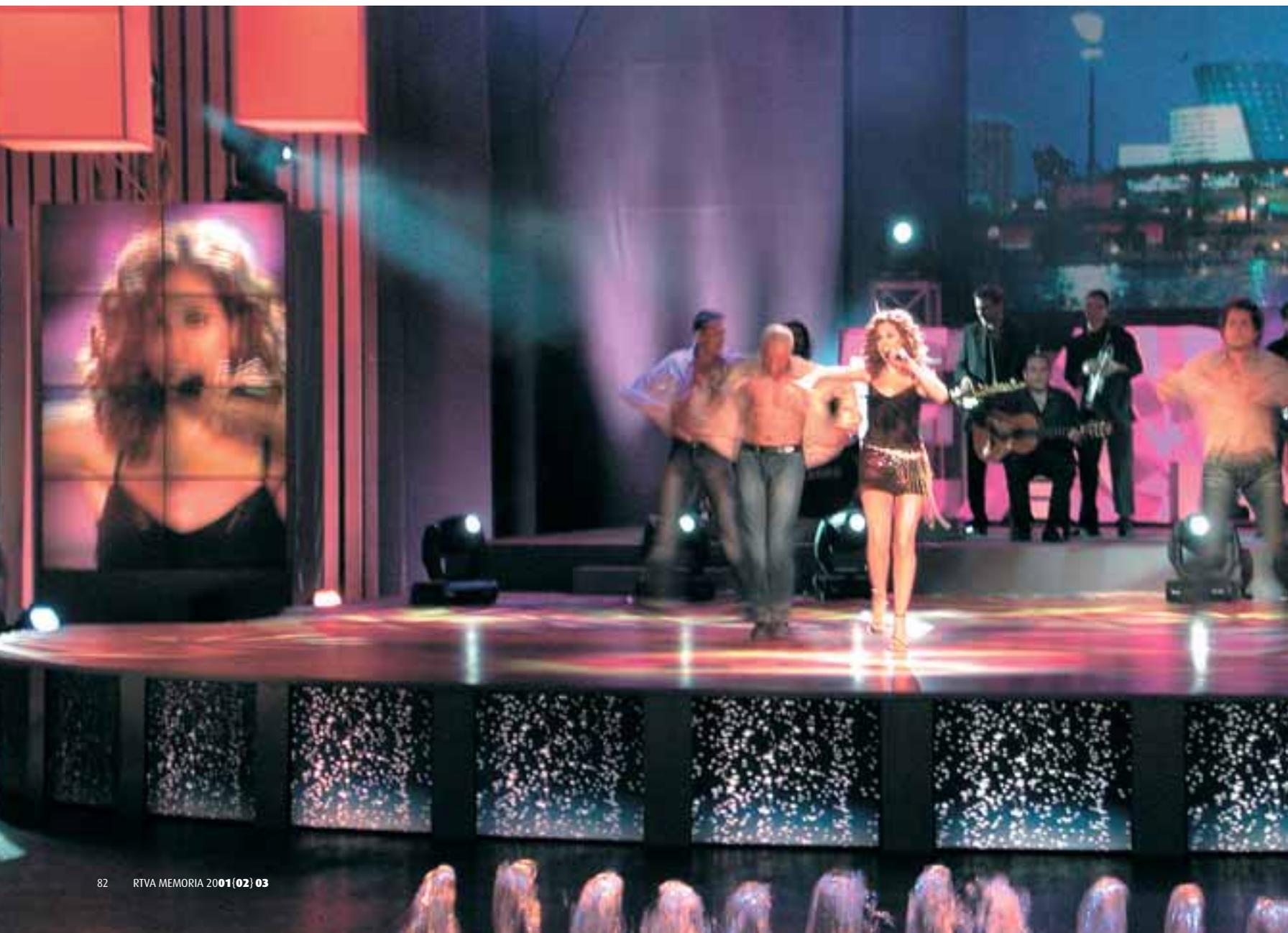
Los programas **Anda levanta**, dedicado en exclusiva a la nueva música andaluza, **Andalucía en rock**, **DJ'manía** y **Sexo sentido**, un consultorio juvenil sobre las relaciones sexuales, completaron la parrilla de la cadena junto a **Fórmula Fiesta**, la columna vertebral de la programación. La revisión realizada de la parrilla en otoño de 2003 consolidó el espacio **Cazatalentos** como un programa de temporada, es decir de emisión no temporal, y supuso también la creación de **En chill-out**, espacio que vino a sustituir a **DJ'manía**, como clara apuesta por poner en valor ritmos con raíces claramente sureñas.

La radio creó el concierto promocional **La Fiesta del Fiesta**, que recorre Andalucía cada tres meses para que los jóvenes andaluces vean de cerca a sus ídolos musicales sin cos-

te alguno y en grandes espacios. Todas las empresas discográficas españolas y medio centenar de artistas colaboraron en este periodo a consolidar la imagen de la cadena y a que la juventud andaluza nos sienta como algo suyo. Más de 80.000 jóvenes asistieron en directo a estos conciertos y muchos más los disfrutaron gracias a las transmisiones especiales de Canal 2 Andalucía que consiguieron un *share* medio del 10 por ciento durante la emisión de las fiestas.

Además, Canal Fiesta Radio continuó siendo la emisora oficial de destacados eventos juveniles como el Espárrago Rock, Lagarto Rock, Festival de Blues de Cazorla y Etnosur, y de acontecimientos únicos como el concierto del cantante internacional Manu Chao, en Granada, el festival joven X Aniversario de Expo 92 y la fiesta de música y nuevas tecnologías Gate To Future, celebrada en Sevilla.

Otra de las grandes novedades de esta etapa consistió en poner la emisora musical al servicio de los pueblos y ciudades en fies-



tas. Canal Fiesta Radio actuó de hilo musical en la denominada *Calle del Infierno* de la Feria de Abril de Sevilla, logrando acabar con la insufrible competencia en decibelios entre las atracciones y unificando la línea musical del área más visitada del recinto. La histórica experiencia, valorada desde todos los sectores como un gran avance cívico, se repitió con éxito en otras ciudades mediante un acuerdo con la Federación de Empresarios de Atracciones de Feria de Andalucía.

Por último, para confirmar su apuesta por la cultura y las artes, Canal Fiesta Radio puso en marcha en 2002 el Certamen Andaluz de Intérpretes y Autores **Cazatalentos**, destinado a descubrir nuevos valores de la música de Andalucía. El concurso concluyó en octubre con tres galas celebradas en el Teatro Municipal de Los Palacios y Villafranca, en Sevilla, emitidas en diferido por Canal 2 Andalucía. Canal Sur Radio, como prometían las bases del certamen, hizo las gestiones para que los ganadores consiguieran firmar su vinculación

con distintos sellos fonográficos con los que grabarían su primer disco y se comprometió a promocionar a través de todos los canales de radio y televisión de la RTVA la aparición en el mercado de sus primeras canciones originales. Los ganadores fueron Carmona, de Los Palacios (Sevilla), Sandra de La Línea de la Concepción (Cádiz), Daniel Navarro, de Málaga y Estela, de Granada. En la edición de 2003 se desbordaron las previsiones y se tuvieron que programar dos galas clasificatorias celebradas en el Auditorio de Isla Cristina (Huelva), previas a las semifinales que se desarrollaron en el Teatro Municipal de Palma del Río (Córdoba). Los vencedores de la segunda edición cuya final se celebró en la Casa Colón de Huelva fueron Robin de Villanueva del Ariscal (Sevilla), Diez Negritos, de Málaga, Alicia Gil de Tomares (Sevilla), y Rebutito de Tarifa (Cádiz). Junto al primer premio consistente en la grabación del primer disco para cada ganador también se entregó un segundo premio de 3.000 euros a la mejor canción.

► **Canal Fiesta Radio continuó siendo la emisora oficial de destacados eventos como el Espárrago Rock o Etnosur**

► **Se puso en marcha en 2002 el Certamen Andaluz de Intérpretes y Autores 'Cazatalentos', para descubrir nuevos valores**

► **'La Fiesta del Fiesta' recorre Andalucía cada tres meses para que los jóvenes andaluces vean de cerca a sus ídolos musicales**



△ **Irache Rodríguez y Pedro Sánchez son algunas de las voces más conocidas de Canal Fiesta Radio.**

△ **Pepa Rosales y Manuel Triviño presentan 'Fórmula Fiesta' en Canal Fiesta Radio.**

Acciones especiales

Gala de Premios El Público

El teatro de la Fundación El Monte acogió durante estos dos años las Galas de entrega de los Premios El Público, que destacan la labor artística y cultural de los creadores andaluces. En 2002, los galardonados por el programa de Canal Sur Radio fueron Antonio Domínguez Ortiz, en la modalidad de ensayo y pensamiento; Paz Vega, en cine; Estrella Morente, artista revelación; José Mercé, en flamenco; Curro Romero, por su trayectoria profesional; Caballero Bonald, en narrativa; Pablo García Casado, en poesía; la Sala La Imperdible de Sevilla, en artes escénicas; Rogelio Ló-

pez Cuenca, en artes plásticas; José Seguí, en arquitectura; Pasión Vega, en música; y El Legado Andalusi, en el apartado de Institución Cultural. En la gala de entrega actuaron Juan Peña, El Lebrijano, Mónica Molina, José Manuel Soto, Digo Digo Teatro y Roberto Quintana, que rindió un homenaje a Luis Cernuda con motivo del centenario de su nacimiento.

En 2003, los premiados fueron Eduardo Mendicutti, en narrativa; José Antonio Muñoz Rojas, en poesía; Ignacio Tovar, en artes plásticas; y Cristina Hoyos, en artes escénicas. En el apartado de ensayo y pensamiento, el galardón fue para Pedro Martínez Montávez. El actor sevillano, Juan Diego, recibió el premio de cine; María Jiménez, el de música; y Niña Pastori, el de flamenco. Roberto Luna, ganó el apartado de arquitectura y la Fundación Tres Culturas se llevó el reconocimiento como mejor Institución Cultural. En el nuevo apartado de ciencia, el galardón fue para el investigador, Juan Pérez Mercader; el premio revelación recayó en los andaluces de la primera

edición de Operación Triunfo, y el cantaor Antonio Núñez *Chocolate* recibió el reconocimiento por su trayectoria profesional. En la Gala se otorgó además un premio especial a Chano Lobato y Matilde Coral y actuaron Abigail, Chambao, María Jiménez, el Cazatalentos Carmona, la actriz Rosario Pardo y el mago Migue.

El Llamador, Bajo Palio y La Bacalá

Como cada Cuaresma, desde que lo fundara el recordado periodista Luis Baquero, el programa de la Semana Santa de Sevilla realizó en el Lope de Vega la ceremonia de entrega de El Llamador. En 2001, el reconocimiento de la radio fue para el Hermano Mayor de la Cofradía de Los Gitanos, Juan Miguel Ortega Ezpeleta. En 2002, recayó en Luis León, por su dilatada trayectoria y en 2003 lo recibió José Tristán, director de la Banda del Maestro Tejera.

El concierto Bajo Palio es otro clásico en las vísperas de la Semana Santa de Málaga. Se trata de un recital de marchas procesiona-



les en el que participan bandas de toda Andalucía. Bajo Palio se celebra desde principios de los 90 en el Teatro Cervantes de Málaga.

La Bacalá es el galardón que entrega a un personaje de la Semana Santa nuestra emisora de Granada. En 2001, el premio se dio a la Federación de Hermandades y Cofradías en su 75 aniversario, en 2002, al capataz, Antonio Osuna, y en 2003 a Enrique Iniesta.

Ediciones

Son varias las ediciones de compactos y libros que Canal Sur Radio ha realizado en estos años. Destacan 'Noche entre dos labios', editado en 2001, es el primer trabajo discográfico de esta formación musical titulado 'La Música de la Poesía'; y 'Teatro radiofónico'. Este último se editó en colaboración con el Festival Iberoamericano de Teatro de Cádiz, BNV, ZAP Producciones y Caja San Fernando. Con él se recuperó el teatro radiofónico con un montaje sobre la guerra. 'H' fue el nombre de la obra editada, escrita y dirigida por Pedro G.

Romero e interpretada por la chirigota carnavalesca de José Luis García Cosío.

Con motivo del 5º Aniversario de Canal 2 Andalucía, una mesa redonda protagonizada por Arturo Pérez-Reverte, Juan Eslava Galán y Rafael de Cózar sirvió para la confección de la versión multimedia de la ya mítica novela de Reverte 'El Capitán Alatriste'.

En colaboración con el Ayuntamiento de San Fernando, Canal Sur Radio cedió una serie de reportajes y de narraciones para la confección de un disco, 'Crónicas y nacimiento del constitucionalismo moderno', que recoge la recreación de los hechos que dieron lugar al nacimiento de la Constitución de 1812.

'Que yo te quiero verde. 25 años de autonomía andaluza' es un disco compacto resumen de 60 minutos de la serie homónima emitida en conmemoración del 25 aniversario de la creación del primer gobierno andaluz. Dirigido y presentado por un testigo de excepción, el periodista Enrique García.

Destaca la edición del CD-ROM 'Anuario

Andaluz de la Ciencia El Observatorio', en 2002 y 2003. Editado gracias a la iniciativa de 'El Observatorio' de Enrique Díaz, y en colaboración con la Junta de Andalucía y la Asociación Española de Periodismo Científico, entre otros. Por último, citar la publicación de sendos libros de fotografías de Paco Sánchez: 'Memorias del Estatuto' y 'Nueva savia del flamenco'.

Gala Aguja de Oro

La programación de los Carnavales de Cádiz, los únicos que se transmiten en cadena para toda Andalucía, se corona con la gala de entrega de la Aguja de Oro con la que Canal Sur Radio premia el mejor tipo de las agrupaciones de carnaval. En 2001, el jurado otorgó el galardón al coro El Museo, en 2002 la agrupación ganadora fue la comparsa Los Ángeles Caídos y en 2003 al cuarteto La Tía Norica. El acto de entrega se realiza con la Federación de Peñas Gaditanas y cuenta con la actuación de varios de los premiados en el Falla.



△ La gala de los Premios 'El público' se retransmite en Canal 2 Andalucía y se celebró en 2002 y 2003 en la sala Joaquín Turina de El Monte.

◁ El historiador Antonio Domínguez Ortiz fue galardonado con el premio de 'El público' en la modalidad de ensayo y pensamiento en 2002.

► Los premios de 'El Público' se han consolidado como uno de los galardones de la cultura más importantes de Andalucía

► El Llamador y La Bacalá, así como el concierto Bajo Palio, son ya seña de identidad de Canal Sur Radio

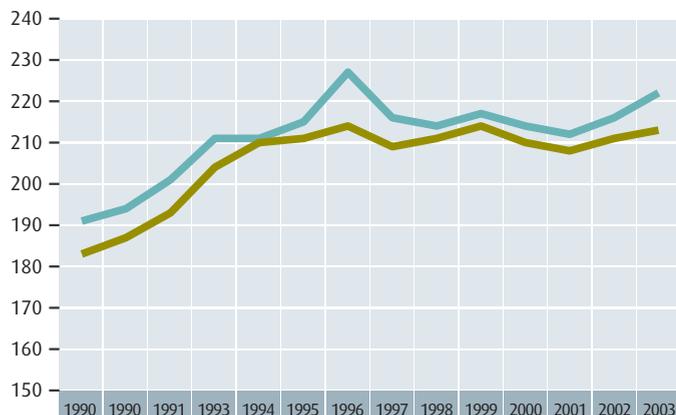
► La programación de los Carnavales de Cádiz se culmina con la entrega de los premios Aguja de Oro

2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

Minutos de visionado diario

Evolución anual

Minutos



Andalucía	191	194	201	211	211	215	227	216	214	217	214	212	216	222
España	183	187	193	204	210	211	214	209	211	214	210	208	211	213

Minutos de visionado diario por targets

2003

Targets	Andalucía	España
Ind. 4+	222	213
4 a 12 años	164	146
13 a 24 años	148	143
25 a 44 años	199	191
45 a 64 años	282	253
65 y más	318	302
Clase Media baja y Baja	246	236
Clase Media	210	209
Clase Alta y Media alta	190	180
Hombres	196	194
Mujeres	246	231
- 50 Mil	223	213
50 - 500 Mil	225	216
+ 500 Mil	213	207
Amas de casa	286	271

Abonados a televisión de pago

Tipo de abonado	Andalucía	España	
2001	Analógico	425.408	2.541.641
	Digital	569.296	3.690.602
	Vídeo comunitario/Cable	800.768	2.367.556
	TV de pago	1.795.472	8.599.799
2002	Analógico	301.440	2.089.020
	Digital	665.680	3.899.504
	Vídeo comunitario/Cable	816.400	2.611.275
	TV de pago	1.783.520	8.599.799
2003	Analógico	228.623	1.691.664
	Digital	617.900	3.559.543
	Vídeo comunitario/Cable	722.943	2.854.683
	TV de pago	1.569.466	8.105.890

Share de las cadenas en Andalucía

Cadenas	2001	2002	2003
Canal Sur Televisión	17,3	17,2	17,9
Canal2 Andalucía	4,2	4,6	5,2
TVE1	23,9	22,9	21,1
La 2	6,4	6,2	5,5
Tele 5	19,9	19,6	20,1
Antena 3	18,7	19,5	18,8
Canal Plus	1,9	1,7	1,7
Locales	2,4	2,6	3,1
Canal Satélite Digital	1,5	1,8	0,9
Vía Digital	0,8	1,1	0,7
Digital Plus			1,6
Otros	2,8	2,8	3,4

El segmento poblacional que más minutos dedica a ver la televisión es el formado por los mayores de 65 años, que superan las cinco horas y quince minutos de consumo al día. Este dato contrasta con los menos “teleadictos”, jóvenes y niños, que vieron la televisión aproximadamente dos horas y media al día.

Pero, ¿cómo se distribuye este tiempo entre las distintas cadenas? De esos 222 minutos dedicados al consumo televisivo diario, dedicamos 110 a ver canales de televisión públicos (RTVE y RTVA); 87, a canales privados (Tele 5 y Antena 3), 15 a canales de pago y 10 minutos al resto. Estas cifras corroboran la tendencia alcista de las televisiones públicas.

La RTVA es la segunda televisión más vista en Andalucía, con una cuota media de pantalla en el año 2003 del 23,1%. Este resultado se alcanza gracias al 17,9% de Canal Sur Televisión y el 5,2% de Canal 2 Andalucía.

La televisión local continúa creciendo a ritmo moderado y consigue en 2003 una cuo-

ta de mercado del 3,1%, 4 décimas más que en el resto de España y 5 más que el año anterior. Este dato se obtiene de consolidar la audiencia alcanzada por todas las cadenas locales existentes en nuestra comunidad.

Otro dato de interés es la televisión de pago —en sus dos vertientes: cable y satélite— a la que, según las tres oleadas del Estudio General de Medios (EGM) de 2003, se han abonado 1.507.676 andaluces. Este número de abonados en Andalucía representa el 19,2% de los suscritos a televisión de pago en España y el tiempo que dedicamos a ver esta modalidad televisiva es de 15 minutos diarios.

Canal Sur Televisión

Los cuatro millones de personas residentes en Andalucía han vuelto a aupar a Canal Sur Televisión al segundo puesto del ránking de las audiencias. Canal Sur Televisión tuvo en 2001, un 17,3% de *share* o cuota media de mercado, en 2002 un 17,2% y en 2003 un 17,9%.

► **En estos tres años, Canal Sur Televisión ha conseguido 17,4% de *share* o cuota media de mercado**

► **Cuatro millones de andaluces han vuelto a aupar a Canal Sur Televisión al segundo puesto de audiencia en nuestra comunidad**

► **Los resultados se han conseguido con una programación en la que tienen cabida todos los géneros televisivos**

Andalucía es la comunidad autónoma española que más televisión consume, de acuerdo con los datos de la empresa de audiometría Taylor-Nilson-Sofres (TNS). Durante 2001, vimos un promedio de 212 minutos diarios; en 2002, 216 minutos; y en 2003, 222 minutos. La RTVA es la segunda televisión más vista en la comunidad andaluza.

2.4

Las audiencias

Entre las preferencias de los andaluces

2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

Características de la audiencia de Canal Sur Televisión

Share									
Targets	Lunes a Viernes			Sábado y Domingo			Lunes a Domingo		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Ind. 4+	17,3	17,3	18,1	17,5	16,8	17,6	17,3	17,2	17,9
4 a 12 años	10,9	11,7	11,6	10,6	11,0	14,6	10,8	11,5	12,5
13 a 24 años	12,7	12,7	12,8	14,4	12,3	13,8	13,2	12,6	13,1
25 a 44 años	13,8	12,5	12,4	14,8	13,3	14,1	14,1	12,7	12,9
45 a 64 años	20,0	19,2	19,9	20,0	19,7	18,8	20,0	19,3	19,6
65 y más	24,0	27,7	28,8	23,6	24,5	24,6	23,9	26,8	27,7
Clase Media baja y Baja	20,3	22,1	22,6	20,0	19,5	20,7	20,2	21,4	22,0
Clase Media	15,0	13,3	15,0	15,6	14,5	15,5	15,2	13,6	15,1
Clase Alta y Media alta	12,4	11,4	11,4	13,7	13,3	13,0	12,8	11,9	11,9
Hombres	16,3	16,4	17,0	18,5	17,6	18,5	17,0	16,8	17,5
Mujeres	18,0	18,0	18,9	16,6	16,0	16,8	17,6	17,5	18,3
Activos	14,5	13,9	14,4	16,4	15,1	15,6	15,1	14,3	14,8
Inactivos	18,4	18,7	19,6	18,0	17,6	18,5	18,3	18,4	19,3
- 50 Mil	17,3	18,4	19,4	18,1	17,9	18,8	17,5	18,3	19,2
50 - 500 Mil	17,0	16,1	16,3	16,5	15,5	16,6	16,8	16,0	16,4
+ 500 Mil	17,5	16,1	17,2	17,4	15,4	15,1	17,5	15,9	16,6
Amas de casa	19,2	19,0	20,1	17,8	17,4	17,6	18,9	18,6	19,4
Cabeza de familia	18,7	18,8	19,4	20,7	19,9	20,3	19,3	19,1	19,6

Evolución del share de Canal Sur Televisión

% Share. Lunes-Domingo



Resultados de Canal Sur Televisión por días de la semana

Días semana	Cuota			AM(000)		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Lunes	17,5	17,5	18,4	189	194	208
Martes	17,4	17,2	18,0	183	186	199
Miércoles	17,2	17,1	18,4	182	184	200
Jueves	17,5	17,7	17,9	182	190	194
Viernes	16,7	17,2	17,7	175	180	187
Lunes a Viernes	17,3	17,3	18,1	182	187	198
Sábado	18,7	18,1	19,1	193	186	202
Domingo	16,3	15,5	16,1	174	171	179
Sábado y Domingo	17,5	16,8	17,6	183	178	191
Lunes a Domingo	17,3	17,2	17,9	183	184	196

Tiempos dedicados a cada género en Canal Sur Televisión

Producción propia/ajena

Género	2001		2002		2003	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Cine	981,4	13,6%	1.017,4	14,5%	965,9	12,6%
Concursos	360,8	5,0%	470,1	6,7%	176,3	2,3%
Deportes	317,5	4,4%	245,6	3,5%	199,3	2,6%
Culturales	642,2	8,9%	357,8	5,1%	506,0	6,6%
Infantil	844,3	11,7%	820,9	11,7%	812,6	10,6%
Informativos	1.573,1	21,8%	1.494,5	21,3%	1.732,5	22,6%
Miscelánea	1.746,3	24,2%	1.726,0	24,6%	1.977,8	25,8%
Musicales	194,8	2,7%	196,5	2,8%	743,6	9,7%
Religiosos	101,0	1,4%	98,2	1,4%	92,0	1,2%
Series	360,8	5,0%	491,1	7,0%	345,0	4,5%
Toros	101,0	1,4%	98,2	1,4%	107,3	1,4%
Total programación	7.216,0	100,0%	7.016,3	100,0%	7.666,1	100,0%

El sábado continúa siendo el día de la semana donde logramos el *share* más elevado (19,1%, en 2003). Entre semana los mejores resultados los conseguimos los lunes y miércoles con un 18,4% de *share*, y eso a pesar de competir esos días con espacios de máxima audiencia como 'Operación triunfo' y la Liga de Campeones (TVE) o 'La isla de los famosos' en (Antena 3).

En cuanto a la evolución mensual de la audiencia hay pocos altibajos en los resultados logrados por la cadena. Estos resultados se han conseguido con una programación en la que tienen cabida todos los géneros televisivos, especialmente los dedicados a la información, que abarcan durante el 2003 más del 22,6% de la programación total, seguidos por el cine, los espacios infantiles y el género musical. Y no sólo lo decimos nosotros, TNS ha contabilizado un total de 4.800 horas dedicadas a la información en estos tres años. Dicho de otro modo, Canal Sur Televisión informa durante más de cuatro horas al día.

La apuesta e incremento de la información han sido ampliamente respaldados por los espectadores, ya que un 17,5% ha elegido Canal Sur Televisión para mantenerse informados.

Noticias 2, en su emisión de lunes a viernes, es el informativo que alcanza la cuota de pantalla más alta de la cadena con un 20,5%, lo que supone una subida de 1,4 puntos de *share* respecto al año 2002. Por su parte, **Noticias 1** consigue de lunes a viernes una cuota del 19,1%. Los fines de semana, nuestro informativo de las 20.30 horas ha experimentado una progresión claramente positiva a lo largo del año 2003, logrando en el mes de diciembre un 24,5% de cuota de pantalla. El crecimiento del *share* de **Noticias 1** y **Noticias 2** en su emisión del fin de semana es 2,3 y 1,8 puntos superior, respectivamente, al del año pasado.

Dentro de los programas de información ha sido **Andalucía Directo** el espacio que ha alcanzado los mejores resultados de su histo-



△ Carlos María Ruiz presenta de lunes a viernes el informativo Canal Sur 'Noticias 2', que alcanzó la cuota más alta de la cadena con un 20,5%.

△△ Rody Aragón condujo el concurso 'Números rojos', que fue el programa más visto en 2001 con una cuota media del 21,7%.



△ 'Andalucía Directo', presentado por Blanca Rodríguez, es líder de audiencia en su franja horaria de emisión.



△△ Rafael Gordillo y Santiago Roldán han narrado los partidos de la Liga de Fútbol Profesional en las últimas temporadas.

► Se han contabilizado 4.800 horas dedicadas a la información, lo que significa una media de cuatro horas diarias en Canal Sur

► Un 17,5% de los andaluces ha elegido los informativos de Canal Sur Televisión para conocer las últimas noticias

► 'Noticias 2' es el informativo que alcanza la cuota de pantalla más alta de la cadena, con un 20,5% de *share*

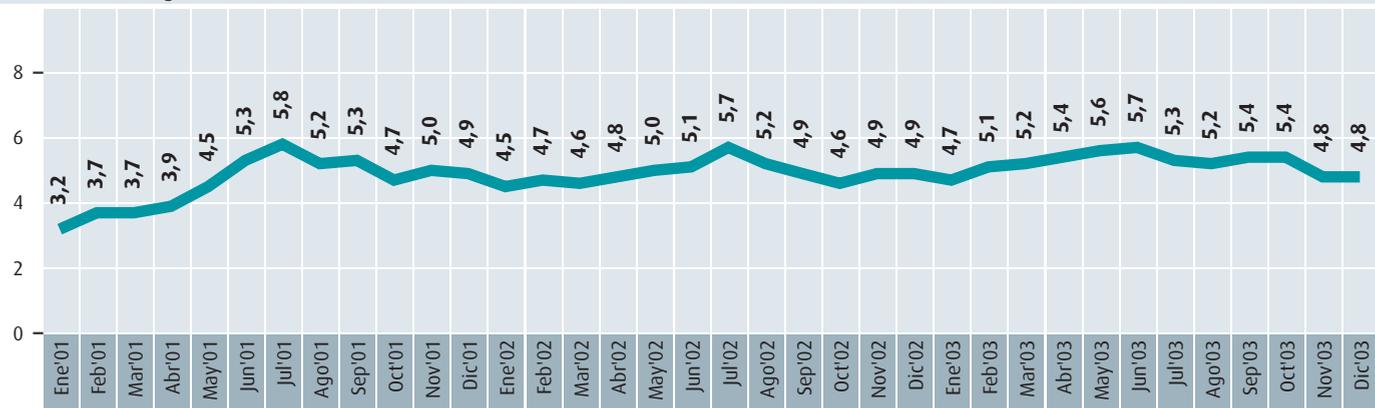
2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

Características de la audiencia de Canal2 Andalucía

Share	Lunes a Viernes			Sábado y Domingo			Lunes a Domingo		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Ind. 4+	4,6	4,9	5,5	3,3	3,9	4,4	4,2	4,6	5,2
4 a 12 años	14,6	14,0	16,9	3,0	5,1	6,6	11,1	11,3	13,9
13 a 24 años	3,4	3,9	5,0	3,0	3,4	4,2	3,3	3,7	4,8
25 a 44 años	4,3	4,5	5,6	3,5	4,0	4,7	4,1	4,4	5,3
45 a 64 años	3,8	4,2	3,9	3,6	4,2	4,3	3,7	4,2	4,0
65 y más	2,8	3,4	3,5	3,1	3,0	3,6	2,9	3,3	3,5
Clase Media baja y Baja	4,3	5,0	5,5	3,3	4,1	4,8	4,0	4,8	5,3
Clase Media	4,7	4,9	5,5	3,4	3,7	4,1	4,3	4,6	5,1
Clase Alta y Media alta	5,2	4,3	5,6	3,2	3,8	4,2	4,6	4,1	5,2
Hombres	5,2	5,9	6,3	3,7	4,4	5,1	4,8	5,4	5,9
Mujeres	4,0	4,2	4,9	3,0	3,5	3,9	3,7	4,0	4,7
Activos	3,9	4,1	4,5	3,6	4,1	4,5	3,8	4,1	4,5
Inactivos	4,8	5,2	5,9	3,2	3,8	4,4	4,4	4,8	5,5
- 50 Mil	4,8	5,4	6,2	3,3	4,1	4,9	4,4	5,0	5,9
50 - 500 Mil	3,8	4,2	4,8	3,2	3,4	3,9	3,6	4,0	4,5
+ 500 Mil	5,1	4,4	4,5	3,5	4,0	4,0	4,6	4,3	4,3
Amas de casa	3,4	3,8	4,3	3,1	3,5	3,9	3,3	3,7	4,2
Cabeza de familia	4,2	4,8	4,8	3,8	4,2	4,8	4,1	4,6	4,8

Evolución del share de Canal2 Andalucía

% Share. Lunes-Domingo



Resultados de Canal2 Andalucía por días de la semana

Días semana	Cuota			AM(000)		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Lunes	5,0	5,0	5,4	54	56	61
Martes	4,4	4,7	5,8	46	51	64
Miércoles	4,3	4,7	5,5	46	51	60
Jueves	4,6	4,8	5,3	48	52	58
Viernes	4,6	5,1	5,4	48	53	57
Lunes a Viernes	4,6	4,9	5,5	48	53	60
Sábado	3,2	3,7	4,6	33	38	48
Domingo	3,4	4,1	4,3	36	45	48
Sábado y Domingo	3,3	3,9	4,4	35	41	48
Lunes a Domingo	4,2	4,6	5,2	44	49	57

Tiempos dedicados a cada género en Canal2 Andalucía

Producción propia/ajena

Género	2001		2002		2003	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Cine	1.015,3	13,8%	683,5	8,0%	588,7	6,9%
Concursos	294,3	4,0%	264,9	3,1%	162,1	1,9%
Deportes	706,3	9,6%	717,7	8,4%	725,2	8,5%
Culturales	2.553,0	34,7%	3.469,0	40,6%	3.208,1	37,6%
Infantil	1.603,9	21,8%	1.879,8	22,0%	2.073,3	24,3%
Informativos	316,4	4,3%	299,1	3,5%	435,1	5,1%
Miscelánea	382,6	5,2%	529,7	6,2%	426,6	5,0%
Musicales	309,0	4,2%	393,0	4,6%	418,1	4,9%
Series	183,9	2,5%	316,1	3,7%	503,4	5,9%
Total programación	7.357,5	100,0%	8.544,4	100,0%	8.532,1	100,0%

ria con un 21,2% de cuota de pantalla media anual en 2003 y una tendencia ascendente en los últimos meses (llegando al 23,1% en julio). **Andalucía Directo** es el líder de su franja de emisión.

