

Cómo citar este texto:

Hoyos, G. (2015). Cultura y televisión pública: ¿indefinición o desinterés? El caso de la RTVA y Canal Sur 2. *Derecom*, 19, 33-47, <http://www.derecom.com/derecom/>

CULTURA Y TELEVISIÓN PÚBLICA: ¿INDEFINICIÓN O DESINTERÉS? EL CASO DE LA RTVA Y CANAL SUR 2

CULTURE AND PUBLIC TELEVISION: LACK OF DEFINITION OR DISINTEREST? THE CASE OF RTVA AND CANAL SUR 2

©Gloria Hoyos
Universidad de Málaga (España)
gloria.hoyos@uma.es

Resumen

La cultura y los medios públicos han estado tradicionalmente asociados, ya que la misión cultural es inherente al servicio público de radiodifusión, circunstancia que se ha acentuado en una coyuntura de crisis en la que el servicio público es permanentemente cuestionado. Aunque la misión cultural se presenta como rasgo diferenciador de los medios públicos con respecto a los privados y, por tanto, justificación para su pervivencia, el uso extensivo del término cultura en los textos legislativos e institucionales que rigen el funcionamiento de los servicios públicos no se corresponde con la materialización de esta misión en contenidos culturales. El presente artículo se centra en la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) y su televisión Canal Sur, a través del análisis del uso del término cultura en las leyes que la afectan y en sus memorias anuales. Además, el artículo establece la relación entre el incremento del uso del término cultura, su asociación con Canal Sur 2 y cómo este ha sido eliminado junto con su programación cultural, cuando había sido definido desde su creación en 1998 por la RTVA como paradigma del compromiso de la radiotelevisión pública andaluza con la cultura. El artículo concluye que, en este caso, la misión cultural de servicio público no se traslada del papel a los contenidos, lo que demuestra una falta de compromiso de la RTVA con dicha misión.

Summary

Culture and public media have been traditionally associated since the cultural remit is quintessential to public service broadcasting, especially nowadays in a context of crisis when public service is permanently questioned. Even though the cultural remit is a feature that differentiates public from private media, and thus justifies its existence, a massive use of the term culture in legislation and corporate documents that establish how public service media operate is not materialized into actual cultural programming. In this text we focus on Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) and its channel Canal Sur, by analyzing the use of the term culture in legislation related to it and in its Annual Reports. Besides, in this contribution we show a connection between the increase in the use of the term culture, its association with Canal Sur 2, and how

this channel and its cultural programming, consequently, have been eliminated, despite having been defined by RTVA since the channel was created in 1998 as the paradigm of RTVA's commitment to culture. We conclude that, in this case, the cultural mission, the *raison d'être* of public service, is not translated into programming, which demonstrates the lack of commitment of RTVA to the aforementioned task.

Palabras clave: Cultura, Servicio público de radiodifusión, Medios audiovisuales públicos, Legislación, Televisión autonómica, Misión cultural, Políticas audiovisuales

Keywords: Culture, Public service broadcasting, Public service media, Legislation, Regional television, Cultural remit, Media policy.

**CULTURA Y TELEVISIÓN PÚBLICA: ¿INDEFINICIÓN O DESINTERÉS?
EL CASO DE LA RTVA Y CANAL SUR 2**

**CULTURE AND PUBLIC TELEVISION: LACK OF DEFINITION OR DISINTEREST?
THE CASE OF RTVA AND CANAL SUR 2**

©Gloria Hoyos
Universidad de Málaga (España)
gloria.hoyos@uma.es

Resumen

La cultura y los medios públicos han estado tradicionalmente asociados, ya que la misión cultural es inherente al servicio público de radiodifusión, circunstancia que se ha acentuado en una coyuntura de crisis en la que el servicio público es permanentemente cuestionado. Aunque la misión cultural se presenta como rasgo diferenciador de los medios públicos con respecto a los privados y, por tanto, justificación para su pervivencia, el uso extensivo del término cultura en los textos legislativos e institucionales que rigen el funcionamiento de los servicios públicos no se corresponde con la materialización de esta misión en contenidos culturales. El presente artículo se centra en la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) y su televisión Canal Sur, a través del análisis del uso del término cultura en las leyes que la afectan y en sus memorias anuales. Además, el artículo establece la relación entre el incremento del uso del término cultura, su asociación con Canal Sur 2 y cómo este ha sido eliminado junto con su programación cultural, cuando había sido definido desde su creación en 1998 por la RTVA como paradigma del compromiso de la radiotelevisión pública andaluza con la cultura. El artículo concluye que, en este caso, la misión cultural de servicio público no se traslada del papel a los contenidos, lo que demuestra una falta de compromiso de la RTVA con dicha misión.

Summary

Culture and public media have been traditionally associated since the cultural remit is quintessential to public service broadcasting, especially nowadays in a context of crisis when public service is permanently questioned. Even though the cultural remit is a feature that differentiates public from private media, and thus justifies its existence, a massive use of the term culture in legislation and corporate documents that establish how public service media operate is not materialized into actual cultural programming. In this text we focus on Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) and its channel Canal Sur, by analyzing the use of the term culture in legislation related to it and in its Annual Reports. Besides, in this contribution we show a connection between the increase in the use of the term culture, its association with Canal Sur 2, and how this channel and its cultural programming, consequently, have been eliminated, despite having been defined by RTVA since the channel was created in 1998 as the paradigm of RTVA's commitment to culture. We conclude that, in this case, the cultural mission, the *raison d'être* of public service, is not translated into programming, which demonstrates the lack of commitment of RTVA to the aforementioned task.