En cuanto a los informativos no diarios, destacan los resultados del programa **Los reporteros**, que consigue un 14,5% de *share* y 329.000 espectadores. Es, sin duda, su mejor resultado en los últimos años. Un mérito al que, además, hay que añadir que se emite en horario de *prime time*, cuando ninguna otra cadena se atreve a programar espacios de carácter informativo. También destaca **Salud al día** que logra un *share* del 15%.

¿Cuáles han sido los programas de más éxito en estos tres años? Para conocer cuáles han sido estos espacios hemos elaborado un ranking del que se han excluido las retransmisiones deportivas, el cine y aquellos programas cuyo número de emisiones no superan las 3 veces en el año. De este modo, en 2001 el gran ganador fue el programa con-

curso **Números rojos** (con una cuota media del 21,7% y 515.000 espectadores), seguido por la serie **Arrayán** y **Armas de seducción**.

En 2002, 690.000 espectadores auparon al primer puesto a la serie **Arrayán**, seguida muy de cerca por **Ratones coloraos** de Jesús Quintero, que cada miércoles ha congregado frente a la pantalla a 682.000 espectadores.

En 2003, nuevamente es **Arrayán** el que ocupa el primer puesto con 735.000 espectadores y un *share* del 25,5%, y **Ratones coloraos**, con un *share* del 23,7%, el que ocupa la segunda posición.

Canal 2 Andalucía

Canal 2 Andalucía ha incrementado su audiencia en 2003 un 11,5% y ha sido junto a Canal Sur TV y Tele 5 las cadenas que ha mejorado los resultados del año anterior en Andalucía. Además, ha sido la cadena que más ha crecido porcentualmente. La cuota de pantalla de Canal 2 Andalucía en 2001 fue del 4,2%, en 2002 se alcanzó el 4,6%, y en 2003

se logró un 5,2% (llegando a superar durante varios meses el 5,5%). Con sólo cinco años de vida, esta cadena es vista por 2.495.000 espectadores de media diaria.

Igual que el último año de Canal Sur Televisión, son los meses estivales los mejores para la cadena a nivel de audiencias. Especialmente significativo es el 5,7% alcanzado en junio de 2003.

La vocación joven de Canal 2 Andalucía se ve reflejada en el perfil de sus espectadores, siendo la franja infantil (de 4 a 12 años) el *target* fundamental de la cadena con un 13,9% de *share* en 2003. Por este motivo, Canal 2 ha hecho una apuesta muy importante por la programación infantil, una apuesta que nos ha llevado a ser los primeros entre los más jóvenes durante la emisión del programa **La Banda**.

En total, Canal 2 Andalucía ha dedicado en 2003 un 24,3% de su tiempo de emisión a la programación infantil, sólo superado por los espacios culturales que suponen el 37,6% de



△ Luis Cátedra es el director del programa de investigación periodística de Canal Sur Televisión, 'Los reporteros'.

△△ Jesús Quintero ha dirigido varios exitosos programas en las dos cadenas andaluzas, como 'El Vagamundo' y 'Ratones coloraos'.



△ La serie de producción propia 'Arrayán', que se graba en el pueblo malagueño de Coín, ha batido todos los récords de audiencia.

△△ La presentadora Natalia Estrada estuvo un tiempo en antena con el espacio 'Armas de seducción', en Canal Sur Televisión.

► 'Andalucía Directo' ha experimentado una tendencia ascendente y es el líder de su franja de emisión

► En 2002, 690.000 espectadores auparon al primer puesto a la serie 'Arrayán', seguida muy de cerca por 'Ratones coloraos'

► La vocación joven de Canal 2 Andalucía se ve reflejada en el perfil de sus espectadores, que van de los 4 a los 12 años

2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

Características de la audiencia de Canal Sur Televisión

2001

Canal Sur Televisión					Canal2 Andalucía				
	Programa	Emisiones	AM (000)	Cuota		Programa	Emisiones	AM (000)	Cuota
1	Números rojos	39	515	21,7	1	El vagamundo	50	193	7,1
2	Arrayán	127	512	20	2	El cuerpo humano	7	141	5,2
3	Armas de seducción	5	500	19,8	3	La tierra del tigre	4	119	5,9
4	Senderos de gloria	42	476	19,9	4	Gol a gol	46	107	4,4
5	Plaza Alta	26	449	23,7	5	La Banda	133	103	6,6
6	Amor no como lo pitan	124	444	22,7	6	National Geographic	67	98	4,7
7	El destornillador	14	435	20,8	7	Vida salvaje	14	96	4,2
8	Viva la Fiesta	7	397	22,4	8	National Geographic Explorer	13	92	4,5
9	Contraportada	296	393	17,5	9	Príncipe de Bel Air	97	92	5,6
10	Escalera de color	12	393	19,9	10	La Banda del Sur	120	89	4,8
11	¿Y tú que opinas?	17	384	19,2	11	El mundo perdido	20	88	5,6
12	Si te he visto no me acuerdo	4	364	14,1	12	Batalla sexos M. Anima	6	86	4,4
13	Vidas prestadas	4	363	16,9	13	El vagamundo (R)	22	84	4,5
14	Cántame	33	362	18,6	14	Siete días	41	84	3,4
15	Deportes 1	58	361	15,9	15	Circo	4	82	5,1
16	Gran gala del humor	4	357	18,1	16	La niñera	38	71	4,4
17	Noche de primavera	7	354	16,4	17	Telenoticias	240	65	2,5
18	Bravo por la amistad	75	348	21,3	18	Medias de seda	15	63	3,2
19	Bravo por la tarde	207	347	18,9	19	De punta a cabo	182	62	3,3
20	Noticias Provincial 1	211	339	21,6	20	Como el agua	8	60	2,1
21	Gol a gol	49	339	16,3	21	Las mil y una noches	49	59	3,7
22	Noticias 1	366	336	18,7	22	La fiesta del Fiesta	8	59	4,9
23	Toros	15	316	22,4	23	Misterios Ruth Rendel	17	57	3,5
24	Ven con nosotros	6	316	15,8	24	El sentido del crimen	13	56	3,8

2002

Canal Sur Televisión					Canal2 Andalucía				
	Programa	Emisiones	AM (000)	Cuota		Programa	Emisiones	AM (000)	Cuota
1	Arrayán	151	690	24,5	1	El vagamundo	32	186	6,4
2	Ratones coloraos	6	682	23,2	2	Planeta azul	6	150	4,6
3	Vaya.com	13	460	18,5	3	Bonanza	126	150	11
4	Contraportada	249	454	19,7	4	Príncipe de Bel Air	48	130	5,4
5	Números rojos	21	448	17,5	5	Gol a gol	50	114	4,7
6	Senderos de gloria	42	430	17,4	6	La Banda	380	100	6,2
7	Noticias provincial 2	142	411	18	7	Sinceros	38	99	4,1
8	Gol a gol	48	385	18,5	8	Pesadillas Naturaleza	5	98	5,4
9	Flash-back, regreso al pasado	36	380	19,7	9	Batalla sexos M. Anima	6	97	4,9
10	Vidas prestadas	85	378	17	10	El mundo perdido	20	94	6,6
11	El destornillador	28	376	17,4	11	Viajes Insólitos	6	92	5
12	Viva la fiesta	3	369	18,5	12	National Geographic	18	90	4,7
13	Bravo por el verano	40	368	21,9	13	Vida salvaje	29	88	4,8
14	Contigo	28	366	19,4	14	Al sur de Granada	4	88	5,2
15	Bravo por la tarde	210	364	20,5	15	El vagamundo (R)	20	84	4,6
16	Escalera de color	20	362	16,2	16	Lances	11	84	4,3
17	Deportes 1	237	354	15,1	17	Tierras Altas	5	82	4,2
18	Mr. Bean	24	346	18,4	18	Andalucía memoria viva	13	80	2,9
19	Noche de primavera	22	345	17,6	19	National Geographic Explorer	7	79	3,8
20	Deportes 2	37	333	17,3	20	Siete días	33	78	3,6
21	Noticias 2	359	331	18,7	21	Nuestras aves	13	76	3,9
22	Noticias 1	365	326	19	22	Testigos directos	7	75	3,6
23	Noticias provincial 1	215	325	20,7	23	Mujeres rotas	4	71	2,8
24	Bravo por la amistad	242	320	20,5	24	Documental	27	67	3,5

2003

Canal Sur Televisión					Canal2 Andalucía				
	Programa	Emisiones	AM (000)	Cuota		Programa	Emisiones	AM (000)	Cuota
1	Arrayán	140	735	25,5	1	Shin Chan	246	246	13,4
2	Ratones coloraos	34	665	23,7	2	La tierra del tigre	6	212	6,3
3	El padrino	13	571	19,9	3	El virginiano	110	179	12,5
4	Siete Lunas	29	456	18,1	4	Gol a gol	44	138	5,2
5	Hospital Sur	7	423	13,7	5	Sinceros	51	118	4,8
6	Semana Santa Sevilla	5	422	18,7	6	Príncipe de Bel Air	27	116	5
7	Bravo por la tarde	124	421	22,6	7	La Banda de verano	84	114	6,7
8	Verano y Medio	64	419	23,1	8	Cosas de casa	211	112	7,8
9	Loco mundo loco	27	414	16,9	9	Vida salvaje	5	110	6
10	Senderos de gloria	27	411	17,3	10	Kung Fu	26	98	8
11	Noticias Provincial 2	144	411	17,8	11	La Banda	459	98	6,7
12	Contraportada	250	407	17,7	12	National Geographic	24	97	4,3
13	Irma de noche	13	393	17,1	13	Sheena	57	92	5,1
14	Vaya.com	16	386	18,6	14	Telenoticias	230	91	4,1
15	Punto y Medio	65	378	19,6	15	Lances	30	89	5,1
16	Con sabor de verano	8	376	21,2	16	El cuerpo humano	8	87	5,5
17	Gol a gol	77	373	17,9	17	Los ángeles de Charlie	47	85	6,6
18	Flash-back, regreso al pasado	25	361	18,9	18	Experiencia TV	14	80	3,7
19	Carnavales de Cádiz	10	357	18,5	19	Especial Informativo	3	79	3,9
20	Noticias 2	365	356	20,3	20	Siete días	34	77	4
21	Noticias provincial 1	218	349	20,9	21	Pesadillas Naturaleza	10	74	4,2
22	Noticias 1	365	347	19,1	22	Cazatalentos (R)	5	74	1
23	Mr. Bean	19	339	18,7	23	Batalla sexos M. Anima	6	73	4,2
24	Contigo	25	331	17,5	24	National Geographic Explorer	6	72	3,6

la cadena. El deporte y el cine son los dos siguientes géneros a los que Canal 2 Andalucía ha dedicado un mayor porcentaje de su tiempo de emisión.

Canal 2 Andalucía ha sido más competitivo de lunes a viernes, siendo el martes es el día que presenta una evolución más positiva: hemos pasado del 4,7% de *share* al 5,8% en 2003, posicionándose como el día donde alcanzamos la mayor cuota.

El ranking de programas de los dos primeros años está liderado por **El vagamundo** de Jesús Quintero, con casi 200.000 espectadores. La segunda posición la comparten el género documental, **El cuerpo humano** (2001) y **Planeta azul** (2002). Las siguientes posiciones las ocupan el espacio deportivo **Gol a gol**, el infantil **La banda** y el de entretenimiento **Sinceros**.

En el año 2003, la serie familiar **Shin Chan** ha ocupado la primera posición con un *share* del 13,4% y una audiencia media de 246.000 espectadores diarios, seguido de otros pro-

gramas como el documental **La tierra del tigre**, la serie **El virginiano** y **Gol a gol**.

Andalucía Televisión

Andalucía Televisión llega a los espectadores a través de las plataformas digitales Canal Satélite Digital y Vía Digital y a partir del 21 de julio de 2003 a través de Digital+, y de forma analógica. En 2003, el promedio de audiencia acumulada mensual de este canal fue de 1.333.000 espectadores (vía plataformas) y 1.014.000 espectadores (vía analógica). Andalucía Televisión es la décima cadena digital más vista en 2003 entre los más de 100 canales de este tipo que emiten en España en la actualidad.

Canal Sur Radio

En el último año en Andalucía se ha experimentado un ascenso del consumo de radio generalista y temática. Canal Sur Radio ha incrementado su número de oyentes y alcanza en 2003 los mejores resultados de los últi-

Andalucía Televisión			
Audiencia acumulada mensual			
	2001	2002	2003
Digital	1.207.000	1.450.000	1.333.000
Analógico	960.000	938.000	1.014.000

Cadenas	Año 2001		Año 2002		Año 2003	
	Cuota	NAA(100)	Cuota	NAA(100)	Cuota	NAA(100)
Canal+ (Digital)	0,3	621	0,3	637	0,3	811
Canal+ 2 (Digital+)	0	0	0	0	0,1	296
Canal+ Cine 1 (Digital+)	0	0	0	0	0,1	265
Canal+ Cine 2 (Digital+)	0	0	0	0	0	225
Canal+ ...30 (Digital+)	0	0	0	0	0	218
Canal+ Deportes 1 (Digital+)	0	0	0	0	0	215
Canal+ Cine 3 (Digital+)	0	0	0	0	0	215
AON (Digital+)	0	0	0	0	0,1	191
Plus AZ (C)	0,1	309	0,1	310	0,1	191
Calle 13 (Digital+)	0	0	0	0	0,1	190
Plus 8 (C)	0,1	388	0,1	303	0,1	188
TVM SAT (Digital)	0	87	0,1	218	0	184
Eurosport (Digital)	0	178	0	174	0	181
Andalucía TV (Digital)	0,1	179	0,1	221	0,1	178
Cinemanía Azul (Digital+)	0	0	0	0	0	170
Fox (Digital+)	0	0	0	0	0	170
RDF (Digital+)	0	0	0	0	0,1	169
Cinemanía (Digital+)	0	0	0	0	0	161
Fox Kid (Digital)	0,1	140	0,1	205	0,1	158
Cinemanía Rojo (Digital+)	0	0	0	0	0	154
Nick-Paramount (Digital+)	0	0	0	0	0	128
Calle13 (C)	0,1	198	0,1	194	0,1	120
Operación Triunfo (Digital+)	0	0	0	0	0	120
Plus 30 (C)	0	26	0	194	0	119
AON (C)	0,1	181	0,1	187	0	118
D Cine Studio (Digital+)	0	0	0	0	0	117
Disney Channel (Digital+)	0	0	0	0	0	114
TCM (Digital+)	0	0	0	0	0	112
D Cine Español (Digital+)	0	0	0	0	0	111
Cartoon Net (Digital+)	0	0	0	0	0,1	108
Hollywood (Via Digital)	0	101	0	145	0	104
Gran Via (Via Digital)	0,1	136	0,1	195	0	102
Fox (C)	0	69	0	133	0	102
AT (V)	0,1	165	0,1	218	0,1	100
Disney (C)	0,1	219	0,1	187	0	89
40 Latitas (Digital+)	0	0	0	0	0	97
Disney Channel +1 (Digital+)	0	0	0	0	0	97
Compañías (Digital+)	0	0	0	0	0	96
Canal C Valenciense (Digital)	0	61	0	77	0	95
ONVA (C)	0	138	0	130	0	92
40 TV (Digital+)	0	0	0	0	0	88
Real Madrid TV (Digital+)	0	0	0	0	0	87
Show (Via Digital)	0,1	125	0,1	160	0	86
C. Sur (Via Digital)	0	0	0	95	0	85
MTV España (Digital+)	0	0	0	0	0	84
E+ Deporte 2 (Digital+)	0	0	0	0	0	83
Discovery (Digital+)	0	0	0	0	0	83
RTB Sur (Digital)	0	55	0	74	0	81
Canal Cadena (Digital+)	0	0	0	0	0	79
Operación Triunfo (C)	0	0	0,1	262	0	79
Viajar (Digital+)	0	0	0	0	0	77
RDF (Via Digital)	0,1	129	0,1	135	0	76
Nat Geographic (Digital+)	0	0	0	0	0	75

► El ranking de programas de 2001 y 2002 en Canal 2 Andalucía está liderado por ‘El vagamundo’ con 200.000 espectadores

► En 2003, la serie familiar ‘Shin Chan’ de Canal 2 Andalucía ocupa la primera posición con una audiencia media de 246.000

► Andalucía Televisión es la décima cadena digital más vista en 2003 entre las más de 100 de este tipo que emiten en España

2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

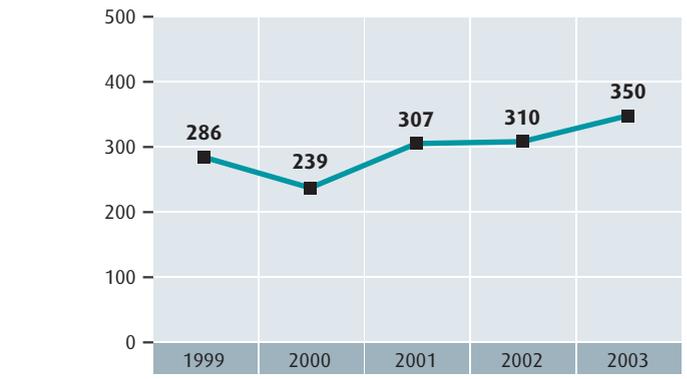
Consumo de radio en Andalucía

Evolución anual. Lunes-Domingo Miles de oyentes



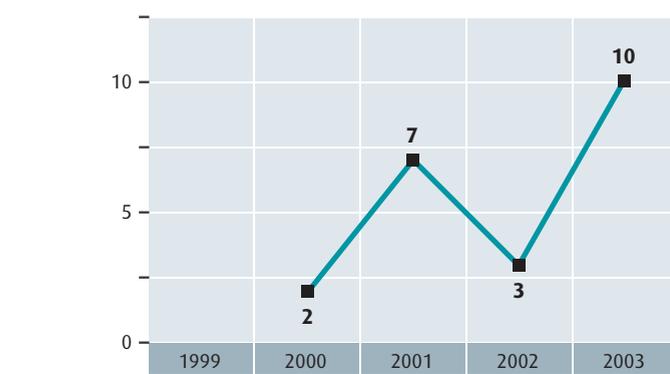
Audiencia acumulada de Canal Sur Radio

Evolución anual. Lunes-Viernes Miles de oyentes



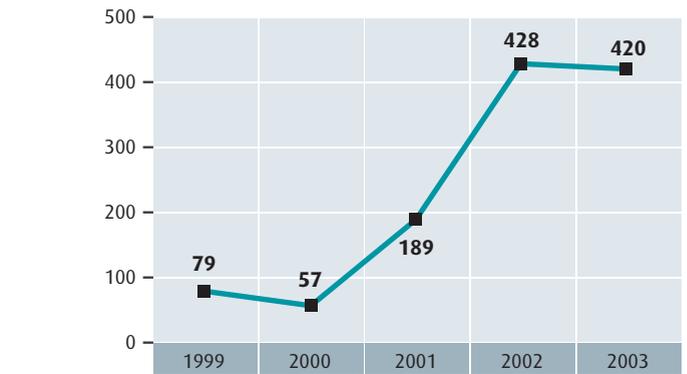
Audiencia acumulada de Radio Andalucía Información

Evolución anual. Lunes-Viernes Miles de oyentes



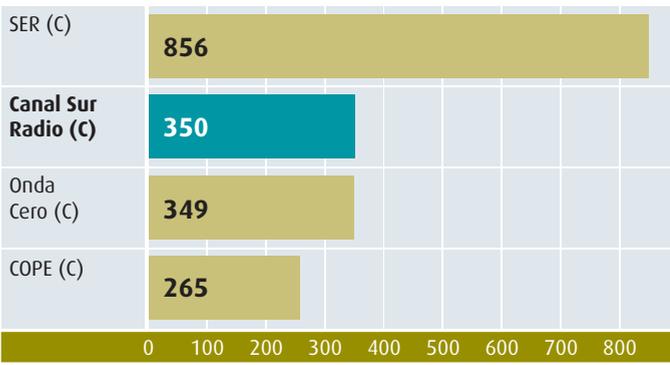
Audiencia acumulada de Canal Fiesta Radio

Evolución anual. Lunes-Viernes Miles de oyentes



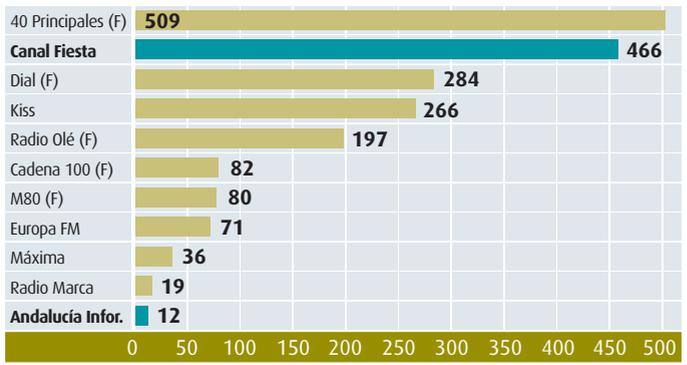
Principales cadenas de radio generalista

2003 Miles de oyentes



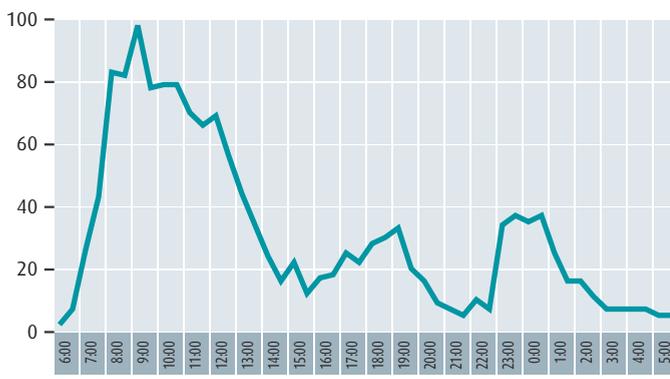
Principales cadenas de radio temáticas

3º Ola 2003. Octubre-Noviembre. Promedio laborables Miles de oyentes



Audiencia de Canal Sur Radio por medias horas

3º Ola 2003. Octubre-Noviembre. Promedio laborables Miles de oyentes



Audiencia de Canal Fiesta Radio por medias horas

3º Ola 2003. Octubre-Noviembre. Promedio laborables Miles de oyentes



mos cinco años. Un total de 350.000 oyentes es la media que arrojan las tres oleadas realizadas por EGM durante el 2003, lo que nos sitúa como la segunda radio más oída en Andalucía (superada sólo por la Ser y por encima de Onda Cero y Cope). Los mejores resultados, según la última oleada del EGM de 2003, se alcanzan en la franja matinal con **La hora de Andalucía** y **Habla con Olga**; y los fines de semana con **La buena estrella**.

Canal Fiesta Radio

El caso de Canal Fiesta Radio tiene pocos precedentes en 2001. La oferta de radio temática musical de RTVA cambió de nombre y de concepto. De este modo, Fórmula Uno pasó a llamarse Canal Fiesta Radio. La respuesta de los oyentes no se hizo esperar y fue, además, espectacular. En tan sólo cinco años hemos multiplicado por cinco la audiencia, y se ha pasado de tener 79.000 oyentes a tener más de 420.000 de promedio de lunes a viernes. El incremento ha sido correlativo a la con-

quista de público joven, ya que, según la tercera ola del EGM de 2003, el 42,3% de los oyentes de Canal Fiesta Radio tienen menos de 24 años y el 89,3%, entre 14 y 44 años.

Este más que notable incremento de audiencia sitúa a Canal Fiesta Radio como la segunda cadena de radio temática musical con más audiencia de Andalucía, superada exclusivamente por Cadena 40 y muy por encima de otras como Cadena Dial o Radiolé. Canal Fiesta Radio consigue sus mejores resultados de audiencia a las 11.30 horas. Según la tercera ola del EGM de 2003, es líder de audiencia entre las radios musicales de Andalucía desde las 9.00 a las 13.00 horas y de 16.00 a 19.30 horas.

Radio Andalucía Información

Nuestra cadena *todonoticias* consiguió 7.000 oyentes de promedio de lunes a viernes en 2001, 3.000 en 2002 y 10.000 en 2003, con una oferta básicamente informativa las 24 horas del día.

► **Canal Sur Radio incrementa su número de oyentes y alcanza en 2003 los mejores resultados de los últimos cinco años**

► **Canal Fiesta Radio ha multiplicado por cinco la audiencia y tiene en 2003 más de 420.000 oyentes de media**

► **Nuestra cadena 'todonoticias' consiguió más de 10.000 oyentes de promedio de lunes a viernes en 2003**



Las estrellas de la radio: Tom Martín Benítez, Olga Bertomeu, Jesús Vigorra, José Guerrero, 'Yuyu' e Inmaculada Jabato.

2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía



△ El nuevo diseño de la página la dotó de un mayor atractivo y de un acceso rápido a los contenidos tanto informativos como corporativos.

▽ Todas las actividades que se desarrollan en el ámbito de la comunicación externa de la RTVA, como las exposiciones, tienen aquí cabida.



La página web de la RTVA tal y como hoy la conocemos cumplió el 28 de febrero dos años de existencia. A lo largo de todo este tiempo hemos hecho un esfuerzo diario por ofrecer a través de Internet la mejor información en el momento mismo en el que ocurren las noticias. Calidad y rapidez han sido las dos constantes de nuestra labor en este ámbito. Pero además de información de actualidad, *www.rtva.es* es un buen escaparate de la Radio y Televisión de Andalucía en el que se incluyen secciones de información corporativa y programas de nuestras cadenas y emisoras. Sendos apartados son revisados y actualizados desde la Dirección de Comunicación e Imagen de RTVA y en cada uno de los ejercicios de esta memoria, 2001, 2002 y 2003, hemos confeccionado un total de 1.300 páginas.

Imagen corporativa

En la parte corporativa, Canal Sur Web sirve información de los departamentos que si-

guen: la Dirección General, Secretaría General, Dirección de Comunicación e Imagen, Dirección Comercial, Dirección de Organización, Recursos Humanos y Servicios Generales, Dirección Económica y Financiera, Dirección Técnica, Dirección de Antena, Dirección de Informativos, Jefatura de Audiencias y Mercados, así como todas las Direcciones Territoriales de RTVA.

Como ejemplos concretos de los contenidos corporativos podemos destacar: 'La Revista de Canal Sur', 'La Fonoteca de Canal Sur Radio', 'Documentos RTVA', 'Venta de imágenes a empresas', Licitaciones de la RTVA...