Palabras clave: Cultura, Servicio público de radiodifusión, Medios audiovisuales públicos, Legislación, Televisión autonómica, Misión cultural, Políticas audiovisuales

Keywords: Culture, Public service broadcasting, Public service media, Legislation, Regional television, Cultural remit, Media policy.

1.Introducción

La cultura es un término recurrente a la hora de asociarlo a los contenidos que debe ofrecer una radio televisión pública, ya que la misión cultural ha estado tradicionalmente ligada al servicio público de radiodifusión, desde sus comienzos. Esta relación de facto ha venido a reforzarse conforme las circunstancias en las que se desenvuelven las radiotelevisiónes públicas se han ido complicando y su pervivencia cuestionándose, de modo que esta misión cultural se ha convertido en uno de los principales pretextos a la hora de justificar la existencia de los medios públicos, dado el escaso o nulo compromiso de las televisiones y radios privadas a la hora de programar contenidos culturales. Tal es así que la asociación cultura - servicio público es constante en la legislación y los documentos oficiales relativos a las radiotelevisiónes públicas. No tanto, la definición del concepto, lo cual queda de manifiesto en las programaciones donde la cultura es un contenido marginal, y el primero en desaparecer de la parrilla cuando se reducen los presupuestos, como observamos en el caso que nos ocupa: la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), Canal Sur Televisión (CS) y el extinto Canal Sur 2 Andalucía (CS2) ¹.

En este artículo nos aproximaremos a cómo la RTVA, en línea con el ideario del servicio público de radiodifusión europeo, ha expresado a través de los documentos que rigen y describen su funcionamiento su convicción por la necesidad de cumplir con la función cultural que le está encomendada, principalmente centrada en CS2, canal ajeno a las críticas de las que es objeto CS, pero de cuya señal fue eliminada la programación en octubre de 2012, según la propia RTVA, debido a la insuficiencia presupuestaria para acometer su coste.

Televisión pública y cultura: una relación ingratamente imprescindible

Cualquier definición o aproximación al concepto de servicio público de radiodifusión, o más acorde con el presente medios de servicio público², incluye y destaca la misión cultural de este como una de sus funciones principales. Siempre ha sido así, desde los tiempos de la BBC *reithiana* y los comienzos de las radios y televisiones públicas en Europa cuando *“eran consideradas parte del sector de la sociedad responsable de generar y difundir su propia riqueza lingüística, espiritual, estética y étnica”* (Rowland y Tracey, 1998, en Blumler, 1992: 25). En nuestros días, esta misión cultural ha evolucionado de modo que incluye tanto los principios de contribuir a la cohesión, vertebración y desarrollo identitario nacional (o regional) y la promoción de los valores históricos y culturales, como los de la atención a las minorías y el fomento de la diversidad cultural y el diálogo intercultural (Wolton, 2006; Jakubowicz, 2007).

Definiciones de cultura hay tantas como tentativas, por lo que encontrar una que genere consenso entre todas las disciplinas que la estudian es una ardua tarea, si no imposible. En este sentido, Williams (1985:87-90) afirma que *“Culture is one of the two or three most complicated words in the English language”*, aunque da tres acepciones del término: proceso de desarrollo intelectual, espiritual y estético; un particular modo de vida, y obras y prácticas derivadas de la actividad artística e intelectual; ámbitos que también convergen en la ampliamente aceptada definición que la UNESCO dio en la Declaración de México sobre las políticas culturales: *“la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”* (UNESCO, 1982).

Ader (2006) relaciona las diferentes perspectivas del término con la propia misión cultural de la radiodifusión en Europa, el “cultural remit”, con tres aproximaciones: la artística e intelectual, la de identidad nacional, regional o lingüística y la de la diversidad cultural; todas ellas recogidas en prácticamente cualquier texto oficial que aluda a una radiotelevisión pública europea.

Y es que si tanto la cultura como el servicio público han sido permeables al transcurso de la historia y sus cambios, también lo ha sido la relación entre servicio público y cultura. Las televisiones públicas gozaron durante décadas en la mayor parte de Europa de una situación privilegiada de monopolio, en la que sin duda eran objeto de crítica, pero sería en los ochenta cuando, en plena vorágine desreguladora, fueron cuestionadas, a la vez que fueron aumentando su presencia los competidores privados³, extendiéndose así el denominado “*sistema dual*” (Lowe y Bardoel, 2007: 11), sistema que, según el Parlamento Europeo, a través de “*un verdadero equilibrio entre el servicio público de radiodifusión y los organismos de radiodifusión privados*” ha hecho que la Unión Europea goce de un “*paisaje audiovisual único*” (2010: 4). Esta visión, sin embargo, no estaba extendida treinta años antes cuando era generalizada la ecuación de Privatización = Multiplicación de canales = Aumento de la oferta = Diversidad = Pluralismo (Moragas y Prado, 2000), y que desató una respuesta desesperada por parte de las televisiones públicas a la pérdida de audiencia y a la disminución de presupuestos, de modo que equipararon su programación y su gestión económica a las de las televisiones comerciales (Steemers, 2003), entrando así en lo que Bustamante denomina “*el círculo vicioso de su propia deslegitimación*” (1999:60). Es decir, cuando una televisión pública olvida sus objetivos de servicio público y se guía meramente por los dictados del mercado y la rentabilidad económica pero no la social, dificulta la justificación de su mera existencia (Grummel, 2009).