En cuanto al apartado de programas debemos decir que requiere una actualización de contenidos permanente en función de la periodicidad de emisión de los espacios radiofónicos o televisivos. En total se actualizan las páginas de un total de 24 programas de Canal Sur Televisión, de 32 espacios de Canal 2 Andalucía, 30 de Canal Sur Radio, 30 de Canal Fiesta Radio y de 27 revistas de Radio An-

dalucía Información. En los años que refleja esta memoria se han introducido además 1.350 notas de prensa en 2001, 1.500 en 2002 y unas 1.700 en 2003, más las noticias corporativas de portada (un centenar por año) que tienen un tratamiento especial con incorporación de imágenes, audio y video.... También se han incluido 900 programaciones cada año de televisión y radio, 300 informes anuales de sugerencias y quejas del Defensor del Oyente y del Espectador y 50 banners cada ejercicio.

La información en Internet

En el apartado informativo, la web de RTVA, que recibió en 2003 el Premio Andalucía de Periodismo que concede la Junta de Andalucía, ofrece información diaria de cada una de las ocho provincias andaluzas, incluyendo texto, fotografías, video y audio. Igualmente, damos importancia a la información regional, así como a los contenidos de carácter nacional e internacional que se producen.

La página web de la RTVA ha sabido compaginar calidad e inmediatez tanto en contenidos de rigurosa actualidad informativa, como en su apartado de imagen corporativa, que incluye además toda la información relacionada con distintos programas. Esta información ha sabido además integrar, para mayor eficacia informativa, texto, imagen, audio y video.

2.5

Canal Sur Web

www.rtva.es,
el mejor escaparate de la RTVA en la red

2. La oferta de la Televisión y la Radio de Andalucía

Igualmente hemos prestado especial atención al mundo del deporte. De hecho nuestro esfuerzo por incluir videos de todos los partidos de la Liga de Fútbol nos ha llevado a convertirnos en uno de los referentes informativos imprescindible para muchos aficionados al deporte, que encuentran en Internet un medio ideal para mantenerse informados de la actualidad deportiva. Los archivos de video son de alta calidad, pero tamaño reducido, una ecuación ideal para que cualquier internauta que lo desee pueda conservar estos archivos.

Nuevo diseño

Por otro lado, se ha acometido una importante renovación del diseño de nuestra web. Ahora, nuestra portada es mucho más atractiva y las noticias tienen un acceso más fácil al estar jerarquizadas. Con el nuevo diseño se ha logrado llegar al millón y medio de páginas vistas, lo que supone multiplicar por tres la media alcanzada en 2002.

► Además de información de actualidad, www.rta.es es un buen escaparate de la Radio Televisión Andaluza

► Se ha acometido una importante renovación del diseño de nuestra web que la ha hecho más atractiva

► A través de la web, la RTVA ha puesto sus medios tradicionales, televisión y radio, al alcance de cualquier ciudadano del mundo

Otra de las novedades destacadas de este último año ha sido el fomento de los foros y de la participación de los usuarios de nuestra página. Con motivo del conflicto bélico de Irak, por ejemplo, se abrió un foro para internautas que se mantuvo activo con enorme éxito hasta la finalización del conflicto.

Igualmente, se han puesto en marcha el envío diario de un boletín con nuestras principales noticias, al que se han suscrito ya más de 2.000 usuarios que, de esta forma, reciben cómodamente en su correo electrónico toda la información de la jornada.

Paralelamente, el nuevo diseño nos ha permitido realizar un seguimiento diferenciado de temas de interés especial como la Guerra, las Elecciones Municipales, la Semana Santa, etcétera. En otras ocasiones, se optó por crear nuevas secciones, de gran interés estratégico e informativo, como es el caso de la llamada cuestión gibraltareña.

Se ha puesto especial empeño en la ampliación y nuevo diseño de dos secciones que

nos acompañan prácticamente desde el comienzo de nuestra singladura, como son 'Tecnología' y 'Cataluña', especialmente ésta última, que fue recibida con mucho interés por el colectivo de andaluces que viven en esa comunidad autónoma.

Hay que destacar también que los profesionales que trabajan en nuestra web han participado en un buen número de foros nacionales, donde hemos podido comprobar que nuestro trabajo se valora positivamente. Se observa con destacado entusiasmo el esfuerzo de la RTVA para la creación de informativos por Internet. Dicho esfuerzo se enmarca en los planes y políticas encaminadas a extender la llamada Sociedad de la Información, por la que se está apostando de manera decidida desde el Gobierno andaluz.

El afán informativo, por tanto, ha resultado excepcionalmente rentable para la RTVA, que, además, ha puesto sus medios tradicionales, televisión y radio, al alcance de cualquier ciudadano del mundo, superando las

The screenshot shows the CanalSurWeb website in Microsoft Internet Explorer. The browser title is 'Noticias CanalSur WEB, ANDALUCÍA - Microsoft Internet Explorer'. The address bar shows the URL: <http://www.canal-sur.es/informativos/ArchivoNoticias/2004/01.Enero/28/2870104-sj-017-ECO>. The website header features the 'CanalSurWeb Andalucía' logo and a search bar. The main content area displays a news article titled 'Andalucía, primer destino del turismo nacional' under the 'Economía' section. The article is dated 28/01/04 and is attributed to 'REDACCION WEB'. The text of the article discusses the inauguration of the Pabellón de Andalucía at the FITUR 2004 fair, highlighting the region's appeal for domestic tourism. A small photograph shows a group of people, including a man in a suit, at the inauguration. On the left side of the page, there is a navigation menu with categories like 'Noticias', 'Economía', 'Deportes', and 'Cultura'. Below this, there is a section for 'Información Local' with a table listing provinces and their corresponding regional news links.

Provincia	Max. Min.
Cádiz	1000 - 1000
Huelva	1000 - 1000
Jáen	1000 - 1000
Málaga	1000 - 1000
Sevilla	1000 - 1000

△ En la web de la RTVA pueden encontrarse todas las noticias de actualidad internacional, nacional, económica, cultural, deportiva...

barreras del satélite y la tradicional difusión por ondas.

Técnicamente hablando, nuestro socio tecnológico, Sadesi, dependiente de Sandetel, ha incrementado también la capacidad de almacenamiento y respuesta ante las peticiones de información de internautas en todo el mundo.

Especial atención merece la instalación de un buscador específico en todas y cada una de nuestras páginas, lo que permite profundizar mucho más en todo el trabajo desarrollado a lo largo de estos años, poniendo a disposición de los internautas cualquier noticia que haya sido producida por nuestra web a lo largo del tiempo.

Esta fortaleza tecnológica es la que ha permitido aumentar de forma tan importante nuestro número de páginas servidas, millón y medio en la actualidad. Nuestra aspiración es seguir creciendo y consolidando un producto, nuestra web, que aspira a servir dos millones de páginas muy pronto.



△△ Desde www.rtva.es se tiene acceso no sólo a la programación de Canal Sur Radio, sino también a la radio por Internet.

△ Todos los programas y los profesionales que los realizan se ven reflejados en el apartado televisivo de la web de Canal Sur.

Desde que en febrero de 1997 se pusiera en marcha el Servicio de Teletexto en Canal Sur Televisión, este nuevo medio ha ido consolidándose con pasos lentos pero seguros, implantándose como un servicio de información imprescindible para muchos ciudadanos andaluces.

Aparte de tener la mejor oferta informativa de todos los teletextos españoles (por número de páginas, más de 2.000, y por el acento andaluz de las mismas), el Teletexto de Canal Sur ofrece ya una serie de servicios útiles a los que se han acostumbrado los usuarios andaluces que recurren a estas páginas en busca de información de servicios como las farmacias de guardia, de todas las ciudades andaluces mayores de 15.000 habitantes; información útil sobre salud (alergias por ejemplo); información meteorológica; programación de nuestras cadenas; noticias deportivas, entre las que merece la pena destacar los resultados y clasificaciones de ocho ligas de fútbol de la Regional Preferente Andaluza. Este último es uno de los servicios más consultados del Teletexto.

Otro aspecto importante de este servicio de Teletexto es que desde hace años contiene el subtítulo para discapacitados auditivos que la RTVA ofrece a la comunidad sorda andaluza, que además puede encontrar en sus páginas información específicamente confeccionada para este colectivo.

En todo caso, nuestro Teletexto es un servicio informativo que se soporta

en la señal de televisión, que se ha consolidado entre los andaluces y que sirve para informarles de lo más importante que ocurre en la actualidad internacional, nacional, andaluza en sus diferentes secciones, visto todo siempre desde un punto de vista andaluz, ya que son andaluces los que sostienen esta empresa y para ellos trabajamos lo mejor posible. El Teletexto de Canal Sur ha sido pionero al ofrecer información por provincias, noticias taurinas o la sección 'Será noticia', dedicada a las previsiones informativas de actualidad general. Este servicio de Canal Sur se difunde a través de la señal de Canal Sur Televisión, Canal 2 Andalucía y Andalucía Televisión.

► **El Teletexto es un nuevo medio que ha ido consolidándose con pasos lentos pero seguros**

► **Contiene el subtítulo para discapacitados auditivos que la RTVA ofrece a la comunidad sorda andaluza**

► **El Teletexto de Canal Sur ha sido pionero al ofrecer información por provincias o sobre la fiesta de los toros**

El teletexto

Un servicio informativo que complementa



Camino

VELLA OLÍMPICA

ELISUR

Andalucía

MARINO

La RTVA ha impulsado a lo largo de estos tres años su relación con todos los ámbitos de la sociedad civil. De hecho, el establecimiento de relaciones con todo tipo de instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, así como nuestra participación en otras organizaciones y asociaciones con la finalidad de reforzar e incrementar la conexión de la RTVA con la sociedad, ha sido una constante en este trienio. En especial este compromiso ha sido significativo para el mundo de la cultura, con la participación de la RTVA en el Pacto Andaluz por el Libro, y para los colectivos de discapacitados andaluces. Paralelamente, se ha dado voz a las quejas y sugerencias de los andaluces respecto a nuestra oferta a través de la figura del Defensor del Oyente y el Espectador.

3.

La Radio y Televisión de Andalucía

El compromiso con la sociedad civil refrenda el carácter público que define a

cia como servicio público

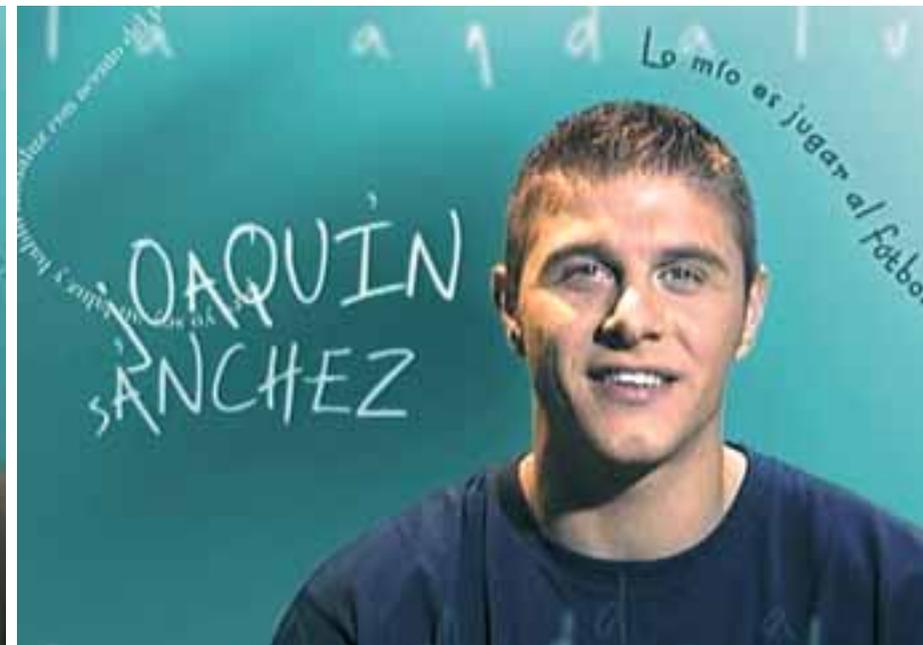
la RTVA, que ha dado voz propia a los oyentes y espectadores andaluces

► Durante todo este tiempo se ha producido un amplio despliegue de las relaciones institucionales del grupo RTVA

► También hemos ampliado las relaciones con el sector privado con el objeto de estrechar lazos con la sociedad andaluza

► El conjunto de las campañas gratuitas emitidas durante estos tres años superaría los 25 millones de euros de inversión

María Galiana, Joaquín, Julio Marvizón y Ana Rossetti fueron algunos de los participantes en la campaña en favor del habla andaluza.



La Secretaría General de la RTVA ha impulsado a lo largo de estos tres años el establecimiento de relaciones con todo tipo de instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, así como la participación del grupo empresarial en otras organizaciones y asociaciones con la finalidad de reforzar e incrementar la conexión de la RTVA con la sociedad.

Durante todo este tiempo se ha producido un amplio despliegue de las relaciones institucionales del grupo RTVA en todos los campos, tanto dentro como fuera de Andalucía. Igualmente, se ha vivido un incremento muy significativo de nuestras relaciones con el sector público, no sólo con las Consejerías e instituciones de la Junta de Andalucía, sino también en sus homónimos de ámbitos nacional y local.

Durante este período también hemos ampliado las relaciones con el sector privado con el objeto de estrechar lazos con la sociedad andaluza, muy especialmente en to-

do lo relacionado con el desarrollo del sector audiovisual.

Por otro lado, hemos puesto especial atención a la colaboración con las organizaciones no gubernamentales, así como con las fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro con la emisión de campañas gratuitas que han potenciado nuestro carácter público de servicio social. En este apartado, destaca especialmente nuestra colaboración en el campo de la previsión y de lucha contra la drogadicción, así como el compromiso para facilitar la accesibilidad de los discapacitados al mundo de la imagen y el sonido, que veremos más adelante.

Finalmente, ha cobrado especial importancia la apuesta de la RTVA para potenciar el sector audiovisual andaluz y, especialmente, el desarrollo de Andalucía Film Commission. En su totalidad, el conjunto de las campañas gratuitas emitidas durante estos tres años superaría, a precio de tarifa, los 25 millones de euros de inversión.

A lo largo de estos tres años, la labor constante de Relaciones Institucionales de RTVA ha desembocado en la firma, gestión y desarrollo de numerosos convenios de colaboración con entidades públicas y privadas. Las principales acciones derivadas de los convenios suscritos durante este período han sido los que a continuación se detallan (a excepción del Pacto Andaluz por el Libro y el apoyo a la discapacidad que se tratarán en capítulos independientes).

La Campaña para la difusión del euro. Forma parte del convenio suscrito con la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía y se puso en marcha para formar a los andaluces en el uso de la nueva moneda europea. Con el objeto de fomentar la comprensión de la nueva moneda también se ha firmado en este período un convenio con el Ministerio de Economía.

La Campaña para la difusión de los fondos de inversión especializados en deuda pública de la Junta de Andalucía. Nació gracias al

A lo largo de estos tres años muchos han sido los lazos que se han tendido entre la Radio Televisión Andaluza y la sociedad. Se han rubricado numerosos convenios y acuerdos con entidades de carácter nacional e internacional, entre los caben destacar el Pacto Andaluz por el Libro y los suscritos con varios colectivos de discapacitados andaluces.

3.1

El compromiso de la RTVA con la sociedad

Las relaciones institucionales

3. La Radio y Televisión de Andalucía como servicio público

convenio suscrito con la Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía con el objeto de promocionar los fondos de inversión.

La Campaña para la integración social de los inmigrantes. En colaboración con la Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía, y a través de la puesta en marcha del programa Andalucía sin fronteras, hemos promovido y contribuido la integración social de la población inmigrante en nuestra comunidad.

La Campaña para la promoción del voluntariado andaluz. Nace en colaboración con las consejerías de Gobernación y Asuntos Sociales de la Junta de Andalucía, y gracias a ella hemos puesto en marcha en 2002 la iniciativa 'Un verano solidario' en Canal 2 Andalucía, principalmente a través de la emisión del programa **Odisea del voluntariado**.

Con la Consejería de Relaciones Institucionales de la Junta de Andalucía, se han ido desarrollando anualmente actuaciones gra-

cias a un convenio de colaboración, principalmente campañas institucionales conjuntas de servicio público, que en 2001 se destinó al vigésimo aniversario del Estatuto de Autonomía para Andalucía y en 2002 a la defensa del habla andaluza.

Por su parte, y para la utilización didáctica de la televisión en el ámbito educativo, se suscribieron convenios anuales con la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía que, entre otras acciones, han permitido producir y emitir el programa educativo **El club de las ideas**.

Con la misma Consejería, otro convenio para el desarrollo de actuaciones divulgativas sobre la enseñanza universitaria nos ha permitido emitir el programa **Tesis**, que a partir de 2003 y fruto de convenio a través del Parque de las Ciencias de Granada, centro de referencia para la divulgación del Plan Andaluz de Investigación, está dedicándose prioritariamente a la divulgación científica.

La Campaña para la prevención de las

drogodependencias en Andalucía. En colaboración con la Consejería de Asuntos Sociales de la Junta de Andalucía, nace de otro convenio con esta institución que nos ha permitido ir mas allá de la emisión gratuita de las distintas campañas contra las drogas. Así pues, hemos puesto en marcha distintos programas formativos de prevención, en colaboración con el Comisionado Andaluz para las Drogas, y hemos organizado cursos de formación para el personal creativo de programas infantiles y juveniles para afianzar la batalla contra las drogas. Previamente, habíamos suscrito un convenio con la Fundación Andaluza para la Atención a las Drogodependencias, que además de permitirnos emitir una campaña gratuita de servicio público hizo posible el trabajo posterior en esta área de la lucha contra la drogodependencia en la que también mantenemos, con la Fundación Antidroga, un convenio a nivel nacional con todas las televisiones autonómicas.

Con la Consejería de Medio Ambiente de

▷ **La consejera de Cultura, Carmen Calvo, y el Director General de la RTVA, Rafael Camacho, firman un acuerdo para el fomento de la lectura.**



la Junta de Andalucía firmamos un convenio para la coproducción de una serie documental sobre **Monumentos Naturales de Andalucía**.

En 2003, se suscribió el Convenio con el Consorcio que gestionó los Campeonatos del Mundo de Vela de las Clases Olímpicas, por el que nos hemos convertido en la radiotelevisión oficial del evento. Además se firmaron sendos convenios con las Universidades de Málaga y Sevilla para la creación de los Premios RTVA a la excelencia académica, para estudiantes del último curso de las Facultades de Comunicación andaluzas. También se creó el Premio a la mejor Tesis Doctoral, para premiar a la mejor de las dedicadas al tema audiovisual (estas distinciones merecen capítulos destacados).

Por otro lado, en el campo del fomento del sector audiovisual destacan en este periodo, en primer lugar, el convenio-marco con la Consejería de Cultura para poner en común las actuaciones a favor de nuestros creadores

La RTVA forma parte, desde el 23 de abril de 2001, del Pacto Andaluz por el Libro (PAPEL), que encabeza el Presidente de la Junta de Andalucía y que es una iniciativa con pocos precedentes de toda una sociedad a favor del libro y para incrementar la lectura entre los ciudadanos. Desde entonces, la participación de RTVA en el fomento de la lectura ha sido decidida, intensa, desinteresada y comprometida a juicio de muchos, que han visto como se han multiplicado las acciones y programas que se dedicaban al libro.

Lo más destacado, desde el punto de vista del impacto social, han sido las tres campañas publicitarias que la RTVA ha realizado gratuita y simultáneamente en Canal Sur TV, Canal 2 Andalucía, Andalucía TV, Canal Sur Radio y Canal Fiesta Radio. Las campañas son "Leer no cuesta tanto. Abre un libro y verás", "Hacer algo útil. Leer un libro" y "Me gusta leer, apuesta por la lectura" son las tres campañas.

El certamen para escritores noveles fue la primera actuación pública del Pacto. En sus dos ediciones estamos haciendo un gran esfuerzo para animar a la participación de los niños y jóvenes, a través de nuestra web y programas como **La Banda**. En televisión, en la temporada 2002-2003 se sustituyó el clásico formato de programa de libros por otro más comprometido con la lectura y los lectores, **El público lee**, que se emite en Canal 2 Andalucía en horario preferente. El programa aspira a ser un es-

pacio que interese a los que leen habitualmente y a los que lo hacen excepcionalmente; hoy ya es un referente en el panorama nacional de las letras.

En Canal Sur Radio se emiten microespacios sobre Libros y **Vamos a Leer**, la revista literaria de Radio Andalucía Información. Todos los programas educativos y culturales de la RTVA contribuyen a los objetivos del Pacto, pero no sólo ellos, lo más importante es la actitud de todos en la RTVA colaborando con lo que en Andalucía es un objetivo de la sociedad: incrementar el índice de lectura.

Tras el premio otorgado en 2003 por la Federación de Gremios de Editores de España y que fue recibido por el Director General de RTVA en Madrid dentro de la Feria profesional LIBER-2003, todos en la RTVA continuamos trabajando para y por el fomento de la lectura.

► **La RTVA ha difundido tres campañas gratuitas para el fomento de la lectura a través de radio y televisión**

► **El programa 'El público lee' se ha convertido en un referente en el panorama nacional de las letras**

► **El certamen para escritores noveles fue la primera actuación pública del Pacto por la Lectura**

► **La labor de relaciones ha desembocado en la firma, gestión y desarrollo de numerosos convenios**

► **La firma del Plan Andaluz de Investigación está dedicándose prioritariamente a la divulgación científica**

► **Gracias a la Campaña para la integración social de los inmigrantes se puso en marcha 'Andalucía sin fronteras'**

RTVA y el fomento de la lectura

El serio compromiso con el Pacto Andaluz por el Libro

3. La Radio y Televisión de Andalucía como servicio público

suscrito a final de 2000, luego el suscrito con el consorcio Animacor para la producción de animación, y finalmente con el contrato con Caja San Fernando para la puesta en marcha del Premio RTVA a la creación audiovisual andaluza en todos los festivales que hay actualmente en Andalucía.

Destacan también los convenios firmados con la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía para la exposición 'El Esplendor de los Omeyas'; con la Fundación Gaditana del Carnaval del Ayuntamiento de Cádiz; con la Fundación Pública Municipal Gran Teatro de Córdoba; con el Festival Internacional de Música y Danza de Granada; con la Fundación Cultural Festival de Cine Iberoamericano de Huelva; con el Ayuntamiento de Sevilla para la Bienal de Arte Flamenco; con la Fundación Andalucía Olímpica; con la Federación de Entidades Culturales Andaluzas en Cataluña (FE-CAC); con la Fundación Cultural José Manuel Lara para la colaboración en la divulgación de la cultura andaluza o con la Fundación Gypae-

tus, de cuyo Patronato formamos parte y que tan activamente está interviniendo en la recuperación de especies en peligro, entre otras muchas.

En el apartado de colaboración en la difusión gratuita de campañas de interés social destacan las emitidas en colaboración con las siguientes asociaciones, fundaciones y ONG's: Asociación Española de Esclerosis Múltiple, An dex, Ayuda en Acción, Asociación de Usuarios de Perros-Guía, Cooperación Internacional, Familias Unidas, Fundación Antidroga (FAD), Fundación Anar, Fundación Banco de Alimentos, Fundación Casa del Actor, Fundación Española del Corazón, Fundación Niuman Pick, Fundación Teodora, Intermon/Oxfam, Medicus Mundi, Médicos sin Fronteras, Survival Internacional, Tierra de Hombres, etcétera.

Además de esta larga lista de convenios, acuerdos y campañas, muchas otras actuaciones se han desarrollado en colaboración con la Junta de Andalucía, con el Parlamento

Andaluz, con entidades públicas locales para la promoción de distintas acciones en los diferentes municipios andaluces, con asociaciones privadas andaluzas y, por supuesto, con instituciones nacionales e internacionales entre las que destaca la que realizamos con la UNESCO, que celebró en nuestra sede de la Isla de la Cartuja en el 2002 su Seminario Internacional Youth Media Education con participación de los mejores expertos de los cinco continentes.

Asistencia a foros

Durante estos tres años, la RTVA ha intervenido en numerosos foros de muy diversa índole. Cabría destacar la asistencia en 2001 al Foro de la Confederación Andaluza de Minusválidos Físicos (CAMF), con la ponencia del Director General de la RTVA, Rafael Camacho, titulada 'La información como servicio público ante un colectivo permanente fuente de noticias, el compromiso de RTVA'; a COPEAM, con la intervención del Secretario General de

▷ La RTVA ha firmado varios convenios de colaboración y difusión con la Confederación Andaluza de Minusválidos Físicos (CAMF).



la RTVA, Carlos Rosado, en la Asamblea de Argel; a ATEI, con la participación en el Seminario Iberoamericano 'Televisión Educativa Siglo XXI: retos y futuro' con dos ponencias una sobre 'El club de las ideas' a cargo de Cristina Álvarez y otra acerca de la función educativa de la televisión, a cargo de Juan María Casado; y la asistencia al I Congreso Nacional de Educación para Personas con Síndrome Down, celebrado en Córdoba en 2002 con una ponencia sobre la imagen de ese colectivo.

Por último en 2003, la RTVA participó como única radiotelevisión española invitada, al lado de la ZDF y la BBC, en el Congreso Europeo sobre Medios de Comunicación y Discapacidad, celebrado en Atenas, con una ponencia titulada 'La RTVA y la discapacidad'; en el Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación, que bajo el epígrafe 'Luces en el Laberinto Audiovisual' tuvo lugar en Huelva, con la ponencia del Secretario General de RTVA Carlos Rosado sobre 'El nuevo concepto de servicio público de la RTVA'.

► **Destaca el convenio firmado con la Consejería de Cultura para la exposición 'El Esplendor de los Omeyas'**

► **Durante estos tres años, la RTVA ha intervenido en numerosos foros y congresos de muy diversa índole**

► **Muchas otras actuaciones se han desarrollado en colaboración con entidades públicas locales**

RTVA y las personas con discapacidad

Superar las barreras y abrir las puertas

La RTVA trabaja desde hace años en una doble vertiente: por un lado, facilitar la accesibilidad de las personas con discapacidad sensorial al mundo de la imagen y el sonido y, por otro lado, mejorar la imagen social de las personas con discapacidad, claramente y de manera comprometida a través de nuestros canales y medios. Por eso, y aunque 2003 ha sido declarado el Año Europeo de las Personas con Discapacidad, desde la RTVA no hemos hecho sino seguir trabajando en esta misma línea de compromiso, haciendo cada vez más visibles de un modo natural a las personas con discapacidad y facilitando su participación en los programas de manera activa y normalizada.

El caso más significativo ha sido la incorporación del joven Pablo Pineda como tertuliano del programa de Canal Sur Radio **Habla con Olga**, que presenta Olga Bertomeu. Pablo Pineda sufre Síndrome de Down, pero a pesar de ello ha conseguido diplomarse en Magisterio, convirtiéndose en uno de los paradigmas de este colectivo.

Desde 1995, la RTVA emite **Telesigno**, un programa semanal informativo específicamente dedicado al colectivo de personas sordas, y que está producido en colaboración con la Federación Andaluza de Asociaciones de Sordos (FAAS). Además, en el teletexto hay una sección específica con noticias para la comunidad sorda. Este 2003, el Debate Parlamentario de los Presupuestos se emitió con intérpretes en lengua de signos. En noviembre de 2003 se inició una acción de más largo calado, se trata de una acción continuada que arrancó en el programa **La Banda** denominada 'Plan de accesibilidad para niños sordos y niñas sordas'. Para poner en marcha este plan los presentadores han aprendido rudimentos de la lengua de signos para incorporarla con naturalidad en sus breves intervenciones. Además,

las secciones enfocadas a los más pequeños tienen intérprete de signos y las dedicadas a los adolescentes algunas frases subtítuladas.

Por otro lado, la RTVA firmó un convenio de colaboración en 2001 con la Confederación Andaluza de Minusválidos Físicos. Este convenio está facilitando el trabajo conjunto entre sus profesionales y las personas con discapacidad física para avanzar en la normalización de su presencia en programas, la lucha para la eliminación de las barreras arquitectónicas, empezando por los nuevos centros de producción provinciales de la RTVA, que son modélicos en este sentido.

Desde la RTVA también nos hemos comprometido con el empleo de las personas con discapacidad y por eso no sólo reservamos el porcentaje legal de plazas en nuestras convocatorias públicas de empleo, sino que además hacemos visibles a periodistas con discapacidades para así acelerar el proceso de incorporación a los medios de comunicación de estos colectivos. En este sentido, el caso quizás más significativo ha sido la incorporación de Nuria del Saz, una periodista invidente, para presentar el informativo de las 13 horas en Canal 2 Andalucía.

► **La RTVA ha experimentado un incremento del tiempo de subtítulado que en 2004 superarán las 1.000 horas**

► **El caso más significativo ha sido la incorporación de Pablo Pineda al programa 'Habla con Olga'**

► **Nuria del Saz, una periodista invidente, presenta el informativo de las 13 horas en Canal 2 Andalucía**

En marzo de 1997 el Consejo de Administración de la RTVA decidió crear la figura del Defensor del Oyente y el Espectador para Canal Sur Radio y Canal Sur Televisión, aunque ya había habido alguna experiencia anterior. Desde los años 94 y 96 funcionaban sendos defensores de la audiencia. Lo que hizo la norma del Consejo fue unificar ambas figuras dejando claro que “ningún instrumento se debe desechar para animar a la participación ciudadana en la cuestión de los contenidos de televisión y radio” y dándole al Defensor o Defensora un claro papel mediador entre la audiencia y la dirección de la RTVA: “Se crea como servicio al usuario y caja de resonancia de la opinión de la sociedad andaluza y cauce de sus propuestas”.

Un instrumento al servicio de todos

La figura del Defensor se orienta claramente como un instrumento de participación de la audiencia y a la vez se dota de un carácter innegable de servicio público.