Una vez pasada la euforia por los operadores privados y sus promesas de pluralismo y libertad de expresión que demostraron no ser tales, ya que, como empresas, su primordial objetivo era el del beneficio económico y entendían a la ciudadanía como un conjunto de consumidores, aumentaron las voces críticas denunciando la necesidad de los servicios públicos para cubrir lo que se ha denominado “*market failure*”, es decir, desempeñar esa función social, democratizadora y cultural que el sector privado no se planteaba (Syversten, 2003; De Bens, 2007). Quedó demostrado, pues, lo que afirman Bardoel y D’Haenens, que los medios privados “*cannot offer a guarantee of freely accessible, reliable information, innovative culture and deliberate education*” (2008: 351-352), realidad que se ha acentuado con la eclosión de los nuevos medios e Internet y la crisis económica que ha afectado a los medios privados pero que, de nuevo, ha situado en el punto de mira a los públicos. Es así como una vez más la baza de la misión cultural de los medios públicos es destacada como fundamental y necesaria por la Unión Europea⁴, especialmente, por el Consejo de Europa a través de multitud de resoluciones, declaraciones e informes, así como por la UNESCO, y por los propios entes públicos a través de la EBU (European Broadcasting Union) y asume un papel principal en la legitimación de las radiotelevisiones públicas, declaradas imprescindibles en el ya mencionado “*sistema dual*” europeo, como reza a modo de ejemplo la Resolución de Praga de 1994 sobre el Futuro del Servicio Público de Radiodifusión: “*Public service broadcasting, both radio and television, supports the values underlying the political, legal and social structures of democratic societies, and in particular respect for human rights, culture and political pluralism*” (Consejo de Europa, 1994:30). Esta misión cultural tan profusamente plasmada en la teoría no solo demuestra ser problemática al ser transferida a políticas concretas por la propia Unión Europea (Psychogiopoulou, 2014), sino también a la hora de ser llevada a la práctica por las televisiones públicas. Si bien es cierto que son las únicas que ofrecen canales generalistas con atención a los contenidos culturales (Llorens y Aymerich, 2007; Ruano López, 2009), estos, o se emiten en horarios marginales, o son exclusivos de los segundos canales, como en el caso de RTVE, con La2, canales con escasos niveles de audiencia, por lo que la repercusión de esta función cultural queda minimizada. La dejación de responsabilidad con respecto a la misión cultural de las radiotelevisiones públicas encuentra su máxima expresión cuando estos contenidos y segundos canales son eliminados, medidas justificadas por la crisis económica, olvidando así el porqué de los servicios públicos, sobre todo, en un contexto con infinidad de oferta audiovisual (Jakubowicz, 2006).

2. Metodología y objetivos

Para la elaboración de este artículo hemos retomado los resultados de un estudio cualitativo que realizamos en 2011 cuyo objetivo principal fue el de analizar el uso del término cultura en los documentos institucionales y legislativos de las radiotelevisiones públicas autonómicas de Andalucía y Cataluña, Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) y *Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals* (CCMA), desde su fecha de

creación hasta el presente, con una metodología que se basó en la revisión bibliográfica relativa al servicio público de radiodifusión, en el análisis documental, principalmente, de textos legislativos e institucionales concernientes a ambas corporaciones públicas y en una serie de entrevistas en profundidad con personas cercanas a dichas corporaciones⁵.

En este caso, tomamos como partida una hipótesis que, en 2011, sugerimos para estudios posteriores: el incremento del uso del término cultura y sus derivados en los documentos citados era inversamente proporcional a los contenidos culturales en las parrillas de programación y, por lo tanto, obedecía más a una estrategia de imagen para legitimar la existencia de los servicios públicos que a un verdadero compromiso con la cultura, ya que centrándonos ahora en la RTVA y los cambios que ha experimentado en los últimos tres años, la recuperación de aquellos datos, su actualización y el análisis de estos con respecto a las medidas que se han traducido en la desaparición de la programación de CS2 es de total pertinencia en 2014. Mientras en 2011 CS2 era considerado por la RTVA como el estandarte cultural por antonomasia en la muestra de su compromiso con la función cultural del servicio público, hoy día este canal ya no existe.

Con esta premisa, el objetivo principal de este artículo es el de mostrar el análisis del uso del término cultura en los documentos legislativos que rigen la RTVA, y el papel que la RTVA atribuye a CS2 en sus memorias con respecto a la cultura. Además, se establece una relación entre estos y la programación cultural en CS.

2.La cultura en Canal Sur: de la indefinición a la desaparición

Uno de los principios en los que se inspira la actividad de la RTVA, según su ley de creación de 1987 y presente en la vigente de 2007, es el de *“la promoción de los valores históricos, culturales, educativos y lingüísticos del pueblo andaluz en toda su riqueza y variedad”*, redactado a semejanza del Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980, texto legislativo en el que se basaron las primeras leyes de las radiotelevisiónes autonómicas y en el que ya se define a la radiodifusión y la televisión como *“vehículo esencial (...) de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones”* (Ley 4/1980). Del mismo modo, la Ley 17/2006, de RTVE, dictaba en la propia definición de servicio público de radio y televisión del Estado que estaba destinado a satisfacer las *“necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española”* o a *“difundir su identidad y diversidad culturales”*, entre otras funciones principales, como repetiría la Ley 7/2010, General de Comunicación Audiovisual, al definir al servicio público de comunicación audiovisual, cuya misión incluía la de *“dar a conocer la diversidad cultural y lingüística de España, y difundir el conocimiento y las artes, con especial incidencia en el fomento de una cultura audiovisual”*.