En 2001 se recibieron un total de 1.108 comunicaciones, una cifra muy similar a la de 2000. De ellas, 713 fueron para Canal Sur, 262 para Canal2Andalucía y 133 para Canal Sur Radio. La media de comunicaciones mensuales fue en 2001 de 92.

En 2002 se recibieron un total de 893 comunicaciones, lo que supone un sensible descenso respecto a 2001 (el descenso es de un 9,89%). De esas comunicaciones, 616 fueron para Canal Sur, 175 para Canal 2 Andalucía y, finalmente, 102 para Canal Sur Radio. La media mensual fue de 74 comunicaciones al mes.

En el caso de 2003, el porcentaje de comunicaciones recibidas durante el año fue algo superior, ya que hubo dos meses, febrero y mayo, en los que hubo diversas quejas relacionadas con los cambios de ubicación del programa **Telesigno** (dirigido a la comunidad sorda andaluza) y con la retirada de la programación de la telenovela llamada **Milagros**. Así las cosas, hasta el mes de octubre el De-

fensor había recibido un total de 1.546 comunicaciones, lo que supone un aumento de más de un 13 por ciento con respecto a 2002.

Un ejemplo claro de la actividad del Defensor puede ser la queja que se resolvió en noviembre de 2002 y sobre la que también hubo que volver en octubre de 2003, relacionada con el programa **Ratones Coloraos**, en el que, al principio, tanto el presentador como algunos invitados aparecían fumando en pantalla.

Uno de los espectadores que planteó la queja lo hizo en los siguientes términos: “No comprendo como cuando se está luchando tanto, sobre todo desde las administraciones públicas, por erradicar esta enfermedad del tabaco, un periodista puede salir casi provocando a la gente a fumar”. Con otros términos, la Asociación de Pacientes Coronarios Macarena hizo prácticamente el mismo planteamiento, indicando que ellos, entre sus objetivos, tienen el de llevar a cabo campañas de prevención del tabaquismo entre escola-

Ningún instrumento debe desecharse para animar a la ciudadanía a participar en la radio y en la televisión andaluzas. Y ésta es precisamente la filosofía que ha llevado al Consejo de Administración de la RTVA a impulsar la creación y existencia del Defensor del Oyente y el Espectador, un canal a través del que los andaluces vierten sus opiniones y sugerencias.

3.2

El Defensor del Oyente y el Espectador

La voz de los andaluces en la Radio y Televisión de Andalucía

res y que el programa de ciertamente no ayudaba mucho.

En esta ocasión las quejas fueron trasladadas por el Defensor del Oyente y del Espectador a la Dirección General de la RTVA desde donde se hicieron las gestiones necesarias para solucionar el problema. En diciembre el Defensor recibió una llamada del presentador del espacio en la que manifestaba su receptividad ante el asunto y su compromiso para aparecer a partir de ese momento sin fumar.

Se han establecido tres mecanismos para comunicar con el Defensor del Oyente y del Espectador de la RTVA:

- ▶ Por teléfono (contestador 24 horas)
906 500 614.
- ▶ Por carta:
c/ Matemático Rey Pastor y Castro, s/n.
41902. Isla de la Cartuja. Sevilla
- ▶ Por correo electrónico:
defensor@rtva.es,
durante las 24 horas del día.

▶ **Se crea como servicio al usuario y caja de resonancia de la opinión de la sociedad andaluza**

▶ **En 2003 se produjeron 1.546 comunicaciones, lo que supuso un aumento del 13% respecto al año anterior**

▶ **Hay tres mecanismos para contactar con el Defensor: vía Internet, por correo ordinario o por teléfono**



Actualmente, el Defensor del Oyente y el Espectador es el periodista Patricio Gutiérrez, con el que se puede contactar a través de la red.





- 01
- 02
- 03
- 04
- 05
- 06
- 07
- 08
- 09
- 10

CHIAO



Las áreas económica, comercial y de recursos humanos rinden cuentas del periodo trienal analizado en esta Memoria, que recoge los presupuestos, las inversiones y los ingresos económicos, así como el balance de la gestión publicitaria y de márketing, junto a las conquistas laborales y sindicales más significativas del trienio. Estos apartados dan cumplida cuenta de que el volúmen de negocio e inversión de la RTVA es tan importante en el momento actual que se ha convertido ya en un auténtico motor de la economía andaluza, sin obviar sus funciones de servicio público. La empresa pública de la Radio y la Televisión de Andalucía emplea directamente a más de 1.450 trabajadores, que en 2003 concluyeron la negociación del VI y VII Convenio Colectivo Interprovincial.

4.

Las áreas económica, comercial y

Los presupuestos, la estrategia comercial (publicidad y márketing) y el perso

y de recursos humanos

nal de la RTVA

4. Las áreas económica, comercial y de recursos humanos

Presupuestos consolidados de la RTVA y sus sociedades filiales CSTV y CSR

Años 2001, 2002 y 2003

Importes en euros

	Liquidación a 31-12-2001	Liquidación a 31-12-2002	2003
ESTADO DE GASTOS			
Reduccion existencias produc. Terminados	0,00	72.121,45	
Aprovisionamiento	88.093.950,29	90.171.909,84	82.607.887
Gastos de personal	60.390.690,95	65.950.322,59	65.788.520
Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado	5.795.369,76	6.341.841,79	7.312.667
Variación de las provisiones de tráfico	25.784,11	515.082,94	0
Otros gastos de explotación	36.467.934,14	38.078.870,00	9.187.881
Gastos financieros	688.355,80	600.877,79	692.000
Diferencias negativas de cambio	576.379,49	580.148,97	332.000
Provisión y pérdidas de inmovilizado	212.512,92	2.765,58	0
Gastos extraordinarios	6.819,50	59.245,38	0
Gastos y pérdidas de otros ejercicios	497.435,80	518.823,76	0
Total Gastos	192.755.232,76	202.892.010,09	195.920.955
ESTADO DE INGRESOS			
Importe neto de la cifra de negocios	55.677.508,24	53.953.131,05	62.095.938
Otros ingresos de explotación	228.736,26	358.850,25	128.647
Ingresos financieros	45.580,41	36.300,61	9.610
Diferencias positivas de cambio	520.803,55	392.758,51	350.000
Subvenciones de capital transferidas al resultado del ejercicio	7.123.677,87	3.662.239,39	3.377.713
Ingresos extraordinarios	244.748,48	177.434,63	160.699
Ingresos y beneficios de otros ejercicios	2.283.302,58	979.840,05	0
Total Ingresos	66.124.357,39	59.560.554,49	66.122.607
Aportación de socios	118.148.666,35	136.042.363,59	129.798.348
Resultado de la liquidación	(8.482.209,02)	(7.289.092,01)	195.920.955

Ingresos comerciales consolidados de la RTVA y sus sociedades filiales CSTV y CSR

Años 2001, 2002 y 2003

Importes en euros

	Ejercicio 2001	Ejercicio 2002	Presupuesto 2003
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS			
Ventas netas de Publicidad	45.247.971,58	43.075.745,36	52.146.248
Derechos de programas y canales	2.566.111,33	3.841.211,54	2.050.206
Derechos de retransmisión	5.670.867,74	5.206.582,78	6.090.150
Otros derechos	147.640,11	116.511,08	1.099.999
Ventas	53.632.590,76	52.240.050,76	61.386.603
Prestación servicios por convenios	1.180.526,01	772.655,86	406.685
Servicios asistencia técnica y otros	864.391,47	940.424,43	302.650
Total Prestacion Servicios	2.044.917,48	1.713.080,29	709.335
Total Cifra de Negocios	55.677.508,24	53.953.131,05	62.095.938
Otros Ingresos de Explotación	228.736,26	358.850,25	128.647
Total Ingresos de Explotación	55.906.244,50	54.311.981,30	

Inversiones consolidadas de la RTVA y sus sociedades filiales CSTV y CSR

Años 2001, 2002 y 2003

Importes en euros

	Realizado 31-12-2001	Realizado 31-12-2002	Importe Presupuesto 2003
Nuevas infraestructuras	2.202.661,28	3.584.961,68	1.550.000
Implementación Plan Sistema Información	346.525,55	179.852,59	280.000
Inversiones de reposición y reformas	412.606,83	579.694,14	760.000
Otras infraestructuras y equipamiento	173.295,83	32.738,92	10.000
Otras inversiones auxiliares	277.505,32	489.023,47	420.000
Renovación de equipamiento	994.140,13	1.067.582,70	1.000.000
Incremento capacidad producción externa	89.226,26	2.220.308,05	300.000
Automatización sistemas técnicos	0,00	0,00	5.000.000
Dotación nuevos estudios	360.559,18	352.726,30	100.000
Reposición equipamiento de estudios	102.364,38	208.180,55	150.000
Dotación/reposición de unidades móviles y exteriores	10.355,44	345.699,46	250.000
Instrumento y equipamiento laboratorio	0,00	0,00	20.000
Aceptación sistemas comunicación	60.185,35	14.018,40	20.000
Ampliación sistema producción digital radio	1.322,23	45.074,14	50.000
Instalación traslado nuevos Centros Provinciales	0,00	81.425,38	90.000
Equipamiento producción nuevos programas información	217.169,71	0,00	
Total inversiones reales	5.247.917,49	9.201.285,78	10.000.000

La empresa pública de la Radio y Televisión de Andalucía y sus sociedades filiales presentan sus resultados económicos durante los años 2001, 2002 y 2003. Los cuadros adjuntos muestran una comparativa de este periodo trienal en lo relativo a los presupuestos, los ingresos comerciales y las inversiones consolidadas.

4.1

Los presupuestos del trienio 2001-03

La RTVA y sus sociedades filiales presentan sus balances de cuentas

► **La reorganización de la Dirección Comercial obedece a la necesidad de anticiparnos a las demandas del mercado**

► **En la actualidad está estructurada por áreas funcionales diferenciadas para radio, televisión y servicios**

► **En 2001 creamos la División Musical de la RTVA para cubrir nuestras necesidades y explotar mejor las potencialidades**

Baile por sevillanas frente a la caseta de la Radio y Televisión de Andalucía instalada en la Feria de Abril de Barcelona del año 2002.

La Dirección Comercial de la RTVA se reestructura desde principios de 2001 en áreas de negocio, focalizando sus actividades en la captación de recursos. Esta reorganización maximiza los esfuerzos de cada uno de los equipos comerciales y minimiza los costes de explotación al aplicar una economía de escala en cada área. Este objetivo cuantitativo debe cumplimentarse en todos los casos, siguiendo unas directrices estrictas en la ética, calidad y el contenido de la publicidad, respetando la legislación general y nuestras normas particulares.

La reorganización de la Dirección Comercial obedece a la necesidad de anticiparnos a las demandas del mercado, detectar las nuevas oportunidades y explotar todas las vías de negocio que nos brindan todos nuestros soportes de radio y televisión.

El Departamento Comercial está en la actualidad estructurado por áreas funcionales diferenciadas para radio, televisión y servicios, quedando la siguiente estructura:



- ▶ Área de ventas de publicidad de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía.
- ▶ Área de ventas de publicidad de las desconexiones provinciales de Canal Sur Televisión.
- ▶ Área de ventas de publicidad de Canal Sur Radio.
- ▶ Área de control de ventas de publicidad FORTA.
- ▶ Área de Venta de programas.
- ▶ División Musical.
- ▶ Área de Servicios Márketing.
- ▶ Área de control de SGAE.

División Musical

En marzo del 2001 creamos la División Musical de la RTVA para cubrir nuestras necesidades y explotar nuestras potencialidades. Para ello establecimos unos objetivos y unas prioridades que fueron las siguientes:

- ▶ Clasificar, ordenar y catalogar las producciones y las obras propias de la RTVA.
- ▶ Coordinar la política de nuevas produccio-

nes, estableciendo los criterios de los derechos adquiridos o cedidos.

- ▶ Coordinar con el Área de ventas la comercialización de productos propios.
- ▶ La estrategia de promoción artística.
- ▶ La estrategia de promoción musical.

Servicios Márketing

En junio del 2002 creamos el Área de Servicios Márketing con dos claros objetivos, crear y diseñar las estrategias comerciales de radio y televisión y el lanzamiento de nuevos productos. Establecimos como prioridad el relanzamiento y actualización del 'Club de la Banda' para generar una fuerte identificación de todos los niños con Andalucía, sintiéndose así orgullosos de pertenecer a **La Banda** de Canal Sur Televisión.

Establecimos un plan de ejecución para cubrir unos objetivos cualitativos en el modelo de club y cuantitativos en el número de socios activos. El objetivo no fue, en ningún caso, generar nuevos socios de forma indiscri-

minada, sino hacer socios de calidad, que al hacerse mayores se conviertan en socios honoríficos con el fin de crear un vínculo emocional de los adultos con **La Banda**.

Este modelo debía de ser andaluz, educativo y que transmitiese confianza, y que no acabara cuando se apaga el televisor. Debíamos crear un club donde los padres y educadores se sintiesen cómodos con los contenidos y con sus actividades.

Para ello desarrollamos actividades donde los niños pudieran divertirse, experimentar y formarse. Dotamos de contenido el carnet, para que el niño tuviera cada día más protagonismo social como miembro de **La Banda**.

Publicidad

En materia de ocupación publicitaria, tanto en radio como en televisión, nos marcamos unos objetivos más restrictivos de los que dictamina la propia Ley General de la Publicidad, para tratar de conseguir, que nuestros

La Dirección Comercial sufrió un revulsivo en 2001, gracias al cual este departamento se reestructuró completamente. Entre los logros de este trienio, habría que destacar el esfuerzo especial acometido para velar por la audiencia y conseguir una mínima saturación publicitaria, llegando incluso a conseguir emitir largometrajes sin cortes publicitarios.

4.2

Estrategia comercial. Publicidad y márketing

La captación de recursos, compatible con las directrices éticas y la calidad de los contenidos publicitarios

► Hemos conseguido emitir las películas y las series de producción propia sin cortes publicitarios

► También hemos puesto un especial empeño en vigilar y controlar la publicidad infantil a través de una serie de normas

► Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía han sido pioneras en la integración de la publicidad especial

espectadores y oyentes disfruten de una radio y televisión con la mínima saturación publicitaria.

Para ello, hemos realizado un esfuerzo especial, reduciendo la duración de la mayoría de los bloques, e intentando en la medida de lo posible, insertar los bloques publicitarios entre programas. En esta línea, hemos conseguido emitir las películas y las series de producción propia sin cortes publicitarios.

También hemos puesto un especial empeño en vigilar y controlar la publicidad infantil a través de la puesta en marcha de un nuevo protocolo interno de adjudicación de las campañas. Este protocolo consiste en efectuar tres controles de calidad previos a la emisión de una campaña:

- Contrastar la ficha técnica con Autocontrol.
- Comprobación de los *targets* de planificación.
- Visionado previo para la autorización de su emisión.

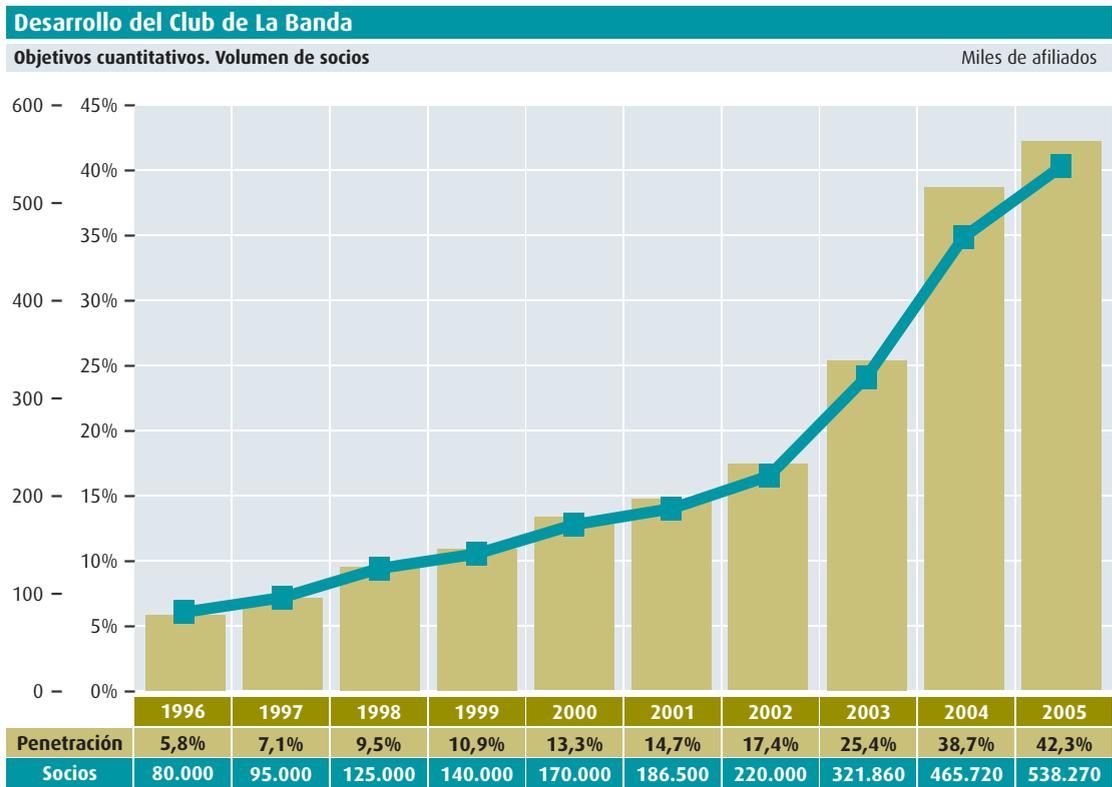
La estricta aplicación de este protocolo

nos ha permitido aumentar el número de campañas minimizando los errores. El éxito de este modelo está avalado por su exportación a otras televisiones.

En relación a las marcas colaboradoras con nuestro club infantil **La Banda**, hemos cubierto nuestros objetivos de participación, tanto en el programa de televisión como en las propias actividades del club.

Limitamos el número de empresas colaboradoras en el programa y las condicionamos a su integración como socios colaboradores en el club debiendo aportar activos para todos los socios de **La Banda**.

Una de las demandas más generalizadas realizadas por el sector publicitario y los anunciantes a todas las cadenas es la diferenciación y, por ello, Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía han sido pioneras en la integración de la publicidad especial, buscando fórmulas que agradasen a nuestra audiencia, cumplimentasen los objetivos de los anunciantes y respetasen los contenidos de los



► En relación a las marcas colaboradoras con nuestro club infantil 'La Banda', hemos cubierto todos nuestros objetivos de participación.

programas. En esta línea hemos incorporado en los programas de producción propia espacios con juegos, concursos y pruebas patrocinadas, que con la participación de los presentadores han obtenido una gran aceptación por parte de nuestra audiencia.

Este servicio de Márketing aplicado a los programas ha contribuido a fidelizar a nuestra audiencia y a nuestros anunciantes, situándonos como una de las televisiones más innovadoras en este campo. La publicidad especial en esta etapa se ha consolidado como una importante nueva fuente de ingresos.

Canal Fiesta Radio

En febrero del 2001 nace Canal Fiesta Radio, como la radio musical de Andalucía, con una apuesta firme por el fomento y difusión de la música andaluza y sus jóvenes valores. La estrategia comercial se dividió en tres fases; lanzamiento, penetración y consolidación. En la primera fase no se incluyó publicidad en su emisión, para que la audiencia identificara

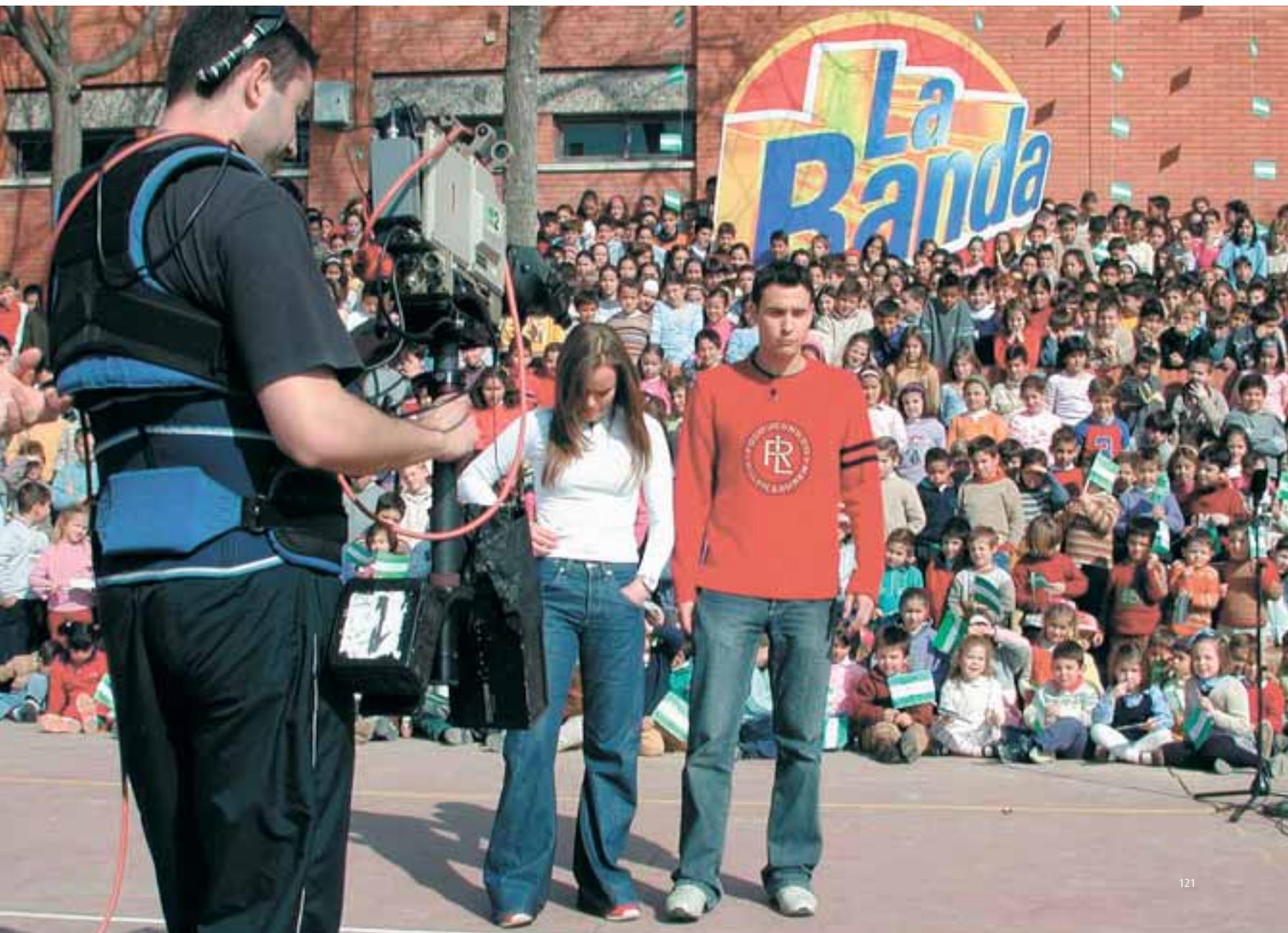
claramente sus programas y presentadores. Diseñamos una estrategia de comunicación basada en el contacto directo con el público, acercando la radio a la gente, organizando conciertos bautizados con el nombre de **La Fiesta del Fiesta**. Estos eventos multitudinarios son transmitidos íntegramente por Canal2 Andalucía y promocionados simultáneamente por Canal Sur Radio y Televisión.

Nace entonces una nueva fórmula comercial al conjuntar dos soportes diferentes y complementarios, que permiten posicionar a Canal Fiesta Radio como un soporte diferenciado y de calidad. La calidad es y será el posicionamiento de la cadena, para ello limitamos extraordinariamente el tiempo dedicado a la publicidad, dedicándole un máximo de tres minutos a la hora, de los cuales dos se dedican a la publicidad en cadena y uno a la publicidad de las desconexiones regionales. El éxito de audiencia y la proactividad de la emisora la han situado como la radio de referencia, donde uno de sus signos de identidad

propia es la publicidad. El éxito comercial de Canal Fiesta Radio viene avalado por una excelente cifra de facturación, una mínima ocupación y la presencia continuada de los grandes anunciantes en la publicidad convencional y en todos nuestros eventos.

Sinergias

La comercialización de nuestras emisoras es tratada de forma individual, aprovechando sinergias, pero desarrollando estrategias diferentes, ya que cada una de ellas tiene muy bien definidos sus públicos objetivos. En el Área de Venta de Programas se estableció la prioridad de catalogar e informatizar todas las series y programas que produce Canal Sur Televisión, junto a las películas coproducidas por la RTVA, de las cuales disponemos de los derechos de venta en todas sus modalidades. En la actualidad se poseen más de 130 programas de televisión y doce largometrajes. Parte de este catálogo está expuesto en nuestra página web.



► En 2003 concluimos las negociaciones del VI y del VII Convenio Colectivo Interprovincial

► Por primera vez en la historia de la RTVA existe un manual de definición de todos y cada uno de los puestos de trabajo

► Los cambios vertiginosos nos han obligado a aumentar y diversificar nuestra estrategia formativa



La RTVA cuenta ya con un Manual de Profesiones que recoge todas y cada una de las categorías profesionales que conforman la plantilla.

En la RTVA trabajan 1.455 personas, de las cuales 260 pertenecen a la RTVA; 271, a Canal Sur Radio; y 924, a Canal Sur Televisión.

RECURSOS HUMANOS **El convenio**

Durante los años 2000-2003 concluimos las negociaciones del VI y del VII Convenio Colectivo Interprovincial, en los que se ha realizado una fuerte apuesta por el empleo estable y la continua mejora de las condiciones laborales, especialmente en el ámbito de la protección de los derechos sociales, de la conciliación de la unidad familiar y la salud laboral. Con ellos hemos podido adecuar la plantilla y los puestos de trabajo a la nueva realidad de la empresa y del mercado audiovisual, con la creación de nuevos puestos de trabajo.

Valoración de puestos de trabajo

Por primera vez en la historia de la RTVA existe un Manual de definición de puestos de trabajo,

por lo que cada uno de los trabajadores conoce sus tareas, responsabilidades y derechos según su cargo. Junto con dicha definición, se ha pactado con los representantes de los trabajadores la actualización de los niveles salariales.

Formación

Si hasta ahora las industrias audiovisuales tradicionales han estado básicamente vinculadas a la información y al entretenimiento, siendo éstos los campos de referencia para el empleo, el abanico se abre cada vez más en la medida en que hay nuevas funciones para el concepto "empresa audiovisual", incluyendo las derivadas de las aplicaciones tecnológicas.

Estos cambios vertiginosos nos han obligado a aumentar y diversificar nuestra estrategia formativa, que en los últimos años, se ha centrado en la entrada en vigor de la normativa a través de la cual deben abandonarse los sistemas analógicos y debe emitirse exclusivamente en digital antes del 2012. Y

es que el desarrollo de la tecnología digital ha convertido la postproducción y la edición no lineal en las grandes estrellas del sector audiovisual, mientras que la digitalización, las aplicaciones informáticas y el desarrollo de *software* específico para el tratamiento de la imagen han modificado radicalmente el sector en la comunidad autónoma de Andalucía. Por todos estos motivos, resulta realmente imprescindible que todos los trabajadores de la RTVA se adapten a estas nuevas tecnologías.

Según los estudios llevados a cabo, las áreas que demandaron mayores necesidades formativas son las de postproducción, sobre todo la digital y la infográfica en 2D y 3D, seguidas por la producción, la realización y el sonido. Los cambios, por tanto, se experimentan en dos vertientes: la relativa a los contenidos y la perteneciente al ámbito comercial.

La de creación de contenidos añadirá al catálogo actual de profesiones vinculadas a la

Éste ha sido un periodo decisivo para la RTVA en el plano laboral y sindical, con la puesta en marcha, entre otros muchos avances, del VI y VII Convenio Colectivo Interprovincial. La plantilla de esta empresa está integrada por 1.455 personas, de las cuales 260 pertenecen a la RTVA; 271, a Canal Sur Radio; y 924, a Canal Sur Televisión.

4.3

El personal de la RTVA

Formación, creación de empleo
y racionalización de los procesos
de producción y gestión

4. Las áreas económica, comercial y de recursos humanos

formación, la información o el entretenimiento, aquéllas que se deriven de la puesta en marcha de nuevos servicios o la mejora de los existentes en función de la nueva demanda.

A este apartado pertenecerían los infografistas, creadores de páginas web o wap, grafistas, creadores de espacios virtuales... Son también muy demandadas las especialidades que crean contenidos de ficción e informativos especializados, locales, temáticos y la extensión de la oferta mediática como consecuencia de la actual adopción de tecnología digital.

Por su parte, el tercer gran grupo de posibles empleos está integrado por las profesiones vinculadas a la generación de valor añadido, la comercialización y la venta de productos y servicios: vendedores de programas, empaquetadores de programación, especialistas en márketing de producciones audiovisuales, promotores de venta, televendedores, etcétera.

Como actualmente éste es un campo casi

inexistente, es en el que se prevé una demanda más fuerte.

En este sentido, y teniendo en cuenta las necesidades del mercado, la apuesta formativa de la RTVA ha sido coherente con las áreas de futuro, los nuevos perfiles profesionales (cada vez más multidisciplinares y polivalentes). De este modo, la formación en guión y periodismo especializado ha acumulado en estos cuatro años más de 17.000 horas, y la vertiente de mejora de la gestión y nuevos mercados ha alcanzado las 22.650 horas.

Por su parte, la adaptación a la tecnología digital y la operación y mantenimiento de nuevos equipos ha supuesto más de 25.000 horas formativas. Una apuesta decisiva por los idiomas (9.100 horas), la seguridad y la salud laborales (9.641 horas) y las aplicaciones y redes informáticas (11.395 horas) completan el apartado formativo de la Radio y Televisión de Andalucía.

En 2003 se ha iniciado un ambicioso estudio sobre necesidades formativas y evalua-

ción de la formación impartida que proporcionará a la RTVA las pautas docentes que seguirá en años sucesivos para ajustarse mejor al perfil de las nuevas necesidades del sector audiovisual y al mantenimiento y actualización de la formación de sus trabajadores.

Desde la RTVA se impulsó en el año 2000 el II Plan Agrupado del Sector Audiovisual de Andalucía, con 20 cursos en los que participaron 60 empresas y 19 autónomos y benefició a 350 alumnos. Dichos cursos costaron 411.718 euros, de los cuales 145.303 fueron subvencionados por la Fundación Tripartita para la Formación. Los trabajadores de la RTVA han recibido en estos cuatro años un total de 110.741 horas de formación, unas 28.000 horas anuales, teniendo acceso a los cursos entre el 85 y el 97% de la plantilla.

El cambio de normativa derivado del III Acuerdo de Formación conllevó la vuelta a los Planes de Formación de Empresa al no poder impulsar la formación del sector en su conjunto desde la Fundación AVA.



En la imagen, una de las reuniones de la negociación colectiva para la aprobación del VII Convenio Colectivo Interprovincial de la RTVA.

En 2001, la RTVA formó 1.164 alumnos (un 130% más que el año anterior), con un coste directo de 213.883 euros, de los cuales 193.179 euros fueron subvencionados por la FORCEM. El esfuerzo inversor, no obstante, creció un 30% respecto a 2000. En 2002, se han formado un total de 1.400 alumnos, con un coste de 267.767 euros compensados con una subvención de Forcem de 119.179 euros. En el año 2003, el número de alumnos instruido fue de 752, con un coste estimado en 289.000 euros cuyo valor ha sido asimismo sometido a la Forcem para su subvención.

Consolidación del empleo

La RTVA ha procedido a estabilizar el empleo de acuerdo con lo establecido en el Convenio Colectivo mediante los correspondientes concursos, pruebas y baremaciones de candidatos.

Empleo

Especial mención merece todo lo relacionado con la creación de empleo y la estabilidad de

los puestos de trabajo de carácter temporal, ya que han sido las grandes apuestas sindicales de la RTVA en estos dos años.

Acciones laborales y sindicales

Los trabajadores de la RTVA están representados a través de un comité intercentros compuesto por cinco miembros de CCOO, cuatro de UGT, tres de CGT y uno del SPA. También existe un comité de empresa en cada uno de los centros de Sevilla y de Málaga, así como por los respectivos delegados de personal de los distintos centros territoriales de RTVA.

► **Convocatorias.** Se han procedido a realizar, durante el período comprendido entre los años 2000-2003, las convocatorias que a continuación desarrollamos.

—Convocatoria para la reincorporación de trabajadores en situación de excedencia y traslados.

—Convocatoria extraordinaria de baremación de méritos para la ampliación de las bol-

sas de trabajo con las siguientes categorías profesionales: operador de sonido, auxiliar administrativo, auxiliar de servicios generales (mozo y recepcionista), técnico especialista en imagen (operador de cámara), técnico especialista en realización (ayudante técnico mezclador), así como en operador informático y grafista.

—Concurso de méritos para la ampliación de bolsas en los siguientes puestos de trabajo: secretario de redacción y operador informático.

—Concurso de méritos para ampliar la bolsa de trabajo de conductor polivalente de unidades móviles.

—Concurso de méritos para dotar al servicio de prevención de técnico en prevención de riesgos laborales.

—Concurso de méritos para realizar temporalmente de superior de categoría como Jefe de departamento del Área Económica Administrativa de Málaga.

—Concurso de méritos para ampliar la

Plantilla de la RTVA		
	Plantilla Estructural	Plantilla Total
RTVA	225	260
Canal Sur Radio	194	271
Canal Sur TV	625	924
Total	1.044	1.455

Distribución de la plantilla por edad y sexo

Datos a 31 de diciembre de 2002

	RTVA			Canal Sur Radio			Canal Sur TV		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Menos de 25 años	2		2		1	1	5	2	7
De 25 a 29 años	4	4	8	7	17	24	34	25	59
De 30 a 34 años	19	12	31	31	14	45	120	66	186
De 35 a 39 años	48	40	88	56	37	93	233	115	348
De 40 a 44 años	49	16	65	41	21	62	130	74	204
De 45 a 49 años	29	12	41	19	7	26	57	22	79
De 50 a 54 años	14	4	18	8	1	9	25	5	30
De 55 a 59 años	1	3	4	10		10	6	1	7
De 60 a 65 años	3		3	1		1	2	1	3
Más de 65 años							1		1
Total general	169	91	260	173	98	271	613	311	924

► **El comité intercentros está compuesto por cinco miembros de CCOO, cuatro de UGT, tres de CGT y uno del SPA**

► **Los trabajadores de la RTVA han recibido a lo largo de estos cuatro años un total de 110.741 horas de formación**

► **Los cursos de guión y periodismo especializado han acumulado en estos cuatro años más de 17.000 horas**

bolsa de trabajo de analista.

► **Comisiones de trabajo y planes de pensiones.**

Durante estos años se han celebrado un total de 246 reuniones de las catorce comisiones de trabajo, entre las que destacan los comités de seguridad y salud laboral, las comisiones relacionadas con la vigilancia e interpretación del convenio colectivo o las de formación. Además, en este tiempo se ha desarrollado el Plan de Pensiones de la RTVA mediante la Comisión de Control del Plan y la del Fondo de Pensiones. Dicho plan afecta a 1.200 trabajadores, que se beneficiarán del mismo a partir de su jubilación.

► **Proyectos y sistemas.**

Dentro de la gestión del departamento de recursos humanos se han realizado acciones como la finalización del Proyecto SAP/R3, el sistema de gestión integral de recursos humanos que se implantó definitivamente en 2000; la implantación del sistema RED y el sistema electrónico de

transmisión de datos a la Seguridad Social. En el año 2002, comenzaron las pruebas para el uso de Internet en esta gestión en sustitución de la *suite* bajo plataforma módem empleada hasta este momento.

► **Prevención y Seguridad Laborales.**

Siguiendo un sistema basado en el método General del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo se han realizado las siguientes actividades en materia de evaluaciones de riesgos laborales y actividad preventiva:

—Evaluación Inicial de los puestos de trabajo del Centro Territorial de Madrid. Revisión de la evaluación de todos los puestos de trabajo de los Centros Territoriales de Almería, Córdoba, Granada y Huelva, y de algunos puestos de trabajo de los Centros Territoriales de Sevilla. Asimismo, se han realizado evaluaciones de riesgos específicas: Pantallas de Visualización de Datos (PVD) y Manipulación Manual de Cargas (MMC).

Las medidas correctoras acordadas en di-

chas evaluaciones, ordenadas en función de la importancia de los riesgos que tratan de eliminar o reducir, se plasmaron en la Planificación de la Actividad Preventiva. Dicha planificación se ha cumplido en un 85%.

—Emergencia y evacuación. Se ha evaluado el riesgo de incendio y auditado los sistemas de protección contra incendios en todos los Centros Territoriales de la empresa.

Para garantizar una adecuada organización y reducir al mínimo los riesgos para las personas y los bienes en situaciones de emergencia (incendios, aviso de bombas, etc....) se han elaborado Planes de Emergencias y Evacuación para todos los Centros Territoriales.

Además, durante este periodo se ha formado a los trabajadores encargados de la puesta en marcha de las medidas de emergencia contemplados en dichos planes (integrantes de los Equipos de Primera y Segunda Intervención, Equipos de Alarma y Evacuación, Equipos de Apoyo....).

► **Salud Laboral.**

Se han realizado las siguientes



Se han realizado Evaluaciones de Riesgos Laborales Específicos como el de las Pantallas de Visualización de Datos (PVD).

tes acciones dentro de este apartado:

—Reconocimientos médicos conforme a protocolo, ajustados a los riesgos laborales de cada puesto de trabajo, a todos los trabajadores de la RTVA que lo han solicitado conforme al procedimiento público que al efecto se ha establecido, realizando un total de 520 reconocimientos.

—Informes trimestrales de absentismo y siniestrabilidad donde se recogen todos los datos estadísticos de accidentes de trabajo y enfermedad común.

—Historias clínicas-laborales de todos los trabajadores, creándose paralelamente un registro informático de las mismas.

—Campañas de promoción de la salud: vacunación antigripal, vacunación tetanos, campaña para la prevención de las drogodependencias y otras adicciones.

► **Información y Formación.**

—Dotación de los botiquines de primeros auxilios en todos los Centros de la RTVA y la

reposición periódica de los mismos.

—Información a todos los trabajadores de la RTVA de los Riesgos Generales de las Instalaciones y Específicos de su puesto de trabajo y la manera de prevenirlos.

—Cursos de formación a más de 200 trabajadores de la Radio y Televisión de Andalucía sobre las siguientes materias: extinción de incendios, primeros auxilios, pantallas de visualización de datos, riesgos eléctricos y manipulación manual de cargas.

► **Dotación de Epis y Ropa de Trabajo.**

—Ropa de trabajo: se ha dotado de anorak, forro polar, pantalón térmico, trajes de lluvia y botas de agua a todo el personal que realiza exteriores o en condiciones climatológicas adversas.

—Epis: se han entregado gafas de protección contra impacto, guantes de protección contra impactos mecánicos, guantes de protección eléctrica, arneses, chalecos reflectantes para aquellos trabajadores que por cir-

cunstancias de su trabajo pueden necesitarlos en carretera, fajas dorsolumbares para aquellos trabajadores que realizan manipulación manual de cargas, protectores de visores de cámara de video y mascarillas.

► **Protocolos o Procedimientos Especiales.** Se ha continuado con la aplicación de protocolos para proteger a trabajadores especialmente sensibles o en situaciones de riesgo excepcional:

—Protocolo de embarazadas.

—Protocolo para viajes al extranjero (Antártida, Irak...).

—Protocolo de menores de 18 años (programa infantiles...).

PLANIFICACIÓN

Los proyectos acometidos desde la Jefatura de Planificación han perseguido la racionalización y mejora de las estructuras profesionales, técnicas y operativas de las empresas del grupo de la RTVA, mediante el desarrollo de diversos proyectos organizativos entre

► **Durante estos años se han celebrado un total de 246 reuniones de las catorce comisiones de trabajo**

► **Se ha evaluado el riesgo de incendio y auditado los sistemas de protección contra incendios en todos los Centros Territoriales**

► **Se han impartido cursos de formación sobre extinción de incendios, primeros auxilios, riesgos eléctricos...**



Los trabajadores de la RTVA se ha solidarizado y han participado en las campañas de donación de sangre impulsadas por el SAS.

4. Las áreas económica, comercial y de recursos humanos

los que destacamos: la organización logística de oposiciones para la estabilidad del empleo, el proyecto de organización y el desarrollo de los procesos productivos, el estudio de procesos de gestión de recursos humanos, el modelo de nueva estructura profesional y el proyecto de gestión de calidad de Canal Sur Radio.

► **Organización logística de oposiciones para la estabilidad del empleo.** Durante el año 2000, los trabajadores de la RTVA han participado en un proceso de oposiciones para la estabilización de los empleos. Dichas oposiciones respondían a la Resolución de la Dirección General de la Empresa Pública de Radio Televisión de Andalucía del 11 de septiembre de 2000.

Los exámenes tuvieron lugar en el Instituto Néstor Almendros de Tomares (Sevilla) y el contenido de los mismos fue redactado y evaluado por asesores externos de reconocido prestigio (entre otros participaron aseso-

res del Instituto Oficial de Radio Televisión Española, de la Televisión de Galicia y de la Confederación de Empresarios de Andalucía). Habría que señalar la escasa incidencia que tuvieron los exámenes en la producción y emisión normales de nuestros canales, gracias a una minuciosa planificación de los mismos.

► **Proyecto de Organización y Desarrollo de los Procesos Productivos.** En noviembre de 2000 concluyeron los trabajos de definición de la línea de mejora de los procesos productivos, que había comenzado a desarrollarse en el segundo semestre de 1999. Con este trabajo se perseguía la racionalización y mejora de los procesos productivos del Grupo RTVA, y tenía las siguientes etapas: análisis estructural (primera etapa), análisis y mejora de los procesos (segunda etapa), reorientación organizativa (tercera etapa) e implantación de mejoras de procesos (cuarta etapa).

El proyecto, realizado con la asistencia de DTI Consultores de Dirección, contó con la par-

ticipación de 51 personas entre directivos, mandos intermedios y personal de línea, y supuso un importante esfuerzo de análisis, diagnóstico de situación, evaluación de eficiencia de procesos y elaboración de alternativas de mejora. En este apartado cabe destacar los procesos de planificación y logística en radio y televisión, procesos de los Servicios Informativos y procesos de radio.

► **Estudio de procesos de gestión de Recursos Humanos.** Desarrollado hasta el mes de Diciembre del año 2000 y para el Departamento de Recursos Humanos se orientó a la mejora de los procesos de selección de recursos humanos, contratación, formación, retribución y los de salud y prevención. El conocimiento y mejora de dichos procesos sirvieron también de base para el diseño de mejoras de la nueva versión del sistema SAP, cuya puesta en servicio se ha efectuado en Enero de 2004.

► **Modelo de nueva estructura empresarial.**



Después de un análisis de la estructura profesional del Grupo RTVA, se determina la necesidad de acometer la racionalización de la misma, mediante el desarrollo de un modelo de estructuración que involucra áreas organizativas, profesionales, categorías y puestos de trabajo y las define en cuanto a sus competencias y responsabilidades. Como dicho estudio se hizo paralelo a la negociación del VII Convenio Colectivo fue de gran utilidad para la definición de puestos de trabajo: se establecieron a nivel básico 67 categorías y un total de 117 puestos de trabajo.

► **Proyecto de Gestión de la Calidad en Canal Sur Radio.** En 2001 se formuló un plan orientado a la búsqueda de la excelencia de todos los productos y emisoras de Canal Sur Radio. En este plan se incluyeron por ejemplo los manuales de estilo y de realización, la gestión de las incidencias de la emisión, así como un modelo de conocimiento del desempeño y otro de conocimiento de aportación de

valor a los procesos. Asimismo se desarrolló un sistema para la modelización de pautas de programación de cadenas musicales.

Destacamos los siguientes:

—Sistema de gestión de incidencias: se trata de un sistema informatizado a través del cual registramos todas las incidencias de emisión. El sistema posee herramientas de análisis y clasificación de las incidencias por parte de los responsables técnicos y operativos. Además el sistema elabora estadísticas y realiza el seguimiento de las soluciones.

—Sistema de modelización de pautas de programación: con el fin de armonizar los intereses de la audiencia y los objetivos comerciales en una radio musical cuyo éxito crece, fue necesario pasar de una planificación totalmente manual a una íntegramente informatizada. Esta planificación selecciona los temas de las listas de éxitos con criterios definidos en cuanto a la composición de los géneros que integran cada banda horaria, según el *target* al que se dirija. También decide

el número de veces que un tema debe emitirse según su posición en la lista de éxitos y los criterios comerciales.

—Modelo de Conocimiento del Desempeño: desarrollado en 2003, se trata de un modelo que pretende conocer el potencial profesional de todos los trabajadores, así como sus necesidades de formación o integración. Se trata de conocer por un lado las actitudes y capacidades personales y grupales y, por otro lado, sus conocimientos y habilidades.

—Modelo de gestión automatizada de competencias profesionales: permite el conocimiento del currículum profesional de los trabajadores, el seguimiento de la actividad formativa, la compilación de conocimientos, habilidades, titulaciones y méritos de la plantilla. También permite conocer la inserción del personal en la estructura organizativa. Posibilita, a su vez, la convocatoria para cubrir plazas, en lo referente a gestión de solicitudes y en la selección de personal.



◁ **Durante estos años, se han realizado varias acciones en favor de la estabilidad y mejora de los puestos de trabajo.**

△ **Los trabajadores de la RTVA han ejercido su derecho al voto para la constitución de su Comité de Empresa.**

► **Las incidencias de emisión se registran a través de un sistema de gestión que realiza el seguimiento de las soluciones**

► **Se determinó la necesidad de acometer un modelo de estructuración que involucra todas las áreas organizativas**

► **El sistema de modelización de pautas de programación permite armonizar los intereses de la audiencia y los comerciales**





Como empresa pública que somos, todas nuestras actividades deben destinarse al beneficio de la sociedad andaluza. Por este motivo, nuestra implicación decidida en la sociedad que nos rodea es una de nuestras funciones más vigiladas. Como medios de comunicación que somos, debemos ser reflejo fiel del colectivo andaluz y, para conseguirlo, no podemos trabajar sin contar con todos los que lo forman. Así, cuidamos nuestras relaciones institucionales, premiamos a todos aquellos que exportan una imagen fiel de Andalucía, apoyamos y galardonamos a los jóvenes creadores e investigadores andaluces y mantenemos nuestra casa abierta a todos los que quieran conocernos, facilitando la labor de los medios de comunicación, puentes entre la sociedad civil y la RTVA.

5.

La implicación en la sociedad civil

Reconocimientos a las cadenas y programas, el Premio RTVA a la comunicación

vil

ón audiovisual y la comunicación externa e interna

El Director General de la RTVA, Rafael Camacho, recibe el premio del Gremio de Libreros por el fomento de la lectura en 2003.



Más de sesenta premios fueron otorgados en el período comprendido entre los años 2001-2003 a distintos programas de la Radio y la Televisión de Andalucía. Las entidades que distinguieron con su reconocimiento y sus galardones nuestra labor han sido tan diversas que abarcan un amplio abanico de sectores relacionados con el audiovisual y la cultura: festivales de cine, asociaciones profesionales del ámbito de la comunicación, entidades sin ánimo de lucro, organizaciones no gubernamentales, federaciones deportivas, asociaciones de espectadores y oyentes, colectivos profesionales, peñas de aficionados a distintos deportes, peñas taurinas y asociaciones andaluzas en otras comunidades autónomas. Todos estos galardones y distinciones nos impulsan a seguir en el camino de servicio a la comunidad andaluza.

Premios a la RTVA

- ▶ Premio del **Gremio de Libreros** de España

por la contribución al Fomento de la Lectura a la RTVA en 2003.

Canal Sur Web

- ▶ Premio **Andalucía de Periodismo** 2002 de la Junta de Andalucía a la web de Canal Sur en su apartado de los Servicios Informativos (*informativos.canalsur.es*).
- ▶ Premio **CiberSur Andalucía** 2002 a la mejor web andaluza en la categoría de institución (*canalsur.es*).

Canal Sur Radio

- ▶ ‘**Memoria del Estatuto**’. Premio **Andalucía de Periodismo** 2002 al programa de Canal Sur Radio que realizó el periodista Juan Teba.
- ▶ ‘**La hora de Andalucía**’. **Antena de Oro** 2001 de la Federación de Asociaciones de Profesionales de Radio y Televisión de España a Tom Martín Benítez.
- ▶ ‘**El Toreo**’. —Premio **Lotus-Festina** 2001 concedido por la emisora de Radio La Línea al mejor espacio taurino.

▶ **Los premios nos impulsan a seguir en el camino de servicio a la comunidad andaluza que hemos emprendido**

▶ **Los servicios informativos de la web de Canal Sur recibieron el Premio Andalucía de Periodismo 2002 de la Junta de Andalucía**

▶ **El Gremio de Libreros de España reconoció la labor de la RTVA por la contribución al Fomento de la Lectura en 2003**

El hecho de recibir un premio o un reconocimiento es siempre un estímulo para la labor que se desempeña. Los profesionales de la RTVA estamos orgullosos de los más de 60 galardones que hemos recogido durante estos años y que nos han sido otorgados por numerosas instituciones públicas y privadas del territorio andaluz y nacional.

5.1

Reconocimientos a cadenas y programas

El estímulo para seguir creciendo y trabajando por Andalucía

5. La implicación en la sociedad civil

'60 Minutos', presentado por Roberto Sánchez Benítez, recibió el Premio 28 de Febrero del Consejo Asesor de la RTVE en 2002 por el documental 'Mauthausen: Vivir para contarlo'.

—Programa más destacado por la Promoción y Difusión de la Fiesta en 2001, según la revista especializada '6 toros 6'.

► 'Bienvenidos'. —Mención Especial del Premio Ondas 2003 al programa de Juan José Téllez.

► Juan Antonio Domingo. Premio periodístico Bahía de Algeciras 2003, de la Autoridad Portuaria y la Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar, a Juan Antonio Domingo Ruiz, por el reportaje 'Puerto de Tarifa, puerto Shengen'.

► 'El Observatorio'. Premio Prisma Casa de las Ciencias de La Coruña en 2002.

► Enriqueta Castillo. El Consejo Asesor de TVE en Andalucía premió en la X Edición de los Premios 28 de febrero en 2003 a la periodista de Canal Sur Radio por el reportaje titulado 'La verdadera historia del 4 de diciembre'.

► 'Especial Carlos Cano'. Mención especial de la Asociación de la Prensa de Granada en febrero de 2001 al programa especial sobre la figura del granadino Carlos Cano.

► 'Doñana, comarca abierta al futuro'. El II Premio Nacional de Periodismo Doñana, Des-

arrollo Sostenible al espacio presentado por María José Maestre en 2001.

Canal Fiesta Radio

La Fundación FECAC, que aglutina las entidades andaluzas en Cataluña, premió en 2002 a Canal Fiesta Radio por su calidad y amplia difusión.

Radio Andalucía Información

► 'Kamelamos Naquenar'. Premio Andaluz Gitano del Año a Amaro Jiménez, por el programa que aborda la actualidad del colectivo gitano en Andalucía.

Canal Sur Televisión

► 'Bravo por la tarde'. —Antena de Oro 2000 y 2002 de la Federación de Asociaciones de Profesionales de Radio y Televisión de España a Agustín Bravo.

—Premio Corazón 2001 de la Asociación de Profesionales de Radio y Televisión al Mejor Programa de Corazón.



► **‘La llamada del Sur’.** Premio de la Academia de Televisión al **Mejor Programa Autonómico** de 2001, por ‘El color de la vida’, un homenaje a Carlos Cano emitido dentro del espacio que dirige Paco Lobatón.

► **‘Con sabor andaluz’.** La Asociación de Productos Agroalimentarios de la Subbética distinguió al programa con el título de **Embajador Gastronómico de la Subbética** en 2001.

► **Manuel Arroyo.** El corresponsal en Rabat recibió el premio de la **Cámara de Comercio e Industria de Tánger**.

► **‘El Legado Andaluz’.** La serie documental fue galardonada con el Premio a la **Conservación y Protección del Patrimonio** 2001. Se trata de un prestigioso galardón, al que han concurrido documentales de más de 20 países, que concede la MIPA, única muestra en España dedicada a promocionar la conservación del Patrimonio arquitectónico mundial, en colaboración con la Universidad de Alcalá de Henares.

► **‘El Toreo’.** —El director del programa Enrique Romero recibió el Premio **Lotus-Festina**

2001 que organiza cada año la emisora de Radio La Línea, como el mejor programa taurino de la televisión.

—Premio al mejor espacio taurino de prensa, radio y televisión de España por la **Peña Taurina David López**, de Aranjuez (Madrid).

—El más destacado para la **Promoción y Difusión de la Fiesta** de 2001, según la revista ‘6 toros 6’.

► **‘Salud al Día’.** Premio de Periodismo **Luis Portero** a la Promoción del Donante de Órganos y Tejidos, concedido por la Consejería de Salud de la Junta de Andalucía.

► **Canal Sur Televisión.** Premios **ONCE** de la Organización Nacional de Ciegos Españoles en Andalucía en la modalidad de medios de comunicación, como una forma “de mostrar su agradecimiento hacia las personas y entidades que se esfuerzan por lograr una normalización en el desenvolvimiento social de las personas discapacitadas”.

► **‘Luces y sombras’.** La serie documental re-

cibió el Premio **ATEA** de 2001, de la Asociación de Telespectadores de Andalucía.

► **‘Números Rojos’.** Rody Aragón, el presentador del programa, recibió el Premio **ATEA** de la Asociación de Telespectadores de Andalucía de la temporada 2001-2002.

► **José Luis Pereñíguez.** El director de Emisiones de Canal Sur Televisión obtuvo el Premio Atea 2001 por su labor detrás de las cámaras.

► **Ione Albizu.** La periodista de Canal Sur Televisión en Málaga fue premiada por la Federación Profesional de Asociaciones de Radio y Televisión de España con una **Antena de Oro** en el apartado de televisión en 2002.

► **‘Tierra y mar’.** —En 2001 el espacio presentado por Ezequiel Martínez resultó ganador, en la modalidad de televisión, de la octava edición del Premio **28 de Febrero** de 2001, que otorga el Consejo Asesor de RTVE en Andalucía, por el reportaje titulado ‘Gitanos en el verdeo’.

—Mención de Honor en la **Muestra Atlántica de Televisión** celebrada en las Islas Azo-



► **Canal Sur Televisión** recibió el Premio **ONCE** de la **Organización Nacional de Ciegos Españoles en Andalucía**

► La serie documental **‘El Legado Andaluz’** fue galardonada con el Premio a la **Conservación y Protección del Patrimonio 2001**

► **‘Tierra y mar’** recibió el Premio **28 de Febrero de 2001**, del Consejo Asesor de RTVE Andalucía, por **‘Gitanos en el verdeo’**

5. La implicación en la sociedad civil

res (Portugal), por el reportaje 'Cetáceos en el Estrecho' en 2000.

► **'Arrayán'**. El Gabinete de Estudios de la Comunicación (GECA) galardonó a la serie con el premio al programa de producción nacional de mayor audiencia de la temporada en Canal Sur Televisión en 2003.

► **'Cántame'**. La Asociación de Empresas Discográficas Andaluzas (AEDA) galardonó al programa con el premio al mejor programa musical de televisión.

► **'Al Sur'**. La Fundación José Manuel Lara concedió el **Premio a la Cultura**, al programa 'Al Sur', por su labor en pro de la divulgación de la cultura en 2003.

► **'Los reporteros'**. —Seleccionado para el **Prix Europa** de Berlín 2001 el reportaje 'La otra orilla', sobre los inmigrantes en el Estrecho.

—'La cara de Dios' de Marga Reig, redactora del programa, galardonada con el **Ricardo G. Requena** de Periodismo 2001, por el análisis sobre la autenticidad o no del Santo Rostro de Jaén.

—'Para seguir viviendo' Premio **Luis Portero**, a la Promoción del Donante de Órganos y Tejidos de Andalucía, otorgado por la Consejería de Salud 2001.

—Premio de la **Unión de Consumidores** de España como mejor programa de televisión en defensa de los consumidores 2001.

—**Meridiana de Periodismo** a la redactora Marga Reig por el conjunto de reportajes dedicados a la mujer 2001.

—'Crecer sin dañar', Premio **Nacional de Periodismo Doñana** 2001.

—'Salvar al soldado Hernández', **Andalucía de Periodismo** 2000.

—'Al calor de los plásticos' seleccionado para la Sección Oficial de la Muestra de Reportajes de Actualidad **Figra** 2000 de Lille (Francia).

—'Precaución, obras', Premio Nacional de **Seguridad en la Construcción** 2000.

Canal 2 Andalucía

► **'Espacio Protegido'**. —El documental 'Las hi-

jas de Alborán' sobre las islas Chafarinas obtuvo el Premio Nacional al Mejor Programa de Televisión en la XXI **Bienal de Cine Científico de Ronda** en 2001.

—Premio **Nacional de Periodismo** 2002 por el documental 'Agua en la memoria'.

► **'El Vagamundo'**. —**Ondas** 2001 de Periodismo como programa más innovador.

—Premio **ATEA** 2001 a Jesús Quintero.

—**Antena de Oro** 2003 a Jesús Quintero.

—Premio **Manuel Alonso Vicedo** a Jesús Quintero en 2001.

► **Cristina Álvarez**. Premio **ATEA** a la mejor labor detrás de las cámaras para la directora de Canal 2 Andalucía.

► **'Solidarios'**. —Premio otorgado por la Confederación de **Minusválidos Físicos** de Andalucía (CAMF 2001).

—Premio **Manos Unidas** de TV 2002.

—A la mejor Producción Televisiva del año 2002 otorgado por **Asecan**.

—'Migraciones 2002' sobre la población inmigrante en nuestra Comunidad recibió el



premio otorgado por la **Consejería de Gobernación** de la Junta de Andalucía.

► **‘Cine.Dos’**. A la **Mejor Producción** televisiva andaluza del año 2002 otorgado por la asociación **Asecan**.

► **‘La odisea del voluntariado’**. Finalista en la Sección Documental del II Certamen de **Cortometrajes Andaluces** 2002 de la Diputación Provincial de Málaga por el programa ‘San Juan de Dios’.

► **‘Las mil y una noches’**. Mejor presentador en 2002 a Joaquín Petit, otorgado por **ATEA**.

► **‘Andalucía Turismo’**. —Premio **Prestigio** 2001, de la Asociación de Empresarios de Nerja.

► **‘El club de las ideas’**. Primer premio **Andaluz al Voluntariado** 2001 de la Federación Andaluza del Voluntariado, por la difusión y seguimiento de dichas actividades.

—Premio **Víctor Mellado** 2001 de la Asociación de la Prensa de Málaga y las Asociaciones Empresariales del Sector Turístico de la Costa del Sol.

► **‘El público lee’**. Mención especial en el Pre-

mio otorgado por la **Asociación de Editores Españoles** de 2003.