La Ley 8/1987, de Creación de la RTVA, en lo concerniente a la misión cultural puede resumirse en la insistencia sobre la importancia de una radio y televisión pública en Andalucía que, a través de la promoción de valores culturales, contribuya a la consolidación de una identidad cultural andaluza y a la formación cultural de la sociedad, así como a la participación de esta en la vida cultural, teniendo presente el respeto al pluralismo cultural. En el texto refundido de 2002 ya se alude a la diversidad cultural, concepto que entraría de lleno en el ideario del servicio público europeo, sobre todo, a partir de la Convención de la UNESCO de 2005, sobre la Promoción y Protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales, al añadir como función de la RTVA la de *“Impulsar y preservar la diversidad cultural de Andalucía, las diferentes hablas andaluzas y las tradiciones que constituyen su patrimonio inmaterial”*.

La Ley 18/2007 reincide en lo que ya mencionaba la ley de creación, pero en una tendencia que encontrará su culmen en la Carta de Servicio Público de 2010, con un aumento en las alusiones a la cultura, en especial, las relativas a la diversidad cultural, en algunos casos, difícilmente discernibles de cuando se refiere a pluralismo y pluralidad cultural o, incluso, a interculturalidad.

Si en la Ley de Creación de 1987 se aludía al término cultura o a algún derivado del mismo en seis ocasiones, la nueva Ley de 2007 lo hace en trece, mientras en la Carta de Servicio Público de 2010 esa cifra se eleva hasta treinta y ocho, siendo estos últimos textos de similar extensión. Sin embargo, este texto, de nuevo, elude dar una definición del concepto de cultura para la RTVA, además de manifestar una incontinencia en el uso del término cultura y cultural que trasciende a los propios de cualquier texto relativo al servicio público de radiodifusión que presentaban las Leyes de 1987 y 2007. En este caso, el artículo 11, sobre divulgación de valores cívicos y democráticos, alude a la cultura en cuatro puntos, separando el *“respeto a la existencia de culturas diferentes”* (h) del *“respeto a la diversidad cultural de las personas”* (l) y añade un nuevo uso del término: *“El fomento de la cultura de la paz, de la tolerancia y del diálogo”* (o). En cuanto a la programación, en el artículo 39, dedicado a la programación cultural, subraya que la RTVA deberá tener un *“enfoque cultural transversal”* aplicado a toda la programación tanto en radio y televisión como en Internet, que se verá enriquecido *“por la difusión de programas y espacios específicos dedicados al ámbito de la cultura en general y a concretas manifestaciones culturales, en la idea de que la promoción y el acceso a la cultura sea una constante de servicio público para facilitar el disfrute de la audiencia de las capacidades creativas, manifestaciones y bienes patrimoniales, intelectuales y artísticos de Andalucía y del mundo”*.

Si la presencia de la cultura es profusa en los textos legislativos que rigen a la RTVA, la plasmación de ese compromiso en su programación televisiva ha sido más que cuestionada a lo largo de los ya más de veinticinco años de historia de CS, tanto desde la academia, como desde fuera de ella⁶. En general, se le achaca que incida en mostrar una imagen desdibujada de Andalucía, anclada en el tópico, con una programación tachada de retrógrada en la que abunda la presencia de folclorismo y fiestas (Moreno, 2000: 186; Díaz Nosty, 2002; García Gordillo, 2002; Arboledas, 2008: 371). Según Díaz Estévez, esta opinión es compartida por un amplio sector de los jóvenes andaluces que además la consideran alejada de *“la identidad cultural de las nuevas generaciones”* (2012: 340); lo que concuerda con que el principal nicho de audiencia de CS corresponde a un segmento de la sociedad andaluza mayor de sesenta y cinco años, de clase media baja o baja y de núcleos de población de menos de 50.000 habitantes (Díaz Nosty, 2011; RTVA, 2013).

Canal Sur 2: de estandarte cultural a la nada

Estas duras críticas de las que siempre ha sido objeto el primer canal de televisión, CS (aunque por extensión se hayan asociado a la RTVA), no han recaído sobre CS2. Este segundo canal se añadió a la señal de la televisión pública andaluza en 1998, con una programación característica de los segundos canales de televisión pública en los que hay una mayor presencia de contenidos culturales, divulgativos y educativos, programación infantil y juvenil, deportes minoritarios, etc. La RTVA, consciente de la degradada imagen de CS, describe a CS2 como *“una cadena que ha sabido romper con los tópicos que tradicionalmente han identificado nuestra región”* (RTVA, 2004: 48), insistiendo en que *“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”* (RTVA, 2004: 48,60) y destacando su *“compromiso con la cultura, con los jóvenes y con la Andalucía más social, más dinámica y más emprendedora”* (RTVA, 2005: 71).

La contradicción a la hora de poner en práctica el compromiso con la cultura de la RTVA es manifiesta desde el momento en que el precepto cultural es presentado como imprescindible en los textos legislativos de la RTVA dentro de sus funciones de servicio público, pero es atribuido por el propio Ente, en sus Memorias Anuales, a CS2, cuya repercusión, medida en términos de *share*, ha sido bastante menor que la del primer canal.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
CS	17,3	17,2	17,9	17,3	17,2	17,9	17,3	17,2	17,9	17,3	17,2	10,1
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
CS2	4,2%	4,6%	5,2%	5,5%	5,5%	4,2%	3,9%	4,1%	3,2%	1,9%	1,5%	1,3%

Tabla 1: Share de CS y CS2. Elaboración propia a partir de datos de las Memorias de la RTVA, 2001-2012.

Como ocurre en los textos legislativos, las Memorias Anuales de la RTVA no proporcionan ninguna definición de cultura, de modo que su recurrente uso se refiere a contenidos que abarcan desde el folclore, ferias, romerías, carnaval, Semana Santa, patrimonio artístico, literatura o música, hasta divulgación, artes, tradiciones, ciencia, gastronomía, creación audiovisual, educación, pasando por gastronomía o turismo, entre otros. La confusión a la hora de establecer un criterio es patente cuando aparecen los binomios con la yuxtaposición excluyente de “*educación y cultura*”, “*divulgación y cultura*” o “*cultura y manifestaciones artísticas*”. Sin embargo, sí que ofrecen las Memorias unos porcentajes de programación cultural correspondientes a cada canal de televisión⁷.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
CS	8,9%	5,1%	6,6%	5,7%	10%	11,2	8,2%	9,6%	6,8%	12,0	14,9	13,0
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
CS2	34,7	40,6	37,6	35,8	35,1	36,0	46,3	46,9	45,5	39,7	36,2	36,8
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%

Tabla 2: Promedio diario del tiempo dedicado a la programación cultural en CS y CS2

Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las Memorias de la RTVA, 2001-2012.

En cualquier caso, sí que las Memorias expresan con claridad que el compromiso de servicio público de la RTVA con la cultura, independientemente de lo que signifique, está ejemplificado en CS2. Tras el quinto aniversario del canal, la RTVA afirmaba que los contenidos culturales eran los que vertebraban la parrilla del canal, de modo que “*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*” (RTVA, 2004: 61). Así, son constantes las alusiones a CS2 como “*el principal canal de referencia cultural para los andaluces*” (RTVA, 2007: 55, 60, 62; 2009: 35), a su clara vocación por los contenidos culturales (RTVA, 2008: 100; 2009: 45; 2010:44); a su compromiso con el género cultural (RTVA, 2011: 40) o con la cultura (RTVA, 2012: 15, 25).

La eliminación de Canal Sur 2

Desde la eclosión de la crisis económica en 2010, la disminución de los presupuestos en los servicios públicos ha sido una constante en Europa y España, y las radiotelevisiónes públicas autonómicas no han sido una excepción (Fernández Alonso, 2013). Además, las radiotelevisiónes autonómicas públicas han sido tomadas como blanco fácil a la hora de ejemplificar el derroche y la mala gestión de lo público, un descrédito que no es casual en un contexto en el que la tendencia es a favorecer la iniciativa privada, práctica que, por otra parte, ha sido la tónica en España en lo referido a la legislación sobre medios de comunicación (Bonet et al. 2014). Sirva como ejemplo el año 2012, con decisiones ejecutivas como la reducción drástica del presupuesto destinado a RTVE, junto a la aprobación del Real Decreto-Legislativo 15/2012, de Modificación del Régimen de Administración de la Corporación RTVE, que puso fin entre otras medidas a la necesidad de una mayoría de dos tercios en el Congreso de los Diputados para la designación del Presidente de RTVE. En el caso de las radiotelevisiónes autonómicas, la aprobación de la Ley 6/2012 abre una nueva etapa para estas, al modificar la Ley 7/2010, ofreciendo a las Comunidades Autónomas la posibilidad de elegir la modalidad de gestión de sus radiotelevisiónes, o como sugiere Bustamante “*privatizar o externalizar a voluntad sus canales autonómicos, incluyendo los servicios informativos*” (2013: 310).

En este contexto, de momento, la RTVA ha quedado al margen de EREs (expedientes de regulación de empleo), como el de Telemadrid, de los despidos llevados a cabo por la CCMA o del cierre definitivo como ocurriera con la *Radiotelevisió Valenciana* (RTVV), en noviembre de 2013. De hecho, en diciembre de 2013, el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía aprobó el Contrato-Programa para el periodo 2013-2015, que blinda el carácter público de la RTVA e insiste en la necesidad de una financiación estable para la pervivencia de este servicio público. Sin embargo, pese a esta aparente calma, la RTVA no ha sido ajena a reducciones presupuestarias e inestabilidad en su gestión, ejemplificadas en la dimisión de su director general y la interinidad en la que aún está dirigida, maniobra que requirió de la reforma de la Ley de 2007 por la que el director general era elegido en el Parlamento por mayoría de dos tercios⁸, la falta de consenso para la aprobación del convenio colectivo de los trabajadores de la RTVA y la eliminación del segundo canal de televisión, el Canal Sur 2 Andalucía.