► A **Canal 2 Andalucía**. Premio de la Comunicación **Al-Andalus** 2001.

► **‘60 minutos’**. —Premio **28 de Febrero**, del Consejo Asesor de RTVE en Andalucía, al mejor trabajo de televisión en 2002 por el documental ‘Mauthausen: Vivir para contarlo’.

—Mejor informativo andaluz 2002 concedido por **ATEA**.

Deportes

—Premio **Andalucía de los Deportes** 2001, a la mejor labor periodística-deportiva.

—Premio por la mejor labor de promoción y difusión del balonmano andaluz 2001, de la **Federación Andaluza de Balonmano**.

—Premio al mejor programa deportivo de la Televisión en 2001 a ‘Gol a gol’ de la **ATEA**.

—Premio de la **Federación de la Prensa Deportiva** regional en 2001.

—Al mérito deportivo 2002 que otorga la **Federación Española de Balonmano**.

—A la mejor labor Periodística-Deportiva 2002, otorgado por la **Federación Andaluza de Voleibol**.

—Premio **Guadalquivir** 2002, del Ayuntamiento de Sevilla.

—Premio **Gesta Andaluza** del año 2002, otorgado por la Federación Andaluza de la Prensa Deportiva.

Fundación Audiovisual de Andalucía

► Premio otorgado por **CiberSur** en 2001 por segundo año consecutivo a la mejor web andaluza, en la modalidad de “institución”.

► Premio la asociación **Asecan** a la mejor labor de promoción del cine en Andalucía durante el año 2002 a la Andalucía Film Commission.

Servicios Informativos

Los Servicios Informativos de Canal Sur Televisión han sido premiados por la **Asociación de Enfermos de Parkinson Andaluces** (AEPA) el 23 de noviembre de 2001.

► **El espacio de investigación ‘Los reporteros’ ha sido uno de los más premiados de toda la RTVA en estos años**

► **‘Espacio protegido’ obtuvo el Premio Nacional de Periodismo 2002 por el reportaje titulado ‘Agua en la memoria’**

► **La redacción de deportes de la RTVA ha recibido múltiples reconocimientos en todo el territorio andaluz**

Paco Gómez Zayas recoge el Premio Asecan 2001 por el papel difusor del audiovisual en el espacio ‘Con el cine en los talones’.



△ La popular cantante mallorquina Chenoa ha sido otra de las participantes de 'La Fiesta del Fiesta'.

Durante el trienio 2001-2003 el Premio RTVA a la Comunicación Audiovisual se ha consolidado como la primera y única cita para reconocer la contribución a la buena imagen de Andalucía de la radio y la televisión, tanto dentro como fuera de la Comunidad Autónoma Andaluza.

Cadenas y emisoras de todos los continentes se presentan anualmente a este certamen patrocinado en sus cuatro primeras ediciones por Unicaja y en la quinta y sexta por la Fundación El Monte. La prestigiosa cadena inglesa BBC, Discovery Channel, cadenas públicas de radio de Holanda y Bélgica son, entre otras, algunas de las grandes empresas y grupos multimedia galardonados en las distintas convocatorias.

En el año 2001 el IV Premio RTVA a la Comunicación Audiovisual lo ganó en la modalidad de Televisión la cooperativa de producción audiovisual DVA Información por su documental 'El vuelo del cazador', que cuenta en sus 53 minutos de duración cómo es la vi-

da en el monte en el Parque Natural de la Sierra de Grazalema. El accésit lo obtuvo la segunda cadena de Televisión Española por el reportaje 'Estrecho' realizado por un equipo del programa 'Metrópolis' sobre la inmigración a través de las aguas del Estrecho de Gibraltar.

El premio en la modalidad de Radio lo consiguió la radio pública belga de expresión francesa por su espacio 'Escuchando a Pilar', realizado en una bodega de Jerez de la Frontera durante una visita turística guiada. El accésit fue para las emisoras jienenses de la Cadena SER por su apoyo a la candidatura de Ubeda y Baeza para ciudades patrimonio de la Humanidad.

La quinta edición del Premio RTVA a la Comunicación, correspondiente a 2002, estuvo patrocinada por la Fundación El Monte. El premio de Televisión se le concedió a la Televisión de Cataluña por el reportaje 'Solidarios fuera de la ley' del programa '30 minuts'. El accésit recayó en el documental de Discovery

Channel 'Río Tinto, Marte en la Tierra'.

Por su parte, Onda Cero Granada recibió el premio de Radio por su trabajo 'El Destierro del Olvido' y Radio Sevilla el accésit como reconocimiento a sus 25 años de servicios informativos de la Cadena SER en la Comunidad Autónoma Andaluza.

La sexta edición del premio, correspondiente a 2003, galardonó también a TV3 con el accésit de Televisión por su reportaje 'La radio de Justo', un espacio emitido en el programa 'Entre Líneas'. El premio lo obtuvo el documental titulado 'Picasso y sus mujeres' de Sogecable.

En radio, el premio recayó en Cibeles FM por su espacio 'La Ruta del Aceite' y el accésit en 'Área de Mujer' de Bernardi Producciones, emitido por la red de emisoras municipales de la provincia de Granada. La cuantía de los Premios RTVA a la Comunicación Audiovisual es la siguiente: Televisión (18.000 euros), Accésit TV (4.500 euros), Radio (12.000 euros) y Accésit Radio (4.500 euros).

El Premio RTVA a la Comunicación Audiovisual reafirman su vocación abierta al entorno audiovisual, no sólo andaluz, sino también al nacional e internacional. Esta referencia, junto con la económica (39.000 euros en premios) erige a esta convocatoria en una de las más destacadas del mundo del audiovisual dentro y fuera de nuestro país.

5.2

El premio RTVA a la comunicación audiovisual

Premiamos a quienes exportan la buena imagen de nuestra tierra

5. La implicación en la sociedad civil

▷ Los artistas Queco, Rosa, Las Niñas y Café Quijano amenizaron la gala de entrega del Premio RTVA de 2003.

▷▷ Mariló Montero y Juan y Medio presentaron la gala de entrega que finalizó con la foto de todos los premiados en dicha edición.



△ Las galas de entrega del Premio RTVA de 2001 y 2002 correspondieron a la cuarta y quinta edición de los galardones.





El fomento del sector audiovisual es una de las nuevas obligaciones que la reciente modificación de la Ley de creación de la RTVA impone a nuestra empresa; pero desde antes se asumía en diferentes campos y concretamente apoyando a los festivales que premian principalmente a los jóvenes valores.

PREMIO RTVA A LA CREACIÓN AUDIOVISUAL

Culminando un proceso que se inició en 2001 con el claro objetivo de fomentar el nuevo talento andaluz, la RTVA, con el patrocinio de la Caja San Fernando, ha creado el Premio RTVA a la Creación Audiovisual Andaluza para galardonar a un realizador o productor andaluz o a la mejor obra audiovisual en cualquiera de sus modalidades, especialmente cortometrajes y documentales, presentada por un realizador andaluz a los certámenes audiovisuales andaluces en los que se cree este premio.

Los antecedentes de este premio deben

buscarse en los creados por la RTVA a partir del 2001 en el Festival Alcances de Cádiz o en el Eurovideo de Málaga del mismo año. Poco después nuevos festivales incluyeron el premio RTVA (San Roque, Carmona y Córdoba).

Ahora, gracias al patrocinio de Caja San Fernando, el premio se instituirá en todos los principales certámenes audiovisuales andaluces (unos 37 en total) previa conformidad de los titulares de los mismos, en un proceso de negociación con las instituciones organizadoras que ya ha comenzado, para incluir este nuevo premio en cada palmarés oficial. En este primer año de su existencia la Caja San Fernando patrocina el conjunto de las acciones con 120.200 euros.

Las bases del Premio RTVA a la Creación Audiovisual Andaluza son dadas a conocer públicamente y su convocatoria se difunde por medio de publicidad en prensa, radio y televisión y además están a disposición de los interesados en la Caja San Fernando y en las sedes de la RTVA.

Junto a la dotación económica el premio consistirá en la emisión del trabajo galardonado por cualquiera de las cadenas de la RTVA, incluidas las emisiones vía satélite dentro de una ventana creada al efecto.

PREMIOS RTVA A LA EXCELENCIA ACADÉMICA Y A LA MEJOR TESIS

En el desarrollo actual de la Sociedad de la Información y del Conocimiento, se hace necesario un mayor acercamiento entre el mundo académico, representado por la Universidad y el mundo profesional, que significa la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, creando vínculos estables de colaboración entre dichas instituciones para potenciar los conocimientos de los alumnos que abran nuevas orientaciones con ideas, datos y obras que puedan repercutir en la mejora conceptual y técnica de la actividad audiovisual de Andalucía, fortaleciendo también el espacio audiovisual andaluz.

Con estos premios que crea la RTVA me-

En cumplimiento de la nueva Ley de la RTVA, y como apoyo al fomento del sector andaluz, se crearon los Premios a la Creación Audiovisual, que cuentan con el patrocinio de Caja San Fernando. Por otro lado, se idearon los Premios a la Excelencia Académica y a la Mejor Tesis para potenciar el estudio y la investigación de este sector emergente.

Premios RTVA a la creación audiovisual y a la excelencia académica

Un impulso a los jóvenes andaluces que crean e investigan

dante sendos convenios suscritos con la Universidad de Málaga, el 5 de noviembre de 2003, y con la de Sevilla, el 12 de diciembre, se pretende premiar la Excelencia Académica de los trabajos de investigación sobre cualquier tema relacionado con la actividad audiovisual, que pongan de manifiesto la capacidad profesional del autor o autores y disponer de un fondo de estudios científicos sobre el audiovisual, con especial atención al audiovisual andaluz. Con este premio, además, se estimulará el esfuerzo y la creatividad de los alumnos del último año de la licenciatura descubriendo nuevos valores profesionales. En principio está pensado para las Facultades de Comunicación pero con la intención de ir ampliándolo en sucesivas ediciones a otros estudios: Telecomunicaciones, Económicas, Empresariales, Derecho, etcétera....

Investigación sobre el audiovisual

En la primera convocatoria podrá participar cualquier estudiante del último curso de cual-

quier licenciatura de las Facultades de Comunicación de Málaga y Sevilla.

Sólo podrán optar al premio, en consecuencia, los trabajos de investigación sobre el audiovisual, especialmente los relacionados con el audiovisual andaluz, realizados en el presente curso académico, que no se encuentren publicados, los cuales podrán ser presentados de forma individual o colectiva por los alumnos de estas facultades.

En el caso de que dos o más personas se presenten conjuntamente al concurso, individualmente deberán cumplir los requisitos de capacidad exigidos por las presentes bases. Se otorgarán dos Premios a la Excelencia Académica, uno en cada Universidad, consistentes en un diploma acreditativo y una aportación económica de 3.000 euros. Los premios serán difundidos por la RTVA, reservándose ésta la facultad de editarlos en cualquier soporte.

El jurado de este premio podrá otorgar las menciones especiales que considere oportunas

en función de los méritos de los participantes, teniendo en cuenta que estos galardones no conllevarán dotación económica alguna.

La mejor tesis doctoral

Podrá participar cualquier estudiante de tercer ciclo de las Universidades de Málaga y Sevilla, y cuya tesis verse sobre temática relativa al audiovisual, especialmente al andaluz, aprobada con la máxima calificación y leída durante el curso académico anterior en cualquiera de las dos Universidades.

Se otorgará un único premio para los alumnos de tercer ciclo de ambas Universidades, consistente en un diploma y 6.000 euros. El premio será difundido por la RTVA, reservándose ésta la facultad de editarlo en cualquier soporte. Si a criterio del jurado, los trabajos no alcanzasen las mínimas condiciones exigibles de calidad, podría declararse desierto el premio. Las bases completas de los premios serán dadas a conocer en ambas Facultades de Comunicación en enero de 2004.



Los Premios RTVA a la Creación Audiovisual se han creado para reconocer la labor de los realizadores andaluces.

► **Los antecedentes de estos premios hay que buscarlos en el Festival Alcances de Cádiz o en el Eurovideo de Málaga**

► **Además de la dotación económica, el premio consiste en la emisión del trabajo premiado en cualquiera de nuestras cadenas**

► **Con los galardones se trata de premiar la Excelencia Académica de los trabajos de investigación sobre el audiovisual**

5. La implicación en la sociedad civil



△ 'Rostros del Mundo' es la exposición de fotografías de José Luis López Paneque, que pudo verse en nuestra sede.

▽ 'Hermanamiento artístico entre Andalucía y San Petesburgo', de Sánchez Parrales y Gennadi Ulibin, ha sido otras de las exposiciones.

Los años 2001, 2002 y 2003 han sido especialmente productivos para la Dirección de Comunicación e Imagen por la puesta en marcha del salón de actos y espacio de exposiciones en la sede central de RTVA, la rotulación exterior con luminosos del Pabellón de Andalucía y de los nuevos centros territoriales: Granada, Córdoba, Almería, y Huelva; así como el notable incremento en el número de actividades de promoción y relaciones públicas. El patrocinio del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva, el apoyo a la promoción de películas y documentales coproducidos por Canal Sur y la participación en la Feria de Abril de Barcelona son otros de los grandes hitos de la Dirección de Comunicación en este período.

La comunicación externa es la actividad básica de la Dirección de Comunicación e Imagen. Se entiende como comunicación externa todas aquellas tareas que, de forma coordinada, persiguen que la RTVA tenga un buen posicionamiento dentro del mercado y la sociedad



andaluces. La naturaleza jurídica de nuestra empresa y su vinculación con instituciones como el Parlamento de Andalucía, por ejemplo, hacen que nuestra compañía esté habitualmente en primera línea de la actualidad recogida por los medios de comunicación. Las tareas que se dirigen al entorno son:

► **La comunicación con terceros.** Las ruedas de prensa se suelen convocar coincidiendo con acontecimientos claves de cada ejercicio, tanto de los canales de radio como de televisión, relativos a asuntos como las presentaciones de las parrillas o de programas concretos de éstas. Los acontecimientos marcan la pauta a la hora de efectuar las convocatorias a los periodistas. Se pretende en este sentido, trasladar a la opinión pública todos aquellos acontecimientos de interés entre los que cabe reseñar, además de las parrillas de programación, las actividades de la Dirección General, de la Fundación Audiovisual de Andalucía u otro tipo de iniciativas. En el año 2001 se

organizaron 25 ruedas de prensa y en 2002 más de 30 actos informativos, en 2003 el nivel de convocatorias a los medios se situó en torno a 40.

► **Elaboración de notas de prensa.** Las notas de prensa son el vehículo de información externa más común. De forma diaria se elaboran y procesan una serie de informaciones (1.350 en 2001, 1.500 en 2002 y unas 1.700 en 2003), que se envían a través de fax y correo electrónico a unos 100 medios de Andalucía y del resto de España, básicamente Madrid, Barcelona, Extremadura y el resto de comunidades limítrofes con nuestra Comunidad Autónoma. Las notas de prensa diarias tienen que ver con los principales programas de las parrillas de televisión y, circunstancialmente, con las de la radio, ya que este medio tiene una menor demanda entre las preferencias de los periódicos.

En ocasiones se redactan notas que tienen que ver con la postura que defiende la

compañía en algunos acontecimientos concretos. Este tipo de notas no son las cotidianas. A ellas hay que unirle otro tipo de informaciones de nuestra empresa como reportajes sobre nuestros programas o entrevistas a presentadores.

► **Programaciones.** El Departamento de Prensa de la RTVA envía cada día las parrillas de Canal Sur Televisión, Canal 2 Andalucía y Andalucía Televisión a aproximadamente un centenar de medios. Ello supone 810 programaciones por cada ejercicio. Cada semana, además, se envía también un avance de programación de los dos canales televisivos terrestres, lo que significa en total que se distribuyen 432 avances al año.

► **Portavocía.** Los medios de comunicación establecen contacto diario con la empresa a través de la Dirección de Comunicación. Cada jornada se atienden de media entre tres a cinco llamadas de periodistas. Se puede en-

Estos años han sido especialmente productivos por la inauguración del salón de actos y el espacio de exposiciones en la sede de la RTVA, así como por el notable incremento de actividades de promoción y relaciones públicas. El patrocinio del Festival de Huelva, el apoyo a la promoción de películas y documentales, entre los hitos más destacados.

5.3

La comunicación externa

La RTVA, una empresa pública de puertas abiertas

5. La implicación en la sociedad civil

tender que la tarea de portavoz de la empresa es básica entre las responsabilidades de esta Dirección. Las respuestas se dan mediante contactos telefónicos, que son los más habituales, o a través de correos electrónicos.

► **Diseño de campañas.** La Dirección de Comunicación e Imagen ha coordinado el diseño de las campañas publicitarias en prensa de los nuevos programas, las parrillas de temporada y otras inserciones de promoción genérica de las cadenas del Grupo. En el año 2001, la campaña más intensa correspondió al lanzamiento de Canal Fiesta Radio, que sustituyó a Fórmula Uno.

► **Participación en eventos.** La Dirección de Comunicación e Imagen ha intervenido durante el año 2001 en la organización de 65 actividades de promoción de eventos en las distintas empresas que dependen de RTVA. Durante el año 2002 se intervino en la celebración de 72 actividades, lo que supone un

aumento superior al 10 por ciento respecto al año anterior. En 2003 han sido 117 las actividades desarrolladas con un incremento del 62,5 por ciento respecto al año 2002. En este cómputo se integran tanto las ruedas de prensa, como las inauguraciones de exposiciones, las proyecciones audiovisuales y la participación en jornadas, ferias y certámenes diversos.

► **Salas de exposiciones.** En mayo de 2001 se abrió en la sede central de RTVA, situada en la Isla de la Cartuja, en el antiguo Pabellón de Andalucía de la Exposición Universal de 1992, un espacio expositivo, remodelado y modernizado en octubre de 2003, en el que hasta el 31 de diciembre de 2003 se han celebrado 27 exposiciones de pintura, fotografía y artesanía. En el otoño de 2001 se iniciaron las exposiciones temporales en el centro de producción de Málaga, por el que han pasado algunas de las muestras ya exhibidas en Sevilla. La media de visitas por exposición en Se-

villa y Málaga se sitúa en torno a las 450 personas. El centro de producción de Jaén también ha albergado algunas de estas exposiciones. El centro de Granada ha iniciado su programa de actividades culturales en diciembre de 2003 con una exposición de fotografías y la presentación de un documental de temática granadina.

Buena parte de las exposiciones han correspondido a muestras montadas por distintas ONGs de Cooperación al Desarrollo para divulgar sus actividades entre las que se cuentan Médicos del Mundo y Médicos sin Fronteras. Las temáticas de contenido social o solidario han estado presentes de la mano de fotógrafos como Fernando García Arévalo ('En lo más ancho del Estrecho'), Miguel Ángel León ('Tiempo de Mujer') y Paco González ('Mujeres del Mundo, Paisajes del Alma').

Entre los artistas plásticos destacaremos a Parrales, Antonio Suárez-Chamorro, Fernando Faces... entre otros. Trabajadores de la RTVA han podido mostrar sus inquietudes artísticas



Personalidades como Jordi Pujol han visitado la RTVA en estos años. En la imagen, es recibido por el Director General Rafael Camacho.

► **En mayo de 2001 se abrió en la sede central un espacio expositivo en el que se han celebrado más de 30 muestras**

► **La RTVA ha participado en la organización de más de 65 actividades de promoción de las distintas empresas filiales**

► **Desde la Dirección de Comunicación e Imagen hemos diseñado numerosas campañas publicitarias de la RTVA**

a través de estos espacios expositivos, que registran una creciente demanda.

► **Visitas colectivas.** Durante el año 2001 visitaron las instalaciones de Canal Sur en San Juan de Aznalfarache 2.546 personas repartidas en 111 grupos, en su mayoría integrados por alumnos de centros de enseñanza de Andalucía y el sur de Portugal. En 2002 las personas que visitaron el centro de Sevilla fueron 2.027, repartidas en 88 grupos. El descenso en el número de visitas se produjo a consecuencia de las obras efectuadas en el centro de San Juan, que obligaron a suspender durante varias semanas las visitas y anular citas ya comprometidas. En 2003 recibimos en Sevilla a 91 grupos con un total de 2.854 personas.

El centro de producción de Málaga fue visitado en 2001 por 3.000 personas, repartidas en un centenar de grupos. Durante el año 2002 las visitas a las instalaciones malagueñas de Canal Sur fueron 3.150, procedentes

de centros de la provincia. En Málaga y Sevilla las visitas son guiadas por azafatas, ven un video corporativo en el salón de actos y reciben un pequeño obsequio de recuerdo.

► **Participación en ferias y certámenes.** RTVA inició en 2001 su participación en la Feria de Abril de Barcelona con la firma de un convenio con la Federación de Entidades Culturales Andaluzas en Cataluña (FECAC). Por la caseta de RTVA han pasado una media de 30.000 personas cada año.

En el año 2001 RTVA participó en la Feria Planet Fútbol de Barcelona con un espacio diferenciado dentro del pabellón de Deporte Andaluz. En 2002 y 2003 la Feria del Fútbol de Madrid continuó la trayectoria iniciada la ciudad condal por Planet y Canal Sur volvió a estar presente en el pabellón de la Consejería de Turismo y Deporte con un miniplató virtual visitado por cerca de 40.000 personas. Otros certámenes que contaron con la presencia de RTVA fueron el II Foro de Desarrollo

Tecnológico de Granada, la feria cordobesa Innovacor. En Sevilla, la feria DISCAP, Art Futura, Mediarama y la Feria del Flamenco.

► **Apoyo al cine.** Canal Sur ha apoyado con su presencia los siguientes certámenes: Festival de Cine Iberoamericano de Huelva, Festival de Cine y Deporte de Sevilla, Mercado del Documental del Festival de Cine de Málaga, Festival de Cine Científico de Ronda, Festival de Cine Inédito de Islantilla (Huelva), Festival de Cine del Aire de El Yelmo (Jaén) y numerosos certámenes de cortos como los de San Roque (Cádiz), Dos Hermanas (Sevilla),...

► **Prestaciones.** Durante 2001 se han atendido 21 peticiones de material de regalo y promoción de otros tantos colegios, hermandades y asociaciones sin ánimo de lucro de diverso tipo. En 2002 se ha duplicado esta colaboración y se ha regalado material a 45 entidades. En 2003 se han atendido peticiones de medio centenar de organismos.



Canal Sur estuvo presente por medio de un stand en la Feria Mundial del Flamenco, que se celebró en la capital hispalense.



Vive lo fresco y original

La información reina de nuevo

Viva Andalucía

Un mar de diversión

Unas Navidades mágicas

Como tú la quieres

A la medida

Canal Sur

La Dirección de Comunicación e Imagen de la Radio y Televisión de Andalucía efectúa diferentes tareas dentro del ámbito de la Comunicación Interna. La principal misión de este departamento en la parcela de la Comunicación Interna es la de difundir aquellas informaciones que son de interés para los miembros de la empresa. Se trata de noticias que dan cuenta del nivel de actividad que se desarrolla internamente, así como de nuestra presencia, entre otros, en los medios de comunicación.

La comunicación de estos aspectos tiene una doble intención: de un lado, ofrecer datos que faciliten el desempeño de algunas tareas internas y, de otro, contribuir a difundir la cultura de empresa entre los componentes de RTVA y sus sociedades filiales.

En el terreno de la Comunicación Interna se incluyen estas actividades:

► **Publicación interna.** La publicación interna de RTVA comulga, lógicamente, con el enfo-

que general ya explicado. Es decir con ella se pretende contribuir a mejorar la Comunicación Interna de la compañía. Es importante en este sentido apuntar que, en sus páginas, se incluyen acontecimientos tales como presentaciones de programas, actividades de los distintos Departamentos, artículos de opinión... todo en torno al devenir de RTVA y sus sociedades filiales.

En un principio, la publicación interna se llamó 'El Periódico de Canal Sur' y, posteriormente, se pasó a denominar 'La Revista de Canal Sur'. Con el cambio de cabecera iban incluidos nuevos diseño y formato. El propósito es el de sacar un número cada dos meses, aunque no es una norma fija. Así durante 2001 se publicaron tres números de 'El Periódico de Canal Sur'. En 2002, salió un número de 'El Periódico de Canal Sur' y tres de 'La Revista de Canal Sur'. En 2003 se publicaron cinco números.

Si bien esta publicación de la RTVA se destina al consumo interno, sus páginas pueden

► **La RTVA cuenta con 'La Revista de Canal Sur', una publicación interna que informa de las novedades de la empresa**

► **Ofrecemos datos que faciliten el desempeño de algunas tareas internas y difundimos la cultura de empresa**

► **También damos cuenta de lo que los medios de comunicación publican de la RTVA y sus sociedades filiales**

Informar a los trabajadores de las novedades que les afectan, así como de las informaciones que sobre la RTVA se publican son algunas de las actividades que desempeña la Dirección de Comunicación e Imagen. La publicación de 'La Revista de Canal Sur' e instrumentos como la Intranet nos permiten estar informados de todo cuanto sucede o afecta a nuestra casa.

5.4

La comunicación interna

Las herramientas de comunicación que nos permiten estar informados de todo cuanto sucede y afecta a nuestra casa

5. La implicación en la sociedad civil

▽ Diariamente se coloca en la Intranet un dossier digital con unas 50 noticias, así como la producción de notas de prensa para los medios.

► La RTVA realiza diversos materiales de promoción para la difusión de la identidad corporativa del grupo y de las cadenas.

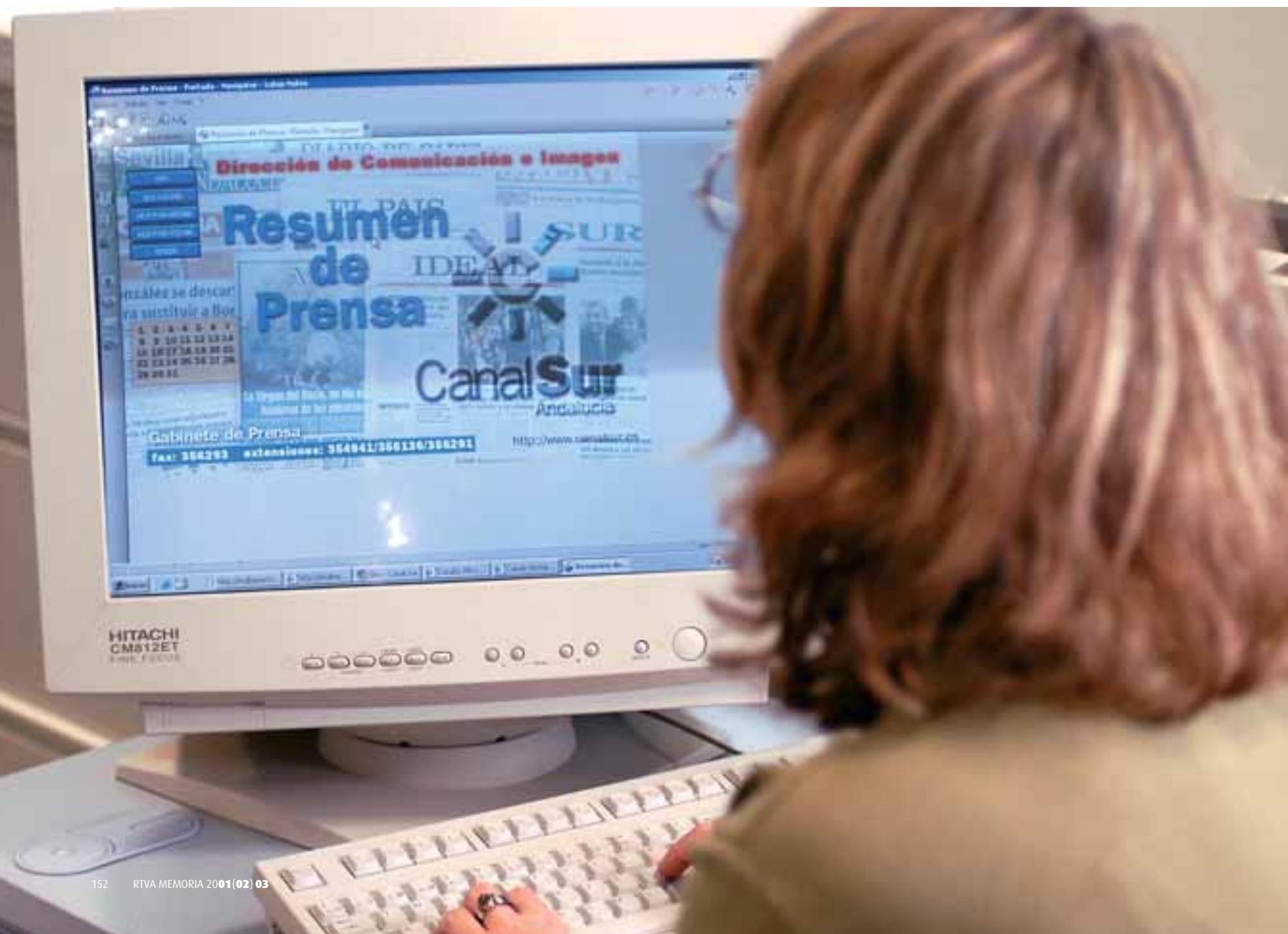
ser leídas fuera de la empresa, ya que se distribuye en las principales instituciones, empresas, centros de estudios andaluces... De esta manera, con nuestra publicación se busca, no sólo informar internamente, sino ofrecer externamente una buena imagen de la empresa pública.