En octubre de 2012, la RTVA llevó a cabo lo que denominó una fusión de CS y CS2, que, en la práctica, se tradujo en la eliminación de la programación de CS2, canal en el que pasaron a emitirse los mismos contenidos de CS, con traducción al lenguaje de signos, subtitulación y audiodescripción. Estas medidas fueron justificadas por el aún entonces director general de la RTVA, Pablo Carrasco⁹, en el contexto de la crisis económica y debido a la falta de presupuesto para afrontar una programación diferente para cada canal de televisión; además de para dar respuesta a “una demanda de los colectivos de personas con discapacidad sensorial” (Parlamento de Andalucía, 2012: 7) y aunque se reducirían los contenidos culturales e infantiles y juveniles, estos “ganarían visibilidad”, al traspasarse a un canal con mayor audiencia, CS (Castro Moreno, 2012).

La materialización de la medida ha supuesto la desaparición de la práctica totalidad de la programación cultural que la televisión pública andaluza emitía, incluidos programas calificados de “*emblemáticos*” y “*de consolidado prestigio*” por la propia RTVA como la revista cultural *Al Sur* y el espacio sobre literatura *El público lee* (RTVA, 2010: 23, 36). Así, el único espacio propio para la cultura es el de *Ideas al Sur* que la RTVA (2013: 11) define como “*un gran contenedor de casi una hora de duración que aúna los contenidos educativos, culturales y literarios*”, y que desde el otoño de 2012 ha ido variando su emisión de martes a miércoles, con un horario no fijo que oscila entre la una y las dos de la madrugada y con una redifusión los sábados a las siete de la mañana. También en la madrugada se programa esporádicamente el microespacio *Tesis*, dedicado a la actualidad de las universidades andaluzas, mientras otro breve espacio quincenal dedicado a la ciencia, *Con-Ciencia*, se emite en un contenedor de miscelánea los sábados o domingos por la mañana.

Según el nuevo Contrato-Programa, siempre y cuando la situación económica de la RTVA lo permita, esta se compromete a recuperar la programación propia para CS2. También así lo ha expresado el actual director general en funciones, Joaquín Durán, aunque ha insistido en que no será la programación que tenía CS2 (Parlamento de Andalucía, 2014: 29).

Conclusiones

Tras hacer un breve repaso sobre la trascendencia que ha adquirido la misión cultural en las últimas décadas en el argumentario que justifica la pervivencia de los medios audiovisuales de servicio público en un entorno competitivo (aunque ya estuviera presente en los principios fundacionales del servicio público de radiodifusión europeo), el objetivo principal que perseguíamos era el de analizar el uso del término cultura por parte de la RTVA en sus textos legislativos, cómo el canal CS2 era presentado por la RTVA en sus Memorias como paradigma de su compromiso con la cultura y cómo en última instancia este compromiso se refleja en la programación cultural.

La inconsistencia de la RTVA a la hora de llevar a la práctica un precepto esencial en la mera existencia de los servicios públicos de radiodifusión, la misión cultural, queda en evidencia una vez es prácticamente eliminada la programación cultural. En la línea generalizada que domina el ideario del

servicio público europeo de que es precisamente la función cultural de los medios públicos la garante de la supervivencia de los mismos en un contexto de permanente fragmentación del mercado audiovisual, la RTVA no es ajena a la tendencia de un uso masivo del término cultura y derivados del mismo a la hora de exponer sus principios, funciones y misión de servicio público. Sin embargo, esta misión queda diluida cuando no traspasa los límites del texto legislativo, institucional o corporativo y se refleja en hechos, en su caso, en la programación.

También comparte la RTVA la mala práctica generalizada en el servicio público europeo de no dar su definición de cultura, por lo que dada la complejidad del término, sus límites quedan difuminados, sin un criterio claro a la hora de aplicarlo a los contenidos de la programación. Este mal endémico a la hora de acotar los contenidos culturales por parte de las radiotelevisiónes ha favorecido una cierta desidia por parte de los programadores, que han asociado cultura con elitismo y audiencias minoritarias, cuando la labor del servicio público debería ser la de integrar la cultura en contenidos dirigidos a un amplio espectro de la audiencia. En cualquier caso, ya fuera sin definir, la RTVA ha asociado sistemáticamente a CS2 a su compromiso con la cultura, un compromiso que ha dejado huérfano una vez que ha eliminado el segundo canal y su programación, como respuesta a la insuficiencia presupuestaria para mantener su funcionamiento.

La mera repetición del término cultura no muestra el compromiso de una radiotelevisión pública como la RTVA con su misión cultural, pero la eliminación de la programación cultural demuestra una absoluta falta de compromiso. Cuestionable elección, cuando la legitimación de la RTVA debería basarse, especialmente en un contexto en el que prolifera un descrédito de los servicios públicos en general y de las radiotelevisiónes públicas, en particular, en el cumplimiento de lo que le viene impuesto por ley, contribuir *“a la vertebración y desarrollo social, identitario y cultural de Andalucía”*.

¹ Denominado Canal 2 Andalucía desde 1998 a 2008.

² El internacionalmente aceptado como Public Service Broadcasting (PSB) se ha traducido en España tradicionalmente como servicio público de radiodifusión. Una vez el concepto de PSB ha evolucionado a Public Service Media (PSM), principalmente por la importancia que Internet ha adquirido en el sistema de medios de comunicación, su traducción se ha presentado más compleja, usándose alternativas como medios de servicio público o audiovisual de servicio público.

³ Si bien en España la radio privada había precedido a la pública, que no surgió hasta 1937, las televisiones privadas no surgirían hasta 1989.

⁴ Pese a destacar continuamente la misión cultural y social, y en general, la importancia de los medios públicos para Europa, en numerosas resoluciones e informes, las políticas de comunicación de la Unión Europea se han caracterizado por resultar poco favorables para los medios de servicio público (Bustamante, 2000; van Cuilenburg & McQuail, 2003; Jakubowicz, 2004; Harrison & Wessels, 2005; Wolton, 2006; Bardoel & D’Haenens, 2007).

⁵ *¿Cultura como último recurso para el servicio público? Uso del término “cultura” en los documentos legislativos e institucionales de la CCMA y la RTVA*, Trabajo final de máster de Gloria Hoyos, tutorizado por la Doctora. Montserrat Bonet Bagant, en la Universidad Autónoma de Barcelona, disponible en <http://hdl.handle.net/2072/224894>

⁶ Valgan como ejemplo de este segundo caso la afirmación de Muñoz Molina *“esa televisión andaluza que dedica una parte considerable y carísima de sus esfuerzos a promover y reforzar los tópicos más lamentables sobre Andalucía”* (columna del autor en el nº 370 de *Muy Interesante*, 2012), o la de Ignacio Camacho: *“el miarmismo constituye, junto al lolailismo y el moranquismo, la principal aportación de la cadena autonómica a la difusión de la cultura andaluza”* (columna del autor en ABC, 10-3-2012).

⁷ Estos datos porcentuales descontextualizados pueden conducir al engaño ya que contabilizan la programación de las veinticuatro horas del día, y, a menudo, documentales y espacios culturales y redifusiones de estos copan la franja horaria de madrugada.

⁸ Así mediante Real Decreto-Ley 3/2013, y justificado por la necesidad de que una persona física ostentara la titularidad de la Dirección General de la RTVA, se aprobó que el Consejo de Administración desempeñaría las funciones del Director General y, en definitiva, nombrar a la persona en quien delegaría dichas funciones.

⁹ Pablo Carrasco dimitió en marzo de 2013 como director general de la RTVA, asumiendo en funciones el cargo de subdirector general y director de Canal Sur Televisión, Joaquín Durán, hasta entonces director de Canal Sur Radio.

Bibliografía

- ADER, T. (2006). "Cultural and regional remits" in *Broadcasting, Iris Plus, Legal Observations of the European Audiovisual Observatory*, 08.
- ARBOLEDAS, L. (2008). *La Industria Radiofónica en Andalucía. Dependencia Económica y Control Político*. Tesis doctoral. Granada. Universidad de Granada.
- BARDOEL, J. & D'HAENENS, L. (2008). "Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises and problems", *Media, Culture & Society* 30, 3 (<http://doi.org/b7cm35>).
- BLUMLER, J.G. (Ed.) (1992). *Televisión e Interés Público*. Londres. SAGE.
- BONET, M.; ARBOLEDAS, L.; GUIMERA, J.A. (2014). *Past Boundaries, Future Limitations: Spanish Public Service Broadcasting at Risk*, ponencia presentada en RIPE, Tokio, 27-29 de agosto de 2014, (<http://goo.gl/kq9XJX>) (05-09-2014).
- BUSTAMANTE, E. (1999). *La Televisión Económica*. Barcelona. Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. (2000). "Industria cultural, sociedad de la información y desarrollo: las políticas públicas en la Unión Europea", *Eptic*, 2,1(<http://goo.gl/boISY2>) (03-03-2011).
- BUSTAMANTE, E. (2013) *Historia de la Radio y la Televisión en España. Una Asignatura Pendiente de la Democracia*. Barcelona. Gedisa.
- CASTRO MORENO, M. (2012). *Actualidad, Sección de Noticias del Consejo Audiovisual de Andalucía*, 31 de octubre (<http://goo.gl/EbLL8f>) (01-11-2012).
- CONSEJO DE EUROPA. (1994). Fourth European Ministerial Conference on Mass Media Policy. Resolution nº 1 The Future of Public Service Broadcasting (<http://goo.gl/plq9nr>) (20 -04- 2011).
- DE BENS, E. (Ed.) (2007). *Media between Culture and Commerce*. Bristol. Intellect.
- Diario de Sesiones del Parlamento de Andalucía (DSPA) (2012). Comisión de Control de la Agencia Pública Empresarial de la RTVA y de sus sociedades filiales, 4 de septiembre. Sevilla. Parlamento de Andalucía.
- Diario de Sesiones del Parlamento de Andalucía (DSPA) (2014). Comisión de Control de la Agencia Pública Empresarial de la RTVA y de sus sociedades filiales, 30 de septiembre. Sevilla. Parlamento de Andalucía.
- DÍAZ ESTÉVEZ, M. (2012). *Televisión e identidad regional. Los jóvenes Andaluces ante el Modelo de Servicio Público de la RTVA*. Tesis doctoral. Málaga. Universidad de Málaga.
- DÍAZ NOSTY, B. (2002). *Los Medios y la Modernización en Andalucía*. Madrid. Grupo Zeta.
- DÍAZ NOSTY, B. (2011) "Aproximación a la dieta mediático-cultural de los andaluces. Los nutrientes del espacio público", en *Anuario Político de Andalucía*, Granada. CADPEA.
- FERNÁNDEZ ALONSO, I. (2013). "Crisis financiera y medios públicos en España. Impacto de los recortes presupuestarios en las radiotelevisiónes públicas autonómicas históricas (2008-2012)", *Derecom*, 12.

GARCÍA GORDILLO, M.M. (2002). "Estudio de la identidad andaluza en Canal Sur Televisión" en M. Bernal Rodríguez (Coord.) *Cultura popular y Medios de Comunicación. Una Aproximación desde Andalucía*. Sevilla. Comunicación Social.