► **Intranet.** Al igual que la Comunicación Interna no es tarea exclusiva de la Dirección de Comunicación e Imagen, una de las herramientas que sirven para desarrollarla, como es Intranet, tampoco se gestiona en exclusiva desde nuestra Dirección. Desde el verano de 2002 se implementó el nuevo sistema en el que, con carácter prácticamente diario, el Departamento de Prensa y el de Relaciones Públicas, ambos de la Dirección de Comunicación, incluyen notas de prensa, informaciones de portada y flashes de urgencia con asuntos de interés interno. En total se incluyen unas 1.800 noticias al año.

La gestión informativa de la Intranet es

complementaria con la de la publicación interna, ya que, con carácter casi diario, se informan a los trabajadores de la empresa de temas de interés a través de esta red informática interna que, posteriormente, y en la mayoría de las ocasiones, tienen cabida en "La Revista de Canal Sur". Además, la tendencia con respecto a la Intranet es la de perseverar en su capacidad para facilitar informaciones y datos de claro uso interno, ya que es una herramienta de comunicación muy potente y flexible que facilita el desarrollo de las tareas y la toma de decisiones.

► **Resumen de prensa.** El Resumen de Prensa es un instrumento que sirve para difundir internamente un compendio de aquellas informaciones que, con carácter diario, publican los medios de comunicación tanto de la RTVA y sus canales de radio y televisión, como del resto del sector audiovisual. Diariamente se coloca en la Intranet un dossier digital que puede ser consultado por unas 300 personas



de la empresa. En cada uno de estos dossiers se incluyen una media diaria de 50 noticias, lo que supone al año unas 13.500 referencias de prensa. Además, se adjunta la producción diaria de notas de prensa que se realizan para los medios de comunicación (1.350 en 2001, 1.500 en 2002 y 1.700 en 2003) así como las parrillas diarias de Canal Sur Televisión, Canal 2 Andalucía y Andalucía Televisión (810 parrillas diarias al año) más los avances de programación, uno por semana, que suponen 432 cada ejercicio. En diciembre de 2003 se ha iniciado el envío por correo electrónico del dossier de prensa diario a más de 300 empleados.

De otro lado, el Departamento de Prensa realiza con carácter diario un resumen en papel de las noticias más destacadas de la actualidad y un análisis cualitativo de lo publicado que se aporta a la Dirección General, lo que supone en torno a 1.050 resúmenes en papel y una cantidad similar de análisis cualitativos.

► **Promociones cruzadas.** Las promociones cruzadas a lo largo de los años que incluye esta Memoria han sido una de las tareas que efectúa la Dirección de Comunicación como estrategia complementaria de las presentaciones que habitualmente se acometen cuando aparecen nuevos programas, nuevos presentadores o películas.... Este trabajo queda en el ámbito interno, ya que se trata de generar sinergias entre los diferentes programas y canales de radio y televisión de RTVA. La cuestión es que en la Dirección de Comunicación de RTVA estamos persuadidos de que los más potentes medios para llegar al mayor número de andaluces están aquí, y son los medios de radio y televisión de RTVA.

La mayor dificultad que se nos plantea es su coordinación. La tarea de la Dirección de Comunicación en este ámbito es, por tanto, lograr dicha coordinación para que sean nuestros propios medios los que, por ejemplo, hagan una promoción adecuada de las novedades de nuestras parrillas.



► Desde el verano de 2002 se implementó el nuevo sistema de Intranet en el que se incluyen las noticias más destacadas

► El Departamento de Prensa realiza con carácter diario un resumen en papel de noticias y un análisis de lo publicado

► Las promociones cruzadas han sido una de las tareas estratégicas que efectúa la Dirección de Comunicación e Imagen





El papel que la RTVA está jugando en la dinamización del sector audiovisual andaluz es un claro ejemplo de nuestra implicación con el colectivo de profesionales que trabaja en el cine hecho en nuestra tierra. La creación de una fundación sin ánimo de lucro, como es la Fundación Audiovisual de Andalucía, así como su principal herramienta, Andalucía Film Commission, avalan esta apuesta por un importante sector económico y cultural emergente. El esfuerzo llevado a cabo por la RTVA para la creación de un tejido empresarial potente, que dicho sea de paso ha respetado el lógico equilibrio entre capital privado y financiación pública, se ha subrayado con la promoción decidida de Andalucía como plató ideal para todo tipo de rodajes: 'Andalucía es de cine'.

6.

La RTVA, agente dinamizador de

El apoyo a la producción audiovisual y al cine, la Fundación Audiovisual de An

el sector audiovisual

Andalucía y Andalucía Film Commission

6. La RTVA, agente dinamizador del sector audiovisual



△ La RTVA respaldó el estreno del documental 'Polígono Sur', cuya premier tuvo lugar en el Teatro de la Maestranza de Sevilla.

▽ La película 'Carlos contra el mundo', con participación de la RTVA, se presentó en el Festival de Cine de San Sebastián de 2002.



La política audiovisual de la RTVA ha sido fundamental para fortalecer y hacer competitivo este sector emergente. Puede afirmarse que en el ámbito de las Comunidades Autónomas con televisión propia, Andalucía se encuentra junto a la comunidad catalana a la cabeza por la importancia de su sector audiovisual.

En efecto, en la temporada 2000-2001 dentro del ranking de las 138 productoras más importantes de España, se sitúan nueve empresas andaluzas y una de ellas, Producciones 52, ocupa el primer lugar por horas de emisión y está entre las ocho más importantes por números de programas emitidos.

Los datos también evidencian que ya no puede hablarse propiamente de este sector del audiovisual como una parcela cautiva de la Radio y la Televisión Andaluzas que, por el contrario, les ha dado las habilidades y los instrumentos necesarios para competir en mercados externos, progresiva e independientemente.

De hecho, la producción audiovisual financiada en Andalucía representa el 31,12% en Canal Sur Televisión y el 14,83% en Canal 2 Andalucía. Los catorce programas a que corresponde la cifra anterior en Canal Sur Televisión han sido producidos por diez compañías productoras y once de los trece espacios de Canal2 Andalucía han sido encomendadas a o productoras andaluzas.

Si analizamos un periodo de tiempo superior, que puede ser quizá más significativo, veremos que en el año 2000 se contrataron veintiocho productoras, de las que sólo tres no eran andaluzas, mientras que en el año siguiente, 2001, se contrataron a veintitrés productoras de las que sólo cuatro no eran andaluzas.

Un mercado regido por el equilibrio

De todo ello se deduce que el peso de la producción andaluza presenta unos caracteres de equilibrio tanto económico como de peso en la programación y de desconcentración entre

► **La producción financiada representa el 31,12% en Canal Sur Televisión y el 14,83% en Canal 2 Andalucía**

► **Andalucía se encuentra, junto a Cataluña, a la cabeza por la importancia de su sector audiovisual**

► **La política de contratación ha sido correcta desde el punto de vista mercantil y ha contribuido a la creación de un tejido privado**

Podemos afirmar que el audiovisual andaluz no sólo es un sector emergente, sino que goza de buena salud. La RTVA ha ayudado a fortalecerlo dotándolo de los instrumentos necesarios para que compita en los mercados externos. El equilibrio alcanzado entre la inversión privada y la financiación permite creer en el futuro del audiovisual andaluz.

6.1

El apoyo a la producción audiovisual y al cine

La política de la RTVA ha contribuido a la creación de un tejido empresarial andaluz

6. La RTVA, agente dinamizador del sector audiovisual

▽ El equipo de intérpretes y realizadores de 'Eres mi héroe' presentó la película en el marco del Festival de Cine de Sevilla.

▷ Alfredo Landa consiguió la nominación al mejor actor en los Premios Goya 2003 por su papel en la película 'La luz prodigiosa'.

▽▽ La pequeña Beatriz Coronel era la protagonista, junto a Laia Marull, de 'Fugitivas' una película de Miguel Hermoso.

▷▷ La actriz andaluza Mariana Cordero protagonizó junto a Ana Fernández la serie de Canal Sur Televisión 'La Mari'.

Empresas audiovisuales andaluzas

Distribución por provincias

	Número		Número
Sevilla	111	Almería	20
Málaga	64	Córdoba	17
Cádiz	26	Huelva	13
Granada	22	Jaén	3

compañías netamente andaluzas. Esta afirmación nos permite concluir que la política de contratación de la RTVA no sólo ha sido correcta desde el punto de vista mercantil, sino que ha contribuido de manera eficaz a la creación de un tejido empresarial privado netamente andaluz.

De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística, en Andalucía se sitúan el 12% de las empresas del sector audiovisual nacional. Y el peso relativo de las empresas audiovisuales andaluzas en el total de la actividad empresarial de Andalucía repre-

senta el 0,17%, frente al 0,21 % del total nacional, lo que es una muestra evidente de lo que estamos explicando en esta Memoria.

Por tanto, todos los indicadores apuntan claramente al papel que ha jugado la RTVA en la creación del tejido empresarial andaluz. Basta señalar que sólo el 2,4% de las empresas del sector tiene más de 20 años de antigüedad, y el 42% tienen entre uno y cinco años de existencia.

Si a este dato le agregamos el que el 15% de las empresas del sector son sociedades anónimas podremos disponer de una imagen fiel sobre la fortaleza cada vez más evidente de este sector y el papel que la RTVA ha venido desempeñando en los últimos años como motor de la misma.

Un sector en alza

En la actualidad se tienen censadas en Andalucía un total de 276 empresas audiovisuales cuya distribución por provincias figura en el cuadro adjunto. En el mismo, se visualiza cla-



ramente la importancia que ha tenido la industria local en la puesta en funcionamiento de los centros de producción de la RTVA en Sevilla y Málaga, provincias donde se concentra el 63,40% de la industria audiovisual de Andalucía.

La inversión en el cine

En su compromiso con el desarrollo del cine y los nuevos creadores andaluces la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía tiene comprometidos en el año 2003 un total de 2.876.376,2 € (478.921.502 pesetas) en su inmensa mayoría para productores andaluces y nuevos realizadores como Letra M y Jaleo Films productores de la película de 'Carlos contra el mundo' de Chiqui Carabante, o el largometraje documental 'Polígono Sur' de la productora sevillana Maestranza Films. Sin olvidar la última obra del director andaluz Miguel Hermoso 'La luz prodigiosa', una historia entre la ficción y la realidad que plantea una versión hipotética sobre el fusilamiento de

Federico García Lorca; la película 'Una pasión singular' basada en la vida de Blas Infante; 'Eres mi héroe' de Antonio Cuadri; 'El traje' de Santiago Amodeo y Alberto Rodríguez, etc.

En virtud del convenio con la Consejería de Cultura este año se financiarán 22 cortometrajes de autores andaluces como Jorge Dayas, Miguel Becerra, Álvaro Bejines, Rafatal o Gabi Beneroso.

En el campo del documental para su exhibición cinematográfica destacan 'Eternos interiores' de Pilar Távora y 'Memorias de un peliculero' de Mamerto López Tapia.

Finalmente para el fomento de desarrollo de guiones para documentales de creación se han destinado ayudas para los proyectos presentados por Antonio Sánchez Picón, Dácil Pérez de Guzmán, Ignacio Soriano, entre otros.

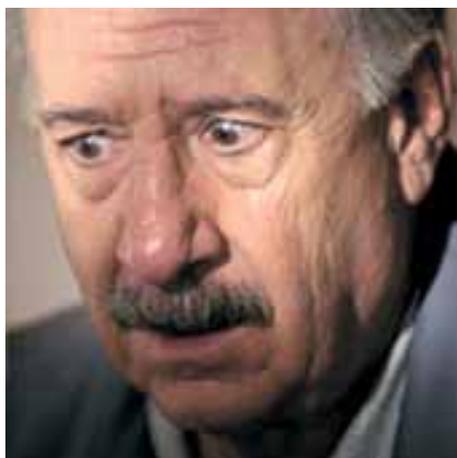
La participación de la RTVA

En este apartado se recogen los datos más significativos en cuanto a la participación de la

► **La RTVA ha realizado un importante esfuerzo para el desarrollo de una industria audiovisual netamente andaluza**

► **En la actualidad se tienen censadas en Andalucía un total de 276 empresas audiovisuales**

► **En las provincias de Sevilla y Málaga se concentra el 63,40% de la industria audiovisual andaluza**



RTVA en el desarrollo y fomento de la producción cinematográfica andaluza en el trienio 2001-2003 desde tres perspectivas: los recursos económicos destinados a este tipo de productos audiovisuales, las empresas que los generan y los recursos humanos que llevan a cabo un trabajo altamente competitivo en el mercado global de la comunicación.

La RTVA ha destinado en este trienio 9.173.745,17€ para llevar a cabo 92 producciones de diferentes formatos. De ellas, 73 son exclusivamente obras cinematográficas: largometrajes y cortometrajes que se exhiben en salas y compiten en festivales de cine, así como películas para estrenarse directamente en el mercado de la televisión (TV-movies), como puede verse en el primer cuadro de esta página. Sólo estos tres formatos de producción justifican el 90% del presupuesto destinado por la RTVA al fomento de la producción cinematográfica andaluza.

En el segundo cuadro puede apreciarse el volumen de inversión destinado a cada for-

mato en los sucesivos años. Merece una reflexión el hecho de que durante el año 2002 no se firmaron contratos para documentales y cortometrajes. Este hecho obedece a que las empresas andaluzas de producción que realizaban este tipo de proyectos no habían conseguido finalizar las producciones contratadas el año anterior. Como puede apreciarse, al año siguiente se aumenta la inversión en estas producciones.

De los 92 contratos que se han firmado en el trienio, 65 de ellos se han realizado con empresas netamente andaluzas que han consumido el 75% del presupuesto de la RTVA destinado a la financiación de la producción cinematográfica. Maestranza Films, Caligari Films, Jaleo Films, LZ Producciones, Ático 7, Linze TV, Sakai Producciones y Paso al Sur son las empresas que han generado mayor volumen de producción en largometrajes y TV-movies en este periodo.

En cuanto a los cortometrajes, tanto LZ Producciones como Letra M y Barataria Pro-

ducciones son las empresas que se han especializado en este tipo de formatos con la finalidad de descubrir nuevos talentos para la dirección. Sin embargo, no es menos cierto que con la producción de cortometraje están naciendo nuevas empresas de producción andaluza como Mundoficción y Saindenise en Sevilla, Uzala Films en Cádiz, Canal 27 en Málaga, Juan Carlos Romera y Rafael Ruíz en Granada y Antonio Sánchez Picón en Almería.

El compromiso de la RTVA con las empresas andaluzas y la confianza en el talento de los técnicos andaluces se puede objetivar en la forma en la que se participa en cada proyecto. De los 92 contratos firmados, 51 de ellos son en régimen de coproducción, lo que significa que desde la RTVA se asume un importante riesgo empresarial en la realización y comercialización de las obras con una supervisión continua en cada proceso de la producción, desde la elaboración del guión, la confección de equipos técnico-artísticos, pasando por las negociaciones con otros copro-

► La RTVA ha destinado en este trienio 9.173.745,17 € para llevar a cabo 92 producciones de diferentes formatos

► De los 92 contratos que se han firmado en el trienio, 65 de ellos se han realizado con empresas netamente andaluzas

► Si existe una película en la que se han encontrado casi todos los actores andaluces es 'Una pasión singular', sobre Blas Infante

Producciones con financiación de la RTVA				
Distribución por formatos				
	2001	2002	2003	Totales
Largometrajes	8	7	10	25
TV-Movies	6	9	7	22
Documentales de creación	7	0	9	16
Cortometrajes	9	0	13	22
Desarrollos de producción	3	0	4	7

Volumen de inversiones anuales				
	2001	2002	2003	Totales €
Largometrajes	2.054.401,81	1.218.296,3	1.726.788,09	4.999.486,20
TV-Movies	939.916,82	1.491.817,82	469.894,48	2.901.629,12
Documentales de creación	446.890,28	0,00	312.160,21	759.050,49
Cortometrajes	105.177,12	0,00	321.533,42	426.710,54
Desarrollo de largometrajes	40.868,82		34.000,00	74.868,82
Desarrollo de documentales	0,00	0,00	12.000,00	12.000,00
Totales año	3.587.254,85	2.710.114,12	2.876.376,20	9.173.745,17

► El secretario general de la RTVA, Carlos Rosado, durante el desarrollo del Festival de Cine y Deporte de Sevilla de 2002.

ductores. La inversión destinada a este tipo de contratos alcanza la cifra de 4.500.000 €.

Actores andaluces

Esta Memoria debe terminar con una valoración muy positiva sobre el significado que para los profesionales de la industria audiovisual andaluza tiene el apoyo de la RTVA, que ha sido evidente no sólo ha sido para las empresas de producción, sino para los propios especialistas andaluces que han hecho posible un considerable volumen de producción cinematográfica: no sólo a los intérpretes ya consolidados como Juan Diego, Antonio Dechent, María Galiana o Ana Fernández, sino también a actores como Mariana Cordero, Marisol Membrillo, Victoria Mora, Cuca Escribano, Juan Fernández, Manolo Solo, Juan Villagrán, Juanma Lara ...

Un elenco de actores, en definitiva, que la audiencia reconoce e identifica como actores andaluces. Si existe una película en la que se han encontrado todos ellos es 'Una pasión

singular', dirigida por Antonio Gonzalo y basada en la vida de Blas Infante, considerado padre de la patria andaluza.

Directores andaluces

Durante este trienio, directores consolidados como Miguel Hermoso (premiado en Moscú y Los Ángeles) y Antonio Cuadri siguen haciendo cine desde Andalucía. Nuevos valores como el malagueño Chiqui Carabante y los sevillanos Dácil Pérez de Guzmán, Santi Amodeo y Alberto Rodríguez han conseguido llevar a cabo sus primeras obras cinematográficas sin verse obligados a salir de Andalucía.

Sus trabajos han competido en las diferentes ediciones de festivales tan importantes como San Sebastián, Moscú, Sitges, Zaragoza o la Seminci de Valladolid. Gracias a los equipos que han organizado muchos productores y directores andaluces, se han podido rodar en la comunidad autónoma de Andalucía en estos tres últimos años un total de diez TV-movies, 22 cortometrajes y siete largome-

trajes de sello y factura netamente andaluzas.

Premios Goya

Bien podemos concluir esta Memoria del audiovisual andaluz destacando las importantes nominaciones a los Premios Goya del año 2003. Los títulos nominados en la última edición de los premios más importantes del cine español, que han contado con la participación de la Radio y Televisión de Andalucía, son los siguientes: 'La luz prodigiosa' dirigida por Miguel Hermoso, que obtuvo cuatro nominaciones (mejor actor, actor de reparto, guión adaptado y dirección artística); 'Manipai' de Jorge Dayas y producido por la productora sevillana Intermedia, al mejor cortometraje de animación; 'Polígono Sur. Las Tres Mil' de la realizadora francesa Dominique Abel y con la producción de Antonio Pérez (Maestranza Films), a la mejor película documental; y, por último, 'El embrujo del sur' de Juanba Berasategi, a la mejor película de animación.



6. La RTVA, agente dinamizador del sector audiovisual



△ 'www.fundacionava.org', la página de la Fundación Andalucía Audiovisual, recibió el Premio Cíbersur, en la Feria E-Surcom.

▽ Una de las dependencias de la sede de la Fundación Audiovisual de Andalucía, en la Isla de la Cartuja de Sevilla.



La Fundación Audiovisual de Andalucía (AVA) es una institución sin ánimo de lucro, que pertenece al Grupo Radio y Televisión de Andalucía. Su principal objetivo es contribuir al desarrollo del sector audiovisual andaluz en todas sus dimensiones y, en este sentido, el apoyo a las empresas y profesionales a fin de facilitar su expansión en el ámbito nacional, europeo e internacional.

Constituida con fecha 25 de Octubre del año 1995, la Fundación Audiovisual de Andalucía tiene actualmente su sede operativa en la Avda. Matemáticos Rey Pastor y Castro s/n, en el Pabellón Canal Sur de Isla de la Cartuja en Sevilla. La Fundación AVA está regida por un Patronato, que está presidido por el Director General de la RTVA, Rafael Camacho, y compuesto por los distintos miembros que forman el Consejo de Administración de la RTVA.

La Fundación Audiovisual de Andalucía posee, igualmente, cuatro áreas de trabajo: Comunicación; Ordenación y estructuración

del sector audiovisual; Formación y Promoción.

Área de Comunicación

Durante 2002, la Fundación AVA ha iniciado dos líneas de publicaciones. En la Colección Comunicación Social se ha publicado la obra 'Medios de Comunicación y Violencia contra las mujeres', mientras que en la Colección Andalucía Promoción Audiovisual se ha editado el volumen 'La industria audiovisual en Andalucía: retos y estrategias de comercialización'. La Fundación también edita la Revista del Audiovisual Andaluz.

Destaca, además, el desarrollo de actividades de corte social, como el curso 'Mujeres y medios de comunicación: realidad o ficción'.

Ordenación del sector

Entre las acciones que inciden en la mejor ordenación y estructuración del sector audiovisual, la Fundación AVA ha abordado las siguientes iniciativas:

—Programación y Desarrollo del portal www.fundacionava.org

— La publicación de la Guía del Audiovisual en Andalucía.

Área de Formación

► **Formación profesional ocupacional.** En el marco de la Formación Profesional Ocupacional, la Fundación Audiovisual de Andalucía ha organizado este año nueve cursos, subvencionados por la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía y el Fondo Social Europeo. Los seminarios han analizado distintos aspectos relacionados con la especialidad de información y manifestaciones artísticas, enmarcados en las acciones en materia de Formación Profesional Ocupacional.

En Sevilla se hemos desarrollado cursos especialmente dirigidos a mujeres desempleadas, concretamente dedicados a formar ayudantes de documentación de Medios de Comunicación, editores y montadores de

La Fundación Audiovisual de Andalucía es una institución sin ánimo de lucro, patrocinada y perteneciente a la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía. Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo del sector audiovisual andaluz y, por ello, apoyamos a las empresas profesionales facilitándoles su desarrollo y su expansión.

6.2

La Fundación Audiovisual de Andalucía

La institución persigue el desarrollo del sector audiovisual andaluz

imagen, Infografistas, luminotécnicos, y programadores de maquetación aplicada al diseño gráfico, entre otros.

En total han sido 118 personas las que se han beneficiado de nuestros cursos a lo largo de estos últimos años. Habría que destacar, igualmente, el hecho de que siete de estos cursos y seminarios han estado específicamente dirigidos a mujeres con el objetivo de promover la igualdad de oportunidades en el acceso a determinadas especialidades tradicionalmente ocupadas de forma mayoritaria por hombres. Del total de participantes en los cursos, un 77.7% han sido mujeres.

Cincuenta alumnas han llevado a cabo sus prácticas profesionales en empresas andaluzas. Una vez concluido los cursos todos los participantes han obtenido un certificado de profesionalidad homologado por la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico.

► **Acciones Complementarias de la Formación Profesional Ocupacional.** En el marco de las

► **En 2002 vio la luz ‘La guía del audiovisual en Andalucía. Producción de Cine y Televisión’, un instrumento muy útil**

► **Trabajamos en el fomento e internacionalización de la industria y en la promoción de Andalucía como plató ideal**

► **La formación de la Fundación AVA está encaminada a ofrecer la información más detallada sobre la realidad del sector**

Acciones Complementarias de Apoyo al Empleo, una iniciativa de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía, orden 7 de mayo de 2001, la Fundación Audiovisual de Andalucía ha desarrollado dos iniciativas dedicadas a la formación y orientación al empleo en el marco del sector audiovisual andaluz:

— El Seminario de Motivación y Sensibilización al Autoempleo en el Sector Audiovisual Andaluz ‘**Creando Empresas de Servicios para el Audiovisual**’. Celebrado en Sevilla los días 28 y 29 de mayo de 2003, los 80 asistentes pudieron profundizar en el desarrollo de proyectos audiovisuales, producción de cine, televisión y documentales, así como la descripción de tres casos prácticos, con los cuales se han enfrentado a los retos que supone la creación de una empresa del sector audiovisual.

— El Seminario de Motivación y Sensibilización al Autoempleo en el Sector Audiovisual Andaluz ‘**Animación y Dibujos Anima-**

dos’, que se celebró en Córdoba los días 25 y 26 de junio de 2003.

Con este seminario, en el que han participado cien personas, la Fundación AVA ha pretendido orientar a los profesionales andaluzes que quieran montar su propia empresa o trabajar como autónomos y, a la vez, potenciar la actividad de Animación y Dibujos Animados, considerada prioritaria y que está fuertemente apoyada por el Programa Europeo Media.

► **Colaboraciones y convenios.**

— Colaboración con Mediscript. Este curso está financiado por el programa europeo MEDIA y cuenta, como única colaboración española, la participación de la Fundación Audiovisual de Andalucía. Además, también colaboran la Comune de Santa Maria de Leuca (Italia), Provincia di Lecce (Italia), Instituto di Cultura Mediterraneo (Italia), Comuna di Benevento (Italia), y la Asociación de guionistas del audiovisual (Bélgica).



△ **Intervención del director general de la RTVA en el ‘Encuentro de talentos del audiovisual andaluz’ de 2001, en la sede central de Sevilla.**

El 21 de octubre del año 2003 se celebró en Sevilla un **Workshop de Mediscript**, donde distintos profesionales del audiovisual andaluz tuvieron la oportunidad de conocer de primera mano todo sobre la adaptación de una obra literaria.

—Convenio de colaboración con la Escuela de Narrativa y Audiovisual del Mediterráneo, Fundación Audiovisual de Andalucía, Asecan y la Casa del Libro. El 9 mayo 2002 se firma el convenio para la celebración del **‘Curso de Narrativa Cinematográfica’** que ambas instituciones, junto a la Casa del Libro y la Escuela de Narrativa y Audiovisual del Mediterráneo. Este Convenio pretende incidir en la formación de guionistas profesionales en Andalucía con la puesta en marcha de un curso de Narrativa Cinematográfica en Sevilla y Málaga. El curso 2003-2004 se realiza en la Casa del Libro, en Sevilla, y en el Centro Cívico de la Diputación Provincial de Málaga.

—Colaboración en varios cursos celebrados en el marco del Festival Internacional de

Música y Danza de Granada, en Julio 2003. Concretamente, se refiere a los seminarios titulados **‘Creación musical para la imagen: la banda sonora cinematográfica’** y **‘Los medios audiovisuales en el aula de música’**.

Promoción

► **Difusión de la Guía del Audiovisual en Andalucía.** La Fundación AVA ha realizado diversas acciones de promoción de esta guía en el marco del Festival Internacional de Berlín, el Mip TV 2003, Mercadoc de Málaga y en el Festival de Cine de San Sebastián:

► **Prestación del servicio de consultas y orientación a la comercialización.**

► **Publicación y presentación del libro de ponencias y conclusiones de las I Jornadas Profesionales ‘La industria audiovisual en Andalucía: retos y estrategias de comercialización’.**

► **Celebración de las II Jornadas profesionales ‘Financiación y aspectos legales de la producción y distribución audiovisual en Andalucía’.**

► **Celebración de la segunda edición del Encuentro Andaluz para la Coproducción y Distribución Audiovisual’.**

► **Catálogo de obras audiovisuales andaluzas.** Se trata de una base de datos a la que pueden incorporarse las producciones que integran la cartera de productos más representativos de las productoras andaluzas .

► **Base de datos tabulada sobre festivales, muestras y certámenes.** Incluida en el portal de la Fundación, contempla calendario actualizado y buscador de festivales, muestras y certámenes andaluces, nacionales e internacionales.

► **Información sobre mercados audiovisuales nacionales e internacionales.** Tabulada y con buscador, se encuentra disponible en el portal de Internet de la Fundación.

► **Ayudas disponibles para el sector audiovisual.** Investigación realizada con el fin de organizar y presentar ordenadamente la información de interés para el sector audiovisual en Andalucía.



△ **Celebración de las Jornadas Profesionales sobre los retos y estrategias de comercialización de la industria audiovisual en Andalucía.**

La Andalucía Film Commission está presidida actualmente por Carlos Rosado y se trata de una entidad sin ánimo de lucro, fruto del esfuerzo de la RTVA por hacer efectivo su papel de motor de la industria.

¿Cuáles son nuestros objetivos?

- ▶ Promover Andalucía en el mundo como localización idónea para rodaje de producciones audiovisuales.
- ▶ Promover el sector audiovisual andaluz.
- ▶ Agilizar la ejecución de los rodajes y auxiliar a las productoras en las posibilidades logísticas de Andalucía.

Desde Andalucía Film Commission hemos elaborado una Red Territorial para la que hemos contactado con ayuntamientos de toda Andalucía. Gracias a esta iniciativa ya se han creado: Sevilla FO, Carmona FO, Osuna FO, Marchena FO, Dos Hermanas FO, Jerez FC, Puerto Real FO, Chiclana FO, Arcos de la Frontera FO, Córdoba FO, Dos Torres FO, Montoro FO, Montilla FO, Málaga FC, Benalmádena FO,

Málaga FO, Antequera FO, Mijas FO, Almería FC, Adra FO, Nerja FO, Salobreña FO, etc.

Respecto a las herramientas de gestión hemos elaborado un manual para definir las acciones y desarrollo de una Film Commission, así como las primeras ordenanzas municipales y centralización en ventanilla única de los permisos de rodaje.

Las acciones que hemos llevado a cabo para darnos a conocer han pasado desde la edición de material promocional, la Guía de producción, asistencia a festivales y mercados nacionales e internacionales, hasta nuestra presencia en directorios y publicaciones especializadas. También acometimos la estructuración, redacción y traducción de los textos de nuestra página web, en la que los productores pueden encontrar información de Andalucía, sus servicios y las mejores localizaciones, información sobre nuestra institución, guía de profesionales y empresas, y datos técnicos sobre nuestra comunidad autónoma andaluza. Además, a través de nues-

tra página se puede acceder a las webs de las distintas oficinas andaluzas. El crecimiento experimentado ha sido progresivo y constante. De hecho, el asesoramiento a proyectos audiovisuales ha pasado de 357 en el 2002 a 411 en el 2003.

Hemos suscrito junto al área de Promoción Exterior del Ayuntamiento de Sevilla un convenio para elaborar la normativa específica sobre el audiovisual, simplificando los trámites burocráticos para rodar en esta provincia y crear, como ya habíamos puesto en marcha en Málaga, una ventanilla única. Entre las actividades realizadas en el 2002 y 2003 desde Andalucía Film Commission destacaremos los más importantes. La formación en los rodajes, como el encuentro de los productores de 'Die another day' de James Bond con los responsables de la Escuela de Puerto Real para que un total de ocho alumnos realizaran prácticas durante el rodaje en Cádiz. Destaca también la participación de Andalucía Film Commission en el grupo 'Ciudad em-

Nacida al amparo de la Fundación Andalucía Audiovisual, Andalucía Film Commission es una potente herramienta al servicio del audiovisual que persigue la mejor y mayor difusión de Andalucía en el resto del mundo. Con esta iniciativa nos incorporamos a la red de 'films commissions', integrada en la Asociación of Film Commissioners International

Andalucía Film Commission

Una herramienta para promover la región como el mejor plató natural

prendedora' del Plan Estratégico Sevilla 2010. Además, el director de AFC participó como ponente en la jornada 'The Sense of Place' In Drama Production en Palermo. Otra de las actividades del 2003 fue la organización de unas jornadas dirigidas a los ayuntamientos, en las que colaboró la Federación Andaluza de Municipios y Provincias, y en las que se explicó quiénes somos, así como los objetivos que perseguimos.

Los datos más destacados desde la puesta en marcha de AFC son los que siguen:

- ▶ 411 producciones se han beneficiado de los servicios de Andalucía Film Commission (largometrajes, cortometrajes, programas de televisión, publicidad, etcétera.)
- ▶ AFC ha evaluado que 184.059.957 € (30.625 millones de pesetas) han sido invertidos en Andalucía, lo que ha supuesto una inversión del 27% de los presupuestos totales de estas producciones.
- ▶ Desde Andalucía Film Commission, sede de Spain Film Commission, hemos elaborado la

edición de la '1 Guía de Producción de Spain Film Commission'.

- ▶ Andalucía Film Commission ha asesorado a productoras de 22 países.

Uno de los momentos más gratificantes del 2002 fue la entrega del premio que la Asociación de Escritores Cinematográficos de Andalucía (Asecan) nos concedió. Quisieron premiar nuestra labor de difusión del cine en Andalucía y tuvo lugar el 5 de marzo.

En 2003 tuvimos nuestro momento culminante con la organización y celebración en Málaga del Primer Encuentro Europeo sobre Film Commissions. Tuvo lugar el 18 de diciembre con asistencia de 125 profesionales de FC de EEUU, Francia, Alemania, Irlanda, Inglaterra, Italia, Malta y España. La 'Declaración de Málaga' que suscribieron los participantes marca un antes y un después en la vida de las Film Commissions Europeas.

Como premio internacional recibido, destacamos también el AFCI Marketing Awards Competition/Locations Global Expo 2000:

AFC obtuvo el segundo premio por su campaña de difusión (inserción publicitaria).

Los proyectos más destacados en los que ha colaborado AFC:

- ▶ 'Carmen', de Starline Producciones, dirigida por Vicente Aranda.
- ▶ 'Die another day', de Kanzaman Producciones, última entrega de agente James Bond.
- ▶ 'Hable con ella', de El Deseo, de Almodóvar.
- ▶ 'Callas Forever', de Franco Zeffireli (Italia).
- ▶ 'Eres mi héroe', de Manufacturas Audiovisuales y Caligari Films, de Antonio Cuadri.
- ▶ 'Malas maneras', de Barataria Producciones, corto dirigido por Álvaro Begines.
- ▶ 'El beso del Oso', de Sergei Botrov.
- ▶ '800 Balas', de Álex de la Iglesia.
- ▶ 'Andalucía es de cine', documental de Estudios La Punta del Diamante.
- ▶ 'Padre Coraje', de Tesamund, serie TV dirigida por Benito Zambrano.
- ▶ 'The bridge of San Luis Rey', de Pembridge Pictures, protagonizado por Robert de Niro.
- ▶ 'The kingdom of heaven', de Ridley Scott.



Distintas localidades andaluzas, como Antequera (en la imagen), han servido como escenario de múltiples rodajes en estos años.

▶ 411 producciones se han beneficiado de los servicios de AFC (largometrajes, cortos, programas de tv, publicidad...)

▶ 184.059.957 € han sido invertidos en Andalucía, lo que supone una aportación del 27% de los presupuestos totales

▶ En 2003 organizamos la celebración en Málaga del Primer Encuentro Europeo sobre Film Commissions

Texto refundido de la Ley de creación de la RTVA

El Presidente de la Junta de Andalucía

A todos los que la presente vieren, sabed: Que el Parlamento de Andalucía ha aprobado y yo, en nombre del Rey y por la autoridad que me confieren la Constitución y el Estatuto de Autonomía, promulgo y ordeno la publicación de la siguiente Ley 8/1987, de 9 de diciembre, de creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión gestionados por la Junta de Andalucía:

Exposición de motivos

La Comunidad Autónoma de Andalucía, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 16 de su Estatuto de Autonomía, tiene competencia para regular mediante Ley del Parlamento de Andalucía cuanto dice en relación con los medios de radiodifusión y televisión, desarrollando el régimen básico establecido por la Ley 4/1980 de 10 de Enero, de Estatuto de la Radio y Televisión.

Por otra parte, según previene el artículo 7 de la Ley 46/1983 de 26 de Diciembre de regulación del Tercer Canal, la Comunidad Autónoma ha de regular, con carácter previo a la concesión, la organización y el control parlamentario del Tercer Canal de acuerdo con las previsiones de la Ley 4/1980.

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

Por todo ello se crea la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, como enti-

dad de Derecho Público, para la gestión de los servicios de radiodifusión y televisión de competencia de la Comunidad Autónoma de Andalucía, determinando la estructura orgánica de la misma, la forma de designación y cese de sus miembros, sus funciones y el control parlamentario directo de sus actuaciones.

Se instituye el Consejo Asesor de dicha Empresa Pública, como órgano a través del cual se canaliza la participación al respecto por parte de los trabajadores y empresarios, corporaciones locales, administración autonómica y usuarios de los servicios públicos de radiodifusión y televisión.

Capítulo I. Objeto, principios generales y ámbito de aplicación

Artículo 1

1. La presente Ley tiene por objeto la creación de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y la regulación de los servicios de radiodifusión y televisión gestionados por la Junta de Andalucía. El ámbito geográfico de estos servicios abarca la totalidad de Andalucía.

2. Se entiende por radiodifusión y por televisión la producción, la reproducción y la difusión de sonidos e imágenes mediante emisiones de ondas radioeléctricas o mediante las transmisiones por cable, destinados mediata o inmediatamente al público en general o a un sector determinado del público, sin perjuicio de lo establecido en la disposición adicional primera de la Ley 46/1983 de 26 de Diciembre sobre regulación del Tercer Canal.

Artículo 2

La actividad de los medios de comunicación social de la Junta de Andalucía, objeto de la presente Ley, se inspirará en los principios siguientes:

El respeto y defensa de los principios que informan la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía para Andalucía y de los derechos y libertades que en ellos se reconocen y garantizan.

La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.

El respeto al pluralismo político, social, cultural, religioso; el fomento de los valores de igualdad y la no discriminación por razón de na-

cimiento, raza, sexo o cualquier otra circunstancia personal o social.

La protección de la juventud y de la infancia.

El derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.

La promoción de los valores históricos, culturales, educativos y lingüísticos del pueblo andaluz en toda su riqueza y variedad.

La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas y la libre expresión de las mismas.

Capítulo II. Creación y organización

SECCIÓN I. CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA DE LA RADIO Y TELEVISIÓN DE ANDALUCÍA

Artículo 3

1. Se constituye, en el ámbito de la Junta de Andalucía, la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, a través de la cual se ejercen las funciones atribuidas a la Junta de Andalucía en el ámbito de la gestión de los servicios públicos de radiodifusión y televisión.

La Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía queda adscrita a la Consejería de la Presidencia.

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

A estos efectos, las programaciones que ofrezca la RTVA harán compatibles el objetivo de rentabilidad social con el principio de eficiencia económica y deberán:

a) Impulsar el conocimiento de los principios constitucionales así como los contenidos en el Estatuto de Autonomía para Andalucía co-

mo expresión de la identidad del pueblo andaluz.

b) Promover activamente el pluralismo con pleno respeto a las minorías mediante el debate, la información objetiva y plural y la libre expresión de opiniones.

c) Promover el respeto a la dignidad humana y, especialmente, los derechos de la juventud y de la infancia, la igualdad de sexo y la no discriminación por motivos de raza, ideología, religión o cualquier otra circunstancia personal o social.

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

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

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

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

h) Favorecer la educación, la difusión intelectual y artística y los conocimientos cívicos, económicos, sociales, científicos y técnicos de la sociedad andaluza que fomenten la capacidad emprendedora de los andaluces para lograr una comunidad socialmente avanzada, justa y solidaria que promueva el desarrollo a través de los medios audiovisuales.

i) Asegurar los derechos del consumidor.

j) Promover iniciativas para erradicar la violencia de género.

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

3. El conjunto de las producciones y emisiones de Radio y Televisión efectuadas por la RTVA deberán cumplir con las obligaciones derivadas de la función de servicio público que le han sido atribuidas y definidas en el presente artículo, tanto en las emisiones dirigidas por cualquier soporte y canal a la Comunidad Autónoma de Andalucía, como a las comunidades andaluzas establecidas fuera de su territorio y, en particular, a cualquier país extranjero con especial atención a los países americanos de habla hispana.

4. La RTVA promoverá, directamente o a través de cualquier sociedad, el desarrollo de la Sociedad de la Información participando en el progreso tecnológico utilizando cuantos medios estén a su alcance y especialmente las nuevas tecnologías de producción y difusión de programas y servicios audiovisuales así como cuantos servicios nuevos, incluidos los digitales

y en línea, sean susceptibles de ampliar o mejorar su oferta de programación y de acercar a la Administración Pública, autonómica y local, a los ciudadanos andaluces.

SECCIÓN II. ÓRGANOS DE LA EMPRESA PÚBLICA DE LA RADIO Y TELEVISIÓN DE ANDALUCÍA

Artículo 4

La Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía se estructura en cuanto a su funcionamiento, administración general, asesoramiento y dirección, en los órganos siguientes:

El Consejo de Administración.

El Consejo Asesor.

El Director general.

SECCIÓN III. EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Artículo 5

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

El Director general asiste a las reuniones del Consejo de Administración, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 9.3 .

2. Las vacantes que se produzcan se cubrirán siguiendo el mismo procedimiento.

3. Para que el Consejo de Administración se entienda válidamente constituido en sesión será necesario la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros.

Los acuerdos del Consejo de Administración se adoptarán por mayoría de los miembros presentes, excepto en los casos en que la presente Ley exige mayoría cualificada.

4. La condición de miembro del Consejo de Administración es incompatible con cualquier vinculación directa o indirecta con empresas publicitarias, editoriales, periodísticas, cinematográficas y agencias de prensa o de producción de programas filmados o registrados en magnetoscopios o radiofónicos; con empresas discográficas o con cualquier tipo de entidad relacionada con el suministro o la dotación de material o de programas a la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía o a sus sociedades filiales y con todo tipo de prestación de servicios o de relación laboral en activo con la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, con RTVE o con sus sociedades filiales. Los miembros del Consejo de Administración estarán sometidos a las mismas incompatibilidades que cualquier cargo público. Asimismo, serán incompatibles con la condición de Diputado del Parlamento de Andalucía.

5. La presidencia del Consejo de Administración será puramente funcional y se ejercerá de forma rotativa por sus miembros, por período de dos meses.

6. Los miembros del Consejo de Administración cesarán al término de la legislatura co-

rrespondiente pero continuarán ejerciendo su función hasta la toma de posesión de los nuevos Consejeros.

Artículo 6

1. Corresponden al Consejo de Administración las competencias siguientes:

A. Velar por el cumplimiento en la programación de lo establecido en la presente Ley.

B. Emitir su parecer sobre el nombramiento del Director general.

C. Recibir información previa del nombramiento y cese del Director general de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de los directores de las sociedades filiales.

D. Aprobar, a propuesta del Director general, el Plan de actividades de la Empresa Pública, que fijará los criterios básicos y las líneas generales de la programación, así como el plan de actuación de las sociedades filiales.

E. Aprobar la memoria anual relativa al desarrollo de las actividades de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y la de sus sociedades filiales.

F. Aprobar con carácter definitivo las plantillas de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de sus sociedades filiales.

G. Aprobar el régimen de retribuciones del personal de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de sus sociedades filiales.

H. Aprobar los anteproyectos de presupuestos de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de cada una de sus sociedades filiales.

I. Aprobar convenios generales o que supongan una relación de continuidad con organismos o entidades públicas o privadas para producir o difundir producciones ajenas.

J. Dictar normas reguladoras de la emisión de publicidad institucional y privada en la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, teniendo en cuenta el control de calidad, el contenido de los mensajes publicitarios y la adecuación del tiempo de publicidad a la programación y a las necesidades de estos medios.

K. Determinar semestralmente el porcentaje de horas de programación destinadas a los grupos políticos y sociales significativos, fijando los criterios de distribución entre ellos, en cumplimiento de lo establecido en el artículo 20 de la Constitución. Asimismo se garantizará la presencia efectiva del Parlamento de Andalucía.

L. Determinar anualmente el porcentaje de producción propia que debe incluirse en la programación.

M. Conocer periódicamente la gestión presupuestaria y emitir su parecer a los efectos de lo establecido en el artículo 23 de esta ley.

N. Conocer de aquellas cuestiones que, aun no siendo de su competencia, el director general de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía someta a su consideración.

Ñ. Conocer las cuestiones que se hayan resuelto en uso de competencias que no estén expresamente encomendadas a otros órganos

de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía.

2. Los acuerdos se adoptarán por mayoría simple, excepto aquellos a los que se refieren los apartados d), f), h), j) y k), que se tomarán por mayoría absoluta de los miembros del Consejo de Administración. Por lo que respecta al apartado h), en el caso de que no se consiga acuerdo por mayoría absoluta, los anteproyectos de presupuestos se remitirán, dentro del plazo legal, en la forma prevista en el artículo 22 de la presente ley, haciendo constar el sentido del voto de cada uno de los miembros del Consejo de Administración.

Artículo 7

1. El Consejo de Administración se reunirá en sesión ordinaria al menos una vez al mes, y en caso de urgencia a criterio del Presidente o cuando lo solicite el número de sus miembros que se establezca en el Reglamento de Funcionamiento.

2. Para la inclusión de un nuevo punto en el orden del día es preciso que el Consejo acepte tratarlo por mayoría de dos tercios de sus miembros.

3. El Consejo de Administración aprobará, por mayoría de dos tercios, su propio Reglamento de Funcionamiento. En todo lo no previsto en el o en la presente Ley se estará a lo que establece la Ley de procedimiento administrativo para los órganos colegiados.

SECCIÓN IV. EL CONSEJO ASESOR

Artículo 8

1. El Consejo Asesor de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía estará compuesto por:

Dos vocales en representación de las organizaciones sindicales más representativas, en los términos previstos en el artículo 7,1, de la Ley Orgánica 11/1985, de 2 de agosto, de libertad sindical en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Dos vocales en representación de las organizaciones empresariales más representativas en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Tres vocales en representación de las corporaciones locales de la Comunidad Autónoma de Andalucía, designados por la Asociación de municipios y provincias con mayor implantación de Andalucía.

Cuatro vocales en representación de la Administración Pública de la Junta de Andalucía, designados por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía.

Cuatro vocales designados por el consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, uno a propuesta del Consejo Andaluz de la Juventud, uno a propuesta del Consejo Andaluz de la Juventud, uno a propuesta del Consejo Andaluz de Universidades y uno a propuesta del Consejo Andaluz de Consumo.

2. El Consejo Asesor será convocado por el Consejo de Administración al menos trimestralmente y emitirá opinión o dictamen cuando sea requerido expresamente por el Consejo de Administración, y en todo caso cuando se trate de las competencias referentes a programa-

ción que el artículo 6 atribuye al Consejo de Administración.

SECCIÓN V. EL DIRECTOR GENERAL

Artículo 9

1. El Director general de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía será nombrado por el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, a propuesta del Consejo de Administración.

2. El mandato del Director general será de cuatro años, y en cualquier caso finalizará con el término de la legislatura del Parlamento de Andalucía. El Director general cesante continuará en su cargo hasta la designación del nuevo Director general.

3. El Director general, órgano ejecutivo de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, asistirá con voz y voto a las reuniones del Consejo de Administración, excepto cuando se traten cuestiones que le afecten personalmente.

4. El cargo de Director general tendrá las mismas incompatibilidades que las de los miembros del Consejo de Administración, reguladas en el artículo 5,4, de esta Ley y además será incompatible con cualquier actividad pública o privada, salvo la que se derive de la administración de su propio patrimonio.

Artículo 10

Corresponde al Director general:

Cumplir y hacer cumplir las disposiciones que regulen la Empresa Pública y los acuerdos adoptados por el Consejo de Administración en las materias que sean competencia de este órgano colegiado.

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

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

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

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

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

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

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

Artículo 11

1. El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía puede cesar al Director general de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, oído el Consejo de Administración, mediante resolución motivada por alguna de las siguientes causas:

A petición propia.

Incompatibilidad física o enfermedad superior a tres meses continuos.

Incompetencia manifiesta en el cumplimiento de sus atribuciones respecto del contenido de la presente Ley.

Actuación contraria a los criterios, principios y objetivos a que se refiere el artículo 2 de esta Ley.

Condena, en sentencia firme, por delito doloso.

Incompatibilidad.

2. El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía puede también cesar al Director general de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía a propuesta del Consejo de Administración, adoptada por mayoría de dos tercios y fundada en alguna de las causas mencionadas en los puntos b) al f) del apartado anterior.

Capítulo III. Régimen jurídico y formas de gestión

SECCIÓN I. GESTIÓN PÚBLICA

Artículo 12

La Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, como entidad de Derecho Público, esta sometida a lo dispuesto en la presente Ley y en sus disposiciones complementarias de desarrollo. Por lo que respecta a las relaciones jurídicas externas, a las adquisiciones patrimoniales y a la contratación, estará sujeta, sin excepciones, al derecho privado.

De los acuerdos que dicten los órganos de Gobierno de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de las pretensiones que en relación con ellos se deduzcan, conocerá la jurisdicción que en cada caso corresponda, sin necesidad de formular la reclamación previa en vía gubernativa.

SECCIÓN II.

GESTIÓN MERCANTIL

Artículo 13

1. La gestión del servicio público de radiodifusión corresponde a una sociedad pública en forma de sociedad anónima. Otra sociedad pública en forma de sociedad anónima gestionará el servicio público de televisión. Por esta Ley la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía queda facultada para crear dichas sociedades.

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

3. Las sociedades citadas se regirán por el Derecho Privado, excepto en lo establecido en la presente Ley.

4. La adquisición de emisoras privadas de radiodifusión esta condicionada a la subrogación en la titularidad de la concesión administrativa de frecuencias y potencias.

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

Artículo 14

1. Los estatutos de las sociedades mencionadas en el artículo anterior establecerán que éstas sean regidas por un Administrador único, nombrado y cesado por el Director general de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, previa información al Consejo de Administración. El Administrador ostentará las facultades que los estatutos establezcan en materia de autorización de gastos, de ordenación de pagos y de contratación.

Asimismo, determinarán las facultades reservadas al Director general de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía. En las sociedades públicas dedicadas a la radiodifusión y a la televisión, el Administrador único será a la vez el Director del medio correspondiente.

2. El cargo de Administrador o de Director de cada medio tiene las mismas incompatibilidades previstas para el de Director general.

Capítulo IV. Programación

SECCIÓN I. PRINCIPIOS DE PROGRAMACIÓN

Artículo 15

Los principios que han de inspirar la programación de los medios gestionados por la Comunidad Autónoma de Andalucía serán los recogidos en el capítulo primero, artículo 2 de la presente Ley.

El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía podrá establecer las obligaciones que deriven de la naturaleza de servicio público de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y, previa consulta al Consejo de Administración, hacerlas cumplir.

Artículo 16

El Gobierno de la nación o el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía podrá disponer que se difundan todas las declaraciones o co-

municaciones oficiales de interés público que crean necesarias, con indicación de su origen. Por razones de urgencia, apreciadas por el órgano de procedencia, estos comunicados y declaraciones tendrán efecto inmediato.

SECCIÓN II. PERÍODOS DE CAMPAÑAS ELECTORALES

Artículo 17

Durante las campañas electorales se aplicará el régimen especial que establezcan las normas electorales. La aplicación y el control de las normas corresponderán a la junta electoral competente, que ordinariamente ha de cumplir su cometido a través del Consejo de Administración y del Director general de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía.

SECCIÓN III. PLURALISMO DEMOCRÁTICO Y ACCESO A LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA PÚBLICA DE LA RADIO Y TELEVISIÓN DE ANDALUCÍA

Artículo 18

La ordenación de los espacios de radio y televisión se hará de forma que tengan acceso a los mismos los grupos sociales y políticos más significativos. Con esta finalidad, el consejo de administración y el director general, en el ejercicio de sus competencias respectivas, habrán de tener en cuenta criterios objetivos, tales como la representación parlamentaria; la implantación política, sindical, social y cultural; el ámbito territorial de actuación y otros del mismo carácter.

SECCIÓN IV. DERECHO DE RECTIFICACIÓN

Artículo 19

El derecho de rectificación relativo a las informaciones radiodifundidas o televisadas por los servicios de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía se ejercitará en los términos establecidos por la normativa estatal sobre dicha materia y la normativa autonómica que se dicte en su desarrollo.

SECCIÓN V. CONTROL PARLAMENTARIO DIRECTO

Artículo 20

Sin perjuicio de lo que establece el Reglamento del Parlamento de Andalucía en la materia, así como el artículo 23 de la presente Ley, una Comisión del Parlamento de Andalucía ejercerá el control parlamentario de la actuación de la RTVA y sus sociedades filiales, especialmente en relación con el cumplimiento efectivo de la función del servicio público definida en el artículo 3 de la presente Ley.

Capítulo V. Presupuesto y financiación

Artículo 21

El presupuesto de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía se ajustará a las previsiones de las leyes de presupuestos de la

Comunidad Autónoma de Andalucía, de la Ley general de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía y a las singularidades establecidas en esta Ley.

Artículo 22

Los anteproyectos de presupuestos de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de cada una de las sociedades filiales se remitirán a la Consejería de Hacienda, a los efectos de su integración en el proyecto de Ley de presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Los presupuestos se elaborarán y gestionarán bajo el principio de equilibrio presupuestario.

La contabilidad se ajustará a las normas legales aplicables a las entidades y sociedades del capital público.

La Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía deberá elaborar anualmente su plan de cuentas a los efectos previstos en la Ley general de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Artículo 23

1. El Director general debe rendir cuentas periódicamente de la gestión presupuestaria ante la Comisión Parlamentaria citada en el artículo 20 de esta Ley.

2. El control económico y presupuestario de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de sus sociedades filiales corresponde al Tribunal de Cuentas.

3. El control financiero se efectuará de acuerdo con lo establecido en la Ley general de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Artículo 24

Sin perjuicio del presupuesto de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y del presupuesto separado de cada una de las sociedades filiales, se ha de establecer un presupuesto consolidado con la finalidad de evitar déficit de caja eventuales o definitivos y de permitir una cobertura mediante el superávit de las entidades y sociedades incluidas en el presupuesto integrado.

Se autoriza, en virtud de la presente Ley, el régimen de minoración de ingresos respecto al presupuesto de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía.

Artículo 25

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

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

3. Tanto la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía como sus sociedades filiales pueden también financiarse mediante

subvenciones o créditos que les pueda conceder el Estado, especialmente por la subvención prevista en la disposición transitoria tercera 2 del Estatuto de Autonomía para Andalucía..

Capítulo VI. Patrimonio

Artículo 26

Tanto el patrimonio de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía como el de sus sociedades filiales, que han de ser de capital íntegramente suscrito por la Junta de Andalucía a través de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, tienen la consideración de dominio público, como patrimonio afecto a un servicio público, y gozan de las correspondientes exenciones en el orden tributario. No tienen valor ni efecto jurídico los pactos mediante los cuales se pretendan cambiar el sujeto pasivo de los tributos.

Capítulo VII. Personal

Artículo 27

1. Las relaciones de trabajo en el seno de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y de sus sociedades filiales se regirán por la legislación laboral común.

2. El hecho de pertenecer al Consejo de Administración o al Consejo Asesor no generará ningún derecho de carácter laboral.

3. La situación administrativa de los funcionarios de la Junta de Andalucía que se incorporen a la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía o a sus sociedades filiales será la que establezca la Ley de ordenación de la función pública de la Junta de Andalucía y sus normas de desarrollo o, en su defecto, la

que regulen las normas legales supletorias.

4. La contratación del personal con carácter fijo solo se podrá realizar mediante las correspondientes pruebas de admisión establecidas y convocadas por el Director general de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, de acuerdo con el Consejo de Administración.

Disposición adicional

La propuesta a la que se refiere el artículo 9.1 de esta Ley, deberá formularse por el Consejo de Administración en un plazo de 30 días desde su solicitud. Transcurrido dicho plazo sin haberse formulado propuesta alguna, el Consejo de Gobierno podrá proceder directamente al nombramiento del Director General.

Disposición adicional primera

La Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía podrá federarse con otras entidades de gestión de radio y televisión mediante convenios de colaboración en orden a la coordinación, cooperación y ayuda en el cumplimiento y desarrollo de sus atribuciones.

Disposición adicional segunda

El personal de la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía o de sus sociedades filiales que acceda al Consejo de Administración, y que, como consecuencia de lo previsto en el artículo 5,4 de la presente Ley, debiera abandonar su puesto de trabajo, tendrá garantizada la reserva del mismo y el cómputo de su antigüedad, pasando a la situación de excedencia forzosa o de servicios especiales, según proceda.

Disposición adicional tercera

Una vez creada la Empresa Pública de la Radio

y Televisión de Andalucía, se le transferirá la dotación presupuestaria incluida en la Ley de presupuestos de la Comunidad Autónoma de Andalucía para 1987, con destino a empresas y otros entes públicos para financiación de programas y Tercer Canal.

Disposición transitoria única

Una vez producida la transferencia a la Comunidad Autónoma de emisoras de radio hoy adscritas a entes públicos de ámbito estatal, se integrarán en la sociedad de radiodifusión prevista en el artículo 13,1, de la presente Ley.

Disposición final primera

El Consejo Asesor a que hace referencia el artículo 8 se constituirá en el plazo de seis meses a partir de la entrada en vigor de la presente Ley.

Los miembros elegidos o designados con posterioridad a la constitución se incorporarán al Consejo Asesor una vez que la elección o designación se haya efectuado.

Disposición final segunda

Se autoriza al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía para que dicte las disposiciones reglamentarias necesarias para el desarrollo de esta Ley, sin perjuicio de las instrucciones y las circulares que la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía pueda dictar para conseguir la coordinación y el buen funcionamiento de los servicios y las sociedades que agrupa.

Disposición final tercera

La presente Ley entrará en vigor el mismo día de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Notas:

Artículo 5 (apdo. 1): Redacción según ley 4/1995, de 2 de octubre, relativa a la modificación del artículo 5.1 de la Ley 8/1987, de 9 de diciembre, por la que se crea la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión gestionados por la Junta de Andalucía.

Artículos 9 (apdo. 1) y 11: Redacción según Ley 5/1996, de 18 de julio, relativa a la modificación de los artículos 9.1 y 11 de la Ley 8/1987, de 9 de diciembre, por la que se crea la Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía, y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión gestionados por la Junta de Andalucía.

Artículo 3 (segundo párrafo apdo. 1): Redacción según Ley 9/1996, de 26 de diciembre, por la que se aprueban medidas fiscales en materia de Hacienda Pública, contratación administrativa, patrimonio, función pública y asistencia jurídica a entidades de Derecho Público.

Artículos 3 (apdo. 2) y 20: Redacción según Ley 10/2002 de 21 de Diciembre por la que se aprueban normas en materia de tributos cedidos y otras medidas tributarias, administrativas y financieras.

Artículo 3 (apdos. 3 y 4): Añadido por Ley 10/2002 de 21 de diciembre, por la que se aprueban normas en materia de tributos cedidos y otras medidas tributarias, administrativas y financieras.



La RTVA se ha consolidado en los últimos tiempos como un elemento esencial en el proceso de la vertebración social, cultural económica y política de la Comunidad Autónoma de Andalucía. La Memoria 2001-02-03 refleja un período de tiempo decisivo para el desarrollo de esta empresa pública, puesto que se ha realizado un impulso fundamental en el marco normativo con la reforma de la Ley de Creación de la RTVA, donde se regula su organización y funcionamiento. Además, el futuro se afronta con otras importantes novedades como son la puesta en marcha y creación de los registros internos, así como del avance del proceso de implantación con la construcción de nuevos centros territoriales de producción y la renovación de los ya existentes en las ocho provincias andaluzas.

RTVA
Radio y Televisión de Andalucía