GRUMMEL, B. (2009). "The educational character of public service broadcasting : from cultural enrichment to knowledge society", *European Journal of Communication*, 24 (<http://doi.org/fhdnck>).

HARRISON, J. & WESSELS, B. (2005). "A new public service communication environment? Public service broadcasting values in the reconfiguring media", en *New Media & Society*, 7, 6 (<http://doi.org/bdr36r>).

JAKUBOWICZ, K. (2004). "A square peg in a round hole: The EU's policy on public service Broadcasting", en Bondebjerg, I. y Golding, P. (eds.). *European Culture and the Media*. Bristol. Intellect Books.

JAKUBOWICZ, K. (2006). "If not us, then who? Public service broadcasting and culture in the 21st century", en C. Nissen (ed.), *Making a difference. PSB in European Media Landscape*. Easleigh. John Libbey Publishing.

JAKUBOWICZ, K. (2007). "Public service broadcasting in the 21st century", en Lowe, G.F. y Bardoel, J. (eds.), *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. Goteborg: Nordicom.

LOWE, G. F. & BARDOEL, J. (ed.) (2007). *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. Goteborg. Nordicom.

LLORENS MALUQUER, C. Y AYMERICH FRANCH, L. (2007). "Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, (<http://doi.org/dj6gdz>).

MORAGAS, M. & PRADO, E. (2000). *La televisió pública a l'era digital*. Barcelona. Pòrtic.

MORENO, I. (2000). "Identidad de las televisiones autonómicas, el espacio de lo próximo en una sociedad globalizada", en RTVA, *Nuevos Retos para las Televisiones y Radios Autonómicas. I Jornadas organizadas por el Consejo de Administración de la RTVA*. Sevilla. RTVA.

PARLAMENTO EUROPEO (2010). Informe sobre el servicio público de radiodifusión en la era digital: el futuro del sistema dual, 11 de octubre (<http://goo.gl/csyZSn>) (05-05-12).

PSYCHOGIOPOULOU, E. (2014). The cultural face of the EU media policy: matching rhetoric to reality?, en Donders, K., Pauwels, C. y Loisen, J. (eds.), *The Palgrave Handbook of European Media Policy*. London. Palgrave Macmillan.

RTVA (2004). *Memoria 2001-2003*. San Juan de Aznalfarache. RTVA.

RTVA (2005). *Memoria 2004*. San Juan de Aznalfarache. RTVA .

RTVA (2006). *Memoria 2005*. San Juan de Aznalfarache. RTVA.

RTVA (2007). *Memoria 2006*. San Juan de Aznalfarache. RTVA.

RTVA (2008). *Memoria 2007*. San Juan de Aznalfarache. RTVA.

RTVA (2009). *Memoria 2008*. San Juan de Aznalfarache. RTVA.

RTVA (2010). *Memoria 2009*. San Juan de Aznalfarache. RTVA.

RTVA (2011). *Memoria 2010*. San Juan de Aznalfarache. RTVA.

RTVA (2012). *Memoria 2011*. San Juan de Aznalfarache. RTVA.

RTVA (2013). *Memoria 2012*. San Juan de Aznalfarache. RTVA.

RUANO LÓPEZ, S. (2009). *Contenidos Culturales en las Televisiones Generalistas. Análisis de los Formatos Televisivos de las Cadenas Públicas y Privadas*. Madrid. Fragua.

STEEMERS, J. (2003). Public service broadcasting is not yet dead: survival strategies in the 21st century, en Lowe, G. F. y Hujanen, T. (eds.), *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*. Goteborg. NORDICOM.

SYVERTSEN, T. (2003). Challenges to public television in the era of convergence and commercialization, en *Television & New Media*, 4, 2 (<http://doi.org/bznddp>).

VAN CUILENBURG, J. y MCQUAIL, D. (2003). Media policy paradigm shifts towards a new communications policy paradigm, *European Journal of Communication*, 18, 2 (<http://doi.org/fmrf4t>).

UNESCO (1982). Declaración de México sobre las Políticas Culturales. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, México D.F., 26 de julio - 6 de agosto (<http://goo.gl/8JOg0>) (03-09-2013).

WILLIAMS, R. (1985). *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. New York: OUP.

WOLTON, D. (2006). Public service - beyond the obsession with technology and the markets, en Nissen, C. (ed.), *Making a Difference. PSB in European Media Landscape*. Easleigh. John Libbey Publishing.

Legislación

Ley 4/1980, de Estatuto de la Radio y la Televisión.

Ley 8/1987, de Creación de la Empresa Pública de Radio y Televisión de Andalucía y regulación de los servicios gestionados por la Junta de Andalucía.

Ley 17/2006, de la Radio y la televisión de titularidad estatal.

Ley 18/2007, de la Radio y televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA).

Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual.

Carta de Servicio Público RTVA 2010: Resolución de 15 de octubre de 2010, de la Presidencia, por la que se ordena la publicación de la Carta del Servicio Público de la Agencia Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía, aprobada por el Pleno del Parlamento de Andalucía en sesión celebrada los días 15 y 16 de septiembre de 2010.

Acuerdo de 28 de diciembre de 2012, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Contrato-Programa entre el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía para el período 2013-2015.

Real Decreto-Ley 3/2013, por el que se modifica la Ley 18/2007, de la Radio y Televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA).